

Міністерство освіти і науки України
ДНЗ «Інститут модернізації змісту освіти» (Київ)
Університет економіки та права «КРОК» (Київ)
Warszawskiej Szkole Zarządzania – Szkole Wyższej (Польща)
ІМС Fachhochschule Krems (Австрія)
Institute of Corporate Security Studies Center for Information Security (Словенія)
Academia de Studii Economice a Moldovei (Молдова)
University of National and World Economy (Болгарія)
Інститут підприємницької діяльності (Білорусь)
Scientific center of innovative researches (Естонія)

***МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
«ДЕРЖАВА, РЕГІОНИ, ПІДПРИЄМНИЦТВО:
ІНФОРМАЦІЙНІ, СУСПІЛЬНО-ПРАВОВІ,
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ»***

Частина II

**21-22 листопада 2019 р.
м. Київ**

УДК 001(063)

А 43

*Рекомендовано до друку Вченою радою
ВНЗ «Університету економіки та права «КРОК»
(протокол №2 від «16» грудня 2019 р.)*

Рецензенти:

Живко З.Б., доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Львівського державного університету внутрішніх справ

Шемаєва Л.Г., доктор економічних наук, професор, завідувач відділу фінансової безпеки Національного інституту стратегічних досліджень при Президентові України

ISBN 978-966-170-036-8

А 43 Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку : матеріали міжнародної конференції (21-22 листопада 2019 р.). Київ, 2019. 801 с.

Збірник містить матеріали учасників міжнародної конференції «Держава, регіони, підприємництво: інформаційні, суспільно-правові, соціально-економічні аспекти розвитку», що була організована та проходила у Вищому навчальному закладі «Університет економіки та права «КРОК», 21-22 листопада 2019 року.

Призначено для здобувачів вищої освіти, науково-педагогічних працівників, а також тих, хто цікавиться актуальними питаннями сучасної наукової думки.

Тези опубліковані в авторській редакції. Організатори конференції не несуть відповідальності за їх зміст.

ISBN 978-966-170-036-8

© колектив авторів, 2019

© ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 4. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

<i>Matskevich L.I., Moiseenok O.V.</i> Regional structure of small and medium business in the Republic of Belarus	393
<i>Mitnovetska I.I., Abanina H.V.</i> Metaphor as a method of creative self-actualization of an individual	395
<i>Moiseenok O.V., Yakubovskaya K.A.</i> Competition as a method of psychological impact on the staff	398
<i>Абаніна Г.В.</i> Наративні практики подолання психотравмуючих впливів	401
<i>Алієва Е.Ю., Kossewska I.</i> Знання вчителів Польщі та України про аутизм	404
<i>Артемов В.Ю.</i> Формування ризик-орієнтованого мислення у фахівців недержавних безпекових структур	407
<i>Асланова Л.В., Петрунько О.В.</i> Професійний потенціал загально-освітнього закладу з реалізації інклюзивного навчання	409
<i>Барбух Ю.В., Сингаївська І.В.</i> Психологічні особливості стосунків батьків з дітьми старшого дошкільного віку	412
<i>Бойченко Н.Г.</i> Педагогічні умови формування професійної готовності майбутніх кризових консультантів для роботи з вимушеними переселенцями (внутрішньо-переміщеними особами)	415
<i>Брюховецька О.В.</i> Професійна толерантність керівників як чинник розвитку освітніх організацій	418
<i>Бурлакова І.А.</i> Тренінгові програми підтримки психічного здоров'я на робочих місцях.	421
<i>Бурлакова І.А., Шевяков О.В., Шрамко І.А.</i> Моделі та механізми управління ефективністю підприємств сфери туризму: роль «Гудвілу»	424
<i>Величко І.С., Сингаївська І.В.</i> Проблема співвідношення індивідуальних особливостей та харчових звичок особистості	427
<i>Винниченко Ю.С., Живоглядов Ю.О.</i> Смісловиттєві орієнтації професійних психологів	430
<i>Грицик Н.І.</i> Критичне мислення в структурі інформаційної культури старшокласників	433
<i>Живоглядов Ю.О.</i> Міфотворення як психологічний механізм маніпулятивних технологій ЗМІ	436
<i>Зубченко В.В.</i> Методологічні засади дослідження співвідношення аутентичності та ідентичності в сфері самосвідомості індивідуальності	439
<i>Ковалькова Т.О.</i> Особистісно-зорієнтований підхід як пріоритетний у навчально-виховному процесі	442
<i>Ковалькова Т.О., Вальковська М.О.</i> Вплив соціально-психологічних установок на мотивацію до успіху студентів ВНЗ	445
<i>Кондес Т.В.</i> Психологічна компонента у формуванні адаптації особистості в організації	448

<i>Кошевенко А.В., Васильченко О.М.</i> Проблема прояву гендерних стереотипів в структурі професійної діяльності особистості: теоретичний аналіз	451
<i>Махиня В.П., Сингаївська І.В.</i> Причини неуспішності студентів та шляхи їх подолання	454
<i>Наконечна Н.В.</i> Аспекти розвитку традицій корпоративної культури Університету «КРОК» як складова сталого розвитку освітньої організації	457
<i>Петрунько О.В.</i> Соціально-психологічні ресурси конкурентоздатності освітніх систем	459
<i>Радченко Т.О., Васильченко О.М.</i> Дослідження гендерних ролей у соціальній психології	461
<i>Радчук Г.К., Адамська З.М.</i> Синергетичні вектори трансформації сучасної системи освіти	464
<i>Самойленко О.С., Абаніна Г.В.</i> Психологічні особливості осіб із хімічною залежністю	467
<i>Сингаївська І.В.</i> Оцінка професійної успішності викладача закладу вищої освіти	469
<i>Тарарієва О.О.</i> Соціально-психологічні характеристики інституту сім'ї в сучасній Україні	472

СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

<i>Albadrane M., Petrova I.L.</i> Stages of the strategic human resources management	475
<i>Ali Abdalqahdr Mohamed Ahmad</i> Historical development of the concept of social responsibility	478
<i>Elbrahar Abdel Myhamed Axmed</i> Features of exhibition activity in Ukraine	479
<i>Olasjuk H.</i> Identifying better marketing efficiency metrics	481
<i>Krmpot V., Gajdobranski A.</i> Strategic management as a condition of economic development of the republic of Serbia	485
<i>Radosavljević M., Anđelković A., Pajić S.</i> Governing a state is similar to managing a company	489
<i>Safar H., Bielova O.</i> Effective Factors and Barriers to Total Quality Management Implementation	494
<i>Андрєєва В.А., Шарафадінов Н.С.</i> Стратегія управління витратами в забезпеченні діяльності підприємства	496
<i>Андрєєва В.А., Полонський А.В.</i> Формування механізму управління капіталом на вітчизняних підприємствах	499
<i>Бакалінська В.С.</i> Невирішені проблеми менеджменту в розвитку фітнес індустрії	503
<i>Бєлова О.І.</i> Основні аспекти управління якістю діяльності підприємства	505
<i>Бойко І.В., Літвін Н.М.</i> Системний підхід у впровадженні інновацій, задля зменшення маркетингових ризиків	507

Бойченко Н.Г. Педагогічні умови формування професійної готовності майбутніх кризових консультантів для роботи з вимушеними переселенцями (внутрішньо-переміщеними особами)	510
Болотова Ю.Ю. Управління діяльністю закладом дошкільної освіти: інтегративний підхід	513
Вакулка А.Є., Грушко В.І. Оцінка вартості підприємства	516
Варченко Є.С., Плетенецька С.М. Теоретичні аспекти дослідження фінансового стану підприємства	519
Гончаров Д.Д. Дослідження підходів до менеджменту ІТ-проектів, як основа формування мотиваційного механізму управління командами ІТ проектів	522
Гричик Т.М., Алькема В.Г. Застосування реінжинірингу логістичних бізнес процесів на підприємствах	524
Гузир В.І., Алькема В.Г. Управління логістичними ризиками підприємства	527
Гутей С.О., Терехов В.І. Механізм управління інноваційною діяльністю підприємств	531
Демчук А.І., Алькема В.Г. Формування та економічне обґрунтування інноваційної політики промислового підприємства	534
Єсюнін С.С., Петрова І.Л. Елементи процесу управління створенням бренду	537
Здан Н.В., Петрова І.Л. Мотиваційна складова підвищення ефективності діяльності освітніх організацій	539
Карпенко З.М., Алькема В.Г. Шкільна автономія як державне право юридичної особи	543
Кібиш Л.А., Алькема В.Г. Планування процедур забезпечення якості в проектах сертифікації колісних транспортних засобів	547
Клименко І.Є. Напрями формування державної політики менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури і спорту	550
Клименко Є.І. Формування ключових компетентностей в учнів нової української школи для успішної реалізації в соціумі	553
Костіна Л.О., Алькема В.Г. Антикризове управління закладом освіти	555
Котюк І.В., Терехов В.І. Інноваційний розвиток промислових підприємств івано-франківської області	558
Лопатіна О.А. Особливості проведення оцінки відповідності радіообладнання в ДП "Укрметртестстандарт"	561
Луценко В.Ю., Петрова І.Л. Система стимулювання продажів в системі інструментів маркетингових досліджень	563
Ляшенко О.М. Управлінський капітал: сутність та складові	566
Мазур К.А. Основні функції управлінської діяльності підприємства	569
Макаревська А.А. Механізми оптимізації впливу TV реклами: фактори позиціонування та розміщення рекламних повідомлень	571

<i>Маруховська О.О.</i> Актуалізація та необхідність вивчення логіки як обов'язкової навчальної дисципліни для формування загальних компетентностей бакалаврів згідно стандартів вищої освіти 2018/2019 рр.	572
<i>Мігус І.П., Гребень С.Є.</i> IT-аудит як інструмент оцінювання результатів наукової діяльності ЗВО	575
<i>Медведєва О.М., Россошанська О.В.</i> Конфігураційний підхід як інструмент системного компонента сучасного управлінського мислення	577
<i>Микитюк В.В., Алькема В.Г.</i> Управління реалізацією інноваційного проекту комунального підприємства	580
<i>Морозова Н.Є., Чаюн Н.С.</i> Попередження та подолання конфліктів – необхідні вміння для сучасного керівника	584
<i>Недавні В.В., Кириченко О.С.</i> Особливості проведення внутрішнього аудиту системи управління якістю логістичної компанії	588
<i>Оханін А.О.</i> Проблематика удосконалення менеджменту логістичної служби на підприємствах будівельної індустрії в Україні	592
<i>П'ятничанська Л.М., Алькема В.Г.</i> Теоретичні основи управління загальноосвітніми навчальними закладами	594
<i>Пазєєва Г.М.</i> Місце приватних дошкільних закладів в системі освіти України	597
<i>Пекна Г.Б., Николин Б.Б.</i> Теоретичні основи системи управління персоналом підприємства	600
<i>Пекна Г.Б., Дарага П.А.</i> Формування стратегії управління економічною безпекою вітчизняних підприємств	603
<i>Пекна Г.Б., Федоренко К.О.</i> Планування бізнес-стратегії компанії системного інтегратора	606
<i>Петрова І.Л.</i> Маркетинг персоналу в управлінні організацією	610
<i>Пігуляк Х.В., Алькема В.Г.</i> Організаційно-економічний механізм інноваційної діяльності підприємств	613
<i>Побокова Л., Пазєєва Г.М.</i> Сучасний стан транспортно-експедиторських	616
<i>Поскрипко Ю.А.</i> Поведінкові компетенції менеджерів в управлінні проектами	619
<i>Рач В.А., Мушинський О.Ю., Кулик О.О.</i> Класифікація підходів до управління на основі моделі «Піраміда 3М»	622
<i>Руліковська Н.В., Хорошенюк А.П.</i> Е-маркетинг у просуванні освітнього продукту	625
<i>Савельєв Є.В.</i> Особливості діяльності молодіжних центрів в Естонії	629
<i>Сумбаєва Л.П.</i> Управлінсько-правовий аспект закону «Про фахову передвищу освіту»	631
<i>Сисоліна Н.П., Савеленко Г.В., Нісфоян С.С.</i> Управління ресурсним потенціалом виробничого підприємства з використанням методу побудови дерева прийняття рішень	634
<i>Скурто О.С.</i> Проблеми створення і управління сучасним спортивним клубом	637

<i>Тахтаджієв Д.В.</i> Розроблення та впровадження програми реалізації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності ПАТ «Запоріжсталь»	640
<i>Товкач К.В.</i> Вплив корпоративної культури на ефективність розвитку бізнесу	642
<i>Тодорюк Р.В., Терехов В.І.</i> Стратегічне планування інноваційного розвитку промислових підприємств: сутність поняття та етапи здійснення	645
<i>Томашевська Л.П.</i> Розроблення та впровадження інтегрованої системи управління на підприємстві ДП «Укрметртестстандарт»	648
<i>Ушакова М.В.</i> Управління фінансовими ресурсами як невід’ємний аспект розвитку підприємств	651
<i>Федорець С.Б., Сингаївська І.В.</i> Вивчення сучасних вимог до професійних компетенцій державних службовців	653
<i>Шульга З.В., Петрова І.Л.</i> Комплекс маркетингу в сфері послуг	656
<i>Ярова О.А., Терон І.В.</i> Формування емоційної складової бренду	659
<i>Яровой Т.С., Круценко В.І.</i> Реалізація управлінських функції в територіальних громадах України	661

СЕКЦІЯ 6. КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

<i>Азуф О.Б., Лоліна Н.А.</i> Емоційний аспект дизайну та його роль у комунікації суспільства	663
<i>Воронцова О.М.</i> Фешн промоушн, як інструмент впливу на розвиток сучасної бізнес-моделі у сфері дизайну одягу	666
<i>Далявська Т.П.</i> Культурна ідентичність держави як наслідок трансформаційних державотворчих процесів в епоху глобалізації	669
<i>Кириченко О.С.</i> Основні принципи концепції модернізації промисловості країни на засадах «Індустрії 4.0»	672
<i>Кулик А.В.</i> Функції вхідних груп підприємств торгівлі розташованих в перших поверхах житлових будинків	675
<i>Панета С.П.</i> Динаміка культурно-мистецьких перетворень в Україні у 1920-х рр.	680
<i>Яків’юк О.І.</i> Декоративні елементи інтер’єру житлових та прибуткових будинків другої половини ХІХ – початку ХХ ст.	683

СЕКЦІЯ 7. ТУРИСТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

<i>Архіпов В.В.</i> Історична еволюція курортної дієтотерапії	686
<i>Гаврилюк С.П.</i> Інноваційні аспекти розвитку туризму в Україні	689
<i>Гаврілова Д.О., Мелько Л.Ф.</i> Лікувально-оздоровчий туризм як туристичний бренд Чехії	692
<i>Донцова Т.А., Мелько Л.Ф.</i> Проблеми збереження історичного центру Львова як популярного туристичного центру	695

Жила Є.В., Мелько Л.Ф. Туристичні райони великої Британії: проблеми та перспективи (досвід для України)	698
Карюк В.І. Інноваційна складова привабливості туризму в Україні	701
Мелько Л.Ф., Коненко О.В. Всесвітня спадщина ЮНЕСКО в Україні як туристичний ресурс: сучасний стан та шляхи оптимізації	705
Міхо О.І., Пономаренко Д.С. Нормативне регулювання сільського туризму в Україні	708
Романова М.І. Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» в Батурині: туристичний об'єкт та місце сили	711
Смоян Е.А., Сокол Т.Г. Краєзнавчі екскурсії як важлива складова популяризації внутрішнього туризму	715
Уварова Г.Ш. Рекреаційно-туристичні кластери в Україні: географія і перспективи розвитку	718
Шевчук Ю.А. Зарубіжний досвід державної підтримки в туристичній галузі	721

СЕКЦІЯ 8. НАУКОВА СЕКЦІЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДИ «НОВАЦІЇ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СЬОГОДЕННЯ»

Аджієва Е.М., Кот Т.Ю. Збереження нематеріальної культурної спадщини кримськотатарського народу як аспект культурної дипломатії	724
Арутюнов Ю.М., Гончаренко К.С. Прояви духовності в історії та сьогоденні	726
Бабенко Є.К., Карчина Л.Я. Нова Українська школа та розвиток особистості	727
Бондаренко В.В., Карчина Л.Я., Нейролінгвістичне програмування в педагогіці як спосіб впливу на мотивацію учнів до навчання	729
Войтюк Д.В., Кот Т.Ю. Податкова політика держави як елемент національної безпеки	731
Дмитришин Р.А., Кот Т.Ю. Удосконалення правового методу регулювання в аспекті спрощення умов здійснення аквакультури	734
Зінченко С.С., Шульга В.І. Зарубіжний досвід фінансового посередництва на ринку страхових послуг	737
Караульний В.В., Кот Т.Ю. Захист прав на інтелектуальну власність, як один з важливих інструментів регулювання ринкових відносин	743
Кирилов С.К., Гончаренко К.С. Генетичний детерміназм та його соціальне значення: інтерпретація біологічних концепцій з точки зору	745
Ковач О.В., Ковганич Г.Г. Інклюзивна освіта в умовах нової української школи	748
Кравченко С.В., Гончаренко К.С. Людина інформаційного простору: трагедія суб'єкта	751
Кушнір Я.В., Фірсов М.Ю. Бортництво як традиційний промисел українського полісся	753
Кузьменко В.А., Шульга В.І. Світовий досвід будівництва доріг з альтернативного матеріалу	755

<i>Курінна А.Є., Масловська Л.Г.</i> Східні стежини Лесі Українки	760
<i>Лаврінчук І.О., Лаврінчук О.П.</i> Звичаєво-правова культура українського козацтва	763
<i>Муляр Е.О., Кот Т.Ю.</i> До питання реалізації статті 4 «конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини» ЮНЕСКО в національному законодавстві	765
<i>Навроцька Я.Б., Пархоменко С.М.</i> Вплив стилю спілкування педагога і учнів на результат навчання	768
<i>Науменко Р.В., Булатецька Ю.М.</i> Мурал-арт як популяризація традиційних цінностей народу	771
<i>Назаренко А.С., Литвин В.А.</i> Методика синтезу фудбвокислот з оплодня гранату	773
<i>Онищенко А.С., Кот Т.Ю.</i> До питання щодо нормативного забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні	776
<i>Серпун Д.Р., Кот Т.Ю.</i> До питання космічного туризму: реалії та перспективи	780
<i>Сторчак В.В., Дерка С.А.</i> Етнологічна спадщина виникнення прізвищ українського народу на основі дослідження міста Бучач періоду XVII – XXI ст.	782
<i>Тарасюк М.-Л.К., Моїсеєнко Є.В.</i> Освітня міграція українців	784
<i>Франк А., Гончаренко К.С.</i> Божевілля як соціальне явище	786
<i>Харькова Х.М., Тищенко М.С.</i> Розуміння людини в філософській антропології	789
<i>Чернишова Н.В., Гончаренко К.С.</i> Трансформаційні зміни в естетиці танцю: втрата класичної репрезентації	791
<i>Шаманська А.А., Зубченко Т.М.</i> Культура повсякдення міського жителя на прикладі району Оболонь	794
<i>Шевченко Д.О., Гаврилюк Ж.М.</i> Побут киян за фотографіями XIX – початку XX ст.	796

СЕКЦІЯ 4. ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

UDC 338

MATSKEVICH L.I.

*Ph. D. in Economics, associate Professor, Institute of Entrepreneurship,
Minsk, Belarus*

MOISEENOK O.V.

M. E., senior lecturer, Institute of Entrepreneurship, Minsk, Belarus

REGIONAL STRUCTURE OF SMALL AND MEDIUM BUSINESS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Entrepreneurial activity has been and remains attractive for many people, because it is associated with economic freedom, the ability to make business decisions independently and choose any form and sphere of economic activity. The development of small and medium-sized enterprises (SMEs) is currently one of the priorities of economic development of the Republic of Belarus. At the same time, the share of small and medium – sized enterprises is significantly lower than in developed European countries, and is about 28.8% of GDP, while the average for the European Union countries is more than 50% of GDP.

In the sector of small and medium-sized businesses, the trend of outstripping growth in the number of microorganisms has remained in recent years. Thus, at the end of 2018, the number of microorganisms increased by 1.7%, the number of small organizations decreased by 2.9%, the number of medium-sized organizations decreased by 0.4%. In order to identify the level of differentiation of socio-economic development of regions consider the basic conditions of their formation.

Each region has distinctive features that determine the reproduction and use of labor resources. First of all, it is the level of socio-economic development, the structure of the economy, infrastructure features of the territory, as well as the nature of the manifestation of demographic processes. The characteristics of SME development vary significantly between regions. In some, the development of small companies is a priority, and there are those where the economic potential is fully concentrated in large companies and the public sector. Almost 50% of SME organizations and more than 45% of SP are concentrated in Minsk and Minsk region. While each of the remaining five areas accounts for 8.5-13% of organizations and from 9 to 13.5% of SP.

This inequality is associated with many factors, including both objective and subjective, including demographic, as noted earlier, education, mentality, as well as the level of work of local authorities. The situation analysis of small and medium-sized businesses testifies to the disproportion and unevenness of its development in the regions of the country. Significant differences at the regional level are due to the structure of the economy, the prevalence of certain economic activities, specialization and concentration of production in the intra-Republican division of labor.

In this regard, a unified approach to assessing its effectiveness does not give a complete picture of the effectiveness of the business. We believe that the main

criterion should be the state of the sphere of small and medium-sized businesses in the region and the potential for its development. Based on the data presented, three variables were selected, characterizing respectively the level, dynamics and potential of the SME sector:

- entrepreneurial activity-the ratio of the number of small and medium-sized enterprises to the number of economically active population;
- SME sector growth - the ratio of revenues of small and medium-sized enterprises to the previous period, %;
- growth potential of the SME sector - the ratio of investment to revenue in the sector of small and medium enterprises,%.

As a result of the research (cluster analysis), we have attempted to form the following groups of regions.

1. Established growing entrepreneurial regions.

The regions with the highest entrepreneurial activity, as well as high rates and growth potential of this sector, namely, categorized cities and large industrialized regional centers, are presented.

2. Fast-growing entrepreneurial regions with high levels of investment. These include FEZ, industrial Park «Great stone», satellite cities and historical population centers.

3. Entrepreneurial regions with low growth dynamics. These are mainly regions with weak growth potential, low level of industrial production and economically active population. These regions have weak growth potential and a high need for investment.

4. Regions with the lowest level of SME development and growth rates, where there is a high need for state support.

These are mainly regions with a significant predominance of rural population. Entrepreneurship in them is mainly represented by farms, handicraft activities and certain types of services, personal subsidiary farms. Most people here become entrepreneurs involuntarily, due to the lack of other sources of employment and income. It should be noted that in the system of factors aimed at further formation of favorable conditions for the development of small and medium-sized businesses in the country, an important role is assigned to state authorities at the regional (local) level. A differentiated approach to assessing the state and prospects of business development in the regions will focus efforts to support entrepreneurial activity and ensure their dynamic development.

References:

1. *Statistical collection «Small and medium-sized enterprises in the Republic of Belarus», - Mn. - 2019. - p. 16.*
2. [Electronic resource] <http://ced.by/ru/publication/opinions/shownews/poczemu-slozhilas-takaja-struktura-msp>-accessed 30.09.2019.
3. *Craft activity // Ministry of economy of the Republic of Belarus [electronic resource] / - 2019. – mode of access: <http://www.economy.gov.by/ru/remeslo-ru> – date of access: 26.09.2019*
4. *A. E. Lampert Monitoring and evaluation of the effectiveness of sustainable development strategies at the local level: information manual / A. E. Lampert.- Minsk: IVC Ministry of Finance, 2018. - p. 48.*

MITNOVETSKA I.I.
graduate student, «KROK» University
ABANINA H.V.
PhD of psychology, educational-scientific institute of psychology,
«KROK» University

METAPHOR AS A METHOD OF CREATIVE SELF-ACTUALIZATION OF AN INDIVIDUAL

Self-actualization as a term was introduced by Abraham Maslow, one of the representatives of humanistic psychological theory, meaning an individual's willingness for fulfillment of the highest needs and search of sense in life. Maslow defined self-actualization to be «the desire for self-fulfillment, namely the tendency for him [the individual] to become actualized in what he is potentially. This tendency might be phrased as the desire to become more and more what one is, to become everything that one is capable of becoming» [1]. Self-actualization is a process which goes far beyond satisfaction of a person's basic survival needs while creativity (or creativeness) was placed on top of Maslow's pyramid of human needs. Carl Rogers also created a theory implicating a «growth potential» whose aim was to integrate congruently the «real self» and the «ideal self» thereby cultivating the emergence of the «fully functioning person» [2].

When talking about self-actualization, we should introduce the notion of creativity as a person's urge for discovery of his or her own growth potential based on this person's individual cognitive, biological or psychological advantages with the purpose of their realization in the outer world. Self-realization, as well as life itself is rather a creative process and does not end after a certain goal is achieved. Desire for creativity is typical for every living human being which can be clearly seen in children, as most adults do not permit themselves to create their own life as this would bear a challenge to both their comfort zone and predictability of mundane life.

According to S. Rubinshtein, «creativity is action, aimed at creation of new material and spiritual values» [3]. Creativity is an inner resource or potential which impowers us with original problem-solving skills and uncommon vision which gives us opportunity to see usual things differently. Creativity starts to flow when one steps outside of established frameworks and starts thinking out of the box. Creativeness as ability to think and process information in unusual way is a quality of character which makes decisive impact on an individual's self-realization in social life.

One of the ways to encourage creativity is to use metaphors or rather activate metaphoric thinking, which is a thinking technique that connects and compares two different meanings. After all, people tend to look for similarities, and process of comparison helps them grasp complex issues by making metaphorical comparison between a complex problem and a recognizable situation. A metaphor means comparing two things that are not literally the same. Metaphors were considered a sign of genius by the Greek philosopher Aristotle. According to him, the individual who can perceive the similarity between two very different concepts, was intelligent

and had a special gift. In linguistics metaphor is regarded to be the most frequently used method for mental models' creation, as metaphor makes it possible to verbalize images that appear in human inner world.

Trying to understand things through logic alone disrupts creative process. When using a metaphor, an individual combines two elements that have little or no logical connection. Breaking rules of logic allows metaphors to access the creative side of our brain, our subconscious. As Karl Yung suggested, our unconscious is capable to form images and to use them afterwards as symbols, that are afterwards brought up in our dreams, through which our subconscious sends information to our conscious. Thanks to mindful visualization of these images a new situation is being created, where subconscious material is being openly presented to the awake consciousness. Yung regarded this process to be the manifestation of transcendental function as integral influence of conscious and subconscious factors [4]. Metaphorical thinking is stimulated by images, ideas and concepts, it might seem strange, but eventually it leads to more insight and brings solutions to surface. Thinking with the help of images is also necessary for learning process, as it forms the base of abstract thinking. Metaphors conjure up lively images and help us look at things from a new perspective in order to understand them better. The main principle of human thinking is based on images and symbols which via associative thinking break through to human consciousness, bringing with them understanding of the real picture of a person's life. Metaphoric intellect is a person's ability to grasp the deep sense of life through associative thinking.

Nick Owen in his book «The Magic of Metaphor» wrote: «Metaphor is not just a poetic or rhetoric device, it is a powerful tool to change a person's experience and system of perception. If we use a metaphor which means a certain notion, we make it possible to understand it in a few different ways. Thus, such change of perspective leads us to more extensive variety of choices, by which we act and learn about the world» [5,p.12].

Metaphorization is an extremely powerful method to develop culture, thinking and language of a personality, it becomes more and more complicated, as in our contemporary postmodern life all the notions have already become metaphors if we look at them from cultural point of view. Thus, we can state that one can judge by a person's ability to think metaphorically about this person's creativity, psychic flexibility and mind adaptability, as well as his or her personal and professional success in social life, especially as our world is constantly changing and evolving.

It is understood that if a person gets introduced to metaphoric thinking from early childhood, while learning native language and folk culture, the learned images form the basis of the deep subconscious, and at any age afterwards this person would be able to recognize and rediscover the metaphoric sense of these images, moreover, even to independently find analogous similarities between them and the facts which happen in his current life, as subconscious keeps the information about the structure of personality and all the personal history. Thus, any human activity in certain sense can be rendered through a metaphor.

Introduction to ancient myths, national legends, folk fairy tales and works of art has always been an important and necessary part of esthetic and cultural upbringing

of a personality, since these traditions go deep into the world history of human development. Contemporary system of education offers diverse methods of creativity development for both children and adults. Creativity as a person's ability for constructive, non-standard way of thinking, as well as for understanding of someone's personal experience, in great measure defines self-realization and success of a person in social and professional life. Creativity influences in a positive way a person's flexibility, sense of humor and ability to adjust to new conditions of life; it also helps to quickly structure and solve problems in original way with utmost attention to details. Self-assuredness and well-developed consciousness are essential conditions of self-actualization, as they help a creative person to be a subject (not an object) of a transforming process, and to refuse from fixed understanding of the nature of things and events.

Self-actualization is all about a person's urge to personally grow and develop. A personality which is able of self-actualization can always be recognized thanks to talent and intention for creative activity. Modern society like never before is in high demand of human community which solves the mankind's contemporary problems and reaches its' highest goals in a non-standard way. World psychology has various definitions for the word «creativity», while creativity in a certain sense is still a mystery, and we still do not know for sure if the theory of creative process will ever be described, but we know for sure that every product of human creativity influences our world and the people living in it. Creativity is a socially, economically and evolutionally important factor for mankind, it is practical and mindful activity aimed at creation of original and unique values, finding new facts and regularities, as well as means of transformation of material world and spiritual culture.

References:

1. Abraham Maslow. *A Theory of Human Motivation*. – Martino Fine Books, 2013. – P.35–36.
2. Carl Rogers. *Freedom to Learn*. – Pearson, 1994. – P.302–304.
3. Рубинштейн С. Л. *Основы Общей Психологии*. – Питер, 2015. – С.150.
4. Carl Jung. *Man and His Symbols*. -Penguin Random house, 2012. – P.26–28.
5. Nick Owen. *The Magic of Metaphor*. – Crown House Publishing, 2001. –P.12.

*MOYSEENOK O.V.,
ME, senior lecturer, Institute of Entrepreneurial Activity
YAKUBOVSKAYA K.A.
second-year student, Institute of Entrepreneurial Activity*

COMPETITION AS A METHOD OF PSYCHOLOGICAL IMPACT ON THE STAFF

Today, the sphere of personnel management is global in nature and reflects the search by companies for the possibility of creating highly efficient systems for the realization of creative and productive potential. To increase the effectiveness of work, enterprises use different principles, forms, methods of influencing the interests and needs of employees.

In the modern world, in most cases, labor is considered as a means of earning. However, high wages can fully motivate staff, increase work efficiency and competitiveness not always. A motivation method such as competition does a good job of this. It is a catalyst that helps speed up these processes [1].

Competition is a form of activity, struggle, competition for the achievement of excellence, the best result (win, recognition, etc.)

The organization of the competition is the basis of its effectiveness. The goals and objectives of the competition are determined, the program is drawn up, evaluation criteria are developed, conditions are created for the competition, summing up and awarding the winners. The competition should be quite difficult, exciting. In addition, the points of the competition should be made specific so that the results of their implementation can be evaluated and compared. Evaluation criteria should be simple and understandable for all participants. The mechanism of summing up and determining the winners is better to make clear [2].

Scientists' research has shown that, in the fight for the championship is not the whole working team takes part. Only part of it. In one case this part can make about 95%, but even there, there will be people who will not fight for superiority. In the other-the number of competitors can be no more than 15%, the rest will just watch, join certain groups [3].

When the competition is organized, the ability of the head to cause competitive excitement in his subordinates plays a great role. Charles Schwab, one of the most popular managers said about his talent: «I consider the ability to inspire people's enthusiasm and develop what is best in a person, through recognition of his merits and encouragement. This is my most valuable quality».

In the Republic of Belarus, much attention is paid to labor competitions in the field of agriculture. Every year, together with social partners (the Department of agriculture and food of the Executive Committee, regional and district offices of the agro-Industrial Union, heads of organizations and enterprises), these competitions are held during field and harvesting operations. Their main goal is that a person who works conscientiously knows that his contribution will be noticed and appreciated. For example, in 2019. competitions were held at the spring sowing (sowing,

ploughing, cultivation, collection of organic matter, mineral fertilizers, organic fertilizers), the action «Our livestock», competition Kormozagotovka, the best worker of agriculture, competition for seed cleaning (the «thousands» and «two-thousanders») and many others.

This group of non-material incentives for personnel is also used in industry. In particular, the Belarusian metallurgical plant has a program to work with young people, which provides, first of all, the creation of conditions for professional and personal self-realization of young men and women, which is a certain guarantee of compliance with labor discipline. Forty winners of the youth award of the plant are determined annually in the nominations «To the other peaks», «Breakthrough of the year», «True talent», «Energy of victories». In labor competition of the enterprise «Professional Olympus» call the advanced collectives and workers who the creativity, initiative and responsibility deserved the right to be the best.

In 2019, the XXIII Republican contest of professional skills of employees of postal facilities was held. The venue of the competition was the recreation center «Druzhba» RUE «Belpochta». 42 professionals – winners of competitions in regional branches and production «Minsk mail» gathered here.

And in 1997, Belpochta held the 1st Republican contest of professional skills of communication operators and postmen for the delivery of printing and correspondence. Since then, every year the company continues this tradition.

Also, the country annually holds a Contest «the Best goods of the Republic of Belarus», since 2002, on the joint initiative of the state standard, regional Executive committees and the Minsk city Executive Committee. Among the objectives of this event are: informing consumers about high-quality goods (products or services) in the interests of their producers and promoting the promotion of products on the domestic and international markets, support for Belarusian manufacturers producing competitive goods, assistance in providing the consumer market of the Republic of Belarus with high-quality and competitive domestic goods, identification of newK преимуществам соревнований следует отнести:

- increase productivity,
- replacing material rewards with excitement and desire to win,
- the possibility of free cancellation (or continuation) of the competition in contrast to the material reward,
- creating conditions for improving personal self-esteem,
- improving interpersonal relationships,
- promoting the development of the organization as a whole.

However, if the volume of work is too high, wages are low, working conditions are unsatisfactory, and there is no bright idea that can captivate people, then the labor rivalry organized by the Manager is perceived by the staff as a desire to squeeze the most out of them. And in this case, competition as a method plays the opposite role-it becomes a catalyst that accelerates staff turnover. The winner feels even more acutely the gap between what he deserves and what he actually gets. In addition, it should be remembered that moral stimulation does not replace material, but only makes it more effective.

Also, significant time and financial costs are required for the organization of such competitions, and then constant monitoring of the progress of their conduct. This will cause a significant degree of involvement of the management staff.

At the same time, competition may not always be constructive and competition may jeopardize corporate cooperation.

Thus, the presence of a challenge, providing opportunities for everyone in their workplace to show their abilities, Express themselves in their own professional activities, results, prove to yourself that you are able to perform it better than others-are able to provide labor competitions. Perhaps in the future, management will pay more attention to these employees, will lead to their advancement on the career ladder. Therefore, this method of non-material motivation has its impact and sufficiently meets the needs of the employee, management and the enterprise, which ultimately determines the quality of the staff and the enterprise as a whole.

References:

1. Avetisyan D. O., voskoboynikova A.D., Kovalenko A.V. *Competition as a method of improving the efficiency of the personnel of the enterprise service sector // Economics and management of innovative technologies.* 2018. No. 3 [Electronic resource]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2018/03/15877> (date accessed: 30.09.2019).
2. [Electronic resource] <https://mirznanii.com/a/203648-2/psikhologicheskie-metody-upravleniya-personalom-215877> (accessed 10.10.2019).
3. Paponov N. *That is, What can and should be the motivation of the workers // Staffing company.* - 2003. - No. 8. Pp. 28-31.
4. Kotlyarov I. D. *real Work-virtual payment // personnel Management.* - 2015. - No. 19. - Pp. 52-58.
5. Kovalchuk Yu. Yu., Protsenko R. V. *Personnel of the service sector: specifics of labor motivation // Young scientist.* - 2016. - No. 10. Pp. 46-51.

НАРАТИВНІ ПРАКТИКИ ПОДОЛАННЯ ПСИХОТРАВМУЮЧИХ ВПЛИВІВ

Запит на ефективні способи психологічного відновлення у посттравматичних ситуаціях завжди був актуальним для практичної психології. У сьогоденній нестабільній, складно прогнозованій та недостатньо захищеній соціальній реальності це питання постає особливо гостро. Тому увага сучасних дослідників фокусується на особистості, що потрапляє в кризові, екстремальні життєві ситуації та має вибудовувати свою поведінку в особливих умовах психотравмуючих впливів, а також на особах з екстремальною та кризовою професійною діяльністю.

Проблема психологічної травми, визначення поняття, видів травми, проблема комбінованої та кумулятивної травми, посттравматичні наслідки різнобічно досліджені та описані в науковій психологічній літературі. Так, у посібнику з діагностики та статистики психічних розладів (DSM-5) психотравма визначається як експозиція до смерті або загрози життю, серйозного ушкодження або сексуального насильства в один (чи більше) з таких способів: 1) безпосереднє переживання травматичної події (-ій); 2) перебування свідком подій, які трапились з іншими; 3) знання того, що травматична подія (-ії) трапилась із членом сім'ї чи близьким другом – у випадках смерті чи загрози життю члену сім'ї чи другові, якщо ця подія (-ії) була насильницькою або непередбачуваною; 4) переживання багаторазової чи надмірної експозиції до нестерпних деталей травматичної події (-ій) (наприклад, офіцери поліції, котрі неодноразово стикаються з деталями скривдження дітей) [1]. У своїй роботі ми підтримуємо думку Бріер Д., Скот К. про те, що травматичними слід вважати також події, які «надмірно засмучують і хоча б тимчасово пригнічують внутрішні ресурси індивіда, а також є причиною стійких психологічних симптомів», хоча і не загрожують життю [1]. Таке розуміння психотравми є ширшим і дозволяє охопити категорію постраждалих, які переживають серйозну загрозу щодо психологічної цілісності, наприклад внаслідок інтенсивного емоційного травмування, важких втрат, розлучення, приниження гідності тощо. Хоча, як зазначають дослідники, «діагностуючи формальний стресовий розлад, потрібно дотримуватись версії травми, котра описана у DSM-5» [1, 24].

Наслідки психотравмуючих впливів доволі різноманітні, найпоширенішими з них є: депресивні розлади, реакції тривоги (генералізована тривога, панічні атаки, посттравматичні фобії), стресові розлади (посттравматичний стресовий розлад (ПТСР), гострий стресовий розлад (ГСР), дисоціація), соматичні та психотичні розлади. Звичайно, цей перелік не охоплює усіх можливих наслідків психологічної травматизації. Більше того,

психотравма може спричинити так звані екзистенційні наслідки, такі як втрата сенсу життя, віри у майбутнє, здатності сподіватися, довіряти, піклуватися про себе та інших, почуття самотності.

Внаслідок психотравми можуть залишитися болісні часткові спогади, які не об'єднуються у цілісну історію. Такі незасвоєні, неінтегровані в життєву історію людини фрагменти можуть переслідувати її у вигляді інтрузивних симптомів (нав'язливих спогадів, страшних снів, дисоціативних реакцій тощо). В результаті фіксації на травматичному минулому виникають психоемоційні проблеми на зразок синдрому ПТСР. «Травматичні події викликають порушення автобіографічної пам'яті, а відтак послаблення контекстуалізації подій та посилення асоціативних зв'язків, що веде до розвитку симптомів повторного переживання» [2, 30].

Ефективність психологічної допомоги при роботі з психотравмою насамперед залежить від вміння психолога (консультанта, терапевта) створити безпечні умови для розповіді клієнтом своєї історії про травматичні події. У цьому сенсі одним із ресурсних, життєствердних, безпечних напрямів психологічної роботи з людьми, що переживають наслідки психотравмуючих впливів, ми вважаємо нарративний метод, який доволі широко застосовується в психологічній теорії та практиці. Однак методологія використання нарративу в роботі з психотравмою описана фрагментарно і потребує наукової систематизації та узагальнення. З огляду на це *метою* нашого дослідження є опис психодіагностичних та психокорекційних нарративних практик, спрямованих на подолання наслідків психотравмуючих впливів.

Основна мета травмофокусованої нарративної терапії – відновлення «лінії часу» через створення/перепроживання нового нарративу травматичної ситуації. Для цього використовується спеціальна процедура поновленого «виписування» історії травматичної події – *наративізація*, яка дозволяє сконструювати усвідомлений цілісний, альтернативний нарратив травматичної події. В результаті у людини з'являється нова історія, нові можливості та сподівання. Зазвичай, у ході нарративної реконструкції клієнт отримує новий емоційний досвід та новий когнітивний конструкт (рекогніція) – ресурс для змін і досягнення стану особистісної інтегрованості, цілісності, автономності.

Наративна експозиційна терапія (NET) базується на теорії подвійного пред'явлення травматичних спогадів. Клієнт за допомогою терапевта конструює хронологічну розповідь про історію свого життя, фокусуючись на травмуючих переживаннях. В результаті фрагменти травматичного досвіду інтегруються в життєву історію клієнта. Метод NET не потребує від клієнта вибору однієї травматичної події зі всієї історії травми, а спрямований на аналіз всього життя людини, зміцнюючи тим самим відчуття особистісної ідентичності. В результаті повторного перегляду (*re-visiting*) травматичного досвіду відбувається переосмислення, яке дає клієнту можливість побачити події в контексті плину свого життя, а не переживати повторно (*re-experienced*) ці події в теперішньому часі. Важливим терапевтичним ресурсом цього методу є створення по завершенню роботи автобіографії клієнта в письмовому вигляді. Також перевагою методу є те, що процедура NET проста й зрозуміла для

використання як психотерапевтами, так і консультантами в умовах надзвичайних ситуацій (війна, катастрофи тощо). Більшість NET-сесій проводяться з метою отримання детального опису подій, розташованих на «лінії життя» в контексті загальної біографії клієнта, терапевт прямує за клієнтом через всю «лінію життя» з самого початку і по актуальний момент [3].

В ході теоретичного аналізу стратегій опанування психотравматичного досвіду в контексті різних психотерапевтичних напрямів, нами було розроблено інтегративну модель «терапевтичних сходинок» травмофокусованої наративної реконструкції, у якій було поєднано концептуальні підходи когнітивно-поведінкової, наративної та транзактно-аналітичної терапії психотравми. У межах зазначеної моделі нами запропоновано використовувати психотерапевтичну техніку травмофокусованої наративної реконструкції, в основу якої покладено елементи мультимодальної моделі лікування травми «SEE FAR CBT» M. Lahad, M. Doron [4; 5].

Перспективу дослідження ми вбачаємо в необхідності проведення більш ґрунтовного емпіричного дослідження можливостей використання наративних практик як копінг-стратегій особистості в умовах гострих соціогенних стресів та постстресових ситуаціях, насамперед в аспекті оптимізації часового впорядкування та інтеграції психотравматичного досвіду.

Список використаних джерел:

1. Бріер Д., Скот К. *Основи травмофокусованої терапії*. – Львів: Свічадо, 2015. – 448 с.
2. Горбунова В. В. *Робота з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР) у межах когнітивно-поведінкової терапії* // Психологічна допомога особистості, що переживає наслідки травматичних подій: зб. статей / Ін-т соціальної та політичної психології; Представництво Польської академії наук у м. Києві. – К.: Міленіум, 2015. – С. 26–35.
3. Schauer, M. *Narrative Exposure Therapy: A short Term Treatment For Traumatic Stress Disorders (2nd edition)*. – Cambridge, MA: Hogrefe Publishing, 2011 // Режим доступу: <http://narrative.ru/narrativnaya-ekspozitsionnaya-terapiya-net>.
4. Allen J. *Narrative Theory, Redecision Therapy, and Postmodernism* // *Transactional Analysis Journal*, October 1995. – vol. 25, 4. – P. 327–334.
5. Lahad M. *«BASIC Ph» Model of Coping and Resiliency: Theory, Research and Cross-Cultural Application*. – Philadelphia, USA, 2013. – 288 p.

ЗНАННЯ ВЧИТЕЛІВ ПОЛЬЩІ ТА УКРАЇНИ ПРО АУТИЗМ

В рамках стажування за програмою молодих науковців в Польщі, Studium Europu Wschodniej, UW, було проведено дослідження знання вчителів про аутизм, досліджувалася різниця знання про аутизм між вчителями Польщі та України. В теоретичній частині дослідження були опрацьовані літературні джерела за даною тематикою, що представлені українськими вченими, а саме Е.Алієвою [1], К.Островською [2], Т.Скрипник [3], У.Тарнавська [4], А.Хворовою [5], також праці польських дослідників К.Герс і М.Юрек [6], Ж.Коссеўська і К.Сарлей [7]. Бралися до уваги праці дослідників Канади, Англії, зокрема С.Хелпс, І.С.Ньюсом-Девіс і М.Калліас [8], Н.Гамфрей та В.Саймс [9], Л.Лебланс, В.Річардсон та К.А.Бернс [10]. Матеріали міжнародної наукової конференції, що проходила у м.Краків у 2018 році, з питань аутизму [11] розкривали проблематику з різних аспектів: психолого-пасторальна підтримка осіб з аутизмом в контексті католицької етики, якість життя осіб з аутизмом та їх родин, границі відповідальності терапевта під час терапії осіб з аутизмом, як бути з поганою поведінкою осіб з аутизмом, біоетичні проблеми в програмах підтримки осіб з аутизмом, про правду о щепленнях і т.д.

Методологічна частина дослідження будувалася на підставі методологічного інструменту „Опитувальника знання про аутизм” (Kwestionariusza wiedzy o autyzmie ASD-EAST), створеного завдяки проекту Autism Spectrum Disorder – Empowering and Supporting Teachers (ASD-EAST) і реалізованого Педагогічним університетом в м.Краків. Був здійснений переклад опитувальника на польську та українську мови (Kwestionariusz wiedzy o autyzmie ASD-EAST: kwestionariusz dla nauczycieli specjalistów w Chorwacji, Macedonii i Polsce). Результати були обраховані за допомогою програми SPSS і використання статистичного аналізу даних (тест Т-student, аналіз варіативності). Переклад опитувальника і опитування відбувалося з листопада 2018 року до лютого 2019 року, обробка отриманих даних з березня 2019 до червня 2019 року.

Дослідження проводилося із 60 особами з України та 60 особами з Польщі, вибірка представлена із вчителів загальноосвітніх шкіл та вчителів спеціальних шкіл, а також вчителів інклюзивних класів. Опитувальник складався із 4 частин і 18 питань. Частина 1 (1-11 питань) визначала опис групи та загальні питання: вік, стать, місце праці, місце проживання, посада, освіта, загальний професійний стаж, обсяг навчання з тематики аутизму, досвід роботи із дітьми, що мають аутизм. Частина 2 (12-13 питань) стосувалася знання про аутизм (характеристики аутизму і характеристик дитини). Частина 3 (14-16 питань)

розкривало знання методів роботи із дітьми з аутизмом. Частина 4 (17-18 питання) визначала навчальні потреби вчителів з тематики аутизму.

Дослідження, що презентується дозволило зробити кілька значних висновків. Знання вчителів з приводу тематики аутизму і методів роботи є недостатнім. Можна виокремити істотну різницю між вчителями України і Польщі з огляду на вміння ідентифікувати та розрізнити специфічні ознаки в осіб з аутизмом, детальних особливостей умов навчання і допомоги у розвитку, що є адекватними для дітей з аутизмом, зокрема знання про ці спеціальні методики і самооцінки їх використання. Дослідження дозволило виділити навчальні потреби вчителів України. Також вчителі України більш готові до додаткового навчання, що допоможе їм розвивати їх практичні компетенції в роботі із дітьми з аутизмом, ніж вчителі Польщі, про що свідчать результати дослідження.

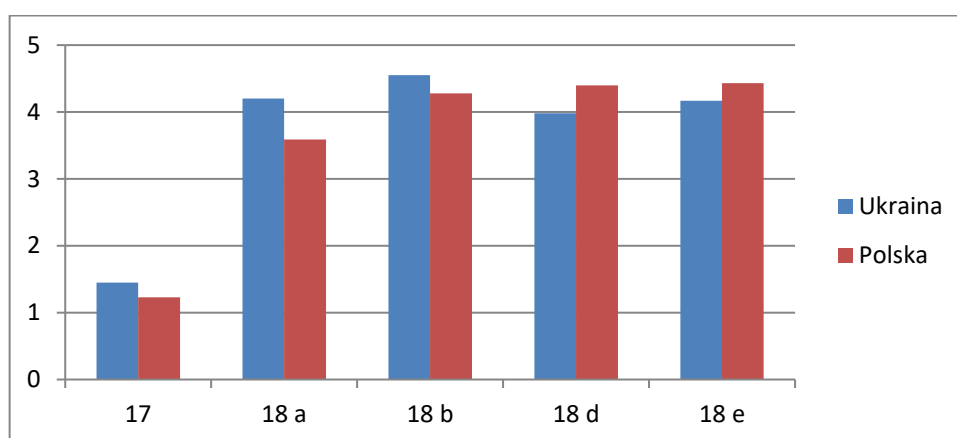


Рис. 1. Готовність вчителів до додаткового навчання і ступінь зацікавленості зазначеною тематикою

17 – потреба додаткового навчання, що розвиває навички праці із дітьми, що мають аутизм; 18 а – теоретичні засади; 18 б – практичні засади – загальні стратегії роботи із дітьми, що мають аутизм; 18 d – потреба у супервізії; 18 е – розвиток вмінь роботи з дитиною, що має аутизм, спираючись на попередній досвід.

Презентоване дослідження є першою спробою, що описує рівень знань вчителів про аутизм в Україні і це може значно сприяти вдосконаленню системи освіти з даної тематики, бо невідповідним вчителям складно реалізовувати свої завдання в навчальному процесі. На жаль держава не надає підтримки науковцям, лікарям, вчителям в процесі вдосконалення їх професійних знань і тому результати дослідження показують про відсутність системи підтримки та істотні навчальні потреби досліджуваних вчителів. В Україні відсутня взаємодія між професіоналами, тому вчителі відокремлені від інших спеціалістів, через що сильніше відчують потребу у розвитку своїх компетенцій.

Список використаних джерел:

1. Алієва Е. Арт-терапевтична студія як засіб вирішення проблеми взаємодії сім'ї та школи. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної заочної конференції 23 березня 2017 року*. 2017. с. 5-6.
2. Островська К. *Засади комплексної психолого-педагогічної допомоги дітям з аутизмом*. 2012. 520 с.
3. Скрипник Т. *Стандарти психолого-педагогічної допомоги дітям з розладами аутичного спектра*. 2013. 60 с.
4. Tarnavska Y. *Spoleczne rozumienie pojęcia „autyzm” na Ukrainie i w Polsce – analiza międzykulturowa. Człowiek - Niepełnosprawność - Społeczeństwo*. 2012. 4(18). s. 67-85.
5. Хворова А. *Комплексна психолого-педагогічна технологія корекції розвитку активності дитини з аутизмом*. Київ: НПУ імені М.П.Драгоманова. 2010. 19 с.
6. Gerc K., Jurek M. *Potrzeby edukacyjne i szkoleniowe wysokofunkcjonujących osób z autyzmem na przykładzie wyników części badawczej projektu PI-PWP Edu- Autyzm // Osoba ze stanami ze spektrum autyzmu. Możliwości aktywnego życia*. 2014. s. 191-204.
7. Kossewska J., Sarlej K. *Knowledge about autism by Polish future psychologists, Annales Universitatis Paedagogicae Cracoviensis. Studia Psychologica XI*. 2018.
8. Helps S., Newsom-Davis I.C., Callias M. *Autism The teacher's view*. 1999. p. 287-298.
9. Humphrey N., Symes W. *Inclusive education for pupils with autistic spectrum disorders in secondary mainstream schools: teacher attitudes, experience and knowledge. International Journal of Inclusive Education*. 2011. p. 32-46.
10. Leblanc L., Richardson W., Burns K.A. *Autism Spectrum Disorder and the Inclusive Classroom Effective Training to Enhance Knowledge of ASD and Evidence Based Practices (Algonquin Child and Family Services Nipissing University Hands, The Family Help Network). Teacher Education and Special Education*. 2009. Vol. 32. № 2. p. 166-179.
11. *Materiały międzynarodowej konferencji naukowej Focus on Autyzm*. 2018. 154 s.

ФОРМУВАННЯ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО МИСЛЕННЯ У ФАХІВЦІВ НЕДЕРЖАВНИХ БЕЗПЕКОВИХ СТРУКТУР

Міжнародна організація зі стандартизації (ISO) видала ISO 9001:2015 [1], оновлений стандарт систем управління якістю на більш високому рівні. Найбільш помітна відмінність нової редакції стандарту стосується змін його структури.

Класифікація ризиків означає систематизацію ризиків на підставі певних ознак і критеріїв, що дозволяють об'єднати підмножини ризиків в більш загальні категорії. Сучасна загальна або системна ризикологія пропонує кілька підходів до класифікації ризиків, що залежать від сфери їх застосування. Міжнародна асоціація фахівців з управління ризиками в документі «Generally Accepted Risk Principles» («Загальноприйняті принципи управління ризиком») [2] виділяє наступні види ризиків:

- операційний ризик (набір несприятливих подій, починаючи з технологічних і закінчуючи помилками персоналу);
- кредитний ризик (недотримання зобов'язань);
- ринковий ризик (зміни ринкових факторів);
- ризик бізнес-події (наприклад, невдалого прийняття бізнесових рішень).

Існує класифікація відповідно до рекомендацій Міжнародної асоціації фахівців з управління ризиками:

- за масштабами наслідків: незначні, допустимі, критичні, катастрофічні;
- за місцем виникнення: внутрішні, зовнішні (стосовно керованого об'єкта);
- за рівнем виникнення: окреме робоче місце або співробітник, структурний підрозділ, підприємство в цілому, галузь або група суміжних галузей, регіон, країна в цілому, глобальні ризики;
- за сферою походження: природно-екологічні, демографічні, геополітичні, соціально-політичні, адміністративно-законодавчі, виробничі, комерційні, фінансові, інноваційні тощо.
- за причинами виникнення: невизначеність майбутнього, недостатність інформації, суб'єктивні чинники;
- за природою об'єктів, схильних до ризику: власність, доходи, життя і здоров'я людей, цивільна відповідальність та ін.

Необхідність формування ризик-орієнтованого підходу у закладах вищої освіти зі специфічними умовами навчання (далі – ЗВО СУН), зумовлюється тим, що сьогодні саме мислення на основі ризику перетворює всю систему управління в превентивний інструмент планування.

Додаткові ключові зміни полягають в тому, що великий акцент робиться саме на ризик-орієнтованому підході. У порівнянні із попередніми версіями ISO 9001 [1], новий варіант більше фокусується на процесному підході. Стандарт об'єднав процесний підхід, який полягає у систематичному

управлінні процесами та їх взаємозв'язком для досягнення поставлених цілей, з ризик-орієнтованим підходом (аналізом ризиків та можливостей). Головна відмінність ISO 9001:2015 [1] полягає в тому, що ризики тепер не головне.

Ризик-орієнтований підхід дозволяє виявити загрози, дає можливість прогнозувати їх наступ та своєчасно вживати заходів щодо їх попередженню/зменшенню небажаних наслідків.

Впровадження системи якості на основі стандартів ISO є обов'язковою вимогою для ЗВО СУН, наслідування нової версії стандарту 2015 р. й буде сприяти впливу таких ЗВО у сучасні тенденції розвитку системи вищої освіти та сприяти системному вирішенню поставлених завдань.

Потужними засобами зниження ризиків у наш час на думку багатьох науковців стає розвиток і впровадження у повсякденну практику результатів наукових досліджень в сфері ризикології [3]. Ризикологія як новий напрямок у наукових дослідженнях отримала поширення в процесах пошуку ефективних рішень зниження кредитних і страхових ризиків. З пропозицією щодо розширення наукових досліджень у галузі ризикології для зниження юридичних ризиків в діяльності правоохоронних органів свого часу виступав представник харківської юридичної школи професор Віктор Грошеньов [4].

Тож, наша пропозиція полягає в тому, щоб використовувати напрацювання ризикології у освітній діяльності вищих навчальних закладів, які забезпечують потреби недержавних структур безпеки.

Список використаних джерел:

1. Національний стандарт України. ДСТУ ISO 9001:2015.
2. Кривошеїн В.В. Політична ризикологія: концептуально-парадигмальні та наукознавчо-практикологічні засади : дис ... д-ра політ. наук: 23.00.01 / Кривошеїн В. В. . – Дніпропетровськ : Б.в., 2010 . – 332 с.
3. Charette R.N. Applications Strategies for Risk Analysis / R.N. Charette. – New York, v.p. : Mc Grew-Hill, 1990. – 570 p.
4. Холмс Э. Риск менеджмент: [перевод с англ. В. В. Хмелевская]. М.: Эксмо, 2007. – 304 с.

АСЛАНОВА Л.В.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ПЕТРУНЬКО О.В.
д.психол.н., ст.наук.співр., ВНЗ «Університет економіки та права
«КРОК»

ПРОФЕСІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЗАГАЛЬНО-ОСВІТНЬОГО ЗАКЛАДУ З РЕАЛІЗАЦІЇ ІНКЛЮЗИВНОГО НАВЧАННЯ

Актуальність проблеми формування готовності загальноосвітніх закладів до реалізації інклюзивної освіти обумовлена соціальним і державним замовленням і насамперед пов'язана з підготовкою кваліфікованих педагогічних кадрів до роботи з дітьми з різним рівнем психологічного розвитку, в т.ч. з дітьми із обмеженими можливостями. Включення дітей з обмеженими можливостями в загальноосвітній простір країни – як один із напрямів гуманізації всієї системи освіти – є сучасним пріоритетом державної політики і полягає в створенні умов для здобуття учнями якісної освіти відповідно до здібностей та індивідуальних можливостей кожного з них.

Навчання дітей з обмеженими можливостями в загальноосвітніх установах без переміщення їх в спеціальні школи-інтернати або корекційні класи є новим і перспективним підходом до навчального процесу в більшості країн Європи. Щоб описати процес включення дітей з обмеженими можливостями в загальний освітній простір, вживаються терміни «інклюзія», «інклюзивна освіта» (англ. Inclusion – включення; фран. Inclusif – включаючий в себе; лат. Include – включати). При цьому йдеться про доступ до освіти всіх дітей без виключень, виключення дискримінації дітей з особливими потребами та толерантне ставлення до цього педагогічного персоналу навчальних закладів.

Інклюзивна освіта висуває нові вимоги до фахової підготовки і компетенцій викладачів і потребує опанування ними як нових методів педагогічної діяльності, так і нової професійно-педагогічної культури і, зокрема, орієнтації педагогів на гуманістичні цінності навчання і виховання.

Для розкриття впливу професійного потенціалу освітнього закладу у реалізації інклюзивної форми освіти слід: 1) показати сутність інклюзивної освіти; 2) визначити зміст поняття професійно-творчого потенціалу; 3) проаналізувати стан підготовки педагогічного персоналу до впровадження інклюзивної форми освіти.

Інклюзивна освіта як соціально-психологічний феномен в освіті – це інтегрування дітей з особливостями психічного та фізичного розвитку в загальноосвітній простір України, як один з напрямів гуманізації всієї системи освіти, відповідає пріоритетам державної політики, що окреслені в «Національній доктрині розвитку освіти в Україні у XXI столітті» і, полягає в «особистісній орієнтації освіти; створенні рівних можливостей для дітей та молоді у здобутті якісної освіти; забезпеченні варіативності здобуття базової або повної загальної середньої освіти відповідно до здібностей та

індивідуальних можливостей» [3]. Реалізація інклюзивної освіти вимагає від загальноосвітніх закладів і їх педагогічного персоналу особливого стану мобільності до інклюзивної роботи, і цей стан пов'язаний з розкриттям професійно-творчого їх потенціалу [1; 4].

При дослідженні феномену професійно-творчого потенціалу освітнього закладу було виявлено, що в даний час в педагогіці немає однозначного його розуміння. Потенціал визначається як готовність до діяльності, в т.ч. педагогічної. Будучи сформованим заздалегідь, такий потенціал становить необхідну передумову успішної діяльності. Проаналізувавши розвиток та активацію професійного та особистісного потенціалу педагога в освітньому просторі школи, можна стверджувати, що це формування готовності до певного виду діяльності безпосередньо в освітньому просторі школи. Особливу особистісну формацію, яка передбачає наявність мотивації та ціннісного ставлення до професійної діяльності вчителя, серйозність професійно важливих якостей особистості вчителя, а також володіння знаннями і навичками в галузі викладання в середніх школах [4]. Потенціал становить необхідну умову готовності і спроможності педагога працювати в полі інклюзивної освіти, і це насамперед: 1) світоглядна і спеціальна інформаційна обізнаність, володіння відповідними педагогічними технологіями, дидактичні знання та методичні уміння; 2) система ціннісних орієнтацій особистості, мотивація, педагогічний оптимізм, толерантність; 3) знання основ психології та корекційної педагогіки.

До вимог професійної компетентності педагогів в умовах інклюзивної освіти можна віднести такі ключові субстантивні компоненти: інклюзивну етику (набір морально-етичних цінностей і норм інклюзивного спільноти, заснований на наборі особистісних якостей вчителя, важливих для роботи з «особливими» дітьми); інклюзивна теорія (знання, необхідні для організації інклюзивної освіти дітей); інклюзивна практика (педагогічні навички, що мають відношення до реалізації «інклюзивного» освітнього процесу) [2; 5].

Згідно з даними державної статистики, в Україні щорічно зростає кількість загальноосвітніх навчальних закладів, доступних для дітей з обмеженими можливостями [1]. І, як зазначають міжнародні та вітчизняні експерти, Україна зробила потужний крок уперед в розвитку й упровадженню інклюзивного навчання. Зокрема, МОН України проаналізувало низку світових моделей інклюзивної освіти. Окрім напрацьованого з канадськими колегами варіанту, українські фахівці ретельно вивчили модель інклюзивної освіти в США, в т.ч. роботу асистентів вчителів. Нині в Україні впроваджується загальнонаціональний проект «Інклюзивна освіта – рівень свідомості нації», який у 2016 р. успішно стартував у Запорізькій області. Однак, попри це, загальний стан розвитку інклюзивної освіти в Україні ще не сягнув належного рівня. Так у 2015/2016 рр. в інклюзивних класах навчалось 2720 дітей з особливими потребами, що становить 5,8% від загальної кількості тих, хто цього потребує. Однак, понад 50 тисяч дітей досі навчаються у спеціальних школах-інтернатах [4]. А отже, означені питання у сфері запровадження інклюзивної освіти в Україні були і залишаються надзвичайно актуальними.

Реалізація інклюзивної освіти вимагає від загальноосвітніх закладів і їх педагогічного персоналу актуалізації наявного в них професійно-творчого потенціалу. Професійно-творчий потенціал – це реальна можливість, яка може бути мобілізована і реалізована для досягнення конкретних цілей і завдань професійної діяльності і особистісного зростання фахівця у царині інклюзивної освіти. Цей потенціал є необхідною умовою успішної діяльності вчителя загальноосвітнього навчального закладу.

Актуалізація такого потенціалу може визначатися готовністю до здійснення інклюзивної освіти. Інклюзивна готовність вчителя є стійкою рисою особистості, яка є важливою передумовою для навчання дітей з обмеженими можливостями і характеризується орієнтацією на реалізацію принципів включення в свою професійну діяльність.

Стан підготовки педагогічного персоналу до впровадження інклюзивної форми освіти нині не є належним. Сучасні вимоги до професійних якостей вчителя загальноосвітнього закладу зумовлені стратегією розвитку суспільства, яка вимагає зміцнення професійно-творчого потенціалу, заснованого на пріоритеті самооцінки особистості, здатної до самоосвіти, розвитку, самовдосконалення і самоосвіта з урахуванням перспектив розвитку його професійної діяльності.

Список використаних джерел:

1. Жосан О.Е. *Ідеї гуманної педагогіки та сучасна система інклюзивного навчання* : зб. матер. Всеукр. науково-метод. конференції, присвяченої 97-річчю від дня народження В. Сухомлинського, 29-30.09.2015 / – Кіровоград : Ексклюзивсистем, 2015. – 15 с.
2. *Інвалідність та суспільство* : навч.-методич. Посібник / Л. Ю. Байда, О. В. Красюкова-Еннс, В. О. Азін [та ін.] : за заг. Редакцією Л. Ю. Байди, О. В. Красюкової-Еннс.- К. : Канадський центр вивчення інвалідності: ВГСПО «Національна Асамблея інвалідів України», 2012.
3. *Інклюзивна освіта в Україні: здобутки, проблеми та перспективи: Резюме аналітичного звіту за результатами комплексного дослідження. Червень 2011 – січень 2012* / ГО «Європейська дослідницька асоціація», (ERA) у співпраці з дослідницькою кампанією InMind, ГО «Демократичні ініціативи молоді» та ГО «Аліса» за фінансової підтримки фонду відродження. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pandia.ru/text/79/501/26323.php>
4. Колупаєва А.А. *Інклюзивна освіта: реалії та перспективи. Монографія* / А. А. Колупаєва. – К.: «Самміт-Книга», 2009. – 326 с.
5. Малафеев Н. Н. *Базовые модели интегрированного обучения [Текст]* / Н. Н. Малафеев, Н. Д. Шматко // *Дефектология*. – 2008. – № 1.

*БАРБУХ Ю.В.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
СИНГАЇВСЬКА І.В.
к.психол.н. доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ СТОСУНКІВ БАТЬКІВ З ДІТЬМИ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ

В сучасному, динамічному світі великого значення для суспільства набуває питання розвитку особистості яка може гармонійно будувати соціальні зв'язки. Особливо важливим чинником впливу на формування особистості сучасна психологія вважає дитячо-батьківські стосунки.

Кожна родина є унікальною ланкою суспільства. Родина має свою систему, правила, звичаї, традиції та знання, що передаються з покоління в покоління. Процес виховання стає стилем життя родини і впливає на формування особистості дитини в цілому. Взаємини з батьками є фундаментом для формування соціальних зв'язків дитини, а також становлення її самоцінності.

Важливе значення для розвитку дитини, насамперед, мають стосунки між батьками (моральна та духовна атмосфера, ставлення до роботи та дисципліни, загальний сімейний дух). Першим і найголовнішим досвідом спілкування для дитини (первинна соціалізація) є спілкування в родині. Отримавши досвід стосунків у сім'ї, дитина буде готова до об'єктивних стосунків з оточуючим світом (вторинна соціалізація). Негативний досвід, здобутий в родині, накладає свій відбиток на подальше життя.

Важливою ідеєю для психології є ідея Виготського Л.С. [1], що джерело психічного розвитку перебуває не всередині дитини, а в його відносинах з дорослими.

Дослідники поділяють стилі виховання на такі: диктат; гіперопіка; невтручання; співробітництво.

Диктат полягає у стримуванні та пригніченні одними членами (зазвичай дорослими) самоцінності інших членів. Висування вимог до дитини, виходячи з мети, цілей, норм та задач виховання повинні бути присутніми у вихователя. Але, якщо батьки застосовують наказову форму виховання та силу, дитина відповідає на таке відношення супротивом. Батьки отримують у зворотній зв'язок спалахи гніву, агресії, обману. Авторитарність, порушення кордонів особистості дитини, позбавлення права голосу призводять до серйозних психічних розладів.

Гіперопіка – це система в сім'ї, коли батьки своєю роботою забезпечують усі потреби, а головне, забаганки дитини. Не використовують здорову критичність. Вирішують усі проблеми дитини, турботи та обов'язки переймаючи на себе. Батьки інвалідизують особистість дитини та блокують процес підготовки до життя у соціумі. Як наслідок впровадження такого стилю виховання виникають психічні порушення.

Невтручання. При цьому стилі виховання передбачається, що два світи – дорослих і дітей – співіснують поруч, не порушуючи кордонів один одного у відносинах. Частіше за все причина вибору даного стилю є пасивність батьків, небажання поглиблюватись у життя дитини. В результаті таких стосунків дитина стає занадто самостійною і в деяких випадках не може адекватно оцінювати свої можливості відносно ситуації.

Співробітництво передбачає опосередкованість особистісних стосунків у родині. Така родина стає групою високого рівня розвитку – колективом. В такій родині дитина розвивається, відкидаються ризики психічних порушень [2, 195].

Дослідники вважають, що порушення в дитячо-батьківських відносинах призводять до певних станів у родині: прийняття–відкидання (виражає загальне емоційно позитивне (прийняття) або емоційно негативне (відкидання) ставлення до дитини); симбіоз-контактність дитини і дорослого (відзеркалення міжособистісної дистанції дитини і дорослого); авторитарна гіперсоціалізація (жорстокий контроль за дитиною, владність); кооперація (заснована на демократичних принципах виховання) [2, 98].

Ю.Б. Гіппенрейтер наводить «секрети» успішної взаємодії в дитячо-батьківських стосунках.

1. Увага до природи дитини: усвідомлене або інтуїтивне розуміння дитини, бережне ставлення до її потреб, надання їй свободи росту та розвитку. Надання дитині можливості приходити до правильних рішень своїми шляхами і зі своєю швидкістю.

2. Створення «збагаченого середовища». Важко переоцінити цей внесок дорослого в розвиток дитини. В широкому розумінні мова йде про занурення дитини в середовище людської культури. Більш конкретно це стосується дуже багатьох обставин життя: від «розумних» іграшок і розвиваючих ігор до загальної атмосфери в домі.

3. Особливі взаємостосунки. Талановитим батькам вдається встановити унікальну атмосферу спілкування з дитиною. Це атмосфера доброзичливості, довіри, підтримки і, насамкінець, загального емоційного залучення. Дитина в такому спілкуванні стає не «об'єктом виховання», а учасником спільного емоційного і духовного життя дорослого, який стає для неї надихаючим прикладом [3].

Такий погляд перегукується з тим, як Д.В. Віннікотт визначає розвиток у дитини образу «достатньо хорошої» і «поганої матері» як базових особистісних компонентів, що визначають подальше ставлення дитини до оточуючого світу. Д.В. Віннікотт стверджує, що сім'я відіграє найважливішу роль як місце, в якому дитина вперше зустрічається з силами, що діють у суспільстві. Прототипом взаємостосунків у суспільстві постають первинні стосунки немовляти з матір'ю, в яких мати є представником складного оточуючого світу і сприяє розвитку спадково закладених якостей особистості дитини або ж перешкоджає цьому [4; 5]. Саме в сім'ї починає формуватися емоційна сфера дитини [6].

Висновки. Підсумовуючи результати наведеної інформації, варто зазначити, що велику роль у адаптації дитини до зовнішнього світу та стан її

психічного здоров'я залежить від стилю відносин, який застосовується у родині. Для гармонійного розвитку дитини як особистості важливими є гармонійна побудова дитячо-батьківських стосунків, обізнаність батьків у вікових особливостях дитини, вплив стилів виховання, підтримання самоцінності дитини.

Список використаних джерел:

1. Виготський Л. С. *Психологія розвитку ребенка* / Москва: Ексмо, 2004. – 512с.
2. Абрамова Г. С. *Вікова психологія: підручник для студентів вузів*. Г.С.Абрамов. М. Академічний проект, 2001. — 305 с.
3. Гиппенрейтер Ю. Б. *Продолжаем общаться с ребенком . Так?* / Ю. Б. Гиппенрейтер. — М.: АСТ.:Астрель; Владимир: ВКТ, 2008. – 251 с.
4. Винникот Д. В. *Маленькие дети и их родители* / Д. В. Винникот. — М.: Независимая фирма «Класс», 1998. – 80 с.
5. Винникот Д. В. *Разговор с родителями* / Д. В. Винникот. — М.: Независимая фирма «Класс», 1912. – 96с.
6. Пилипон Н. І., Сингаївська І. В. *Особливості емоційної сфери дітей дошкільного віку / Актуальні питання сучасної науки та практики: матеріали Науково-практичної конференції (15 листопада 2018 року, м. Київ) – К.: Університет «КРОК», 2018. – С. 553–555.*

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КРИЗОВИХ КОНСУЛЬТАНТІВ ДЛЯ РОБОТИ З ВИМУШЕНИМИ ПЕРЕСЕЛЕНЦЯМИ (ВНУТРІШНЬО- ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ)

Динамічні зміни і надзвичайна нестабільність соціально-психологічної ситуації в Україні з початку 2014 року в рази збільшили кількість внутрішніх мігрантів або внутрішньо переміщених осіб (ВПО) всередині нашої країни. Великі і малі переміщення завжди супроводжують історичний розвиток будь-якої народності в будь-якому регіоні світу, однак внутрішня міграція в Україні має особливу обумовленість, інтенсивність і має свої особливості.

За терміном «вимушений мігрант», як правило, стоїть особиста історія про душевне сум'яття і винахідливість, психічну уразливість, завзятість і важка ноша матеріальних проблем, очікування та страхи за майбутнє, психосоматичні страждання і підвищений ризик захворювань, конфлікт з собою та іншими, відчуття себе «своїм серед чужих, чужим серед своїх», або навіть «людиною другого сорту».

Психологічна робота з переселенцями давно стала значною частиною роботи, по суті, кожного практикуючого фахівця в Україні. І, важливо відзначити, що в практичній роботі кризового психотерапевта в Україні, найчастіше, практичний досвід передре теоретичному осмисленню та стратегічному означенню такої роботи.

Дослідження проблем вимушених переселенців та знаходження можливих шляхів їх вирішення відбувається в різних галузях наукових знань, а саме: в соціології, демографії, філософії, політології, культурології, та, чи не найбільше, в психології (О. Блинова, Ф. Василюк, К. Оберг, Г. Солдатова, Т. Стефаненко, Н. Палагіна, В. Хесле, О. Шлягіна та інші).

Актуальність, теоретична і практична значущість та, в той же час, все ще недостатня розробленість означеної теми очевидна. Однак, метою даної статті є не стільки виявлення особливостей адаптаційного процесу, а перш за все формулювання основних тез для розробки, а пізніше і впровадження ключових ідей для освітньої підготовки слухачів університетської кафедри психології з дисципліни «Кризова психотерапія».

Основні психологічні проблеми вимушених переселенців пов'язані з кризою ідентичності, зниженням толерантності, як наслідок – зниження самооцінки, впевненості в собі, спотворене сприйняття оточуючих людей. Психолог повинен знайти стратегію психологічної допомоги, яка послабить або навіть повністю змінить когнітивне та емоційне самосприйняття та сприйняття актуального оточення, в той же час буде сприяти поведінковим змінам.

Варто зазначити, що в офіційному дискурсі України існує поняття «внутрішньо переміщена особа» [4], але більш ширше використовується інший

термін: «тимчасово переміщені особи». Цьому терміну немає чіткого визначення, незважаючи на те, що воно досить часто зустрічається в ЗМІ та в суспільному дискурсі. Тимчасовість – це один з важливих аспектів, що в значній мірі є ілюзорним і таким, що впливає на низьку інтенсивність інтеграційних процесів та малу мотивацію до адаптації переселенців.

Не менш важливим є сам термін «адаптація». Варто відзначити, що міграція сама по собі вже є стратегією адаптації, а міграційна поведінка залежить від особливостей особистості мігранта (його інтересів, потреб, ціннісних орієнтацій та прагнень), а також віку, статі, сімейного стану і стану здоров'я.

Суть процесу соціальної адаптації розкривають ключові вектори, що детермінують особистісні зміни, які виникають у взаємодії особистості і соціуму, а саме – соціальна ідентифікація і самоактуалізація.

Хотілося б звернути увагу на те, що в науковій літературі прийнято досліджувати суб'єкт адаптації, в той час як об'єкт адаптації – соціальне середовище, тут і зараз в Україні також зазнає суттєвих змін. Соціальна адаптація як феномен виникає при взаємодії двох систем – особистості і соціального середовища. Соціальна адаптація відбувається лише, коли соціальне середовище сприяє реалізації потреб і прагнень особистості, сприяє розкриттю та розвитку її індивідуальності.

Оскільки психологічні проблеми і психічні розлади вимушених мігрантів носять комплексний характер і зачіпають емоційну, поведінкову, комунікативну і мотиваційно-потребнісну сфери особистості, остільки і допомога їм повинна бути комплексною, і поєднувати соціальні, психологічні та педагогічні засоби.

Зараз проблема соціально-психологічної допомоги вимушеним переселенцям на сході України актуальна і потребує подальшого вивчення, проте вже можна з упевненістю говорити, що в розробці методики та практичних рекомендацій для психологів та педагогів вузу з надання психологічної підтримки необхідно врахувати аспект полісуб'єктної та особистісної орієнтованості, створення почуття безпеки, підвищення рівня толерантності до невизначеності, спрямованості на розвиток особистості і тих її параметрів, які є значущими в адаптаційний період.

Міграція стає природним і неминучим явищем сьогодення нашої країни, проте, в достатньо короткій часовій перспективі вона може змінити історичний соціальний образ держави, загострити суперечності між різними групами населення, викликати соціальну напругу.

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства українські фахівці тільки починають набирати досвіду психологічної та психолого-педагогічної роботи з такою категорією мігрантів, як внутрішньо переміщені особи. Масштаби внутрішньої міграції в Україні свідчать про гостроту цієї ситуації і водночас актуалізують необхідність професійної фахової психологічної роботи з внутрішньо переміщеними особами.

Зміна в програмі університетської підготовки може і повинна виступати в якості найважливішого компонента заходів реагування на міграції та

переміщення, а робота психологів, психотерапевтів з людьми даної категорії часто не тільки допомагає впоратися з провалами в адаптації у тимчасово внутрішньо-переміщених осіб, але також стає деякою інвестицією в запобіганні конфліктам та погіршенню психічного здоров'я мігрантів в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Березин Ф.Б. *Психическая и психофизиологическая адаптация человека.* / Ф.Б. Березин – Л.: Наука, 1988. – 270 с.
2. Кісарчук З. Г. *Психологічна допомога постраждалим унаслідок травматичних подій: досвід, узагальнення, висновки. Актуальні проблеми психології. Т. 3. Консультативна психологія і психотерапія. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. Максименка С. Д. Київ : Логос, 2015. Вип. 11. С. 7–20*
3. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи. Навчальний посібник.* – Київ, 2018. – (Том 2).
4. *Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб. Закон України від 20.10.2014 № 1706-VI [Електронний ресурс] : Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>.*
5. Ромм М.В. *Адаптація особистості в соціумі.* – К.: Наука, 2002.

ПРОФЕСІЙНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ КЕРІВНИКІВ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ

У зв'язку з останніми тенденціями, що проявляються в політичному та економічному житті України, особливої актуальності набувають питання вибору стратегічного напрямку розвитку освітніх організацій. На вибір стратегії впливає дуже багато факторів, пов'язаних з соціально-психологічними характеристиками процесів взаємодії в освітній організації у цілому, тому особливої актуальності набувають питання виявлення цих характеристик, осмислення їх впливу на діяльність освітніх організацій в цілому і її керівників, зокрема.

Ми припустили також, що успішність розвитку освітньої організації пов'язана з соціально-психологічними особливостями взаємодії керівника з партнерами, клієнтами, персоналом тощо. Нам здавалося логічним, і ми прагнули в нашому дослідженні науково обґрунтувати, що *професійно важливі якості керівника*, зокрема його *професійна толерантність*, істотно впливають на розвиток освітньої організації.

На нашу думку, питання формування професійної толерантності керівників в основному лежать в полі зору вчених, які вивчають менеджмент, економічну і організаційну психологію. До теперішнього моменту це маловивчена тема. Аналіз наукової літератури (А. Демчук, Ю. Ірхіна, Л. Коржакова, Ю. Макаров, Ю. Поварьонков, З. Стукаленко, А. Темницький, Ю. Годорцева, Т. Трет'якова, Т. Шаньшєрова, О. Шаюк та ін.) свідчить про різноманітність авторських підходів до вивчення проблеми професійної толерантності фахівців. Безпосередньо проблема формування професійної толерантності у керівників освітніх організацій як в управлінській діяльності, так і в процесі професійної підготовки і післядипломної педагогічної освіти не розроблялася.

Нами визначено, *професійну толерантність керівників освітніх організацій* як комплекс професійно важливих якостей особистості, що забезпечують ефективність у сфері професійної діяльності і характеризуються активністю життєвої й професійної позиції, яка виявляється у шанобливому ставленні до іншої людини як до рівноцінної унікальної особистості; здатності приймати відмінні від власних думки, цінності, поведінку, зовнішні характеристики; готовності до рівноправного партнерства з усіма учасниками освітнього процесу на основі дотримання норм моралі, відповідальної і водночас гнучкої взаємодії з ними, зберігаючи власні цінності та індивідуальність [2].

Розроблено й обґрунтовано *структурну модель професійної толерантності керівників освітніх організацій*, яка складається з трьох взаємопов'язаних компонентів:

- *власне управлінська толерантність* – комплекс професійно важливих якостей особистості, який протиставляється стереотипності, категоричності й авторитаризму в управлінській діяльності та виражається у здатності керівника бути толерантним до невизначеності, успішно адаптуватися до змін у професійній діяльності, справлятися з професійними труднощами і стресами, зберігаючи внутрішню стійкість.

- *толерантність до взаємодії із суб'єктами навчально-виховного процесу* – комплекс професійно важливих якостей керівника, який характеризується прагненням досягти розуміння з іншими, здатністю керівника позитивно реагувати на соціальні відмінності суб'єктів незалежно від їхнього соціального статусу; повагою до їхньої думки, емпатією, доброзичливістю у взаєминах, справедливістю в оцінці вчинків і поведінки інших, безконфліктною участю у будь-якій комунікації.

- *аутотолерантність* – комплекс професійно важливих якостей особистості, що виявляється у прийнятті себе, своїй автентичності, адекватній самооцінці, яка передбачає впевненість у собі, відповідальне ставлення до власного життя, здатність аналізувати свої слова і вчинки, робити висновки зі своїх помилок [2].

Професійна толерантність керівника освітньої організації характеризується: заснованим на усвідомленні і прийнятті ідей толерантності світосприйнятті і професійному світогляді; уміння адекватно оцінювати складні професійні ситуації, передбачаючи компромісний вихід з них, на основі дотримання норм моралі; умінням доцільного і законного застосування влади; відсутністю прагнення використати себе в якості еталону при оцінці поведінки і образу думок інших людей; паритетними стосунками замість адміністративно-командних; готовністю до рівноправного партнерства з усіма учасниками освітнього процесу; відсутністю прагнення переробити, перевиховати підлеглих; умінням досягати взаємного розуміння без насильства, домінування, пригнічення гідності людей і вживання сили в ситуації зіткнення інтересів; умінням пристосовуватися до характеру, звичок і прагнень підлеглих; умінням регулювати свою поведінку відповідно до норм професійної діяльності при морально-ціннісному виборі засобів досягнення професійної мети; конструктивною поведінкою в ситуації професійного конфлікту; конструктивною співпрацею та ефективним спілкуванням з партнерами (соціальні служби, молодіжні організації, громадські неурядові організації, засоби масової інформації тощо); терпимістю до фізичного або психічного дискомфорту, що створюється тими, що оточують [1; 2; 5].

Можна сказати, що *професійна толерантність* є неодмінним атрибутом фахової діяльності керівників освітніх організацій, невід'ємною ланкою в професійній взаємодії з підлеглими та соціальним середовищем. Навколо професійної толерантності формуються необхідні уміння і навички, вона створює особистісну спрямованість, систему ставлень, визначає вибір стратегій

поведінки і мотивацію розвитку тих або інших якостей і, отже, є інструментом успішної самореалізації керівника освітньої організації [3].

Отже, сформованість професійної толерантності сучасного керівника освітньої організації приносить не тільки економічні, а й соціальні дивіденди: від простого взаєморозуміння з підлеглими і керівництвом, до ефективної реалізації своїх професійних планів. При її відсутності в поведінці керівника виникає не порожнеча, а протилежні риси – агресивність, жорстокість, насильство.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук О. І. Соціально-психологічні основи особистісного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у професійній діяльності. Київ: Науковий світ. 2008. 318 с.
2. Брюховецька О. В. Психологія професійної толерантності керівників загальноосвітніх навчальних закладів: монографія. Київ: Інтерсервіс. 2018. 360 с.
3. Генсон М. Е. Керування освітою та організаційна поведінка. Львів: Літопис. 2002. 384 с.
4. Карамушка Л. М. Психологія освітнього менеджменту. Київ: Либідь. 2004. 424 с.

ТРЕНІНГОВІ ПРОГРАМИ ПІДТРИМКИ ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я НА РОБОЧИХ МІСЦЯХ.

Для багатьох людей робота є основою життєдіяльності. Саме в цьому місці проводиться велика частина особистого часу. Робота може бути корисною для психічного здоров'я з точки зору самореалізації, отримання досвіду, дружніх комунікацій, загального самопочуття та благополуччя.

Ті працівники, які витримують позитивну позицію на роботі, більш здатні адаптуватися до стресів, негараздів, а також використовують емоційний самоконтроль у своєму робочому середовищі. Формування особистої стійкості на роботі (резілієнс) - це розвиток і зміцнення емоційної самосвідомості; відчуття всього спектру емоцій: від «негативних» до «позитивних»; включення енергії, бадьорості та мотивації до роботи. Резілієнс - це багатовимірна конструкція, яка складається з групи факторів: думок, ставлень, дій, поведінки та навичок. Якщо працівник має міцне психічне здоров'я, то він може максимально використати свій потенціал, впоратися з будь-якою складністю завдань, грати повноцінну роль у стосунках на робочому місці та у корпоративній спільноті. Здатність справлятися зі стресом і несподіваними викликами та навіть бути продуктивними в таких ситуаціях – являється адаптивною. У своєму дослідженні Д. Хошаба та С. Мадді [3] визначили змінні, які пов'язані з вмінням людей впорюватись зі стресом, з яким вони стикалися: 1) люди можуть створити особисту стійкість на роботі, досягнувши здорового балансу між працею та життям. Працівникам потрібно мати енергію, оскільки її можна легко вичерпати, не маючи встановленого здорового балансу між роботою та життям. Для цього потрібен час, щоб відпочити, розслабитися та відновитись; 2) відчуття духовності, яке пов'язане з розвитком стійкості на роботі. Пошук сенсу в роботі та відчуття того, що робота сприяє більшому благу, може захищатись від впливу стресу. Духовність може змусити працівників сприймати навіть стресові ситуації як позитивні, або «цільові», та оцінювати їх як потенційні переваги; 3) ставати більш рефлексивним - це ще один спосіб, як люди можуть створити стійкість на роботі. Іншими словами, співзвучні емоції та емоційні реакції можуть слугувати протидією стресу. Якщо працівник знає, що конкретна обставина буде особливо складною, то він може реалізувати стратегії подолання, наприклад, за допомогою пошуку підтримки.

Всесвітня організація охорони здоров'я дослідила, що депресія і тривожні розлади працюючих обходяться світовій економіці в 1 трильйон доларів на рік у вигляді втрати продуктивності. Часто компанії стикаються з тим, що співробітники пропускають роботу через хвороби психосоматичної природи. Люди втрачають інтерес до роботи і саботують процес виконання завдань (іноді навіть несвідомо). Крім того, стрес на робочому місці корелює з високим

рівнем депресії, тривоги та емоційного вигорання [2]. Підтримка емоційного благополуччя співробітників зменшує відсоток витрат на оплату лікарняних та прихованого саботажу і підвищує загальну ефективність бізнесу.

У часи трансформаційних змін в організаціях, наприклад, під час скорочення чи злиття, багато компаній у всьому світі запровадили програми стійкості на робочих місцях для управління своїми працівниками у нестабільні періоди діяльності. Попередні дослідження [1] показують, що депресію та тривогу на робочому місці можна зменшити, впроваджуючи різнопланові оздоровчі заходи. Особисту стійкість можна посилити, розробляючи різноманітні ефективні стратегії, що зменшують вразливість та сприйнятливність до стресу. Очевидним є те, що необхідно навчати працівників підвищувати свою стійкість, здатність підтримувати на оптимальному рівні психічне здоров'я, незважаючи на психологічні та фізичні невдачі.

Модернізація та проектування заходів щодо мінімізації тиску стресових ситуацій та обмеження їх негативного впливу на працівників передбачається в проведенні тренінгових програм. Перша частина тренінгу присвячена розумінню стресу, його джерел, природи, впливу стресу на продуктивність та якість життя, вміння вчасно розпізнати симптоми стресу. Друга частина тренінгу розглядає резілієнс як стиль роботи та життя, вміння реагувати на стрес. Третя частина тренінгу є максимально практичною, оскільки на ній опрацьовуються «внутрішні» й «зовнішні» техніки резілієнс, які базуються на останніх нейробіологічних дослідженнях та методах когнітивно-поведінкової терапії.

Важливим елементом психічного здоров'я виступає позитивна емоційність людини. Різні дискретні позитивні емоції (наприклад, радість, задоволення, інтерес) вибудовують репертуар мислення та дій, розширюючи спектр пізнань та поведінки, формують фізичні, інтелектуальні та соціальні ресурси людини.

Особливими перевагами підтримки психічного здоров'я на робочих місцях є навчання та розвиток навичок, які сприяють формуванню адекватних цілей, вироблення позитивного мислення, орієнтованого на майбутнє, планування шляхів можливих перешкод та невдач, покращення продуктивності праці.

З точки зору довгостроковості результатів тренінгових програм, що впливають з поточних досліджень, підтримуються такі аспекти, як формування позитивного психологічного стану особистості, який характеризується самоефективністю (вміння взяти на себе відповідальність і докласти необхідних зусиль для досягнення успіху в складних завданнях); оптимізм (вміння скласти позитивну оцінку щодо успіху зараз і в майбутньому); цілеспрямованість (при необхідності знаходити різноманітні шляхи вирішення завдань для досягнення успіху) і стійкість (якісна адаптація при зіткненні із життєвими складнощами, травмою, трагедією, небезпеками чи значним стресом).

Список використаних джерел:

1. Бурлакова І. А. Управління ризиками здоров'я персоналу в системі економічної безпеки підприємства / І. А. Бурлакова // Матеріали Міжнар. форуму з безпеки «Перспективи управлінської діяльності суб'єктів господарювання в контексті економічної безпеки», 25-27 травн. 2017 р., м. Черкаси. – Черкаси : Вид-во ПП Чабаненко Ю.А., 2017. – С. 115 – 117.
2. Hegney, D. G., Rees, C. S., Eley, R., Osseiran-Moisson, R., Francis, K. The contribution of individual psychological resilience in determining the professional quality of life of Australian nurses. *Frontiers in Psychology*, 6. – 2015. - Article ID 1613.
3. Khoshaba, D., Maddi, S. Early Antecedents of Hardiness // *Consulting Psychology Journal*. – Spring, 1999. Vol. 51. (2). P. 106-117.

БУРЛАКОВА І.А.

д.психол.н, доцент, Східноукраїнський національний університет

Імені Володимира Даля

ШЕВЯКОВ О.В.

д.психол.н, професор

ШРАМКО І.А.

к.психол.н., доцент, Дніпровський гуманітарний університет

МОДЕЛІ ТА МЕХАНІЗМИ УПРАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ: РОЛЬ «ГУДВІЛУ»

Дослідження ролі «гудвілу» у діяльності підприємств сфери туризму, в умовах обмежень людей та оточуючого середовища, є надзвичайно важливим на даному етапі розвитку ринку туристичних послуг. Чинники, які обмежують діяльність підприємств сфери туризму із-зовні є різними: людські, технічні, інформаційні, гібридні. Вони зазнають змін під впливом часу і розвитку інформаційних технологій, зміни поведінки споживачів, психологічних чинників впливу, складових комплексу маркетингу тощо.

Саме тому, предметом дослідження даної статті є різні процеси, які впливають на роль нематеріальних активів людей на підприємствах сфери туризму та можуть виступати джерелом їх високої вартості.

У сучасній практиці управління підприємствами туристичної сфери, у контексті обмежень людей та оточуючого середовища, існує проблема недостатньої уваги у використанні нематеріальних людських активів. До такого нематеріального активу відноситься і категорія «гудвіл». Зміст категорії «гудвіл» визначено у низці наукової літератури та інших інформаційних джерелах. Зокрема, у Податковому кодексі України (№2245 –VIII, зі змінами від 7.12.2017року, ст. 14) «гудвіл» - це вартість ділової репутації, нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між ринковою ціною та балансовою вартістю активів підприємства як цілісного майнового комплексу, що виникає в результаті використання кращих управлінських якостей людей, домінуючої позиції на ринку товарів, послуг, нових технологій тощо. Вартість гудвілу не підлягає амортизації і не враховується під час визначення витрат платника податку, щодо активів якого виник такий гудвіл.

Очевидним є також те, що підприємства сфери туризму можуть придбати «гудвіл» через низку заходів, які вони здійснюють у процесі своєї діяльності.

Слід зазначити, що категорія «гудвіл» використовується не лише для оцінки підприємств сфери туризму, а також може використовуватися відповідно до тих чи інших персоналій і стосуватися керівника чи менеджера конкретного підприємства.

Варто зазначити, що єдиного визначення категорії «гудвіл» – не існує.

У фінансово - економічному словнику категорію «гудвіл» визначено, як доброзичливість, прихильність, престиж; умовна вартість ділових зв'язків фірми, «ціна» накопичених нематеріальних активів фірми (престиж торгових

марок, досвід, нові технології, ділові зв'язки, стійка клієнтура, панівна позиція на ринку тощо; грошова оцінка різниці між ціною підприємства та реальною вартістю його основного капіталу [1]. У економічній енциклопедії категорію «гудвіл» визначено, як «нематеріальні активи фірми, компанії: репутація, зв'язки, способи маркетингових досліджень, сприятливе місце розташування та ін.[2].

Виявлено, що до активів нематеріальних відноситься також наступне: авторські права, права на торгові знаки і торгові марки, права торгівлі на біржі, репутація підприємства (гудвіл), висока кваліфікація кадрів, фінансова стабільність, програмне забезпечення, організаційні витрати та інші активи, що не мають матеріально - речової форми [3].

З огляду на те, що на діяльність підприємств, організацій, установ впливають різні чинники, зокрема, існують обмеження людей та оточуючого середовища, розглянемо, які саме автори досліджували дане питання у взаємозв'язку із нематеріальними активами.

Дослідження показали, що існують приклади розпаду низки підприємств, створення та розвитку нових організацій, які певною мірою впливають на споживачів товарів чи послуг.

За науковцем Річардом Х. Холлом, «оточуюче середовище організації - всі зовнішні явища, які потенційно чи фактично впливають на популяцію людей, яку вивчають»[4].

Саме за таким визначенням Річарда Х.Холла, підприємствам сфери туризму варто також досліджувати особливості умов при їх створенні; розробляти категорії, що описують оточуюче середовище; досліджувати як оточуюче середовище «входить» в організації за допомогою комунікаційних мереж та інших механізмів. Основними базовими умовами оточуючого середовища, за визначенням Річарда Х.Холла, є: всезагальна грамотність і розвинута спеціалізована освіта населення, урбанізація, наявність грошової економіки, політична основа суспільства, культурні умови, а також рівень щільності організацій у оточуючому середовищі.

За Девідом Хассі «дослідження зовнішнього середовища, у якому функціонує організація, повинно здійснюватися не один раз за весь період аналізу. Це повинно стати безперервним процесом [5].

Девід Хассі пропонує економічні, юридичні, технічні, інфраструктурні, екологічні, соціальні. У взаємозв'язку із зазначеними вище чинниками зовнішнього середовища знаходяться внутрішні психологічні фактори: бачення, цінності, компетенції, ресурси іміджу, інші продукти, схильність до ризику, яка присутня даній культурі; сильні і слабкі сторони організації.

Із дослідження вчених Г. Мінцберга, Дж. Б. Куїнна, С. Гошала виявлено, що зміни у міжнародному діловому середовищі змушують компанії до оптимізації ефективності діяльності, швидкості реакції на зовнішні зміни і навчання [6].

Узагальнюючи деякі результати наукових досліджень зазначених вище авторів, щодо чинників оточуючого середовища підприємств і організацій, які здійснюють обмежуючі впливи на їх діяльність, констатуємо, що існує потреба

досліджувати такі чинники та динаміку їхніх змін, а також належним чином налагоджувати реагування людей на ці зміни.

Список використаних джерел:

1. Загородній А.Г. Фінансово-економічний словник. Львів: Вид-во Національного університету «Львівська політехніка». 2005. 714с.
2. Blattberg R.C. *Valuing Analyzing and Managing the Marketing Function Using Customer Equity Principles in Kellogg on Marketing* edited by Dawn Iacobucci . New York: John Wiley & Sons 2002 Pp.300-301.
3. Мочерний С. В. *Економічна енциклопедія : в 3 т. / [Ред. кол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.]*. К.: Видавничий центр «Академія». 2000. Т. 1. 864 с.
4. Холл Р. Х. *Организации: структуры, процессы, результаты* . СПб: Питер. 2001. 512 с.
5. Хасси Д. *Стратегия и планирование*. СПб: Питер, 2001. 384 с.
6. Мінцберг Г. *Стратегический процес*. СПб: Питер, 2001. 688 с.

ВЕЛИЧКО І.С.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
СИНГАЇВСЬКА І.В.
к.психол.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ПРОБЛЕМА СПІВВІДНОШЕННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ ТА ХАРЧОВИХ ЗВИЧОК ОСОБИСТОСТІ

Проблема співвідношення індивідуальних особливостей особистості та харчових звичок людини – серед актуальних і затребуваних в сучасній практичній психології, оскільки в ній міститься інформація про здоров'я і можливості успішно адаптуватися до навколишнього середовища, що є важливою умовою життя людини в суспільстві, впливає на її професійну діяльність та особисте життя.

Кожна особистість є індивідуальністю з притаманними лише їй гастрономічними уподобаннями та звичками. Результати досліджень сучасних вчених з психології харчування свідчать, що в залежності від смакових уподобань та звичок особистості можливо визначати її характер і психологічний стан. Процес харчування стає засобом вираження особистості, адже харчова поведінка – ціннісне та індивідуальне ставлення до їжі та її вживання, яке проявляється у емоціях, установках та звичках.

Розглядаючи питання харчової поведінки та ролі індивідуальних особливостей особистості у їх формуванні, не можна обійти проблему її порушення. Світлана Броннікова порушення харчової поведінки визначає як психологічно обумовлені порушення поведінки, пов'язані з прийомом їжі [1]. До розладів харчової поведінки психолог відносить більш глибокі порушення психіки, що набувають характеру поточного захворювання. До них відносяться булімія, анорексія, компульсивне переїдання та ряд інших розладів, описаних, але не зареєстрованих в Класифікації хвороб та причин смерті (DSM-V, МКБ-10). Нижче розкриємо їх основні характеристики.

Анорексія служить своєрідною «винагородою за вміння відмовитися від їжі», доводить до крайнього ступеня заперечення власного тіла і його гедоністичних пристрастей. Представник психоаналізу Ф. Александер [2] розглядає як біологічні, так і психологічні причини анорексії (несвідомі агресивні імпульси, такі як заздрість та ревності, несвідома реакція злості та небажання приймати жіночу роль, вагітніти і народжувати дітей). К. Меннінгер розглядає анорексію як хронічну форму самогубства [3]. В. Вандерейкен та Р. Мірман виділяють в психогенезі нервової анорексії чотири кола: два – на рівні сімейних відносин та два – внутрішньоособистісні [3].

Буллімія запускає механізм формування навички: багато поїсти і «вирвати» (вчистити проносими), що стає звичкою і формує важку залежність, забирає фізичне і психологічне здоров'я людини. Основною причиною нервової булімії Ф. Александер вважав емоційну фрустрацію, що несвідомою основою для патологічного апетиту є жага до любові або тенденція до володіння [2].

Дрінкорексія – поєднання дезорганізованого харчування з алкоголізмом. Бігорексія – притаманний в основному чоловікам розлад образу тіла, при якому чоловік бачить своє тіло дуже «слабким», позбавленим м'язів, що вимушує його посилено їх нарощувати у спортзалі.

Останнім часом психологи і лікарі всерйоз заговорили про тривожну тенденцію: прагнення до здорового харчування, що переростає в нав'язливу ідею. Надмірна занепокоєність якістю продуктів отримала назву нервова орторексія. Орторексія (від гр. «ortho» правильний) – прагнення дотримуватися певної системи харчування, найбільш «безпечної», «здорової», «правильної». При цьому типі порушень всі продукти розподіляються на правильні і неправильні, що зумовлює значні обмеження у їх виборі. Розвивається надцінне ставлення до їжі, як до єдиного фактору, що визначає здоров'я.

Надмірний інтерес до якості продуктів свідчить про певне психологічне неблагополуччя людини. Серед виявлених орторексиків-чоловіків було проведено дослідження патопсихологічних особливостей та індивідуальних психологічних тенденцій за допомогою тесту ММРІ-2: отримані результати вказують, що 81% чоловіків з орторексією мають шизоїдність, 66% психоастенію, 21% гіпоманію та по 8% відповідно іпохондрію та психопатію. Серед жінок отримані результати вказують, що 79% жінок з орторексією мають шизоїдність, 68% психоастенію, 19% гіпоманію та по 6% відповідно іпохондрію та психопатію. Профіль особистості орторексика (разом жінки і чоловіки) характеризується високими показниками за шкалами шизоїдності (80%), психоастенії (67%), гіпоманії (20%), іпохондрії (7%) та психопатії (7%) [4].

До групи ризику потрапляють вегетаріанці і сирोїди, оскільки їх вага набагато нижча норми; особи, схильні до депресій і відчуження; занадто горді люди, які підносять себе в очах інших, можуть посилатися на своє задоволення від прийому правильної їжі, хочуть отримати зовнішнє схвалення; люди із заможних сімей намагаються виглядати краще за всіх, їдять екологічно чисті продукти, відмовляються від алкоголю і куріння, явні перфекціоністи. Думка зі сторони іноді буває важливішою за власну; прагнення до досконалості у всьому призводить до надто завищених вимог до себе.

Автори відомої методики «Шкала оцінки харчової поведінки» (D. Garner, M. Olmstead, J. Polivy) [5] на основі проведених досліджень підтверджують наявність зв'язків між порушеннями харчової поведінки та особистісними характеристиками людини.

У людини з особливою харчовою поведінкою висока соціальна зорієнтованість, хороший інтелект, висока «стресодоступність», знижена «стресостійкість», схильність до тривожно-депресивних реакцій, психічна незрілість. У них переважають менш досконалі способи психологічного захисту, підвищена, погано контрольована емоційність, пасивні форми поведінки – прийом їжі грає роль своєрідного захисного механізму від стресу. Цей спосіб захисту абсолютно соціально прийнятний, доступний, простий, легко здійснюваний, не вимагає ні розумової, ні емоційної додаткової напруги.

Підсумовуючи сказане, можна стверджувати, що індивідуальні особливості впливають на розвиток усіх сторін особистості, ними в значній мірі обумовлено формування всіх якостей, в тому числі й харчових звичок. Спираючись на висновки дослідників проблеми, в подальшому важливим є дослідження зв'язку індивідуальних особливостей людини з її смаковими уподобаннями.

Список використаних джерел:

1. Бронникова С. *Интуитивное питание. Как перестать беспокоиться о еде.* Издательство Эксмо. 2015. 312 с.
2. Александер Ф. *Психосоматическая медицина. Принципы и практическое применение.* Москва: ЭКСМО-Пресс. 2002. 352 с.
3. Нардонэ Дж. *В плену у еды: булимия, анорексия, vomiting. Краткосрочная терапия нарушений пищевого поведения.* Пер. с итал. О.Е. Игошиной. М.: Генезис. 2016. 320 с.
4. Нервова орторексія. *Психологічні особливості осіб з орторексією.* [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.knmu.kharkov.ua/attachments/2019sumariuk.pdf>
5. Шкала оцнки пищевого поведения (ШОПП) [Електронний ресурс] Режим доступу: http://psylab.info/Шкала_оценки_пищевого_поведения.

*ВИННИЧЕНКО Ю.С.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»»,
ЖИВОГЛЯДОВ Ю.О.
к.псих.н., доцент кафедри психології,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

СМИСЛОЖИТТЄВІ ОРІЄНТАЦІЇ ПРОФЕСІЙНИХ ПСИХОЛОГІВ

Проблема формування смисложиттєвих орієнтацій пов'язана з пошуком відповідей на питання про сутність сенсу життя, цінностей орієнтацій, смислоутворення. Виникаючи і розвиваючись, смисложиттєві орієнтації впливають на різні сфери життя, в тому числі і на професійну. В професії психолога смисложиттєві орієнтації грають важливу роль, оскільки осмисленість життя безпосередньо впливає на діяльність психолога. У психології особистість спеціаліста впливає на результат діяльності більше, ніж у будь-якій іншій професії. Діяльність психолога активно впливає на психологічне здоров'я громадян та на їх діяльність для розвитку держави.

Мета дослідження даної теми є аналіз проблеми смисложиттєвих орієнтацій професійних психологів.

Смисложиттєві орієнтації можна розглянути в двох аспектах. По-перше, це ті сфери життя, в яких дана конкретна людина з найбільшою ймовірністю може знайти сенс свого життя. По-друге, це зв'язок сенсу життя з майбутнім, сьогоденням і минулим людини. Смисложиттєві орієнтації відображають те, наскільки в житті людини присутня значуща мета, якою мірою вона вважає процес свого життя насиченим і цікавим, і в якій мірі вона задоволена тими результатами, яких вже досягла.

Смисложиттєва орієнтація являє собою основний стрижень переконань людини, її принципів, цілей, який є імпульсом, поштовхом всієї життєдіяльності, незалежно від світоглядних установок. Смисложиттєвий вибір – це стратегічна лінія, що проходить крізь все життя людини, що підкорює її вчинки і поведінку, а відхилення від неї або її втрата можуть призвести до внутрішніх конфліктів індивіда, моральної, а то й фізичної загибелі. Смисложиттєві орієнтації не вичерпуються однією, навіть дуже важливою, ідеєю, життєвою метою, а являють собою структурну ієрархію «великих» і «малих» смислів.

Поняття «смисложиттєва орієнтація» використовується в декількох сенсах і його трактування залежить від контексту. На буденному рівні, за аналогією з поняттям ціннісна орієнтація, і, відповідно, означає те ж, що і остання, але взята у сегменті смисложиттєвих цінностей, тобто це – свого роду усвідомлювана на рівні переваг спрямованість на певний ряд високозначимих цінностей, смислів.

Друге значення – в психології, пов'язане з тестом смисложиттєвих орієнтацій (скорочено – тест СЖО), розробленим московським психологом Д.А. Леонтьєвим на основі адаптованої російськомовної версії К. Муздибаєва тесту Мета в житті (Purpose-in-Life Test, PIL) Джеймса Крамбо і Леонарда

Махолика, які, в свою чергу, прагнули до емпіричної валідації положень теорії логотерапії і прагнення до сенсу Віктора Франкла, зокрема, уявлень про екзистенціальний вакуум і ноогенні неврози. Д.А. Леонтьєв пише про смисложиттєвих орієнтацій як про системоутворюючий фактор розвитку самосвідомості особистості, що визначається життєвими цілями, інтересом і емоційною насиченістю життя, задоволеністю самореалізацією, локусом контролю - я, локусом контролю - життя і показником загальної осмисленості життя.

Сенс життя вивчають за допомогою методик вільного викладу і технік незавершених речень, таких як Purpose-in-Life Test (Crumbaugh J.), Life Regard Test (Battista J., Almond R.), Sense of Coherence Scale; (Sagy S., Antonovsky H.), The Seeking of Noetic Goals Test (SONG); (Crumbaugh J.). Завдання нашого дослідження – порівняти смисложиттєві орієнтації практикуючих психологів та студентів-психологів.

В ході нашого дослідження були використані методики, спеціально розроблені для вивчення феномена сенсу життя. Сюди слід віднести адаптовану Д. А. Леонтьєвим версію тесту «Мета життя»; Д. Крамбо і Л Махолика (тест дає можливість диференціювати випробовуваних за такими показниками, як осмисленість життя, емоційне сприйняття життя, здатність керувати життям та інші) та методику «Система життєвих сенсів» В.Ю. Котлякова, що допомагає визначити представленість кожної з категорій смислів (статусні, комунікативні, екзистенційні та інші) в особистій системі життєвих сенсів.

Загалом система смислової сфери особистості являє собою центральне особистісне утворення й виражає змістове ставлення людини до соціальної дійсності, багато в чому визначає мотивацію поведінки людини, а також істотним чином впливає на всі сторони її діяльності, в тому числі і на професійну. Досягнення різних рівнів професійної компетентності визначається цілим рядом детермінантів, СЖО – одна із таких детермінант. Направленість смисложиттєвих орієнтацій може бути одним із критеріїв того, що відрізняє психолога від непсихолога.

В нашому дослідженні ми визначили ведучі СЖО практичних психологів та студентів що навчаються даній спеціальності і порівнюємо результати обох груп. Які СЖО спонукають людей навчатися на психологів, а які спонукають починати психологічну практику, чи корелюють ці СЖО між собою, чи пов'язані СЖО із необхідними професійними компетенціями, які є індивідуальні обмеження, що можуть стати протипоказаннями для виконання професійних функцій і чи можна виявити їх через дослідження СЖО.

Список використаних джерел:

1. Леонтьев Д.А., Калашиников М.О., Калашиникова О.Э. Факторная структура теста смысловых ориентаций. в журнале Психологический журнал, издательство Наука (М.), том 14, № 1, 1993 - с. 150-155;
2. Леонтьев, Д.А. Психология смысла [Текст]: природа, структура и динамика смысловой реальности – М.: Смысл, 1999. – 486 с.
3. Проблеми сучасної психології. Випуск 17. – К. 2012.

4. Титаренко Т. М. Соціально-психологічна природа життєвих завдань та їхні властивості – Київ, 2016. – с.199-202.
5. Франкл В. О смысле жизни / Виктор Эмиль Франкл // Человек в поисках смысла: Сборник. / Общ. ред. Л.Я. Гозмана, Д.А. Леонтьева/ В. Франкл. — М.: Прогресс, 1990. — 368 с.

КРИТИЧНЕ МИСЛЕННЯ В СТРУКТУРІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ СТАРШОКЛАСНИКІВ

Сучасна психологічна наука розглядає інформаційну культуру як спосіб мислення та життєдіяльності, що забезпечує психологічну, соціальну та економічну екологічність. Оскільки формування особистості відбувається в соціокультурному просторі, де поряд з такими інститутами соціалізації, як сім'я і школа, суттєва роль належить засобам масової інформації з їх неоднозначним впливом на свідомість підростаючого покоління, то важливим засобом запобігання деструктивності цих впливів є критичне мислення – як одна з ключових складових інформаційної культури.

Здатність критично, творчо і креативно мислити, саморегуляція, постійна самоосвіта та гарні комунікативні навички можуть забезпечити соціальну адаптацію та гарантувати безпечну діяльність у сучасному інформаційному середовищі. Критичне мислення постає як актуальний та важливий інструмент успішної діяльності. Лише цей розумовий інструмент у змозі допомогти людині зорієнтуватися в розмаїтті сучасної інформації, яка постійно оновлюється, і спрямувати свої зусилля на пошук найнеобхіднішого. Засновник Інституту Критичного мислення М. Ліпман визначав критичне мислення як кваліфіковане, відповідальне мислення, що виносить правильні судження, тому що засноване на критеріях, які гарантують особистісне зростання, посилення інформаційної компетентності з урахуванням контексту. М. Ліпман започаткував практику навчання критичного мислення і пов'язував необхідність такого навчання із тим, що демократичне суспільство потребує розумних громадян, а не просто раціональних [1].

В цьому контексті важливим завданням сучасної школи бачиться підготовка учнів до життєдіяльності та самореалізації в постінформаційному суспільстві, що потребує навичок пошуку та систематизації інформації з різних джерел з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, її критичного переосмислення та вмілого застосування нового мисленнєвого продукту. Старшокласникам необхідно сформулювати усвідомлення сутності та навички критичного мислення, яке спрямоване на розширення меж пізнання, а не на відображення його через творчість або логіку. Слід також навчити їх орієнтуватися в інформації, щоб захистити від її деструктивного впливу на загальні рішення та на формування сприйняття картини світу. Саме захист від цього впливу на формування світосприйняття старшокласників вимагає критичного вибору раціональних способів діяльності, оцінки ситуацій, методів вирішення проблем і оцінювання інформації та високого рівня інформаційної культури в цілому [2; 3; 4].

Критичне мислення – це наукове мислення, суть якого полягає в ухваленні ретельно обміркованих та незалежних рішень. Критичне мислення – це

формулювання суджень відносно правдивості та реальності заяв або відповідей щодо розв'язання проблем. На думку С. Терно, основне призначення критичного мислення – саме розв'язання проблем (завдань), а головним результатом цього є судження. Психологічно критичне мислення ґрунтується на прагненні до творчого пошуку, жадобі до знань. Найсуттєвішою рисою такого мислення є високий ступінь усвідомленості власних розумових дій, пильна увага до них. Так С. Терно виділяє такі властивості критичного мислення:

- 1) усвідомленість;
- 2) самостійність;
- 3) рефлексивність (самоаналіз);
- 4) цілеспрямованість;
- 5) обґрунтованість;
- 6) контрольованість;
- 7) самоорганізованість [6].

Наприклад, Р. Пол, Е. Бінкер, Е. Мартін і К. Едамсон акцентують увагу на трьох основних показниках критичного мислення – афективному, макрокогнітивному та мікрокогнітивному [5].

Оскільки оволодіння старшокласниками стратегіями і навичками критичного мислення та формування необхідних для цього поведінкових та особистісних рис безпосередньо пов'язані з освітнім процесом, то на думку психолога Д. Халперн освіта має забезпечити формування в учнів уміння швидко орієнтуватися у зростаючому потоці інформації та осмислювати і застосовувати отриману інформацію, підвищуючи тим самим рівень інформаційної культури старшокласників [7]. Формування цих умінь може здійснюватися через впровадження медіаосвіти та інтерактивних технологій критичного мислення [8].

Технології розвитку критичного мислення досліджують українські вчені О. Баришполець, О. Ліщинська, Л. Найдьонова, О. Петрунько та інші. Аналіз їх праць дозволяє стверджувати, що критично мислячий старшокласник здатний оцінювати інформацію, аргументувати свою точку зору, керуючись не тільки логікою, але й суттю даної інформації, може виділяти в інформаційному тексті протиріччя та типи структур, які він містить, ситуативно інтерпретувати інформацію. Такий учень впевнено працює з різними типами інформації, ефективно використовує різноманітні інформаційні ресурси. Він активно взаємодіє в інформаційному просторі, адекватно сприймає співіснування різних поглядів, що не протирічають загальнолюдським цінностям.

Узагальнюючи викладене, слід зазначити, що критичне мислення є одним з ключових компонентів інформаційної культури старшокласників, що забезпечує здатність поетапно аналізувати інформацію та логічно аргументувати її зміст і форму, самостійність і незалежність мислення від існуючих стереотипів, формування особистого ставлення до будь-якої інформації та ситуацій в цілому.

Перспективи подальших досліджень полягають у визначенні та виборі психолого-діагностичного інструментарію, який дає змогу оцінити рівень сформованості критичного мислення, як важливої складової в структурі

цілісної системи інформаційної культури старшокласників та створення на основі цих досліджень нових сучасних адаптованих методик розвитку критичного мислення.

Список використаних джерел:

1. Ліпман М. Чим може бути критичне мислення / М. Ліпман // Вісник програм шкільних обмінів. – 2006. – №27.
2. Ліщинська О. Модель здорової соціальної взаємодії в інформаційному просторі / О. Ліщинська // Соціальна психологія. – 2005. – № 6. – С. 105 – 109.
3. Медіа-культура особистості: соціально-психологічний підхід / За ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Баршпольця. – К: Міленіум, 2009. – 440 с.
4. Петрунько О. В. Діти і медіа: Соціалізація в агресивному медіасередовищі: Монографія. – 2-ге видання. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2011. – 480 с.
5. Пол Р., Бінкер Е., Мартін Е., Едамсон К. 35 стратегій розвитку критичного мислення – Режим доступу: <http://www.criticalthinking.org/pages/strategy-list-35-dimensions-of-critical-thought/466>
6. Терно С. О. Теорія розвитку критичного мислення (на прикладі навчання історії) / С. О. Терно : [посібник для вчителя]. — Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2011. — 105 с.
7. Халперн Д. Психологія критического мышления. – СПб: Питер, 2000.
8. Шабанова А. В., Сингаївська І. В. Критичне мислення як фактор адекватного сприйняття впливів ЗМІ / Актуальні питання сучасної науки та практики: матеріали Науково-практичної конференції – К.: Університет «КРОК», 2018. – С. 580–582.

МІФОТВОРЕННЯ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ МЕХАНІЗМ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ЗМІ

Маніпулювання свідомістю, використання різних засобів і технологій інформаційно-психологічного впливу на людей стало досить звичайним явищем у сучасному повсякденному житті та політичній боротьбі. Як прихований вплив на людину, маніпуляція ніколи не буває не планованою і не усвідомлюваною, вона є результатом бажань, сподівань, надій, планів змінити установки, ціннісні орієнтації або вчинки людини таким чином, щоб людина і не здогадалася про це [1].

Засоби масової комунікації намагаються представити своїй аудиторії різні стратегії поведінки, що викликають у людей бажання ідентифікуватися з ними, чи бути в опозиції до них. Завдяки ідентифікації, індивід створює «Я – образи», ототожнює себе з ними, та «визначає» себе. Ідентифікація приводить до появи динамічної значенневої концепції, яка чутлива до особливостей часу та конкретної соціально-психологічної ситуації, у якій опинилися об'єкти. Масова комунікація може, також, ставати засобом руйнування ідентичності, - коли стає засобом формування так званої «хаотизованої свідомості». Згідно досліджень П. Бурд'є, П. Рікер, Ж. Деріда, М. Фуко, це відбувається завдяки тому, що контекст, у якому працюють мас-медіа, характеризується фрагментарністю та кліповістю, та дозволяє науковцям-дослідникам стверджувати, що маніпулювання взагалі стає засобом функціонування мас-медіа [2; 3].

Різні форми і моделі психологічного впливу мають місце при застосуванні політичних маніпулятивних технологій. Масові комунікації є невід'ємною складовою частиною політики, котра в більшій мірі, чим інші види суспільної діяльності, має потребу в спеціальних засобах інформаційного обміну, у встановленні і підтримці постійних зв'язків між її суб'єктами - виборцями. Тому, проблема маніпулювання особистістю використанням засобів масової комунікації є актуальним науковим завданням. Безперестанно вдосконалюючись у своїх технологічних і технічних можливостях і набираючи все більших масштабів, процес маніпулювання свідомістю особистості, орієнтований насамперед на впровадження у свідомість і підсвідомість індивіда цінностей і стереотипів поведіння, які є результатом формування некритичного сприйняття соціальних реалій. Придушення критичних можливостей мислення особистості фактично паралізує її здатність до рефлексії.

Роль і значення маніпуляції стали усвідомлюватися в результаті широкого використання політичних технологій і завдяки вивченню так званого «масового суспільства» і «масової свідомості». В політиці, як приховане управління політичною свідомістю і поведінкою людей, нав'язування волі маніпулятора маніпулюємому у формі прихованого впливу використовується з метою

примусити їх діяти або не діяти в інтересах маніпуляторів. Хоча, маніпуляції присутні скрізь, де має місце взаємодія між людьми, особливість політичних маніпуляцій у тому, що вони здійснюються для досягнення певних політичних цілей. А оскільки метою політичного маніпулювання є досягнення і утримання влади, то воно має наслідки для всього суспільства. Маніпулювання свідомістю можливе тільки завдяки контролю за інформацією і комунікацією, які визначають установки, уявлення, правила і зразки людської діяльності. Маніпуляція, як правило, націлена на те, щоб змусити більшість (або меншість) брати участь (або не брати участь) в укоріненій практиці. Ступінь успішності маніпуляцій залежить від майстерності, з якою використовуються засоби впливу, від гнучкості та варіативності їх використання. Вона є одним з основних засобів соціального контролю і базується насамперед на твердому використанні інформаційного апарату і апарату формування ідей [3].

Один з найпотужніших засобів маніпулювання свідомістю, котрий досліджує психологічна наука, та котрий, в той же час є результатом масової комунікації - це міф. Він є як аспектом природи масової комунікації, так і особливою формою впливу на свідомість людей. Якщо дивитися на міф як форму масової свідомості, можна говорити, що світобачення людини стає міфологізованим, а масова свідомість перетворюється у глобальний «масовий міф». В свою чергу, маніпулятивна функція технологій масового впливу полягає в тому, що вони базуються на прихованому впливові на особу з метою її масифікації, або на масу з метою керівництва нею. Масовокомунікаційний міф є найвагомим ефектом масового спілкування, який відображає його суть, смисл, цілі й мотивацію професійних комунікантів, пов'язану з необхідністю чинити вплив на людину та маси» [4, 157]. Побудова міфа, з точки зору його використання в маніпулятивних цілях, пов'язана з його мозаїчною структурою, яка створює суперечність між змістом події, що висвітлюється і часовими межами, які відведені на його сприйняття. Сприйняття та переживання сутності того, що відбувається (на екрані або в тексті статті) стає хаотизованим, здорова думка виявляється заглушеною, інформація може перетворюватися в дезінформацію.

Психологічні засоби впливу на сприйняття та переживання глядацькою (читацькою) аудиторією міфологізованої форми маніпуляції масової свідомості включають ряд психологічних засобів, що реалізують маніпулятивну функцію. Найбільш важливі, з точки зору їх психологічного впливу: «приєднання» до суспільної значущості тематики, що виноситься на розгляд, зокрема, скандальність персонально спрямованих коментарів; психологічні засоби подачі інформації (тематична розбивка; контекстуальні форми нав'язування тих чи інших значень за допомогою образів відеоряду, що супроводжує текст); лінгвістичні засоби організації змісту (тексту) - мовні форми конструювання значень і смислів, та паралінгвістичні форми несловесної поведінки ведучого: голос, міміка, окремі мовні «порушення». Цілеспрямоване перетворення інформації за допомогою маніпулятивної міфотворчості може здійснюватися засобом спотворення інформації, коли замість реальності представлено те, що бажають бачити виготівителі маніпуляції [4; 5]. Інформація, також,

приховується, чи подається вибірково, або ж свідомість читача обтяжується повідомленнями, які підібрані таким чином, щоб змусити адресата маніпуляції відчувати переконання, що інформація для них украй важлива (наприклад, своєю небезпечністю). Цілеспрямоване компонування тем, та дозування інформації не дає можливості нею скористатися інакше, ніж тим чином, який необхідний маніпулятору. Це додатково посилюється натяками та підказками самого різноманітного типу – від мовних «недбалостей», до звукових, або візуальних підказок до певного значеннєвого трактування того чи іншого фрагменту міфологічної історії.

На оцінку і засвоєння інформації безпосередньо впливають порядок, в якому подаються свідчення та коментарі, що створюють у читача структуру міфа. А час, коли озвучуються, чи пропонуються для обговорення ці коментарі, роблять формування повідомлення, що конструюється маніпулятором, таким, що засвоюється на дорефлексивному рівні. Тобто, процес засвоєння маніпулятивних спонукань стає майже несвідомим.

Список використаних джерел:

1. Різун В. В. *Теорія масової комунікації: підручник*. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://journalib.univ.kiev.ua/per_lect_z_tmc2007.pdf.
2. Бурдые П. *Социология политики*. М. : Socio-Logos, 1993. - 336 с.
3. Чубик А.П. *Технологический характер СМИ в условиях коммуникативной культуры* : автореф. дис. ... канд. фил. наук. – Томск. – 2009. – 21 с.
4. Павлюк Л. *Знак, символ, міф у масовій комунікації: посібник*. – Львів: ПАІС, 2006. – 120 с. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/817952/>
5. Доценко Е. Л. *Психология манипуляции*. – М. : Речь, 2003. - 304 с.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПІВВІДНОШЕННЯ АУТЕНТИЧНОСТІ ТА ІДЕНТИЧНОСТІ В СФЕРІ САМОСВІДОМОСТІ ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ

Методологічні засади дослідження співвідношення аутентичності та ідентичності в сфері самосвідомості індивідуальності в психологічній науці потребують чіткішого визначення. На вирішення цього завдання орієнтовано дану роботу.

Аутентичність (дав.-гр. αὐθεντικός — справжній) є гармонійною узгодженістю актуальних проявів індивідуальності. Це психічна властивість індивідуальності, яка існує незалежно від своєї усвідомленості та особистісної структурованості. Аутентичність є закономірно необхідним атрибутом екзистенції індивідуальності, без якого її немає.

Ідентичність (від лат. *identicus* — тотожність) є конкретизованою визначеністю індивідуальності. Це психічна властивість індивідуальності, яка існує як зв'язок її проявів з нею самою у якості сутнісно цілісної системи. Ідентичність є онтогенетичним надбанням індивідуальності – результатом її розвитку у даних життєвих умовах.

Індивідуальність (лат. *individuitas* – неподільність) – автономно-унікальна, неподільно-єдина сукупність проявів, особливостей, властивостей, атрибутів певної сутності, зокрема людини. Індивідуальність не зводиться до особистості, як соціалізованого індивіда. Вона також інтегрує в собі щонайменше, здатність до самоподолання й самовдосконалення, які є соціально наднормативними.

Самосвідомість є рефлексивною (від лат. *reflexio* – «повертаюся назад»), тобто оберненою, відображувальною складовою свідомості – мислинневого пізнання реальності. Це означає, що зазначене пізнання спрямовується на себе.

Виходячи з вищенаведених визначень, співвідношення аутентичності та ідентичності в сфері самосвідомості індивідуальності доцільно схарактеризувати у вигляді наступного формулювання: воно є потенційною можливістю інтеграції актуально гармонійної узгодженості проявів індивідуальності та їхнього зв'язку з нею у якості сутнісно цілісної системи. Тобто першопочатковою формою розглядуваного співвідношення аутентичності та ідентичності є їхнє співіснування, в якому вони далеко не завжди дійсно співвіднесені між собою у певний визначений спосіб і тим більше – співпадають. Тому закономірною є та суттєва обставина, що дослідження предмету даної роботи є в той же час процесом його створення та формування.

Виключна ідентифікативність самосвідомості, тобто абсолютизація его-ідентичності, як її визначальної характеристики, є дисфункційною в ситуаціях виникнення трансформаційно-кризових факторів розвитку індивідуальності. Доцільним є чітке розуміння того, що вказані ситуації є системною константою

розвитку індивідуальності, без якої цей розвиток не є можливим. Его, зведене до визначеної сукупності певних ідентичностей, є лише статичним аспектом власного існування. Той факт, що в культурно-історично домінуючій традиції побудови науково-психологічної методології саме таке розуміння поняттєвого змісту терміну «его» є однозначним, потребує мисленнєво-рефлексивної компенсації, яка призначена для забезпечення балансу у вивчуваній царині пізнання дійсності. Такою компенсацією є використання для позначення сутності індивідуальності в сфері її самосвідомості поняття «еготрансценденції».

Етимологія (від грец. ἔτιμον «правда», «істина» і грец. – λόγος – «слово, наука») останнього терміну цілеспрямовано організована таким чином, щоб перша його складова втілювала в собі вищенаведене традиційне розуміння індивідуального «Я», а друга – його генетичну психодинаміку – постійну змінюваність, трансцендентність (лат. transcendens — той, що переступає, виходить за межі), як здатність бути собою саме у постійному виході за межі себе. Ідентичність, або сукупність ідентичностей може виразити в самосвідомості тільки актуальний статичний аспект особистісного існування індивідуальності, але ніколи не може реалізувати її життєву сутність.

Еготрансценденція є діалектичним співвідношенням аутентичності та ідентичності. З цієї причини діалектика (грец. *διαλεκτική* — «мистецтво сперечатись», «міркувати»), як універсальна наука про розвиток [1;2], є сукупністю базових методологічних засад структурованого цієї роботою дослідження. Ідентичність статична, визначена, принципово завершена, результатна. Аутентичність динамічна, невизначена, принципово незавершувана, процесуальна.

Вихід за межі ідентичності є припиненням існування у визначеній нею формі. Для его це ситуативна духовно-психологічна смерть. Виникнення нової ідентичності та вхід у її функційну актуальність є відповідним народженням его – початком існування у іншій формі. Аутентифікація, як процес усвідомлення своєї присутності в тих аспектах реальності, що не є власним его, є втіленням можливості існування за межами себе.

Відповідна методологічна концептуалізація аутентифікації є доцільною у якості засобу діалектичного переосмислення формально-логічного [3] дихотомічного трактування співвідношення его та дійсності, суб'єкта та об'єкта, людини та світу, та у якості реальної можливості остаточного подолання протонаукової за своєю природою методології антропоцентризму та егоцентризму.

Екзистенція унікальної індивідуальної сутності не руйнується разом з его, а тільки перероджується і відроджується в результаті. Методологема еготрансценденції містить в собі повний об'єм потенціалу дослідження-пізнання-створення-усвідомлення-рефлексії-осмислення життєвої реальності автономно-цілісної, сутнісно єдиної, унікально-універсальної індивідуальності, в якій її народження та смерть аутентифікативно співпадають.

Список використаних джерел:

1. Ильенков Э. В. Диалектическая логика. Очерки истории и теории. М.: Политиздат, 1974. — 271 с.
2. Виникнення і розвиток психіки / Г.С. Костюк // Психологія: підручник для педагогічних вузів. — Київ : Рад. школа, 1955. — С. 27-58.
3. Бочаров В. А. Аристотель и традиционная логика: Анализ силлогистических теорий. М.: Изд-во МГУ, 1984. — 133 с.

ОСОБИСТІСНО-ЗОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ЯК ПРІОРИТЕТНИЙ У НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНОМУ ПРОЦЕСІ

Потреби сучасного суспільства вимагають від викладачів вищих навчальних закладів розробки нових педагогічних технологій, що стосуються особистісно зорієнованого навчання. Це зумовлено тим, що саме таке навчання дає змогу розвинути здібності студентів, стимулювати їх до творчого пошуку.

Особистісний підхід стверджується як ключовий психолого-педагогічний принцип організації навчально-виховного процесу, від якого залежить ефективність переорієнтації системи освіти на розвиток особистості студентів. Продуктивна діяльність має практичну цінність, тому особистісно зорієнтоване навчання розвивається у продуктивній діяльності, воно розширює сферу суб'єктивності у процесі самовизначення та творчості студентів.

Реалізація особистісного підходу до навчання допомагає самоствердженню особистості, актуалізації сил особистості студентів. Успіхи у навчанні зумовлені актуалізацією сил не лише студентів, а й педагога.

Технологію можна створити тоді, коли відома більшість із закономірностей перебігу явища чи процесу. Звернемося до поняття «педагогічна технологія». Нараховується понад 300 визначень цього поняття. На нашу думку, найбільш повне визначення сутності педагогічної технології запропонувала С.О. Сисоєва, яка розглядає її як створену адекватно до потреб і можливостей особистості й суспільства теоретично обґрунтовану навчально-виховну систему соціалізації, особистісного й професійного розвитку і саморозвитку, яка внаслідок упорядкованих професійних дій педагога при оптимальності ресурсів і зусиль всіх учасників освітнього процесу, гарантовано забезпечує ефективну реалізацію свідомо визначеної освітньої мети та можливість відтворення процесу на рівні, який відповідає рівню педагогічної майстерності педагога [1].

Узагальнюючи сутнісні ознаки педагогічних технологій, С.О. Сисоєва пропонує враховувати такі положення: педагогічна технологія відображає процес розробки і реалізації в закладі освіти педагогічного проекту, який відображає систему педагогічних поглядів, що спрямовані на досягнення конкретної освітньої мети; визначає зразок професійно-педагогічної діяльності; відтворення і стійкість педагогічної технології в інших педагогічних ситуаціях забезпечується зверненням викладача до норм діяльності щодо проектування і реалізації педагогічної технології; якість відтворення педагогічної технології залежить від рівня педагогічної майстерності викладача; гуманістична сутність педагогічної технології визначається її спрямованістю на задоволення потреб, інтересів та можливостей до навчання студентів й вимог суспільства щодо соціалізації, особистісного і професійного розвитку й саморозвитку особистості

[2]. Кожна педагогічна технологія має процесуальні характеристики, а також має програмно-методичне забезпечення (навчальні плани, робочі навчальні програми, методичні посібники, дидактичні матеріали, наочні технічні засоби навчання, діагностичний інструментарій).

При виконанні педагогічної роботи викладач має виокремлювати, перераховувати питання, що треба засвоїти студентам; формувати загальне уявлення щодо теми, яку потрібно засвоїти; приділяти увагу новизні викладеного матеріалу; робити прогноз; активізувати контроль за психічними процесами; звертати увагу на глибину та чіткість усвідомлення, на зорове та просторове освоєння теорії; виокремлення головного; встановлення причинно-наслідкових зв'язків.

Навчальна діяльність особистості формується під впливом потреб, які реалізуються в мотивах. Наведемо провідні потреби, що визначають позитивне ставлення студентів до навчання: прагнення до інтелектуальної активності, самостійного отримання знань та оволодіння раціональними засобами інтелектуальної праці, спроби пов'язати теорію з практикою. Потреби та мотиви, що формуються під час навчально-виховного процесу викладачем сприяють позитивному ставленню до навчання. Це пізнавальні інтереси, розуміння необхідності навчання, особистісний інтерес та ін.

Особистісна орієнтація освіти передбачає засвоєння навчального матеріалу студентами завдяки розумінню значення матеріалу та виявлення в ньому необхідних особистісних ціннісних орієнтацій. Особистісно зорієнтоване навчання – це такий вид навчання, в центрі якого знаходиться особистість студента, його самобутність, самоцінність [3].

До особистісно зорієнтованих технологій висуваються наступні вимоги:

- викладення матеріалу педагогом має бути направленим не лише на розширення обсягу, структурування, інтегрування, узагальнення знань студента, а також на реалізацію взаємодії теорії з практикою у навчально-виховному процесі;

- узгодження досвіду студентів із науковим змістом отриманих знань;

- стимулювання слухачів до самоосвітньої діяльності, забезпечувати можливість саморозвитку, самовираження під час навчальних занять;

- заохочення самостійного вибору студентами змісту, виду та форм виконання навчальних завдань;

- виявлення та оцінка засобів навчальної роботи, якими користується студент самостійно;

- забезпечення контролю не лише поточного результату, а й процесу учіння;

- освітній процес має забезпечувати побудову, реалізацію процесу учіння як суб'єктної діяльності [3].

Під час освітнього процесу викладач має створювати особистісно зорієнтовані педагогічні ситуації. Це такі навчальні ситуації, в яких студенти знаходять вирішення певного завдання, пристосовуючи його до своїх інтересів; актуалізують творчість у навчанні, дають критичну оцінку. Таке завдання неможливо вирішити лише на рівні знань та репродуктивного методу. Прості

завдання можуть вирішуватися творчо, в суб'єктивній манері студентів. Під час дослідження такої навчальної ситуації немає простих відповідей та рішень. Проживання та вихід із такої ситуації – це пізнавальний та майбутній професійний досвід студентів, а також виховання їх як особистостей. Навчальний процес має розвивати самостійність мислення і креативність для винаходу нового під час навчання.

Нова технологія може виникнути у зв'язку з необхідністю вдосконалення навчально-виховного процесу. Процес навчання студентів базується на мотивації, діяльності студентів та управлінні цією діяльністю з боку викладача. Всі ці елементи можуть бути вдосконалені у різноманітні технології навчання, що мають розглядатися у взаємодії.

Таким чином, вибір освітньої технології – це завжди вибір стратегії роботи педагога; пріоритетів, тактик навчання; системи взаємодії між викладачами та студентами. Особистісно зорієнтовані технології мають розкривати індивідуальні та творчі можливості студентів; формувати творчу цілеспрямовану особистість, яка здатна до саморегуляції; передбачення, конструювання своєї життєвої позиції та цінностей. Отже, потрібно модернізувати організацію навчально-виховного процесу завдяки: впровадженню принципів диференціації (профільної освіти та індивідуалізації навчання); адаптації змісту освіти до сучасних вимог суспільства; розробці авторських програм, що розвивають здібності, можливості талановитих студентів, спрямовуються на їхній пізнавальний розвиток; модернізації змісту освіти та методик навчання на основі інтегративно-гуманістичних засад.

Список використаних джерел:

1. Ковалькова Т.А. Личностно ориентированные педагогические технологии формирования профессиональной готовности специалистов / Т.А. Ковалькова // Мир языков: ракурс и перспектива: материалы IV Международной научно-практической конференции, 22 апреля 2013 г. : тезисы док. – Белорусский государственный университет, 2013. – С. 447-454.
2. Сисоєва С. О. Педагогічні технології: визначення, структура, проблеми впровадження / С. О. Сисоєва // Неперервна професійна освіта: теорія і практика: Науково-методичний журнал. – К., 2002. – Випуск IV. – С. 69 – 80.
3. Якиманская И. С. Разработка технологии личностно-ориентированного обучения / И. С. Якиманская // Вопросы психологии. – 1995. – № 2. – С. 31-42.

КОВАЛЬКОВА Т.О.

к.пед.н., доцент кафедри психології,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ВАЛЬКОВСЬКА М.О.

студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ УСТАНОВОК НА МОТИВАЦІЮ ДО УСПІХУ СТУДЕНТІВ ВНЗ

В умовах сучасного надзвичайно динамічного, глобалізованого та уніфікованого соціуму постійно змінюються соціальні орієнтири, які впливають на формування особистості першокурсника. За цих обставин постає питання збереження зацікавленості студента у досягненнях певних успіхів у навчанні, а також дослідження соціально-психологічних установок, що впливають на формування мотиваційної сфери особистості. У сучасних динамічних умовах суспільство вимагає від системи професійної освіти у ВНЗ відповідності змісту та методів навчання змінам, що відбуваються в Україні. Тому необхідно, щоб процес підготовки студента у ВНЗ, був спрямований на формування конкурентоздатного фахівця, що включає розвиток адекватної мотивації до успіху студентів.

Вивченню мотиваційної сфери особистості присвячена велика кількість наукових досліджень (Дж. Аткинсон, В.К. Вілюнас, Є.П. Ільїн, В.І. Ковальов, Г.С. Костюк, О.М. Леонтьєв, А.Маслоу, С.Д. Максименко, В.С. Мерлін, П.В. Симонов, Х. Хекхаузен Р. Холл, П.М. Якобсон та ін.). Проблему особливостей мотиваційної сфери студентів різних спеціальностей досліджували (І.Р. Абрамович, Л.О. Буйновська, М.Є. Горська, В.О. Карнаухов, В.О. Климчук, О.А. Ларіна, Л.В. Попова, Р.І. Цветкова та ін.). Проте, незважаючи на наявність значної кількості праць з даної проблеми, недостатньо дослідженим на теоретичному та емпіричному рівнях залишається питання особливостей і динаміки впливу соціально-психологічних установок на мотиваційну сферу студентів у різних вікових категоріях. Кожне наступне покоління росте в інших соціальних умовах, які зумовлюють різницю в рівні мотивації до успіху. Рівень мотивації відіграє важливу роль у становленні особистості студента. Адже, залежно від цього, встановлюється його стійкість до помилок, що сприяє подальшій успішній діяльності студента.

Готовність діяти, реагувати на об'єкти чи ситуації, вибіркова активність залежать від атитюдів та соціальних установок. Соціально-психологічна установка – це детермінована минулим досвідом психологічна готовність індивіда до певної поведінки стосовно конкретних об'єктів, до вироблення його суб'єктивних орієнтацій як члена суспільства щодо соціальних цінностей. Соціальна установка є елементом структури особистості й одночасно елементом соціальної структури, тому вона формується у поєднанні індивідуальних особливостей разом з соціальними характеристиками. Кожне покоління студентів-психологів відрізняється своїми мотиваційними

чинниками до успішного навчання. У свою чергу, мотивація – це процес який визначає організацію, активність, стійкість та здатність задовольнити потреби суб'єкта. Постає питання, які саме потреби задовольняє індивід. Залежно від того, на якому етапі знаходиться респондент за пірамідою Маслоу, яка розпочинається фізіологічними потребами, включає потребу безпеки, любові, самоповагу і завершується потребами самоактуалізації, визначається і рівень мотивації до певної дії.

Дослідження охопило вибірку чисельністю 50 чоловік у віці від 16 до 18 років. В якості методів збору емпіричних даних використовувалися: «Методика діагностики соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій та потреб» (О. Ф. Потьомкіної), «Методика діагностики особистості на мотивацію до успіху» Т. Елерса, «Методика діагностики особистості на мотивацію до уникнення невдач» Т. Елерса та «Методика діагностики особистості на ступінь готовності до ризику» Г. Шуберта.

Вивчення ступеня готовності студентів до ризику показало, що 50 % респондентів мають середні показники. Тобто, студенти схильні до здорового ризику, але здатні аналізувати та виявляти ситуації, в яких доречно було б бути більш обережними. Порівнюючи групи мінімальних та максимальних показників, виявлено, що кількість «занадто обережних» студентів-психологів на 10 % перевищує кількість «схильних до ризику». Можемо, зробити припущення, що дане покоління не занадто готове йти на відчайдушні кроки заради досягнення мети, якщо наперед вбачатиме в наслідках певних дій негативний результат. Скоріше за все, студент обере для себе метод, що буде довший, проте надійніший.

Дослідження показало, що люди, котрі бояться невдач та мають високий рівень захисту надають переваги малому, або, навпаки, надто великому ризику. Більше ніж половина опитаних студентів мають середній рівень мотивації до уникнення невдач. Проте кількість студентів з високим рівнем вмотивованості до самозахисту теж залишається великою – 40 % респондентів. Тому установка на захисну поведінку в роботі залежить від трьох факторів: ступеня потенційного ризику, переважної мотивації, досвіду невдач на роботі. Досягнення безпечного результату при ризикованій поведінці послаблює установку на захист, тобто мотивацію до уникнення невдач.

Нами було виявлено ступінь вираження орієнтації соціально-психологічних установок особистості у сфері мотивацій та потреб. За результатами можна стверджувати, що більшість опитаних віддає перевагу процесу ніж результату. Це свідчить про те, що студенти недостатньо замислюються про досягнення мети, тому можуть запізнитися зі здачею роботи. Якщо процес навчання для слухачів є нецікавим, вони можуть не відвідувати навчальні заняття, не замислюючись про наслідки.

У парі «альтруїзм – егоїзм» обидва показники знаходяться на середніх значеннях. У порівнянні «Праця-гроші» респонденти у більшій частині орієнтовані на працю, проте не з великою різницею. Проте провідною цінністю для людей, все одно, залишаються гроші та прагнення до збільшення свого добробуту. Так для студента гроші впливають на мотивацію до навчання, якщо

у нього складений логічний ланцюг: «Забезпечене життя – гроші – високооплачувана робота – професіонал своєї справи – диплом – успішне навчання». Порівнюючи пару «свобода – влада», безперечно, для студентів психологів важливіше є свобода, ніж влада. Вони не терплять ніяких обмежень і готові йти на жертви заради відстоювання своєї незалежності (іноді від уявної небезпеки). Якраз у студентські роки така волелюбність проявляється найбільше, тому це може як позитивно, так і негативно впливати на мотивацію до успіху у навчанні.

Результати емпіричного дослідження показали, що для 55 % студентів-психологів характерний середній рівень вмотивованості до успіху. Такі люди не бояться ризикувати, не є скутими у своїх діях, бо можлива невдача не надто хвилює їх. Проте 20% опитаних здатні йти на середній ризик для досягнення бажаного, схильні орієнтуватися на власні сили, гнучко і наполегливо добиватися поставленої мети. Чим вища мотивація людини до успіху, тим нижчий показник готовності до ризику.

Список використаних джерел:

1. Балл Г. О. *Внутрішня свобода особи і особистісна надійність у контексті гуманізації освіти* / Г. О. Балл // *Практична психологія і соціальна робота*. – 2003. – № 9. – С. 1-7.
2. Ильин Е.П. *Мотивация и мотивы* / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер 2006. – 512 с.
3. Райгородский Д. Я. *Практическая психодиагностика. Методики и тесты: учеб. пособ.* / Д. Я. Райгородский. – Самара: «БАХРАХ/М», 2001. – 672 с.

ПСИХОЛОГІЧНА КОМПОНЕНТА У ФОРМУВАННІ АДАПТАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Адаптація особистості в організації є одним з із пріоритетних і необхідних напрямків управління персоналом. Дійсно, стаючи працівником конкретної організації, новачок опиняється перед необхідністю прийняти організаційні вимоги: режим праці й відпочинку, положення, посадові інструкції, накази, розпорядження адміністрації й т.д. Також працівник повинен прийняти соціально-економічні умови, які надаються підприємством, повинен по-новому оцінити свої погляди, звички, співвіднести їх з прийнятими в колективі нормами й правилами поведінки, закріпленими традиціями, виробити відповідну лінію поведінки.

Процес адаптації людини проходить безперервно, оскільки постійно змінюються соціально-економічні умови життя, політичні і морально-етичні орієнтації, екологічна ситуація тощо.

З аналізу наукової літератури випливає, що вчені по-різному розглядають визначення “адаптації” і вважають її багатоаспектним поняттям. Більшість авторів адаптацію розглядають як процес пристосування, зміни параметрів, складових і самої системи загалом.

Наукові дослідники вважають, що успішна адаптація особистості залежить від організаційних та професійних чинників, серед яких об’єктивна оцінка ділових якостей особистості, професійна орієнтація, сприятливі умови праці, досконалий механізм управління персоналом тощо [5].

Адаптивні можливості людини закладаються ще у дитинстві, у процесі формування її особистості, у спілкуванні з різними людьми і групами, під час набуття досвіду успішної чи неуспішної поведінки в незвичних обставинах. Успішність фахового самовизначення створює базу для встановлення рівноваги між можливостями майбутнього працівника і вимогами професії, між ціннісними орієнтаціями суб’єкта вибору професії й особливостями конкретного фахового середовища.

Психофізіологічна адаптація особистості – це звикання до психологічних та фізичних навантажень, що пов’язані з умовами праці, графіком роботи, особливостями дисципліни на робочому місці. Фізіологічним аспектом цієї адаптації є санітарно-гігієнічні умови робочого місця (безпека праці, освітленість, комфортна температура, наявність робочого місця, його оснащення) та їх прийняття. Формування психологічного чиннику психофізіологічної адаптації залежить від із когнітивних процесів людської психіки (пам’ять, увага, почуття, подання інформації, логічне мислення, уява, здатність до прийняття рішень), а також від власної психіки, стресостійкості, здатності витримувати психічну напругу, концентрації пам’яті та волі на найбільш значущих аспектах трудової діяльності. особистості полягає у

пристосуванні до морально-психологічного клімату, взаємовідносин у колективі, традицій та правил організації, розуміння формальних та неформальних правил та норм поведінки. Важливим чинником під час такої адаптації є прийняття корпоративних цінностей та відчуття приналежності до трудового колективу, спільної праці, цілей організації [3].

Соціально-психологічна адаптація – системний комплексний процес взаємодії особистості із середовищем, є необхідною складовою життєдіяльності людини, визначаючи її стан здоров'я та комфорту.

Процес адаптації залежить, від вибору ним стратегії адаптації. Існують пасивна та активна стратегії адаптації особистості в організації, залежно від психологічних особливостей працівника та від його власного підходу до вирішення цієї ситуації. Пасивна стратегія адаптаційної поведінки характерна для людей, які перебувають у стані соціального та емоційного шоку, і проявляється у намаганні людини зберегти своє психофізіологічне здоров'я, не приймати умови зовнішнього середовища.

Прихильники активної стратегії поведінки розглядають адаптацію як здатність успішно взаємодіяти із середовищем, виявляючи активність, спрямовану на його зміну або контроль.

Психологічна адаптація залежить від рівня самооцінки працівника та емоційного інтелекту.

Важливу роль в адаптації особистості грає психологічний клімат у колективі. Ділові взаємини розвивають відчуття товариства й взаємодопомоги, підвищують трудову активність працівників, задоволеність працею. З економічної точки зору психологічний клімат і моральна обстановка на підприємстві істотно впливають на продуктивність праці, діючи на психіку і настрій людей [1].

Однією з важливих складових психологічної адаптації нового працівника є взаємодія з керівником, адже саме керівник вирішує, чи працівник якісно виконує професійні задачі, чи він заслуговує на підвищення по службі або не підходить для роботи, не може подолати навіть випробувального терміну. Тому важливо вміти визначати, який стиль керівництва використовує та до якого типу керівників належить майбутній працедавець, як правильно спілкуватись з керівником, аби викликати в нього довіру та прихильність, як поводитись в конфліктних ситуаціях тощо [4].

Розробка заходів, що позитивно впливають на адаптацію, припускає знання як суб'єктивних характеристик робочого (стать, вік, його психофізіологічні характеристики, а також освіта, стаж та ін.), так і чинників виробничого середовища, характеру їх впливу (пряме або непряме) на показники й результати адаптації. Тому при оптимізації процесу адаптації слід виходити з наявних можливостей підприємства і обмежень у зміні особистості, необхідно також враховувати відмінності на новому й на колишньому місці роботи, особливості нової та колишньої професій [2].

Отже, ми можемо зробити висновок, що психологічна адаптація є важливою складовою у кар'єрному зростанні особистості в організації. Під психологічною адаптацією розуміють пристосування нового працівника до

взаємовідносин в колективі, традицій та неписаних норм і правил, до стилю роботи керівника. Вона поділяється на тимчасову, стійку і загальну та існує протягом усього терміну роботи працівника в організації.

Список використаних джерел:

1. Адаптація персоналу // Бізнес Портал Луцька. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://toplutsk.com/articles-article_216.html.
2. Баденіна О.О. Значення процесу адаптації для ефективного управління персоналом / О.О. Баденіна // Управління розвитком: зб. наук. праць. – Харків: ХНЕУ, 2014. – 8 (171). – С. 34–35.
3. Мирошниченко Ю.В. Адаптація персоналу: досвід зарубіжних та вітчизняних підприємств [Текст] / Ю. В. Мирошниченко, А. В. Лобенко // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – № 1 (2). – С. 27–33.
4. Никифорова В. Г. Управління персоналом [Текст] : навч. посіб. / В. Г. Никифорова. — Одеса : Атлант, 2013. — С. 93.
5. Хомаківський Є.І. Психологія управління : підручник / Є. І. Хомаківський, Ю. В. Богоявленська, Т. П. Грабар. – 5-те вид., переробл. та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2016. – 492 с.

КОШЕВЕНКО А.В.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»»,
ВАСИЛЬЧЕНКО О.М.
д.псих.н., доцент, професор кафедри психології,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ПРОБЛЕМА ПРОЯВУ ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ В СТРУКТУРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСОБИСТОСТІ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ

У сучасному суспільстві відбуваються бурхливі зміни, що мають своїми наслідками, зокрема, перебудову соціальних зв'язків, стирання жорстких меж між традиційними гендерними ролями. Особи чоловічої статі завжди мали значно ширші можливості для реалізації свого внутрішнього потенціалу, тоді як можливості самореалізації жінок лишалися досить обмеженими. Як наслідок, переважну більшість соціально значимих особистостей складають чоловіки. Внаслідок емансипації, сексуальної революції та діяльності феміністського руху спектр свобод для жінок значно розширився. Проте у сучасному суспільстві чоловіки складають більшість у органах влади, займають основні керівні посади та мають переваги у кар'єрному зростанні. Тобто, попри зміни гендерних ролей, гендерні стереотипи в структурі діяльності особистості мають місце бути.

Мета дослідження полягає у визначенні особливості прояву гендерних стереотипів в структурі діяльності особистості.

Гендерна ідентичність є результатом активного процесу, що супроводжується появою у людини відчуття власної неперервності, тотожності і визначеності внаслідок належності до певного надіндивідуального цілого. Формування ідентичності є запорукою психічного здоров'я особистості.

Говорячи про гендерні відмінності, слід враховувати особистісні характеристики людини її індивідуальність. Індивідуальність виявляється в рисах темпераменту, характеру, звичках, переважаючих інтересах, в якостях пізнавальних процесів, в здібностях, індивідуальному стилі діяльності.

Самоактуалізація є процесом розгортання та дозрівання початково закладених в організмі й особистості задатків, потенцій та можливостей. Самоактуалізація особистості може включати такі сфери як: соціальні характеристики (взаємодія зі соціумом); психологічні якості (безпосередність, демократичний характер); лідерські характеристики (прагнення до влади); прагнення до творчості (креативність); професійна сфера (прагнення до влади); самосприйняття тощо [1].

Реалізація особистості в житті, розгортання її природних потенцій має ряд ознак. Вони включають соціальну успішність особистості, її психологічні якості та моделі само-сприйняття.

В професійній діяльності особистості самоактуалізація є прагненням особистості реалізувати свій потенціал у тій сфері, в якій вона бачить своє

покликання. Спонування, прагнення, наміри, інтереси, цілі і завдання, які людина ставить перед собою, пов'язані з поняттям мотивації потреб. Процес пошуку професійної діяльності особистості сильно переплітається з процесом життєтворчості, виступаючи часом передумовою, а часом – результатом останньої. У цьому контексті вона починає діяти як механізм саморегуляції соціальної поведінки особистості [2].

Професійна самоактуалізація розглядається як пошук «себе в професії», власної професійної ролі, образу Я, професійного іміджу, індивідуального стилю професійної діяльності, визначення для себе професійних перспектив, досягнення їх, встановлення нових професійних цілей, прагнення до гармонійного розкриття і реалізації свого потенціалу в обраній професії.

Люди, що самоактуалізуються в обраній професії, прагнуть зробити все можливе для свого вдосконалення, щоб досягти вищого рівня компетенції через реалізацію себе, своїх цінностей, інтересів і здібностей. Це характеристика всього життєвого шляху в контексті професійної сфери, від етапу початкового професійного становлення до виходу на пенсію.

В умовах суспільних відносин нового типу і соціально-економічної кризи, комерціалізація життя має свою специфіку трансформації мотиваційних особливостей професійної самоактуалізації особистості.

Говорячи про професійну самоактуалізацію ідентичності, слід враховувати, що за нею виникають гендерні стереотипи як детерміновані культурою спрощені, стійкі, емоційно пофарбовані образи поведінки, риси характеру чоловіків і жінок [3].

Негативні прояви цих стереотипів полягають у різній інтерпретації та оцінці тієї ж самої події залежно від статі учасника цієї події, коли на основі одиничного випадку робляться узагальнені висновки. Для жінок, які виявляють свої здібності, бажають реалізувати свій потенціал, може виникнути конфлікт з традиційними поглядами довколишніх на місце жінки в суспільстві.

Для чоловіків висуваються вимоги слідувати нормам успішності в усіх сферах життя, що повністю неможливо. Унаслідок цього виникає стрес, який веде до компенсаторних реакцій: обмеження емоційності, нав'язливе прагнення до змагання тощо, що утруднює самореалізацію особистості [4].

Зазвичай стереотипи вважаються явищем негативним, яке утруднює спілкування, формує хибні уявлення про людей та явища навколишнього світу. Але стереотипи з психологічної точки зору також несуть в собі позитивне навантаження: вони сприяють створенню та збереженню позитивного "Я-образу", захисту групових цінностей, поясненню соціальних відносин, збереженню і трансляції культурно-історичного досвіду [5].

Аналізуючи негативну роль гендерних стереотипів в розвитку особистості можна відзначити, що: існуючі стереотипи образів чоловіка і жінки діють як збільшувальне скло: відмінності між чоловіками і жінками підкреслюються в набагато більшому ступені, ніж вони є в дійсності; існує різна інтерпретація й оцінка тієї самої події залежно від того, до якої статі належить учасник цієї події; під впливом гендерних стереотипів гальмується розвиток тих якостей особистості, що не відповідають даним стереотипам, а отже чоловіків

змушують бути маскулітними, а жінок фемінними, навіть тоді, коли це не відповідає їх прагненням та бажанням; гендерні стереотипи ускладнюють професійну самореалізацію жінок та можливості реалізувати себе в сім'ї для чоловіків.

Підсумовуючи сказане, можна стверджувати, що серед найвагоміших згубних наслідків впливу стереотипів на розвиток особистості та міжособистісну взаємодію може бути небажання змінювати своє ставлення та поведінку по відношенню до стереотипних гендерних груп у спілкуванні; зниження продуктивності взаємодії між представниками різної статі; формування невротичного сценарію розвитку особистості через необхідність відповідати стереотипним уявленням про гендерну групу, або навпаки, боротися з існуючими стереотипами.

Негативний вплив стереотипів зовнішності та привабливості, в свою чергу, змушує особистість вдаватися до змін у ній за допомогою неодноразових пластичних операцій, призводить до розвитку анорексії, знижує самооцінку та ін. Однією з можливостей корекції впливу гендерних стереотипів на життєдіяльність особистості та ефективну соціальну взаємодію є дотримання психологічних умов і факторів, що сприяють зміні стереотипів, що потребує подальших досліджень в цій сфері.

Список використаних джерел:

1. Маркова А.К. Психология профессионализма / А.К.Маркова. – М., 1996. – 160 с.
2. Дворніченко Л.Л. Філософсько-психологічні аспекти професійної орієнтації та самореалізації особистості в сучасному світі праці / Л.Л. Дворніченко // Психологія і особистість. Науковий журнал. – 2015. – № 2 (8) Ч. 1. – С. 272– 283
3. Ожигова Л. Н. Гендерная интерпретация самоактуализации личности в профессии: Автореф. дис.... канд. психол. наук. — Краснодар, 2000. – 91 с
4. Оксамитна С. М. Гендерні ролі та стереотипи / С. М. Оксамитна // Основи теорії гендеру. — К. : К.І.С., 2004. — С. 157–181.
5. Попова Л.В. Гендерные аспекты самореализации личности. – М., 1996.
6. Васильченко О.М. Гендерні стереотипи в структурі професійного становлення особистості / З.О. Мусієнко, О.М. Васильченко // Актуальні питання сучасної науки та практики: матеріали науково-практичної конференції - К.: Університет "КРОК", 2018. - С.538-540.

*МАХИНЯ В.П.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
СИНГАЇВСЬКА І.В.
к.психол.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ПРИЧИНИ НЕУСПІШНОСТІ СТУДЕНТІВ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Середня технічна освіта – найбільш затребуваний в нашому суспільстві рівень освіти. Від випускника середнього спеціального закладу очікують добре відпрацьованих конкретних вмінь і навичок, усвідомленості рішень, швидкості й точності виконання дій, відповідальності, здатності до самоконтролю. Це означає, що кожен студент повинен відповідально ставитися до навчання, а викладачі – допомагати студентам навчатися ефективно.

З кожним роком спостерігається повільне збільшення частки студентів, які потребують додаткової уваги з причини неспішності. Неуспішність – відставання в навчанні, при якому студент не оволодіває на задовільному рівні за відведений час знаннями, передбаченими навчальною програмою. Неуспішність завжди викликається сукупністю причин.

Причини неспішності можна поділити на зовнішні та внутрішні.

До зовнішніх відносяться соціальні причини, недосконалість організації навчального процесу, негативний вплив ззовні. Соціальні причини, тобто зниження цінності середньо-технічної освіти у суспільстві, нестабільність існуючої освітньої системи. Недосконалість організації навчального процесу (нецікаві заняття, відсутність індивідуального підходу, перевантаження студентів, несформованість прийомів навчальної діяльності, прогалини в знаннях тощо). Негативний вплив ззовні – вулиці, однокласників, сім'ї (відсутність режиму, контролю).

До внутрішніх причин неспішності відносяться відсутність мотивації, слабка воляова організація, дефекти здоров'я студентів, низький розвиток інтелекту, елементарна лінь.

В основі відставання у навчанні лежить розбіжність вимог, що пред'являються до пізнавальної діяльності студентів, з реально досягнутими ними рівнем розумового розвитку та їх потенційними можливостями. Щоб викладач міг виявити процес неспішності у студентів, йому необхідно знати типологію невстигаючих студентів. Виділяють три типи:

1. Низька якість розумової діяльності (слабкий розвиток пізнавальних процесів – уваги, пам'яті, мислення, несформованість пізнавальних вмінь і навичок тощо) поєднується з позитивним ставленням до навчання. Допомога – спеціально організовані заняття з формування навчальних навичок: алгоритм розв'язання задачі або робота з її умовою.

2. Висока якість розумової діяльності в парі з негативним ставленням до навчання. Допомога – додаткова мотивація.

3. Низька якість розумової діяльності поєднується з негативним ставленням до навчання. Допомога – позитивна психологія. Необхідно знайти сильні сторони, позитивні якості студента і сконцентрувати його увагу на те, що він дійсно може.

Робота з невстигаючими студентами з предметів проводиться поточно та за підсумками проведених модульних контролів. Вона полягає в застосуванні активних методів і форм навчання, нових педагогічних технологій, індивідуального підходу при дозуванні домашнього завдання, заходів щодо усунення відставання в навчанні (додаткові заняття, консультації, надання методичної допомоги).

Заходи попередження неуспішності студента: формування пізнавального інтересу до навчання та позитивних мотивів; індивідуальний підхід до студента; спеціальна система домашніх завдань; робота з батьками.

Робота з невстигаючими студентами починається з анкетування для виявлення проблем, які їх хвилюють, причин труднощів у навчанні. З'ясовують причини, які, на думку самих студентів, заважають їм добре вчитися. Найчастіше це – відсутність мотивації, слабкий розвиток волевої організації, слабе здоров'я, низький рівень розвитку інтелекту.

Для вирішення проблеми розробляють програму взаємодії адміністрації і педагогів коледжу зі слабо встигаючими студентами та їх батьками, яка передбачає комплекс заходів окремо для кожної категорії співпрацюючих сторін – викладачів-предметників, куратора групи, батьків та адміністрації коледжу.

Щодо конкретної методичної роботи з предметів, – розробляються НМК, які передбачають методичні рекомендації для студентів з кожної теми практичних занять, самостійної роботи студентів. НМК розміщуються в бібліотеці коледжу та на сайті навчального закладу. За потреби студентам надається індивідуальна методична допомога.

Проблема неуспішності серед студентів є актуальною в сучасному суспільстві. На відміну від невстигаючих школярів, невстигаючі студенти практично не є об'єктом психологічних досліджень. Студентів, які не склали сесію у відведений для цього час, як правило, відраховують за неуспішність. Для того, щоб зберегти контингент студентів, необхідна спільна і плідна робота з невстигаючими студентами, щоб вони не стали наступними в статистичній черзі і не були відраховані. Якщо робота буде виконуватися на належному рівні, то можна буде в кілька разів зменшити число невстигаючих студентів і зберегти контингент студентів, що поступили в коледж.

Таким чином, основними завданнями викладачів в роботі зі слабковстигаючими чи невстигаючими студентами залишається:

- 1) з'ясування можливих причин неуспішності та їх нейтралізація;
- 2) допомога студентам у плануванні режиму дня, забезпечення тісного контакту із батьками для того, щоб вони могли за необхідності надати допомогу;
- 3) створення ситуації успіху відстаючих студентів;
- 4) навчання студентів прийомам самостійної роботи;

- 5) організація постійного контролю над навчальною діяльністю;
- 6) організація систематичних додаткових занять;
- 7) індивідуалізація роботи на заняттях, а також виконання домашнього завдання;
- 8) знаходження оптимального поєднання допомоги з боку інших встигаючих студентів.

Список використаних джерел:

1. Вища освіта і Болонський процес: Навч. програма. Київ - Тернопіль. – К.: Вид-во ТДПУ ім. В. Гнатюка. 2006. с.18.
2. Вітвицька С.С. Основи педагогіки вищої школи. – К.: ЦНЛ, 2003. с. 314.
3. Закон України про вищу освіту: Освіта. – Х.: 2002. №12-13. с. 5-12.
4. Научитель Е. Д. Адаптація студента в ВУЗе.: Е. Д. Научитель. Практична психологія та соціальна робота. – Х.: 2011. №7. с. 21-23.
5. Резник Т. І. Психологічний зміст труднощів у навчанні студентів- першокурсників: Т. І. Резник. Практична психологія та соціальна робота. – Х.: 2002. № 1. с.1-3.
6. Сингаївська І. В. Психологічні аспекти досягнення професійної успішності у викладацькій діяльності / Актуальні проблеми наукового й освітнього простору в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. Том 2. – Мукачєво: Вид-во «Карпатська вежа», 2015. с. 166-168.

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТРАДИЦІЙ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ УНІВЕРСИТЕТУ «КРОК» ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Розвиток освітніх закладів у сучасній системі освіти України зумовлена зростанням ролі громадянського суспільства в усіх сферах життєдіяльності соціуму. Провідне місце серед інститутів громадянського суспільства займають корпорації як об'єднання громадян за різними інтересами, які сформували свою унікальну корпоративну культуру, яка через накопичення досвіду, розвиток звичаїв, формування поглядів, норм поведінки започатковує традиції організації. Тренди цих освітніх закладів формуються відповідно до своїх етапів розвитку та передаються від одного покоління до іншого в середовищі членів корпорації. Завдяки традиціям накопичується та зберігається досвід організації в усіх сферах її діяльності. Особливо це важливо для таких освітніх корпорацій, як приватні вищі навчальні заклади, у функціонуванні яких корпоративна культура відіграє одну з провідних ролей і є запорукою сталого розвитку суспільства, формуючи нову систему ціннісних орієнтирів поведінки студентів та персоналу, охоплюючи, екологічну, економічну та соціальну проблематику змісту навчання та життєдіяльності освітнього закладу.

На думку О.Є. Висоцької формування мислення, орієнтованого на стале майбутнє та відповідні смисложиттєві цінності та пріоритети – ключова мета сучасної освіти. Формування культури розумного споживання природних ресурсів, зменшення відходів життєдіяльності, впровадження цінностей екологічної етики, розвиток духовного потенціалу особистості стають все актуальнішими у змісті діяльності освітніх корпорацій.

На нашу думку, саме традиція, що у перекладі з латини означає "передача", є основою розвитку корпоративної культури освітнього закладу та відзначається своєрідністю, функціонуючи в умовах конкурентності та сучасного ринку праці. Наявність традицій в освітньому закладі становить основу діяльності та розвитку її корпоративної культури та впливає на формування змісту функціональних складових.

Сталий розвиток суспільства у великій мірі залежить від гнучкості, ефективності стабільного нарощування потенціалу і, особливо, пошук та реалізація нових цілей та завдань освітніх закладів, які повинні швидко у своїй діяльності реагувати на виклики та загрози життєдіяльності людини.

Разом з тим проблема аспектів розвитку традицій корпоративної культури Університету «КРОК» як складової сталого розвитку освітньої організації, не є достатньо висвітленою.

Мета дослідження – проаналізувати вплив традицій на виховну функцію корпоративної культури освітнього закладу Університет «КРОК» при формуванні та розвитку особистості у її сталому світогляді.

Результати теоретичного аналізу проблеми. Аналіз наукової літератури свідчить, що інноваційні напрямки досліджень, зокрема освітнього менеджменту та психологічних основ управління змінами в освітніх організаціях знайшли відображення у працях: (Н. Алюшина, В. Івкін, Л. Карамушка, С. Максименко, Т. Малкова, О. Сафін, В. Сідак та ін.) учених.

Враховуючи, що одним з пріоритетних принципів національної освіти України є єдність навчання та виховання, корпоративна культура навчального закладу виконує унікальну виховну функцію, в повній мірі використовуючи такий засіб як традиція.

Ця унікальність, очевидно, в тому, що ця культура особливо в навчальному закладі, є чинником підготовки залучення людини до життя (життя взагалі, професійного та суспільного життя, корпоративного, комунікативного тощо).

Зважаючи на розвиток та становлення корпоративної культури в освітньому закладі Університет «КРОК» протягом останніх трьох десятиліть, ми спостерігаємо певну закономірність збереження та формування традицій, а також, їх вплив на змістову складову, відповідно до викликів сучасного суспільства. Так як не можливо впливати на розвиток корпоративної культури формально, так і не можливо запроваджувати традиції, які не приймаються її споживачами.

Дотримання, збереження та розвиток традицій – це важливий процес у корпоративному житті освітньої організації, який і є основою виховного процесу, який впливає не тільки на розвиток студента, але й, викладача, який також змінюється.

Список використаних джерел:

1. Карамушка Л.М., Толков О.С. *Формування психологічної готовності персоналу вищої школи до діяльності в умовах соціально-економічних змін: монографія.* К. - Кам'янець-Подільський: Медобори – 2006, 2013. – 254 с.
2. Наконечна Н.В. *Місце та роль організаційної культури в діяльності приватного навчального закладу* / Н.В. Наконечна // *Науковий вісник Львівського державного Університету внутрішніх справ (версія психологічна), - Вип. І.Л., 2015. – С. 109-119.*
3. Хаєт Г.Л. *Корпоративна культура: Навчальний посібник.* / Хаєт Г.Л., Л.Г. Хаєт, С.В. Ковалевський, О.А. Медведева, В.І. Куличук. - Київ: Центр навчальної літератури, 2003. - 403 с.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ РЕСУРСИ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ОСВІТНІХ СИСТЕМ

В умовах інноваційних і турбулентних політичних, соціально-економічних, соціокультурних та інших реалій будь-які (і насамперед освітні системи – як такі, що апріорі потребують сталої ресурсної підтримки ззовні (аби не витратити життєво необхідні їм внутрішні ресурси на виживання, адаптацію до змін і т. ін.) – залишаються сам на сам з викликами цих реалій. І саме цим пояснюється надзвичайна їх уразливість до таких викликів, оскільки освітні системи первинно не замислені, а тому й не здатні бути самодостатніми і самопродуктивними.

Разом із цим усі освітні системи – начебто «ресурсно обмежені», «залежні від зовнішньої допомоги» (порівняно з такими акторами соціального розвитку, як економіка, політика, юриспруденція, шоу-бізнес тощо) – зрештою виявляють себе як найстабільші і найнадійніші актори соціального процесу! У чому ж секрет їх надзвичайної їх сили та конкурентоспроможності? Покладаючись на багаторічний досвід наукового аналізу освітньої сфери, можемо припустити, що цей секрет полягає насамперед у: 1) вірі представників педагогічної спільноти в беззаперечну апріорну необхідність її справи (а саме – справи навчання, виховання і соціалізація прийдешніх поколінь) для будь-яких суспільств і соціумів; 2) вірі у власну суспільну місію та її одвічну справедливість. І ця віра є чи не єдиним ресурсом педагогів, який гарантує їм успішне серфінгування на гребені найдраматичніших соціальних перетворень в усіх сферах соціального буття, коли – попри об'єктивні труднощі – вимоги суспільства до педагогічної еліти завжди залишаються стало суворими.

Вимоги суспільства до освітян в усі часи були, з одного боку, досить високими і жорстко внормованими (що закріплено у масовій свідомості, громадській думці й відповідних нормативних приписах, що мають силу законодавчих документів), а з другого – досить суперечливими і складними для осмислення і практичного виконання. Від них очікуються: 1) з одного боку, активність, ініціатива, творчість, самовідданість, а з другого – відповідність системі освітніх і професійних стандартів; 2) з одного боку, дотримання нормативних приписів, а з другого – гнучкість, урахування обставин і ситуацій; 3) з одного боку, високі моральні якості, принциповість і вимогливість, а з другого – толерантність, лояльність, готовність до поступок в ім'я інтересів більшості; 4) з одного боку, фізичне і психічне здоров'я, а з другого – неможливість це мати через «особливі» умови праці та низький матеріально-економічний статок; 5) з одного боку – перфекційні стандарти, на які іони мають орієнтуватися на всіх рівнях соціального включення, а з іншого –

нерозуміння, в ім'я чого це має відбуватися (окрім віри у свою місієність) тощо [2].

Високі перфекційні стандарти об'єднують освітян різного рівня – як провідних суб'єктів освітнього простору – в особливу освітянську спільноту, принципово відмінну від інших професійних спільнот (політиків, програмістів, медичних працівників, будівельників тощо), надають їй особливих якісних ознак і роблять її добре упізнаваною як нею самою, так і іншими суб'єктами соціального життя. І, як слушно стверджують українські дослідники В.О. Васютинський, О. А. Донченко та інші, в підсумку освітянська спільнота цілком організована для здійснення своєї освітньої місії і, попри бурхливу суспільно-політичну динаміку, соціально-економічні проблеми, інформаційний і ціннісний хаос, ідеологічну експансію та щоденні побутові труднощі, вона в цілому належно виконує свою суспільну функцію [1; 3].

Жодна інша професійна спільнота не має такого сильного переконання у власній місієності і такого міцного ореолу місієності навколо себе. І це є тим консолідувальним чинником, що гуртує педагогічну спільноту, робить її впізнаваною і міцною з погляду інших соціальних спільнот, дає сенс і підстави почуватися належним до неї, ідентифікуватися з нею, поділяти її в т.ч. і бутафорні (квазі-цінності) навіть попри те, що нині більшість її членів не мають від цього належних соціальних зисків, а вже згадана місієність скоріше формальна і «тримається» переважно на пам'яті про неї. Проте наразі в освітянській спільноті немає гідного конкурента у царині навчання, виховання й соціалізації прийдешніх поколінь, і допоки такий конкурент не з'явиться, її статус у суспільстві залишатиметься стабільним і престижним [3].

Консолідувальний потенціал освітянської спільноти утворюють формальні, організаційно-впорядкувальні (документально задекларовані, перспективні) і неформальні (дескриптивні, соціально-психологічні) норми і приписи, а також готовність і здатність членів цієї спільноти наслідувати і підпорядковуватися цим приписам.

Список використаних джерел:

1. Васютинський В. О. Психологічні виміри спільноти: монографія / В.О.Васютинський. – К.: Золоті ворота, 2010. – 120 с.
2. Мід Дж. Г. Дух, самість і суспільство. З точки зору соціального біхевіориста / Пер. з англ. – К.: Укр. центр духовн. культури, 2000. – 416 с.
3. Педагогічна спільнота: психосоціальний аспект. Колективна монографія / За ред. О. А. Донченко. – К.: Педагогічна думка, 2007. – 192 с.

*РАДЧЕНКО Т.О.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»»
ВАСИЛЬЧЕНКО О.М.
д.псих.н., професор кафедри психології,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»»*

ДОСЛІДЖЕННЯ ГЕНДЕРНИХ РОЛЕЙ У СОЦІАЛЬНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Відмінності між чоловіками і жінками мають складний характер. В даний час відбувається інтенсивна зміна гендерних ролей. Стираються межі між чоловіками і жінками, як в соціальному, так і в фізичному плані. Виникнення даної проблематики в значній мірі обумовлено політичними рухами з вимогами надати жінкам рівні права з чоловіками, покінчити з субординацією, сексизмом і нерівним доступом до влади, а також як усвідомлення потреби в розвитку знання про взаємини статей в суспільстві.

Мета дослідження. Здійснити аналіз підходів до дослідження гендерних ролей.

У психології зростає інтерес до осмислення проблем самовизначення особистості в соціальному і професійному середовищі, що пов'язано зі змінами як суспільства, так і сформованих у ньому уявлень про умови життя людей. Змінюються звичні норми взаємин, вимоги до професій, якості життя, з'являються нові чинники соціального і професійного розвитку. Все це відбувається на самосвідомості і поведінці людей.

Гендер - одне з основних понять сучасної соціології, яке позначає рольові соціальні очікування представників різної статі один від одного.[1] Вивчення психології чоловіка і жінки і їх відмінностей один від одного має безпосереднє відношення не тільки до людини як такої, але також до всієї громади в цілому.

Коли мова заходить про психологічний аналіз і дослідженні гендерних характеристик особистості, характеристики біологічної активності нерідко змішують з поведінкою в соціально-психологічному сенсі.

Змішання статевих і гендерних характеристик приводить до того, що до характеристик мужності і жіночності одночасно відносять і психофізіологічні, і соціокультурні аспекти психологічних відмінностей. Тоді як в ситуаціях реальної взаємодії між собою люди рідко пов'язують біологічні особливості свого організму з гендерними характеристиками. На змішанні статевих і гендерних відмінностей часто будується критика гендерного підходу до пояснення поведінки людей [3].

У методологічному плані дослідження гендерних характеристик особистості може здійснюватися в рамках двох підходів: біологічний і соціокультурний [2].

Біологічний (статеворольовий) підхід зводить гендер до одного з його соціально-психологічних проявів - гендерним стереотипам (схемами сприйняття). Біологічний підхід цілком вписується в трактування терміна «гендер», запропоновану Р. Стіллер, адже з його допомогою позначалися

соціокультурні уявлення про особистість чоловіків і жінок, котрі пов'язували психологічні особливості зі статевою приналежністю людини. Тому прихильники цієї методології інтерпретують наявність двох протилежних гендерів (чоловічого і жіночого) як соціокультурне або суб'єктивне відображення природної даності: двох біологічних статей.

У соціально-конструктивній методології заперечується наявність причинної залежності між чоловічою і жіночою тілесною та психофізіологічною організацією і соціально-психологічними характеристиками особистості.

Система соціальних і міжособистісних відносин, що складається між людьми різної статі і сексуальних уподобань, а також з різною орієнтацією на ті чи інші моделі поведінки (гендерні ролі), не може бути зрозуміла і пояснена без урахування владного виміру цих відносин (домінування і підпорядкування, паритету і нерівності, внутрішньогруппового фаворитизму і міжгрупової дискримінації).

Відносини чоловічого і жіночого є відносинами відмінності, сконструйовано як нерівність соціальних можливостей. Владна асиметрія відносин підкреслюється різницею в гендерно-специфічних патернах спілкування, які насправді маскують дискримінацію під «об'єктивну» гендерну відмінність. Формує сила культурних очікувань проявляється в уявленнях про те, як повинні поводитися чоловіки і жінки. З поведінкових очікувань формуються «гендерні ролі» для чоловіків і жінок.

"Сексуально-гендерне поле" людини виникає ще в преднатальний період: сучасні засоби медицини дозволяють вже задовго до народження дитини визначити його стать.

Батьки по-різному можуть реагувати на народження хлопчика або дівчинки. Народження хлопчика або дівчинки може також по-різному сприйматися і в культурах. Народжуючись, люди жіночої та чоловічої статі відразу потрапляють в сформовану систему відносин, де жінкам відведено пасивну роль, а чоловікам активна. Наприклад, в освітніх методиках дитячих садків навчальні ігри для дівчаток і хлопчиків-різному орієнтовані.

В ігровій кімнаті відведені частини окремо для дівчаток і для хлопчиків. У дівчаток відтворена домашня ситуація (внутрішній, "пасивний" світ), де їх навчають бути "жінками": накривати на стіл, пеленати дитину, вести домашнє господарство та ін. У хлопчиків відтворена ситуація (зовнішній, "активний" світ), де вони вивчають типи машин, правила дорожнього руху, види професій. І якщо на освітніх заняттях дівчаток знайомлять з поняттями (але не дають навичок), що формуються у хлопчиків в навчальних іграх, то хлопчиків не вчать про кого-небудь піклуватися.

Хлопчикам дарують книги пізнавального характеру, а дівчаткам - дитячу кулінарію. І хоча книга з кулінарії носить назву дитячої, вона асоціюється тільки з дівчатками і тільки їм призначена.

Відносини чоловічого і жіночого є відносинами відмінності, сконструйовано як нерівність соціальних можливостей. Владна асиметрія відносин підкреслюється різницею в гендерно-специфічних патернах

спілкування, які насправді маскують дискримінацію під «об'єктивну» гендерну відмінність. Формує сила культурних очікувань проявляється в уявленнях про те, як повинні поводитися чоловіки і жінки. З поведінкових очікувань формуються «гендерні ролі» для чоловіків і жінок.

Список використаних джерел:

1. Абубікірова Н. І. Що таке "гендер"? // *Общественные науки и современность*. 1996, № 6, С.123.
2. Бем С. Л. Лінзи гендеру. Трансформація поглядів на проблему нерівності статей. - М.: РОССПЕН, 2004. - 146 с.
3. Васильченко О.М. Репродуктивна поведінка особистості. Соціально-психологічний аналіз: монографія / О.М. Васильченко. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2013. – 412 с.

*РАДЧУК Г.К.
д. психол. н., професор
АДАМСЬКА З.М.
к. психол. н., доцент, Тернопільський національний педагогічний
університет імені Володимира Гнатюка*

СИНЕРГЕТИЧНІ ВЕКТОРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ ОСВІТИ

Становлення постіндустріального суспільства як інформаційного і мультикультурного потребує переосмислення змісту освіти та її окремих структурних компонентів, оскільки вона фактично здійснює підготовку людини до самостійних особистісних і професійних стосунків, які ґрунтуються на певних стратегіях. Тому перед психологічною наукою поставлені завданнями щодо трансформації системи освіти України в напрямку нової динамічної й осучасненої освітньої парадигми, яка визначає процес становлення особистості.

На сьогодні загальноновизнаним є те, що традиційна модель освіти надто статична, монологічна, орієнтована на дисциплінарне розмежування знання у вигляді відносно автономних, замкнених систем збереження інформації, яка має бути “вкладена” в голови учнів чи студентів. Ця модель є переважно закритою і близькою до рівноваги та практично нездатна до розвитку, а тому стає все більш неадекватною реальностям процесу глобальних світових змін. Наслідком цього є не лише фрагментарність розгляду реальності, але і її деформація, що в умовах постіндустріального інформаційного суспільства не дозволяє людям адекватно реагувати на екологічну кризу, девальвацію моральних цінностей та інші проблеми. Реформа освіти повинна опиратись на ідеї цілісності освіти, що актуалізує проблему ретельного рефлексивно-методологічного супроводу сучасної освітньої системи.

На думку багатьох дослідників, саме синергетика, як новий постнекласичний напрямок міждисциплінарних цілісних досліджень процесів самоорганізації і розвитку, що відбуваються у відкритих нелінійних і далеких від рівноваги системах, могла б зіграти роль нової парадигми освіти (В.І.Аршинов, В.Г. Буданов, І.В.Єршова – Бабенко, С.П.Курдюмов, Д.В.Лубовський, В.С.Лутай, О.Є.Остапчук, О.В.Плахотнік, І.А.Пригожин, В.І.Редюхін, Г.Хакен та ін.).

Синергетична модель Г.Хакена у 80 –х роках минулого століття була розширена для опису людської поведінки. Подібні моделі вже були в деяких випадках успішно використані для розуміння складних соціальних систем. Проте синергетичні дослідження в цій сфері лише започатковані і потребують подальшої ретельної розробки.

Як влучно зауважує В.Г.Буданов, ми приходимо до необхідності врахування знань сучасної науки і цілісного бачення світу, який був властивий нашим предкам [1]. Тому освітня система була і буде синергічною за своєю

суттю та її варто розглядати як динамічну систему, здатну до самоорганізації, з усіма її системними характеристиками.

Отже, синергетика – це серйозна спроба відновити цілісний погляд на життя, втрачений за час панування бінарного мислення. В.Г.Буданов стверджує, що цілісність знання як домінанта фундаментальної парадигми освіти повинна подолати суб'єкт – об'єктну дихотомію нашої ментальності, відновити гармонію стосунків людини і природи [1].

Справді, сьогодні, як ніколи, потрібен цілісний міждисциплінарний погляд на світ і мова йде про необхідність навчання жити в умовах нестійкого, нелінійного світу. Необхідно враховувати динаміку і механізми самоорганізації суб'єктів освітнього простору, єдність навчання і виховання, освіту цілісної креативної особистості [2].

Самоорганізація, як основна категорія синергетики, більш точно і повніше розкриває сутність процесу, оскільки реакція на зовнішні впливи залежить не лише від величини цього впливу, але і від власних властивостей системи.

Відтак, у контексті методології синергетичної парадигми, центр дослідження моделювання освітніх систем зміщується в сторону внутрішніх механізмів розвитку, іманентних для освітніх систем.

Програма становлення й розвитку освітніх систем поряд із соціальною (зовнішньою) організацією передбачає внутрішні механізми, що здатні реагувати на набір флуктуацій, які виводять систему із рівноваги, на ту внутрішню умову акумулювання енергії, інформації, що й забезпечує освітнім системам здатність до розвитку, визначає стан-атрактор та результат самоорганізації систем [1, 3].

Саме ці потенції методології синергетичної парадигми, на нашу думку, дозволяють подолати основні суперечності усталених підходів, узгодивши їх в цілісне бачення шляхів вирішення проблем розвитку і трансформації системи сучасної освіти.

Водночас через призму синергетичного бачення варто розглядати сутність особистості, що включена в цілісну систему освіти. Особистість є складною, відкритою, дисипативною, нелінійною системою сутнісних сил, тому застосування принципів синергетики для дослідження її буття є цілком правомірним [3].

Власне синергетика найкращим чином висвітлює спонтанність саморозгортання внутрішнього змісту суб'єкта освіти. При цьому найважливішими цінностями сучасної освіти виступають такі універсальні людські цінності як свобода і творчість. Свобода, як можливість діяти при відсутності зовнішнього цілеспрямування і творчість, як діяльність людини зі створення нових образів, знань, смислів, стають базовими аксіологічними вимірами освіти [3].

Отже, на зміну поверхнево-предметному освоєнню світу приходять глибинно-сміслові осягнення світу людиною як суб'єктом освітнього процесу. Синергетичний підхід долає дихотомію зовнішнього і внутрішнього, штучного і природнього, аналізу і синтезу, раціонального і емоційно-інтуїтивного. При

цьому акцент у пізнанні законів реальності змщується до питань смислоутворення, цілісного розуміння, набуття особистісного досвіду.

Список використаних джерел:

1. Буданов В. Г. *Методология синергетики в постнеклассической науке и образовании.* Москва, ЛИБРОКОМ, 2009. 240 с
2. Лубовский Д.В. *Введение в методологические основы психологии: Учебное пособие.* Москва, 2005. 224 с.
3. Плахотнік О.В. *Суб'єкт в освітньому просторі: соціально-філософський аналіз. Автореф. дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філософських наук.* Харків, 2004. 19 с.

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОСІБ ІЗ ХІМІЧНОЮ ЗАЛЕЖНІСТЮ

Проблема залежності людини від психоактивних речовин, як одна з вагомих проблем сучасної України, пронизує всі рівні функціонування суспільства, ставить під загрозу фізичне здоров'я нації, призводить до редукції її інтелектуального потенціалу, порушення соціальних відносин та духовного занепаду [1]. Сучасне суспільство перебуває в ситуації глобальної кризи та надзвичайно високих темпів трансформації всіх своїх структур. Одним із наслідків цих змін є зростання у всьому світі кількості осіб, залежних від наркотичних речовин.

З огляду на соціальну значущість проблеми, вивчення адиктивної поведінки особистості є актуальним напрямом психологічної науки, оскільки дозволяє виявити різноманітні фактори і механізми розвитку наркозалежності. Сьогодні у психологічній науці сформульовано багато теорій, які пояснюють феномен адикції та процес її формування з різних методологічних позицій [2]. Аналіз теоретико-методологічних джерел з досліджуваної проблеми виявив відсутність єдиної концепції чіткого розуміння психологічних чинників і механізмів формування залежності, зокрема наркозалежності, що в свою чергу, обмежує можливості врахування всіх цих факторів і особливостей при розробці реабілітаційних, психокорекційних і профілактичних програм [3].

Отже, важливого теоретичного і прикладного значення набуває поглиблене вивчення передумов наркотизації, особистісних змін осіб, залежних від психоактивних речовин, особливостей психологічної корекції в контексті можливості застосування соціально-психологічного супроводу таких осіб з залежністю, визначення його напрямів [2].

Наркозалежність, що має в якості сенсоутворюючої цінності наркотичний засіб, у ході свого розвитку неминуче нав'язує суб'єктові систему специфічних особистісних змістів, обумовлених характерними рисами наркотичного засобу як мотиву задоволення різних актуальних потреб. В міру закріплення наркоманізації як способу задоволення актуальних потреб, система породжуваних наркозасобом особистісних змістів набуває рис стабільності, ригідності, стійкості, перетворюючи в систему специфічних установок особистості [1].

Аналіз головних чинників наркотизації особистості дає підстави стверджувати, що основним з них є втрата людиною сенсоутворюючих цінностей життя, які починають реалізовуватися штучним шляхом, що призводить до істотних змін вихідних (реальних) цінностей. Також варто зазначити розвиток у наркозалежних осіб психічних порушень і характерологічних змін, що разом з наркозалежністю створюють особливий тип

поведінки, характеру і соціального статусу хворого. Наркологи та психіатри говорять навіть про своєрідну «наркотичну особистість» або «особистість наркомана». На особистість наркозалежної молоді людини впливають преморбідні особливості, тобто особливості, що залежать від тих нервових, психічних і соматичних сфер захворювань та рис характеру, які були в наркозалежного до періоду наркотизації.

Світ наркотичних ілюзій – це світ зі своїми внутрішніми і самостійними законами, одним з різновидів якого є віртуальна реальність [4]. Дослідження показують, що люди, які бояться невдач (високий рівень захисту), віддають перевагу малому, або навпаки, надмірно великому ризику, де невдача не загрожує престижу. У таких людей спостерігається переважно низький рівень готовності до змін. Це може спричинити утруднення та сповільнити позитивний вплив психокорекційної психологічної роботи [5].

Сучасні тенденції розвитку терапії та реабілітації наркозалежних осіб полягають у застосуванні різних психотерапевтичних та непсихотерапевтичних методів, які характеризуються етапністю й фазністю, гармонійно доповнюючи один одного, при цьому використовуються принципи системного підходу [6]. Особливого значення набуває робота міждисциплінарних терапевтичних команд й обов'язкова участь у процесі реабілітації найближчого оточення хворого, а також інтенсивність і тривалість впливу. Враховуючи особливості особистості з хімічною залежністю, необхідно допомогти їй віднайти свої власні цінності, що ймовірно сприятиме мотивуванню людини до відмови від зловживання психоактивними речовинами та повернення до нормального життя.

Проблема хімічної залежності сучасної особистості загалом, та особистісних властивостей осіб з адиктивною поведінкою зокрема, потребує подальшого дослідження, насамперед з урахуванням поширення у суспільстві соціальних стресів.

Список використаних джерел:

1. Воронович Б. Без тайн, о зависимостях и их лечении – Изд. «Сфера». – К., 2004. – 348 с.
2. Дунаевский В. В., Стяжкин В. Д. Наркомании и токсикомании. – Л., 2001. – 562 с.
3. Батищев В. В., Негериш Н. В. Методология организации программы психотерапии и реабилитации больных с зависимостью от психоактивных веществ. – РБФ «НАН». – М., 2000. – 168 с.
4. Братусь Б. С. Психологический анализ изменений личности при алкоголизме. – М., 1974. – 96 с.
5. Лекции по наркологии / Под редакцией Н.Н. Иванца. – Изд. МГУ. – М., 2001. – 642 с.
6. Змановская Е. В. Девиантология: психология отклоняющегося поведения – Изд. «Питер». – СПб, 2005. – 289 с.

ОЦІНКА ПРОФЕСІЙНОЇ УСПІШНОСТІ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Сучасна психологічна наука і практика оперують значним діагностичним інструментарієм для оцінки якості викладацької діяльності (І. Дежина, С. Дружилов, І. Ісаєв, Є. Крігер, А. Маркова, Т. Траверсе, В. Шадриков, Ю. Швалб та ін.). Професійна діяльність викладача закладу вищої освіти може аналізуватись з врахуванням всіх видів робіт, психологічних особливостей та умов їх виконання, а також індивідуальної специфіки та особистісних якостей викладача.

Зважаючи на багатоплановість професійної діяльності викладача, здійснення її комплексного аналізу та оцінки можливе завдяки інтегративному підходу: врахування видів діяльності (педагогічна, наукова, організаційна тощо) та їх взаємовпливів у процесі формування професійної успішності; форм і способів взаємодій (особистісних, професійних, соціальних), що впливають на формування професійної успішності; психологічних умов для професійної самореалізації особистості викладача, розвитку його професійного, особистісного, комунікативного потенціалу; індивідуальних, соціальних, організаційних ресурсів, що забезпечують розвиток професійної успішності; соціально-психологічних моделей професійної успішності викладача тощо.

З огляду на складність науково-педагогічної діяльності доцільно виокремити критерії, що дозволяють виявити сутнісний характер оцінюваних явищ: об'єктивний і суб'єктивний критерії (і відповідно оцінка). Об'єктивна оцінка розглядається як зовнішня (соціальна), а суб'єктивна – як внутрішня (індивідуальна, особистісна). Так, Є. Климов визначає успішність як ознаку професійної діяльності, що включає зовнішню оцінку результату, досягнутого в ході професійної діяльності, та оцінку задоволеності фахівця своєю професійною діяльністю [1].

Зовнішня оцінка викладацької діяльності ґрунтується на продуктивності, стабільності, взаєморозумінні з колегами, ініціативності, ефективності та результативності. Внутрішня ж оцінка визначається особистісним розумінням кінцевого результату праці та вимірюється рівнем задоволеності працею, хоч іноді й матеріальною винагородою (елемент зовнішньої оцінки).

Розглядаючи успішність як провідний критерій оцінки професійної діяльності, М. Амінов виділяє індивідуальну та соціальну успішність [2]. Індивідуальна (ресурсна) успішність визначається особистісними досягненнями, соціальна успішність – досягненнями однієї людини відносно досягнень інших людей (конкурентоспроможність). При цьому психологічні ресурси (мотивація, воля, емоції тощо) використовуються як засоби підвищення конкурентоздатності, досягнення індивідуальної та соціальної успішності.

Зовнішня оцінка (здійснюється суспільством, державою, професійною спільнотою, колегами, студентами) професійної успішності спрямована на виявлення позитивних результатів діяльності; якісних показників діяльності (згідно з професійними вимогами); ефективності професійних взаємодій; ознак професійного розвитку (науковий ступінь, вчене звання, посада); суспільного значення досягнутих педагогічних та наукових результатів викладача тощо [3].

На оцінку професійної успішності істотно впливають психологічні характеристики особистості викладача. Особистісна відповідальність, вмотивованість на професійний успіх, задоволеність працею, сприятливі умови для саморозвитку часто виявляються ключовими детермінантами успішності. До того ж, показник психологічної стабільності переважає над показником матеріальної стабільності.

Оцінка професійної успішності викладача може ускладнюватися з огляду на співвідношення результативності педагогічної та наукової діяльності. Успішний педагог не тотожний успішному науковцю. Такої думки дотримується ряд відчизняних та зарубіжних дослідників [4; 5; 6]. Взаємозв'язок професійних ролей (колега, наставник, куратор, фасилітатор, дослідник, організатор, методист, технолог, модератор, мотиватор тощо) є складною багатофункціональною системою викладацької діяльності. Ще одним складним для оцінювання показником професійної успішності викладача є його рефлексивність як складова професійного та особистісного самовдосконалення та самоактуалізації. Варто враховувати поєднання рефлексивної компетентності з рефлексивною культурою та саморефлексією викладача.

Інноваційність також можна вважати критерієм оцінки професійної успішності, а інноваційний потенціал – певною інтегративною ознакою, що розкриває сутність творчих та інструментальних властивостей особистості. Ще більш генералізованим чинником і водночас критерієм професійної успішності слугує професійна «Я-концепція» як інтеграція особистісних та професійних якостей викладача [7].

Аналіз вищезазначених критеріїв має також враховувати співвідношення експертної (зовнішньої) оцінки та самооцінки викладача. Узагальнюючи викладене, варто підкреслити важливість застосування інтегративного підходу, що сприяє виокремленню основних критеріїв і показників оцінки професійної успішності викладача. Саме інтегративний критерій дозволить оцінювати рівень професійної успішності викладача, зважаючи на об'єктивні показники в поєднанні з суб'єктивною (особистісною) самооцінкою.

Перспективи подальших досліджень полягають у виборі психолого-діагностичного інструментарію, здатного охопити всю систему особистісних і професійних взаємодій, що дозволить представити професійну успішність викладача вищого навчального закладу як цілісну систему взаємопов'язаних та взаємообумовлених компонентів.

Список використаних джерел:

1. Климов Е. А. Пути в профессионализм (Психологический взгляд): уч. пособие / Е.А. Климов. – М.: Московский психолого-социальный институт: Флинта, 2003. – 320 с.
2. Аминов Н. А. Модели управления образованием и стили преподавания / Н. Аминов // Вопросы психологии. – 1994. – № 2 – С. 88-99.
3. Сингаївська І. В. Проблема оцінки професійної успішності викладача вищого навчального закладу / І.В.Сингаївська // Психологічні перспективи. – Луцьк: Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки. – Вип. 26. – 2015. – С.264-274.
4. Арендачук И. В. Структурно-функциональная организация профессио-нализма личности в научно-педагогической деятельности / И.В. Арендачук: автореф. дис. ...канд. психол. наук. – Ярославль, 2008. – 29 с.
5. Чуракова М. В. Научно-исследовательская деятельность преподавателя как условие повышения его профессиональной компетентности / М. В. Чуракова // Вестник Южно-Уральского гос. ун-та. Сер. Соц.-гуманит. науки. – 2006. – № 17. – Вып. 7. – С. 270-273.
6. Швалб Ю. Психологічні аспекти компетентнісного підходу в освіті / Ю. Швалб // Вища школа. – 2010. – № 1. – С. 31-36.
7. Онищенко В. Професійна я-концепція як інтегральна складова ноологічної Я-концепції особистості / В. Онищенко // Педагогіка і психологія професійної освіти. – 2013. – № 3. – С. 39-50.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНСТИТУТУ СІМ'Ї В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

Сім'я як соціально-психологічний феномен відзначається великим впливом на особистість, а його вивчення характеризується складністю, багатогранністю і проблематичністю. Традиційним розумінням поняття «сім'я» – це єднання людей на основі шлюбу, батьківства, спорідненості, кожен представник якого ідентифікує себе з членами цього подружжя, розділяючи відповідальність за його існування і життєдіяльність. Характеристика структурних і динамічних параметрів сім'ї надає підстави для висновку, що головними з них є: наявність ролей і характер їх взаємодії, розподіл влади та підкорення між членами родини, співвідношення близькості й автономії між членами родини, підтримка та функціональна взаємозамінність між членами родини, взаємодія всередині родини та з соціумом.

Нині для України в умовах побутової й економічної невлаштованості, розгубленості та психологічних стресів стан сім'ї характеризується як кризовий, що підтверджується останніми статистичними даними: результати перепису населення в Україні 2018 року свідчать, що кількість сімей у порівнянні з переписом 1990 року зменшилась на 48,3 % [4].

На загальному тлі природного скорочення та старіння населення в Україні характерними є: зниження показників шлюбності (панує так звана прокреативна етика: шлюб, який укладати краще, але не обов'язково, мати дітей бажано, але їхня відсутність – не аномалія); зростання кількості розлучень, серед однієї з провідних причин яких – моральна толерантність суспільства щодо цього феномену), малодітності та самотніх людей; структурно-функціональна трансформація сім'ї за невизначеності або суперечливості сімейних ролей; зменшення ролі зовнішніх і зростання внутрішніх регуляторів поведінки членів сім'ї з тенденцією до домінування, боротьбою за владу між партнерами, неузгодженістю рольової поведінки, негнучкістю сімейних норм тощо [1].

На думку Т. Говорун і О. Кікінежді, перехід від традиційних форм сім'ї до сучасних зумовлений насамперед трансформацією соціокультурних норм високої народжуваності й поширенням норм низької народжуваності, інакше кажучи, зміною системи цінностей, а не зовнішнім тиском [3]. У міру того як старі економічні та соціальні функції відмирають, все більшої цінності набувають експресивні функції, психологічна близькість, інтимність між членами сім'ї [5]. Паралельно відбувається перехід від шлюбу за розрахунком до шлюбу за вільним вибором. Це припускає можливість розірвання шлюбу з психологічних мотивів, відповідно інститут шлюбу стає менш стійким. Змінюється ставлення до емоцій – від пригнічення до підкреслення цінності емоційної відкритості та чуттєвості. [6].

На розвиток інституту сім'ї в наш час суттєво вплинули сучасні трансформаційні процеси, визначальними характеристиками яких є стихійний, багатовекторний, різноспрямований і непередбачуваний характер. Так, у другій половині минулого століття традиційна парадигма батьківства заміщується інноваційною парадигмою ціннісних орієнтирів, особистісно-орієнтованою, спрямованою на саморозвиток і автономію особистості в аспектах вибору стратегії поведінки. Її прояви позначилися в індивідуалізації подружніх взаємин, завищених емоційних очікуваннях, суперечності між можливістю професійної кар'єри і традиційною роллю матері та батька [2].

Залежність стану суспільства від міцності родини породжує потребу дослідження всіх аспектів формування, розвитку і функціонування цього соціального інституту. Розв'язання проблем стабілізації сім'ї передбачає більш глибоке вивчення закономірностей і протиріч її розвитку у взаємостосунках між подружжям, батьками і дітьми, виявлення особливостей успішних, благополучних, щасливих шлюбів. При цьому, основною інтегральною характеристикою, що виявляє ставлення подружжя до свого шлюбу, якість подружніх стосунків, а тим самим і успішність шлюбу, є показник задоволеності шлюбом. Задоволеність шлюбом складається зі ставлення кожного з подружжя до різних сторін їх взаємодій (господарсько-побутових, духовних, сексуальних), задоволеності умовами життя, характером дозвілля, залежить від якості спілкування в сім'ї, міжособистісних і емоційних взаємин, сімейно-рольової узгодженості, спільності установок і ціннісних орієнтацій. Характер зміни задоволеності шлюбом у подружжі свідчить про те, що подружні стосунки зазнають якісних змін на різних етапах становлення молодої сім'ї.

Отже, актуальним нині є дослідження особистісних властивостей і міжособистісних стосунків шлюбних партнерів на різних етапах функціонування сім'ї та пошук ефективних шляхів стабілізації розвитку подружніх стосунків, зокрема через створення та проведення психокорекційної програми щодо оптимізації сімейних стосунків та профілактики сімейних проблем.

Список використаних джерел:

1. Айрапетян О.В., Логвінова Д.В. Психологічні особливості сімейних відносин у сучасних моно- та поліетнічних сім'ях. *Проблеми сучасної психології*. 2015. № 12. с. 17-22.
2. Бориц К.К., Пелін О.В. Особливості статусно-рольових трансформацій сім'ї на Закарпатті та Одещині : монографія / ДВНЗ "Ужгород. нац. ун-т". Ужгород, 2014. 176 с.
3. Бориц К.К. Трансформація статусно-рольових характеристик сучасної сім'ї в Україні: автореф. дис. ... канд. соціол. наук : 22.00.04; Харк. нац. ун-т внутр. справ. Харків., 2010. 20 с.
4. Говорун Т.В., Кікінежді О.М. Гендерна психологія. Навчальний посібник. Київ: Видавничий центр "Академія", 2004. 308 с.
5. Державна служба статистики України. URL: [http:// www.ukrstat.gov.ua/](http://www.ukrstat.gov.ua/) (Останній доступ: 27.10.2019)
6. Кузьменко Т.М. Сучасна родина: основні характеристики й тенденції розвитку. *Вісн. Акад. праці і соц. відносин Федер. профспілок України*. 2009. № 2. С. 16-21.

7. Лібанова Е.М., Аксьонова С.Ю. *Сім'я та сімейні відносини в Україні: сучасний стан і тенденції розвитку* : монографія; Ін-т демографії та соц. дослідж. НАН України, Укр. центр соц. реформ, Фонд народонаселення ООН. Київ, 2014. 247 с.
8. Седих К.В. *Психологія сім'ї* : навч. посіб. Київ : ВЦ «Академія», 2015. 192 с.
9. Сидоренко І.Г. *Модифікація традиційних соціальних зв'язків у сім'ї та шлюбі*. Науковий вісник НУБіП України. Серія: Гуманітарні студії. 2018. № 5. С. 37-44.
10. Столярчук О.А. *Психологія сучасної сім'ї* : навч. посіб. Кременчук: ПП Щербатих О. В., 2015. 136 с.
11. Уманець Н.А. *Людина та сім'я* : навч. посіб. Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2013. 199 с.
12. Фомін Ф.В. *Еволюція сім'ї в контексті соціокультурних реалій сучасної України* : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03; Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2013. 19 с.

СЕКЦІЯ 5. УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

UDC 331.101.262

ALBADRANE MOHAMAD
aspirant, "KROK" University

PETROVA I.L.
doctor of economics, professor, "KROK" University

STAGES OF THE STRATEGIC HUMAN RESOURCES MANAGEMENT

The most significant changes in Personnel management occurred at the end of the twentieth century. - during the significant economic, technological and social shifts. They have provoked the challenges, seeking answers to which the company has directed the domain of strategic management [1].

Since the Human Resources management strategy has emerged from the theory of strategic management, we will consider it's stages of development. Scientists distinguish four development stages of the strategic management theory: 1. Management based on monitoring of the implementation. Characteristic features of this phase were: a) decision making after the factum based on the identified problems of the organization (comparing the financial plan with the data budget execution); b) mass production with a limited number of industries and goods (services), which required from an entrepreneur to reduce the cost of production for a competitive struggle; c) state interference in the regulation of market relations, which ended in a crisis of overproduction and depression. 2. Management based on extrapolation. The main feature of this phase is long-term planning by extrapolating past trends into the future. The crisis of overproduction of the same type goods has forced commodity producers to change the concept of management towards expanding the range of products, improving sales and service [2].

At this stage, the state's economic policy is changing in the direction of state regulation of the economy in order to ensure its uninterrupted functioning and prevent the emergence of the crisis. According to the main provisions of Keynesianism (a scientific school that justified state regulation of the economy and type of economic policy), the main functions of the state were: encouraging private investment and increasing consumption. The following the development stages of the strategic management theory are associated with the scientific and technological revolution, the emergence and development of post-industrialism. The branches of the national economy is becoming knowledge-intensive, and the development of industrial production is beginning to depend on the quality of scientific knowledge and the state of education. The role of the state strategic management, which is aimed at the development of institutional infrastructure, which allows coordinating the

activities of all state authorities at all levels to achieve the long-term goals of socio-economic development, is growing [2].

3. Management based on prediction of change. An essential characteristic of this stage was the development of strategic planning methods, the development of competitive and innovative strategies, the development of project management methodology [2].

The third stage of the development of strategic management is characterized by the transition from technocratic to social management, resulting in the concept of Human Resources Management. Its isolation from Strategic Management is associated with the emergence of the concept of human capital, sponsored by T. Schultz and G. Becker. So, human capital is formed on the basis of human resources, which, for their part, as a result of investments turn into human capital. In other words, in order to obtain additional competitive advantages in the future, it is necessary for the enterprise to change the structure of current consumption in favor of investments in the development of human resources.

4. Management based on flexible emergency solutions. A characteristic feature is the rapid and timely reaction of the company to unexpected changes in the external environment. This is due to the volatility of the external environment, which requires the rapid provision of long-term competitive advantages, the effective use of the company's potential through the development of competencies and innovations. The enterprise begins to be regarded as a set of strategic resources, and investments in the Personnel of the enterprise are considered as the main investments that shape its competitive advantages. That is why the main task of Human Resources Management services is to find effective methods for the dissemination of knowledge [2].

The changes have referred to the human nature - instead of "human rights", oriented to the satisfaction of material needs, appears "creative person", the main need of which is the desire for creative self-realization. Thus, changes in the external environment have led to systemic changes in the management of the enterprise: the emergence of new organizational strategies for efficiency and innovation; the separation of the Strategic Human Resources Management as an organic component of the overall strategic unit; transformations of organizational culture, which have shifted the layers of both internal and external relations of the enterprise [1].

Consequently, the main result of the transformations in the enterprise was the separation of the Strategic Human Resources Management as one of the components of the strategy of management of the organization and the formation of its culture (Fig. 1.1).

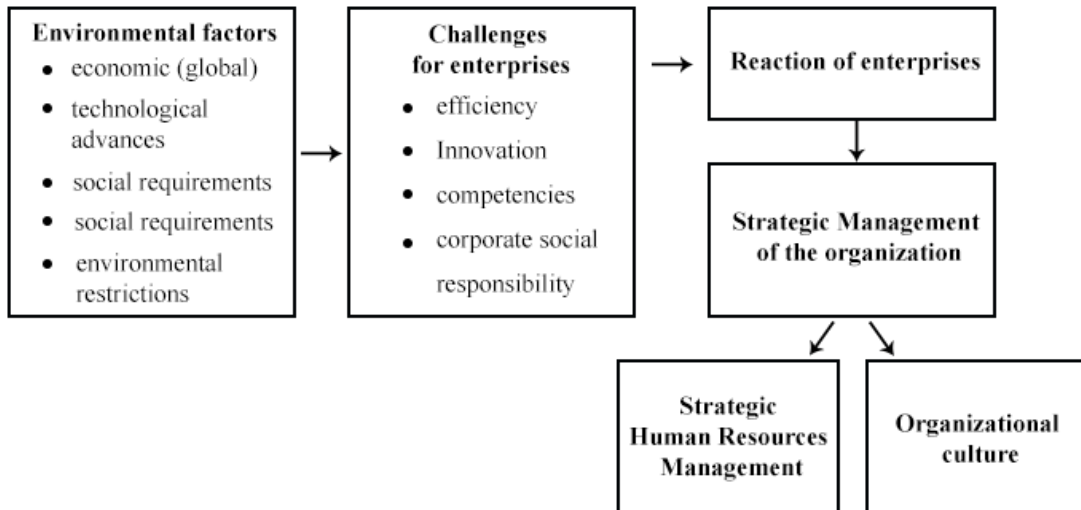


Fig. 1.1. Formation of the Strategic Human Resources Management

Thus, Strategic Human Resource Management, as a new stage in the development of Human Resources Management, occurs when the activities of organizations are aimed at ensuring sustainable competitive changes in the external environment. And the crucial advantage of which is the unique competence of staff to meet the consumers' needs without violating social and ethical norms doing business.

References:

1. Petrova I.L. *Strategic Human Resource Management: Educ. manual* / I.L. Petrova. – K.: KNEU, 2013. – 466 p.
2. Fedorov M.V. *Strategic Management Human Resources*
<https://cyberleninka.ru/article/v/strategicheskoe-upravlenie-chelovecheskimi-resursami>

ALI ABDALQHADR MOHAMED AHMAD,
Ph.D. student, "KROK" University

HISTORICAL DEVELOPMENT OF THE CONCEPT OF SOCIAL RESPONSIBILITY

Since the beginning of the twentieth century and with the separation between ownership and management in modern companies. The classic economic outlook assumes that the primary and sole duty of companies is to increase profits and without doing any other duty to society. Milton Friedman said, projects will thus be able to grow, providing goods and services to consumers, Companies will be able to pay better wages to users [1]. He believes that the company's responsibility is only pay wages to workers for the work they do, and provide goods and services to consumers for money paid, and pay taxes to governments that provide public services to citizens, and to respect the rules and laws, and that The company's adoption of social responsibility will reduce its profits and increase labour costs. Meanwhile, corporate executives have begun to pay attention to other goals such as the interests of consumers, employees, creditors and local communities.

At the same time, governments in advanced industrial countries have begun to grant tax breaks to companies for charity, which encouraged companies to allocate a share of profits to social businesses, taking advantage of these exemptions and material incentives. During the 1950s and 1960s, civil rights groups, consumer protection societies, and other social movements began to influence corporate behaviour by monitoring environmental impacts and product quality to ensure that they were free of harmful substances. Thus obligating companies to develop new policies such as the development of control systems and protection against pollution and increased attention to reduce waste of energy. Paul Samuelson sees the concept of social responsibility as an economic and social dimension [2]. He also points out that companies in today's world must not only be associated with social responsibility, but must also be creative in their adoption. One of the factors that contributed to increased attention to the issue of social responsibility was the events of September 11, which encouraged a large number of large companies to provide support Material and moral for those affected by these events, as well as financial scandals of a number of international companies and the spread of corruption. As a result, interest in social development has increased and the importance of partnerships between the Government, the public sector, the private sector and civil society has been emphasized.

References:

1. Friedman, Milton, et al. *Consumer Expenditures in the United States: Estimates for 1935-36*. Washington, D.C.: Government Printing Office, 1939.
2. Paul Samuelson on the History of Economic Analysis. *Selected Essays*, by Steven G. Medema and Antony M. C. Waterman (Cambridge University Press, New York, 2015).

FEATURES OF EXHIBITION ACTIVITY IN UKRAINE

The value of exhibition activity as one of the spheres of the modern economy is constantly growing. Exhibitions promote the development of domestic and foreign trade, strengthen international relations, promote innovative technologies and new types of products, goods and services, activate financial flows, create an information environment that reflects the status and trends of industries and commodity markets.

The current state of the exhibition business in Ukraine is characterized by a number of unresolved problems. They include, first of all, the imperfection and incompleteness of the legislative and regulatory framework; aggravated competition; fragmentation in the market of services of enterprises of exhibition activity; the general lack of exhibition space; low technical and aesthetic level of equipment. In such circumstances, there is a need for research and improvement of the exhibition management system at the state level.

According to the World Exhibition Industry Association (UFI), there are currently 3077 exhibitors and 1,197 exhibition centers operating on the world market, with a closed exhibition space of 32.6 million m². These enterprises annually organize 30.7 thousand exhibitions, with 2.8 million organizations and 260 million people attending [1].

There are around 1500 exhibitors in Europe, of which 300 have their own exhibition centers. Almost 11,000 exhibitions and fairs, mainly regional or local, are held annually there. The number of exhibitors is 1.36 million and visitors - about 150 million. The basis of the European exhibition industry is a relatively small number of large international exhibitions [2].

Exhibition activity in modern conditions realizes the functions of a generator and a key link of exchange processes in regions and cities. This is ensured by the combined manifestation of specific features of the exhibition activity, in particular its ability to inform about the state and trends of market development, the level of competition and the peculiarities of applying competitive, innovative, logistic and pricing strategies; creating opportunities for direct dialogue between producers and consumers; holding professional conferences and discussions within exhibitions, establishing promising business contacts, and as a result - a significant multiplier effect of exhibition activity and creating a certain positive image of the city or region [3].

The development of exhibition activity in Ukraine is constrained by a number of factors. These include, first of all, the imperfection of the legal framework and the lack of transparency of the market for exhibitions and fairs. Unlike foreign countries (USA, Germany, Italy, Spain, Egypt), there is no specific legislative act in Ukraine that would regulate the main aspects of exhibition activity.

Undoubtedly, the main aspects of exhibition activity as a type of economic activity are governed by legislative acts of a general nature, such as: the Civil

Code of Ukraine, the Economic Code of Ukraine, the Customs Code of Ukraine and others. However, many issues remain organizationally and legally unsettled. At present, there are no bodies of state executive power that would regulate this type of activity, as well as normative documents on standardization and certification of quality of services in organization of exhibition events. To date, there are no legislative or regulatory documents that would define such basic concepts as: “exhibition activity”, “exhibition and fair activity” or “exhibitions and fairs activity”; "Exhibition services" or "exhibitions and fairs organization services"; "Exhibition events", etc. This indicates that the conceptual apparatus of the exhibition activity has not been formed and requires the development of national standards for the basic terms and definitions in the specified field of activity.

The opacity of the exhibition market is the absence of reliable and complete information on the activities of the organization of exhibitions and fairs. This leads to unfair competition, the inability of a reasonable choice of exhibitions by their participants and visitors, complicates market research. The first step in solving this problem is the introduction by the State Statistics Service of Ukraine of the appropriate state statistical observation in the form of № 1-exhibition "Report on exhibition activity". It is important to emphasize that the system of statistical indicators of Ukraine's exhibition activity in general is in line with international statistics. However, the compilation of forms of statistical observation by the state statistics authorities is not accompanied by an audit of the data obtained, which causes insufficiently accurate information on the state of the exhibition services market. The development of international cooperation in the exhibition field requires transparency of exhibition activity, which, as the world practice shows, can only be ensured in the case of an independent audit.

References:

1. *The Global Association of the Exhibition Industry (2012). The Global Exhibition Industry statistics 2012 [Electronic recourse]. – Accessed mode : http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=142&Clef_SITESMAP=144#survey*
2. *Euro Fairs Statistics 2012 [Electronic recourse]. – Accessed mode : http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=142&Clef_SITESMAP=144#eurofair.*
3. Підгрушній Г. Виставкова діяльність та її значення як інструменту регіонального розвитку / Г. Підгрушній, В. Пекар, А. Денисенко // Український географічний журнал. – 2009. – № 1. – С. 41–49.
4. Antonenko I., Dupliak T. *Exhibition activity in Ukraine: current state, problems of development and ways of their solving. ECONOMIC ANNALS-XXI, 11-12(1) 2013 p.74-81*

OLASIUK H.
PhD of economics, assistant professor, "KROK" University,
O.P. Jindal Global University

IDENTIFYING BETTER MARKETING EFFICIENCY METRICS

Performance management has received great recognition among managers as it found to be a convenient way to assess departmental achievements. Since marketing is a cost-generating center, the marketing departments incredibly often face budget allocation problems. Marketers are expected to prove their efficiency by delivering measurable results that may be easily interpreted by all company stakeholders.

The idea behind any efficiency indicator is to represent the ratio of logically arranged outputs to inputs. Marketers consider marketing costs as crucial inputs that leverage marketing efficiency in both upstream and downstream directions. According to the CMO Survey conducted by Deloitte, the marketing budget has a very industry-specific representation and varies from 8% in the energy sector to 24% in the consumer-packaged goods industry. The study also revealed important characteristics of marketing costs: firstly, there is a positive correlation between revenue and marketing costs and secondly, marketing costs contribute to revenue growth once they reach a certain level of 14.7% of sales (Moorman & Finch, 2016).

A broad spectrum of metrics can be tapped into absolute, relative and normative indicators, that aim to reflect main functions, processes, operations, and resources pertaining to particularly any type of organization (Goncharuk, 2014).

In a seminal paper of Bruce H. Clark (2001) mentioned that marketers give preferences to effectiveness indicators rather than efficiency ones. Notoriously, scholars tend to focus on subjective performance indicators and give more credits to financial metrics in their studies (Pont, 2003). In an attempt to short-list the most valuable performance indicators from a practical perspective (Grønholdt & Martensen, 2006) have suggested 38 absolute and relative parameters grouped in 4 blocks: attitudinal and behavioral consumer reactions, market and financial results.

Another methodological issue in many research papers is a focus on marketing inputs rather than outputs (Jagdish & Arun, 2001). However, a pool of research papers examines the effects of marketing output on financial results. Here market share, customer satisfaction, and retail productivity are taken as predictors of profitability (Zeithaml, 2000). Another study experimented with the effects of long-lasting customer relationships on financial returns (Moorman C. Z., 1992), (Grayson, 1999). Another set of possible nonfinancial metrics includes market share, perceived quality, customer loyalty/retention, customer/segment profitability, relative price and customer lifetime value (Barwise & Farley, 2004).

Various techniques have been designed to overcome the methodological problem of finding easy-to-measure marketing outputs. Sheth and Sharma in their paper put forward an idea to classify markets and respective types of marketing

activities/expenses that best fit the needs of the target audience and lead to better financial performance (Jagdish & Arun, 2001).

From the beginning of the 1970s productivity approach in marketing become a popular method to measure marketing performance. Till late 1990th accounting and financial goals had dominated over marketing function at the enterprise. Predominantly, marketing productivity was able to trace down only distribution expenditures. A measure of output (sales volume) to a unit of input (advertising expenditures or sales efforts) for various marketing programs within a firm to prioritize resource allocation was rooted more in accounting rather in marketing (Bonoma & Clark, 1988). Return on Marketing Investments is an index measuring the ratio of net profit or revenue to marketing expenses (Sridhar, 2004). ROMI is beneficial in terms of planning and communicating marketing activities, prioritizing projects, executing and measuring the results (Powell, 2002). Despite its dramatic popularity among scholars and practitioners due to its transparency and usability, critics emphasize that it boosts underspending, marketing staff remuneration is based on short-term results (Ambler, 2003) (Kumar & Petersen, 2004). Soaring marketing expenditures constantly plunge marketing productivity indicators thus compromise it as an adequate measure of marketing success. Thus, it can be used very carefully in limited circumstances and with a combination of other metrics.

Conversely, sales, general and administrative costs-to-sales ratio (Foster & Gupta, 1994) represent practically the same idea, although suggest swapping numerator and denominator though captures a broader category of costs. In this sense, they carry out different roles in productivity assessment. While ROMI is a proxy for separate products or projects, SGAC&S is applicable only for departmental effectiveness assessment. Another difference is that ROMI is well suited for B2B marketing activities, SGAC&S is suitable for any type of market and customers. From productivity perspective marketing expenses need to be treated as investments that are subject to depreciation, especially in case of distribution channels and brand equity development (Jagdish & Rajendra, 2002). Another application of SGAC was found as an accounting-based variable to measure a relation capital – investments in building relationships with company customers and all external stakeholders.

With the invention of Data envelopment analysis companies could balance productivity across various departments to achieve synergy and higher performance. A new avenue to quantify marketing performance here is based on “chain of effects”, that investigates the effects of marketing activities on customer’s psychographic attributes, like attitudes, behaviour, intention, and satisfaction. A formative paper in this realm written by Bruce Clark describes the evolution of approaches toward measuring marketing efficiency starting from productivity and chain effect (Clarck, 2007).

Opponents of the idea of linking marketing and financial indicators contest the ability to segregate marketing contribution to company value (Hanssens, Rust, & Srivastava, 2009).

Most of the marketing indicators are subjects to marketing research and the majority of data can only be obtained through questionnaire dissemination, some of them from corporate customer databases and CRM systems, and only a few – from

financial statements. It is of strategic importance to keep track of competitors' performance indicators in terms of their weak and strong inputs and outputs available. A lot of studies suggest benchmarking as a good tool to monitor marketing productivity and performance on industry level (Goncharuk, 2009), (Chen, 2005), (Donthu, Hershberger, & Osmonbekov, 2005).

Further improvements in marketing indicators are crucial for business success. To achieve this scholars and marketers need to work on customer relationship management indicators, technology recruitment in assessing and delivering results (Good & Schultz, 2004). Some other layers of insights for studies are understanding relationships that lie in the differences in performance indicators, the ability to predict the scope and effects of various parameters in the course of time or under the influence of adverse/positive factors (Rust et al., 2004).

Overall, the number of performance indicators to measure marketing efficiency might be overwhelming for any firm. Some recommendation can be given on how to set the proper amount of information: firstly, costs of acquiring and analysing information should be less than benefits; secondly, competition on a particular market or in a product group is decisive whether additional information will change the situation radically; thirdly, time required for gathering data and making a decision is reasonable and will not lead to lost opportunities. Since many firms in developing countries do not list their shares on a stock market openly, some indicators are not feasible to measure. Next point is that all indicators should be easily collected and examines for the purposes of benchmarking research. All these suggestions bring us the idea of scrutiny of the optimal number of parameters to identify.

References:

1. Ambler, T. (2003). *Marketing and the Bottom Line*, (2nd edn. ed.). London.: Financial Times – Prentice Hall.
2. Bonoma, T., & Clark, B. (1988). *Marketing Performance Assessment*. Boston: Harvard Business Press.
3. Bruce H. Clark, T. A. (2001). *Marketing performance measurement: evolution of research and practice*. *International Journal of Business Performance Management*, 3(2-4), 231–244.
4. Chen, H.-L. (2005). *A competence-based strategic management model factoring in key success factors and benchmarking*. *Benchmarking: An International Journal*, 12(4), 364-382.
5. Clarck, B. (2007). *Measuring marketing performance: research, practice and challenges*. In A. Neely (Ed.), *Business Performance Measurement. Unifying theories and integrating practice* (pp. 36-63). New York: Cambridge University Press.
6. Donthu, N., Hershberger, E. K., & Osmonbekov, T. (2005). *Benchmarking marketing productivity using data envelopment analysis*. *Journal of Business Research*, 58(11), 1474-1482.
7. Foster, G., & Gupta, M. (1994). *Marketing, cost management and management accounting*. *Journal of Management Accounting Research*, 6, 43–77.
8. Goncharuk, A. (2009). *Improving of the efficiency through benchmarking: a case of Ukrainian breweries*. *Benchmarking: an International Journal*, 16(1), 70-87.
9. Goncharuk, A. G. (2014). *Measuring enterprise performance to achieve managerial goals*. *Journal of Applied Management and Investments*, 1(3), 8-14.
10. Grayson, K. a. (1999). *The dark side of long-term relationships in marketing services*. *Journal of Marketing Research*, 36(February), 132–141.

11. Good, D. J. & Schultz, R. J. (2004), *Retrospective of: A need for the revitalization of indicants of performance in the marketing organization*, *Journal of Marketing Theory and Practice*, 12(4) (Fall), 43-48.
12. Grønholdt, L., & Martensen, A. (2006). *Key Marketing Performance Measures*. *The Marketing Review*, 3, 243-252.
13. Jagdish, N. S., & Arun, S. (2001). *Efficacy of financial measures of marketing: It depends on markets and marketing strategies*. *Journal of Marketing*, 9(4), 341–356.
14. Jagdish, N. S., & Rajendra, S. S. (2002). *Marketing productivity: issues and analysis*. *Journal of Business Research*, 55(5), 349-362.
15. Kumar, V., & Petersen, J. (2004). *Maximizing ROI or profitability*. *Marketing Research*, 16(3).
16. Moorman, C. Z. (1992). *Relationships between producers and users of market research: The dynamics of trust within and between organizations*. *Journal of Marketing Research*, 29(August), 314–328.
17. Moorman, C., & Austin Finch, T. (2016). *CMO Survey: Deloitte*.
18. Pont, M. A. (2003). *Measuring marketing performance: a critique of empirical literature*. Adelaide, South Australia: Australian & New Zealand Marketing Academy.
19. Powell, G. R. (2002). *Return on Marketing Investment: Demand More from Your Marketing and Sales (1st ed.)*. USA: First Printing.
20. Rust, R. T., Ambler, T., Carpenter, G. S., Kumar, V., & Srivastava, R. K. (2004). *Measuring marketing productivity: Current knowledge and future directions*. *Journal of marketing*, 68(4), 76-89.
21. Sridhar, N. R. (2004). *Return on Investment Implications for Pharmaceutical Promotional Expenditures: The Role of Marketing-Mix Interactions*. *Journal of Marketing*, 68(4), 90-105.
22. Zeithaml, V. A. (2000). *Service quality, profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn*. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(1), 67–85.

KRMPOT V.

*PhD, assistant professor, Faculty of Business Studies and Law,
Union – Nikola Tesla University, Belgrade, Serbia*

GAJDOBRANSKI A.

*PhD, associate professor, Faculty of Business Studies and Law,
Union – Nikola Tesla University, Belgrade, Serbia*

STRATEGIC MANAGEMENT AS A CONDITION OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REPUBLIC OF SERBIA

Only companies that meet the following conditions survive in the long run: - have patterns of action best adapted to the pressures and demands of a changing environment; - those whose behavior is congruent with market expectations; - they are innovative and flexible enough; - well networked and well connected with strategic partners; - have dynamic capabilities and resource accumulation that provides an advantage over competitors and other participants in creating economic value. Business success is the result of the overriding strategy the company follows. The implementation of the strategy is a key lever for sustainable business development and survival.

Good strategic management makes the difference between successful and unsuccessful, efficient and inefficient, prosperous and non-prosperous economic entities. A quality strategy is a guarantee of a better position in the relentless market selection, as well as a pledge of survival in the exhausting competition of companies, strategic alliances, business models and entire industries. Furthermore, good strategic management means rejection of inherent mediocrity and is an instrument of hope that the fate of the organizational unit can be monitored.

We begin the study of strategy with Sun Tzu's book *The Art of War*, written in the fifth century AD. Originally, strategy is a military conception that we also see in its etymology: it is a compound derived from the ancient Greek terms *stratos* (army) and *agein* (lead). The original literal meaning of the term strategy is military command and has long been used exclusively in military terminology. It should be noted that in his book, Sun Tzu "is not the pinnacle of the ability to record a hundred victories out of a hundred battles. The ultimate skill is to defeat the enemy without a fight".

As a term, strategic management is transnative, and these are concepts present in different segments of human action. Their understanding cannot be determined unambiguously. The definition of strategic management differs from discipline to discipline, from the field in which it is used (industry, healthcare, education, culture) so that it is not possible to indiscriminately and automatically map its meaning from one area to another. Strategic management is widespread and practically unavoidable. The meaning and content of the strategy does not match in every situation, but depends on the time, space and area in which it is implemented.

In an attempt to define strategic management more closely, we can say that this is determining the basic long-term intentions and goals of the company, and then adopting the direction of action and allocation of resources needed to achieve those goals. Even shorter, strategic management, in the broadest sense, means the means by which individuals and organizations achieve their goals.

The strategy is actually a pattern of goals, purposes and intentions, major policies and plans to achieve those goals. They must be set up to determine: in which business the business is or in which business it should be; what kind of business it is or what kind it should be. Strategy is the rule for making decisions related to the harmonization of businesses with the environment.

Strategic management is expected to provide answers to three related questions: - who our target customers will be; - what products and services we should offer; - how we should offer these products and services to our target customers in an efficient and innovative way.

We could say that strategy is a force that interacts with business and the environment and increases the prospect of a business for long-term survival. The strategy can also be seen as a search for success, or as finding ways for a business to survive in the long run, depending on the degree of competitiveness.

Quality and successful entrepreneurial activity reveals and implements opportunities that others either did not notice or did not take advantage of. A strategy that does not anticipate changes in the environment, be it technological or market developments or changes in industrial structure, is destined to fail.

Strategic management is divided into several management approaches. A prescriptive approach to strategic management exposes ways in which a strategy should evolve, while a descriptive approach focuses on how a strategy should be implemented in practice. The two schools of approach differ in whether the strategy is developed through an analytical process listing all the chances and threats, or whether the strategy is understood as a guiding principle that defines the principles to be applied.

That is why we can rightly say that managers are strategists because the strategy is the result of conscious efforts, rational, thoughtful and calculated decisions about how to deal with the basic issues of self-determination, competitiveness and long-term survival of the company.

Strategic management is said to be a sequential set of analyzes and decisions that improve the likelihood that a firm will choose and implement a quality strategy.

In fact, strategy is a unifying framework that gives coherence and direction to company actions in order to achieve and maintain competitive advantage. The strategy includes: the main goals, plans, policies, programs and activities, the allocation of key resources as well as the patterns of behavior of companies interacting with the environment.

Strategic management is the management of an organization's resources to achieve its goals. Strategic management includes goal setting, competitive environment analysis, internal business analysis, evaluation of available strategies, and ensuring implementation across the organization. In short, strategic management identifies how an organization can survive and succeed in competition by identifying

the opportunities, opportunities and threats it faces, whether they come from the organization itself or from the environment.

Given that the company is at the same time an economic and social entity, strategic management can be said to consist of the following steps: - diagnosis of the situation, - setting guidelines for action; - coherent action. In a strategic context, the conditions surrounding strategic activities are as follows: a) inputs - purpose of organizations and incentives for strategic activities; b) strategic process as a stream of strategic activities; c) outputs - content of strategy and result of strategic activities.

For consistent management, we cite Wheelen-Hunger's model of strategic management as a consistent behavior:

1. Environmental scanning: gathering information:
 - External: opportunities and threats; a) social environment: general guidelines;
- b) task environment: industry analysis
 - Internal: strengths and weaknesses; a) structure - hierarchical chain; b) culture: beliefs, expectations, values; c) assets: skills, knowledge, competences
2. Strategy formulation: developing long-term plans:
 - Mission: reason for being
 - Objectives: what results to achieve and when
 - Strategy: a plan for achieving missions and goals
 - Policies: Broad guidelines for decision making
3. Strategy implementation: putting strategy into action:
 - Programs: activities needed to implement the plan
 - Budget: program costs
 - Procedures: steps required to complete the task
4. Evaluation and control: monitoring performance:
 - Execution: current and expected results

In terms of terminology, strategic management is a transnarrative, and these are concepts present in different segments of human action. Their definition cannot be determined unambiguously so that the definition of strategic management differs from discipline to discipline, from the field in which it is used (industry, healthcare, education, culture). For this reason it is not possible to indiscriminately and automatically map its meaning from one area to another. Strategic management is widespread and practically unavoidable. The meaning, content and implementation of the strategy does not match on a case-by-case basis, but depends on the time, space and area in which it is implemented.

To define strategic management more closely, we can say that it is the determination of the basic long-term intentions and goals of the company. Furthermore, strategic management involves adopting the direction of action and allocating the resources needed to achieve these goals. As a general definition, strategic management in the broadest sense means the means by which individuals and organizations achieve their goals.

Given that the company is both an economic and social entity, strategic management can be said to consist of several steps that include diagnosing the situation, setting guidelines, and ultimately having to follow coherent action.

Strategically speaking, the segments that determine strategic management and strategic activities include inputs, which is the purpose of the organization and incentives for strategic activities, followed by the strategic process as a flow of strategic activities, and as a result we get highways, which are the results of strategic activities.

Quality and successful entrepreneurial activity reveals and implements opportunities that others either did not notice or did not take advantage of. We can say that only the strategy that anticipates changes in the environment will be successful, whether it is technological development, market development or changes in industrial structure.

References:

1. Freeman, R. E. (2012): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge: Cambridge University Press
2. Hitt, M.A. & et al. (2016): *Strategic Management: Competitiveness & Globalization*. Melbourne: Cengage Learning Australia
3. Djuricin, Dragan (2018): *Strategija i menadžment*. Beograd: Cugura print
4. Krmpot, V. (2016): *Uticaj tendencija razvoja multiplarnog sveta na privredni razvoj Srbije, Doktorska disertacija, Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd*
5. Krmpot, V. (2014); *Change Management. International Conference "Application of new technologies in management", ANTIM, April 2014. Proceedings.*
6. Krmpot, V. (2018) *Analiza postkirznog modela rasta i strategije razvoja industrije 2011-2020; Monografija: Dalji pravci ekonomske transformacije razvoj, Fakultet za poslovne studije i pravo, Beograd*
7. Lasserre, P. (2012): *Global Strategic Management*. London: Palgrave MacMilan
8. Mencer, I. (2012): *Strateški menadžment: Upravljanje razvojem poduzeća*. Zagreb: TEB Poslovno savjetovanje d.o.o.
9. Thompson, A. & Strickland, A.J. (2015): *Strateški menadžment: U potrazi za konkurentstkom prednošću*. Zagreb: Mate d.o.o.

RADOSAVLJEVIĆ M.

*PhD, full professor, Faculty of Business Studies and Law,
Union – Nikola Tesla University, Belgrade, Serbia*

ANDELKOVIĆ A.

*PhD, assistant professor, Faculty of Business Studies and Law,
Union – Nikola Tesla University, Belgrade, Serbia*

PAJIĆ S.

*PhD, assistant professor, Faculty of Business Studies and Law,
Union – Nikola Tesla University, Belgrade, Serbia*

GOVERNING A STATE IS SIMILAR TO MANAGING A COMPANY

Globally, fundamental changes have taken place in the social, political, economic, technological organizational and other spheres in recent decades. Globalization has largely eliminated national borders and barriers, regional and European legislation has become supranational, economies are interconnected globally as never before, technology and knowledge transfer is enabled. Changes are still happening, difficult to follow, and even harder for states, organizations and individuals to adapt to.

In these circumstances, the traditional concepts of organizing and governing the state, that is, concepts that existed in the last century, are still retained. The state was and still is the key institution that creates politics and the political system. Political theory has long emphasized that the state is a class creation and will disappear as such. From this point of view, the state will disappear, we have come to the situation that the state becomes an institution that creates more problems than it solves problems. Political parties that form the state have become interest organizations and as such are unable to express the general will or interests, which is why they are a generator of division and oriented to conquering and preserving power. How much political and other forms of power have political parties received globally, it can be seen by the fact that "parties control the state apparatus", that is that the Party is the safe way to reach state office". (Vasović: 2012. p. 93).

Although the basic purpose and goals of any management of any organization is to achieve the best results as measured by economic indicators, the economic dimension in the governance of the state is neglected, although it is the most important, since the survival of the state, economy and individuals depends on the economy. It is shown that the economy at the global as well as national or corporate level is becoming more and more complicated, due to the increased interdependence of various subjects in business in general. The traditional state is unable to respond to the many challenges that are permanently increasing, resulting in population dissatisfaction, to conflicts at the national level, that is, migration and war conflicts with the enormous destruction of individual states.

The question is how has the world come from the prediction that a state in the world of globalization and the disappearance of national borders will be

marginalized, and ultimately disappear, to the fact that states today become alienated from citizenship, becoming a major security threat, increasingly authoritarian and dedicated to the repressive apparatus, that many spheres, especially in the countries of transition, are supported and that the basic problem arises how to defend and defend against the state.

The partial answer lies in the understanding that the state is a political institution and it should deal with political issues, institutions, democracy and human rights, nations, the organization and governance of state institutions, etc. It is neglected that these and other institutes are not the goal, but instruments to achieve the best possible standard of living for the population. Therefore, democracy and freedom are not goals only, but rather a tool that more effectively achieves the goals of a better quality of life and a longer life span, since it is shown that in freedom and democracy a person is more efficient, more creative and in such conditions can give greater effect than in authoritarian system. This is similar to corporate systems, because the success of a company, and the same applies to the state, is judged by how satisfied employees or citizens are with earnings, working conditions and the growth and development of the company, that is, the state. That is why the governance and organization of the state should be set on a corporate, which means economic basis.

The state is a type of organization that has some general rules of organization, management and functioning like any other organization, but also a number of specific characteristics that distinguish it from others. What is common to every organization, that is, self-organization, is that each has its own goal, purpose, or mission for which it exists, the bodies that manage, that is, guide and direct the organization to a defined goal. Parliament is one of the most important institutions of any state, its organization is defined by the highest legal acts of the state. It is in fact the highest representative body and as such it is the creator of the legislature. It performs, or has "the following functions: representative, legislative, elective and controlling" (Pešić: 2011. p. 306).

What is the parliament in the state, it is a shareholders' meeting in corporate organizations, transnational or multinational type. It turns out that the shareholders' meetings in modern management are losing importance because of the large number of shareholders, their dispersion, and especially because of the sluggishness in making management decisions. Considering the fact that speed of decision-making has become a key success factor today, shareholder companies confer their traditional rights and powers on operating bodies such as boards of directors or supervisors, who are at the same time competent and they are able to make appropriate decisions quickly.

They keep the right to elect and dismiss management bodies and delegate authority to manage capital on their behalf, but also to make other important or strategic decisions such as: merger or separation of companies, creating rules for dividend distribution, remuneration of members of the board of directors or supervisory board, etc. Due to the above, the shareholder meetings remain the highest governing body of the corporate system, but also an institute that rarely meets, and even when it does so, incompetent shareholders do not have enough information to make strategic management decisions.

The above points to the idea of the transition of the traditional way of organizing and functioning of the parliament, such as the practice of functioning of the shareholders meetings, since it is obvious that in most countries, even developed democracies, parliament becomes a "flow boiler" which adopts the proposals of the executive power and has very little effect on changes in legal and other solutions given in legal and other frameworks. This is how the idea of parliament is inverted, and it does not matter who adopts, but who proposes legal solutions. If, for years, the proposals go the way they are proposed by the executive or the government, the parliaments are not only unnecessary, but they also incur expenses in connection with the holding of sessions and other costs and as such they are useless.

Parliament is constituted on the basis of election results, and the right to vote is one of the most important rights because it allows a person to choose the profession they will practice, the educational institution they will study in, the organization they will be employed in, the spouse they will live with, the health care the institution in which they will be treated, the church they will give their faith in, etc. In political theory, the right to choose means the freedom for the individual to decide who will lead and represent him or her, who will represent him or her and who will best represent his or her interests. The fact is that the right of choice in all spheres is called into question and that the state, through its direct or indirect mechanisms, often and in a sophisticated way, denies or diminishes this right, or creates an unfavorable climate for its realization. Without going into more detail about the issue of the right to vote and constitution of the parliament, the rules of the functioning of the shareholders' meeting can be applied to the parliament, in particular, to relieve parliament from conditionally speaking non-strategic decisions and solutions, because parliamentarians and shareholders are not competent in the knowledge society to significantly influence the adoption of policies, legal frameworks, strategies and other complex acts.

In today's political systems, the mandate of parliament is almost defined, which is problematic in modern times, especially if parliament is elected for a long period of time and does not show results. The turbulent times as they are today and those expected in the future impose the need to lead "daily battles, rather than long-term policies and strategies" that do not correspond with the fast changes in the technological, social, political, economic, organizational, cultural or religious spheres. In other words, the focus today is on managing strategic change on the principle that everything is changeable, and that only the change are permanent, and changes cannot be dealt with by incompetent and insufficiently informed parliamentarians or shareholders.

The effect of the work of the parliament as well as of shareholders companies and meetings should be measured by the economic results achieved by the economy of a state or companies, not by the number of sessions, the number of laws passed, resolutions, verifications and other activities. Deputies as well as shareholders should share the fate of citizenship, since the success of the economy and society as a whole, the development of democracy and the progress of the country in general depend on parliament. This means that both the parliament and the shareholder companies should emphasize the economic dimension that is how effective are the laws that are

enacted, whether and how much parliament creates a democratic atmosphere for creating quality laws and whether through the oversight function it ensures that the government, as its executive body, creates the conditions for the implementation of legal and other solutions.

Unsuccessful, that is, managers who do not gain shareholders' confidence come to the so-called "blacklist" at the agencies that track records, make recommendations, and select individuals to manage a particular company. Managers who have proven unsuccessful can hardly find a new job and their business careers are often completed, as the successful Bambi CEO Miroslav Miletic once warned: "The state must start functioning as a large and successful enterprise. In companies, an unsuccessful manager lasts a maximum of three quarters. When it scores worse in the first quarter than in the previous quarter, you do everything to prevent it from happening in the next quarter, because you simply won't see the third quarter. We have no four-year mandate to run the company" (Obradovic: 2014, p. 1). This reasoning is logical, because capital is too expensive economical good to be entrusted to incompetent and irresponsible individuals.

Similar is the situation with coaches in sports organizations, who, even when they sign multi-year contracts for fabulous amounts, are fired by the assembly of the sports society, that is, the founder or other members. It is shown that the payment of large indemnities for termination of the contract is far more beneficial for the future of the sports society, than to leave it to the coach who does not achieve results and does not achieve the set goals.

The previous practice is applicable to the state, the prime minister and the government, as well as to other structures. Therefore, there is no limited mandate, because the government should stay while giving results, but also to be replaced when it does not show results. The period of four, five or more years is too long to wait for the term of a failed government to expire. Certainly, government changes are linked to cost-effective elections that are organized within legal deadlines. However, modern information and communication technology, that is internet technology, allows elections to be held multiple times, for example by electronic voting, which is cheap and does not require classic promotional activities from the past, where the promoters of their political options visited villages and cities to present their programs and management plans of the state. In short, elections at the state level today can be conditionally said to be "held daily," as well as checking citizens' satisfaction with specific governments and individual ministers.

The situation with the perspective of the Prime Minister is the same, or the individuals who were part of a failed and ousted government, because like unsuccessful managers, they should be registered in a separate register of unsuccessful ministers, secretaries of state, heads of administrations, etc. The practice and accurate analysis of transition countries, including Serbia, shows that many unsuccessful individuals in the government, or segments of it, continued to survive in new governments, changing departments or positions, remaining in power for several decades. Treating the state as a company, and state governance with corporate management would greatly contribute to the economic and social development of each national community.

It is known that the state is the largest consumer and, as a rule, it is a poor manager. An absolute state is an absolutely bad manager and host, because it cannot do anything quickly and effectively. The practice where state representatives say that the state has earned something is far from reality, because the state only consumes, so its effects may relate to the rational use of resources. In short, the state has become inefficient and ineffective over the long term and one of the main generators of the crisis. The reason for this is the undisputed fact that the presence of the traditional or political state with the use of instruments, mechanisms and concepts of the past has been retained to this day, and above all the high presence of coercion and the classical way of organizing and managing. The state operates on a monopoly basis, is not exposed to competitiveness, and power ministries are able to coerce citizens to obey the demands of the state. It is shown that outdated relationships, concepts and mechanisms of the past cannot solve contemporary problems, because they precisely occur due to inadequate ways of organizing and managing them.

Inefficient government management multiplies national and often regional and global problems. The 2019 wildfire in Brazil confirms this, as the entire world has become interested in the destruction and endangerment of ecosystems. It turns out that the state, due to the application of outdated concepts, creates problems in other subsystems or parts of the state, such as: enterprises and institutions, also, it has an impact on the standard of living and happiness of individuals. This is natural, because the decisions of the state directly affect the conditions of business and the ability to use natural and social potentials.

One way to achieve greater national success is the transition of a political state into an economic state that will function as a quality of life for its population, instead of operating on the principles of a feudal state with the basic task of imposing taxes, rents and other burdens that enable the party to be maintained and enriched in power, that is, to support the state bureaucracy and the voting machine, with numerous privileges and comfort.

Introducing a new concept of the state, that is, a new concept of organizing and managing, is a priority of all priorities, namely the understanding of citizenship as a shareholder, the parliament as a shareholders' meeting, and the prime minister and government as an executive body, or board, or CEO of a company. Related to the previous is the elimination of numerous misconceptions regarding political parties, the state and its institutions and dedicating itself to the economic dimension, which is a condition for achieving a better standard of living, but also for faster and better growth of society and the economy as a whole.

References:

1. Brown, L. (1979): *Svijet bez granice, Globus, Zagreb.*
2. Ferguson, N. (2013): *Civilizacija, Službeni Glasnik, Beograd.*
3. Obradović, M. (2014): *Država funkcionise kao preduzeće, Nova ekonomija br. 6, Beograd.*
4. Pešić, Z. (2011): *Politički sistem, Niš.*
5. Radosavljević, Ž. (2017/18): *Lectures on doctoral studies in the academic year 2017/18 at the study program Management and Business, Faculty of Business Studies and Law, Union-Nikola Tesla University in Belgrade, Serbia.*
6. Vasović, V. (2012): *Savremene demokratije, treće izdanje, Službeni glasnik, Beograd.*

SAFAR H.
PhD student, "KROK" University
BIELOVA O.
PhD associate professor, "KROK" University

EFFECTIVE FACTORS AND BARRIERS TO TOTAL QUALITY MANAGEMENT IMPLEMENTATION

Many companies have become more attentive to establish modern and common effective quality management approaches to deliver high quality such as total quality management (TQM) [1, 7]. The decision to implement TQM concepts is strategic, which require massive changes throughout a company [2]. To achieve total quality; there are three components (3P's) to be in considerations: People (customer, supplier, employee, leadership) – Process – Product. According to an intensive litterateur review the main factors of TQM implementation in manufacturing companies have been identified for better analysis where these factors are very useful to support decision makers and managers to take precise actions for implementing TQM succefully. Although of these success factors, there are many barriers to TQM implementation; especially in the manufacturing. Therefore, TQM obstacles and cultural barriers have been investigated to study their impacts to the implementation factors.

Successful implementation of TQM may help the organization to many improvements in employment, information system, productivity, quality, flexibility, customer satisfaction, and market competition. In reality, applying TQM system is not simple process to achieve these objectives, that, many enterprises have been failed to TQM successful implementation because they were unable to define some Critical Success Factors [1, 7].

Prior any quality management system practising, there are basic steps to be taken into account when establishing and implementing such systems for the organization. These steps are focusing on supporting quality culture, training and education, team working development, quality people and process to ensure the quality and developing business management systems [3, 4].

Effective TQM implementation depends on several principles or factors, such as Top-management commitment, quality definition, measurements and indicators, process improvement, employee involvement, information system and communications, continuous improvement, leadership, customer focus, supplier focus, tools and techniques, education and training, reward and recognition, and the culture change [5, 6]. Upon this, problems in TQM implementation may occurred because of the following reasons: low quality standards; failure to measure quality; lack of motivations, and insufficient top management commitment [6].

People in such areas where culture is one of the main barriers that prevent implementation of new management philosophy or approach, the challenge is the replacement of new systems with old traditional one. Lack of knowledge of TQM due

to poor researches in the same area led to insufficient understanding of TQM methods and techniques. Another important issue is the poor communication and coordination between levels of management and departments. Employee commitment to the organization is much related to its involvement in the process [5].

Most of literatures have shared common factors such as: leadership, customers focus, process management, supplier, quality management, training and education, strategic management, employee involvement, continuous improvement, fact-based management, reward and recognition system, monitoring and control of quality, information system and communication, human resource management (HRM), quality policy, plan, and vision, product design, and quality culture.

To summarise, TQM implementation is an operation that identify success factors and barriers with their causes as well as to have the capacity to carry on a transformation process to change organisational culture procedures.

Customer must be the core focus of the company in order to meet expectations, however, involvement of all people to participate in company activities is a key factor for success. A quality culture is to be established among employees so they can share common goals of the organisation. This can be achieved by creating such encouraging environment which are subjected to awarding and recognising. Continuous improvement is an objective of such organisational culture. Thus, an effective integrated information system is needed to maintain quality with good performance which will help the company to have a clear vision for current and future goals. It helps to understand weaknesses and capabilities, also, gives support to provide proper training to the staff.

References:

1. Gholamreza Jamali, Mehran Ebrahimi, and Mohammad Ali Abbaszadeh, *TQM Implementation: An Investigation of Critical Success Factors*, 2010 International Conference on Education and Management Technology (ICEMT 2010).
2. Farjana Nur, Niamat Ullah Ibne Hossain and Mahmud Ullah, *Determining of Critical Success Factors for TQM Execution in Ship Building Industry of Bangladesh*, *Journal of PU, Part: B Vol. 3 No:2, July 2016 pp 47-53*.
3. Syed Iliyas Ali and Suebha Khatoon, *Implementation of Total Quality Management*, *International Journal of Emerging Trends in Engineering and Development, Issue 6, Vol. 6 (November 2016)*.
4. Salman Khalid, Muhammad Zohaib Irshad, Babak Mahmood, *TQM Implementation in Textile Manufacturing Industry to Success: Review and Case Study*, *International Business Research, Vol. 4, No. 4; October 2011*.
5. Dr (Mrs) Ezeani, Nneka Salome, Ado-Ekiti, Ekiti State & Dr (Mrs) Ibijola, Elizabeth Yinka, *Prospects and problems of Total Quality Management on the productivity and profitability of manufacturing organizations*, *European Journal of Research and Reflection in Management Sciences Vol. 5 No. 1, 2017*.
6. Matsoso and Benedict, *Critical success factors towards the implementation of total quality management in small medium enterprises: a comparative study of franchise and manufacturing businesses in Cape Town*, *Investment Management and Financial Innovations, Volume 12, Issue 3, 2015*.
7. M. Arshida, Syed Omar Agil, *Critical success factors for total quality management implementation within the Libyan iron and steel company*, *Massoud, ISS & MLB—September 24-26, 2013*.

*АНДРЕЄВА В.А.
к.е.н, доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ШАРАФАДІНОВ Н.С.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

СТРАТЕГІЯ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління витратами – це вміння економити ресурси і максимізувати віддачу від них. Управління витратами передбачає виконання всього комплексу функцій управлінського циклу, спрямованих на підвищення ефективності використання виробничих ресурсів на підприємстві. Об'єктами управління є витрати на розробку, виробництво, реалізацію, експлуатацію (використання) та утилізацію продукції (робіт, послуг). Суб'єктами управління витратами виступають керівники і фахівці підприємства і виробничих підрозділів (виробництв, цехів, відділів, дільниць тощо) [1].

В свою чергу під стратегічним управлінням витратами слід розуміти систему методів обліку та аналізу витрат, що забезпечує вибір стратегії на основі планування та прогнозування раціонального використання витрат підприємства, контроль за забезпеченням необхідного рівня витрат у процесі фінансово-господарської діяльності та інформаційну підтримку при ухваленні всіх управлінських рішень, що дозволяє реалізовувати стратегію підприємства [3].

ПАТ «Київмедпрепарат» – національний лідер з виробництва антибактеріальних препаратів. На фармацевтичному ринку України підприємство реалізує свою продукцію за такими групами товарів: ін'єкції, суспензії, пігулки, капсули, мазі та гелі. Виробництво лікарських засобів забезпечене необхідними санітарними умовами, обладнанням, персоналом для виробництва стерильних і не стерильних препаратів відповідно до вимог, існуючих у фармацевтичній галузі та вимог забезпечення умов пожежної безпеки, охорони праці, охорони навколишнього середовища. Підсумовуючи аналіз показників рентабельності по ПАТ «Київмедпрепарат», можна зробити висновок, що підприємство здійснює прибуткову діяльність [2].

Основні показники ліквідності підприємства мають тенденцію до зменшення, але є високими. Даний факт свідчить про здатність підприємства розрахуватися за своїми фінансовими зобов'язаннями наявними активами, що можуть бути використані для погашення боргів. Основну частку в структурі позикових ресурсів ПАТ «Київмедпрепарат» склали довгострокові зобов'язання, на кінець аналізованого періоду вони збільшились. Поточні зобов'язання, навпаки, за аналізований період у динаміці скоротились. У структурі оборотних активів підприємства переважають запаси та інші оборотні активи. У цілому показники економічного стану підприємства «Київмедпрепарат» здебільшого позитивні, що свідчить про те, що компанія займає почесне місце на ринку серед конкурентів [4]. Хоча чистий прибуток

істотно зменшився, але якість продукції стала вищою, а ціна – нижчою, також зросла заробітна плата працівників підприємства.

На досліджуваному підприємстві витрати зростають майже в однаковому темпі з доходами від реалізації продукції, різниця у перевищенні темпів зростання доходів у порівнянні з витратами коливається в межах 8-9%. Слід зазначити, що при цьому підприємство має позитивний фінансовий результат. На кінець аналізованого періоду (2018 рік) чистий дохід від реалізації продукції зростає більш швидкими темпами, ніж витрати підприємства (за винятком собівартості, відносний показник за яким склав -8,32), що сприяє покращенню фінансового стану підприємства. При цьому витратовіддача загальних витрат практично не змінюється протягом останніх 3 років. Витратовіддача змінних витрат у 2018 році мала зростаючу тенденцію, темпи зростання якої становили 7,94%, тоді як витратовіддача постійних витрат у 2018 році навпаки має тенденцію до зниження – на 16,73 %. З цього можна зробити висновок, що підприємство не досить добре справляється з задачею оптимізації витрат, оскільки не забезпечує віддачу з одиниці вкладених на постійні витрати коштів.

Серед відібраних витратних факторів найбільш значущими, тобто тими, які мають найбільший вплив на рівень чистого прибутку на ПАТ «Київмедпрепарат» є рентабельність витрат (коефіцієнт складає 12367,37), відношення чистого доходу від реалізації продукції до витрат на збут (коефіцієнт складає 8189,99), рівень витрат обігу (коефіцієнт складає 5403,00) та витратовіддача по товарообороту постійних витрат (коефіцієнт складає 2724,52). Слід зауважити, що усі з зазначених показників є дуже тісно пов'язані з результирующим (чистим прибутком), судячи по величині коефіцієнтів.

Пошук ефективних напрямів управління витратами підприємства з метою максимізації його прибутку зумовив потребу розроблення організаційно-економічного механізму управління витратами на певному етапі розвитку підприємства [5]. У ході побудови механізму важливим етапом є розробка програми раціоналізації формування витрат досліджуваного підприємства, оскільки планування витрат є необхідною умовою їх оптимізації, у нашому дослідженні тенденція свідчить про зростання витрат, тому потрібно розробити проект заходів щодо їх оптимізації. Важливим етапом розробки механізму має стати також впровадження контролінгу, координації, калькуляції та організації витрат на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Адаменко Т. М. Особливості стратегічного управління затратами підприємства / Т. М. Адаменко // *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. – 2011. – № 23(II). – С. 100–106.
2. Лисьонкова Н. М. Визначення ефективності системи управління витратами / Н. М. Лисьонкова, І. О. Буряковська // *Вісник економіки транспорту і промисловості*, № 50, 2015. – С. 301-305
3. Портер М. Конкуренція / М. Портер; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
4. Чичуліна К. В. Сучасні методи управління витратами підприємства / К. В. Чичуліна, І. В. Король // *Perspective directions of scientific researches: Collection of scientific articles / Scientific journal «ECONOMICS AND FINANCE»*. – Agenda Publishing House, United Kingdom, 2016. – P. 154–158.

5. Ясінська А. І. *Методологія та організація системно-орієнтованого управління витратами підприємства для прийняття управлінських рішень* / А. І. Ясінська, Н. І. Подольчак // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. – 2012. – № 7(727). – С.161 – 172.

*АНДРЕЄВА В.А.
к.е.н., доцент кафедри теоритичної та економіки,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ПОЛОНСЬКИЙ А.В.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Сучасний стан розвитку національної економіки характеризується динамічністю та якісними змінами в управлінні капіталом підприємств. При цьому механізм управління капіталом має свою структуру та, зазвичай, поділяється на дві підсистеми: керуючу та керовану. Керуюча підсистема, як правило, включає в себе фінансову службу (відділ) підприємства з усіма її структурними підрозділами, а також фінансових менеджерів. Керована підсистема, у свою чергу, включає: фінансові відносини, джерела капіталу, напрями використання капіталу, грошовий оборот підприємства. Тобто елементи керованої підсистеми виступають об'єктами управління керуючої підсистеми.

Управління капіталом являє собою процес, основним змістом якого є підготовка, прийняття та реалізація управлінських рішень з усіх питань їх формування, розподілу та використання. Даний процес призначений для реалізації головної мети та завдань управління капіталом, який включає в себе наступні етапи [3]:

- 1) формування інформаційної бази управління капіталом, яка відображає ефективність управління капіталом;
- 2) аналіз стану формування, розподілу та використання капіталу, що дає можливість оцінити потенціал його формування та виявлення резервів підвищення ефективності його використання;
- 3) дослідження і оцінка факторів, що визначають можливість формування і використання капіталу підприємства;
- 4) визначення необхідного обсягу капіталу, яких буде достатньо для забезпечення сталого розвитку підприємства;
- 5) формування оптимальної структури капіталу, яка забезпечувала б мінімізацію вартості його залучення та необхідний рівень фінансової стійкості підприємства у процесі поточної господарської діяльності;
- 6) планування розподілу капіталу за основними сферами господарської діяльності;
- 7) забезпечення ефективного використання капіталу у процесі реального інвестування;
- 8) оцінка та нейтралізація ризиків формування та використання капіталу;
- 9) контроль за реалізацією прийнятих управлінських рішень з формування, розподілу та використання капіталу підприємства.

Механізм управління капіталом на вітчизняних підприємствах пропонуємо у вигляді схеми, наведеної на рис. 1.



Рис. 1. Механізм управління капіталом на підприємстві

Джерело: побудовано автором на основі джерел [1, 2]

У механізмі управління, який розглядається, планування являє собою процес вироблення планових завдань, складання графіків їх виконання, розробки фінансових планів і фінансових програм, забезпечення їх необхідними ресурсами та персоналом, а також контроль за їх виконанням.

Також важливим елементом механізму на підприємстві виступає мотивація. До фінансових мотивів на підприємстві належать ціни, кредити, прибуток, амортизація, податки, премії, дивіденди тощо. Практикою функціонування підприємств доведено, що фінансові стимули і мотиви чинять сприятливий вплив на трудову діяльність як окремих працівників, так і всього колективу та господарської системи в цілому.

У найбільш загальному вигляді управління капіталом підприємства пропонується поділяти на три основні напрями:

1) загальний аналіз та планування фінансово-майнового становища підприємства, у розрізі якого здійснюється загальна оцінка капіталу підприємства і джерел його фінансування, розміру і складу, необхідних для підтримки досягнутого економічного потенціалу підприємства і розширення масштабів його діяльності; джерел додаткового фінансування діяльності підприємства; системи контролю за наявністю та ефективністю використання капіталу;

2) забезпечення підприємства капіталом в достатній кількості (здійснюється управління джерелами формування капіталу підприємства, а саме: оцінка обсягу необхідного капіталу; форм його надання; методів його мобілізації; ступеня доступності і часу користування капіталом; витрат, пов'язаних із залученням кожного виду капіталу; ризику, пов'язаного з конкретним джерелом формування капіталу;

3) оптимальний розподіл і використання капіталу, що здійснюється у межах політики управління активами, капіталом та інвестиційної політики підприємства.

За результатами аналізу наявності руху і використання капіталу підприємства формуються відповідні висновки, на основі яких приймаються відповідні управлінські рішення щодо таких питань:

- який обсяг капіталу отриманий підприємством за окремими видами діяльності;

- з яких джерел отриманий капітал за цими видами діяльності;

- які основні напрями витрачання капіталу за цими видами діяльності;

- чи здатне підприємство забезпечити перевищення надходжень над витратами за видами діяльності;

- чи достатньо отриманого підприємством прибутку для задоволення його поточних фінансових потреб;

- за рахунок яких джерел фінансується на підприємстві операційна та інвестиційна діяльність;

- якою повинна бути політика фінансування капітальних інвестицій підприємства та специфіка управління довгостроковими фінансовими інвестиціями протягом планового періоду;

- які зміни необхідні в механізмі управління оборотними активами підприємства, зокрема товарно-матеріальними запасами, дебіторською заборгованістю та грошовими коштами;

- якою є загальна потреба в зовнішньому фінансуванні діяльності підприємства та відповідна структура капіталу;

- чи необхідні зміни в дивідендній політиці підприємства;

- чи дієвими є методики нарахування амортизації необоротних активів;

- чи необхідні зміни в системі управлінського контролю на підприємстві тощо.

Виходячи з цього, для забезпечення ефективного управління капіталом будь-якого підприємства необхідно постійно шукати раціональні джерела їх залучення. Вибір того чи іншого способу залучення позикових капіталу може бути привабливим лише за умови підтримання нормальної кредитної політики, врахуванні усіх її переваг та недоліків. Так, використання кредитних ресурсів у окремих випадках має свої переваги, оскільки заборгованість вигідна в період підвищення темпів інфляції, а плата за користуванням кредитом відноситься підприємством до його валових витрат і, відповідно, не оподатковується податком на прибуток.

Однак з іншого боку, у сучасних умовах нестабільності та кризових явищ підприємству набагато вигідніше використовувати власний капітал, ніж

вдаватися до використання кредитних ресурсів. Висока частка кредитів на балансі підприємства підвищує ризик банкрутства, тому не слід занадто активно використовувати можливості залучення позикових засобів без гострої необхідності, особливо, якщо не вдається забезпечити достатній рівень рентабельності активів.

Таким чином, завданням фінансового менеджера на підприємстві є постійне відслідковування за оптимальним співвідношенням між власним і позиковим капіталами підприємства, що дозволить підтримувати кредитну репутацію підприємства.

Список використаних джерел:

1. Костаневич Н. І. Структура капіталу та її вплив на результати діяльності підприємства / Н. І. Костаневич, Т. С. Заєць // *Економічний простір*. – 2013. – № 78. – С. 233 – 241.
2. Савенко Н.В. Акціонерний капітал: сутність та функції / Н.В.Савенко// *Вісник Дніпропетровського університету. Економіка: Випуск 5(2)*. – 2011. – С. 65–72.
3. Холодова О. В. Механізм управління фінансовими ресурсами агропромислового комплексу / О. В. Холодова // *Инновационная наука*. – 2016. – №6. – С. 270-275.

НЕВИРІШЕНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ В РОЗВИТКУ ФІТНЕС ІНДУСТРІЇ

Фітнес індустрія в Україні розвивається досить швидкими темпами і також отримує достатню увагу серед громадян, які бажають вести здоровий спосіб життя і також має широкі можливості кількісного та якісного росту.

Сучасна державна політика в галузі фізичної культури і спорту ставить собі за мету зміцнення здоров'я нації як одного з чинників національної безпеки країни. Широке розповсюдження отримали різні форми спортивно- оздоровчої роботи з населенням. Український ринок спортивно – оздоровчих послуг один з тих, хто розвивається з досить високими темпами. За кілька останніх років він тільки в Києві збільшився вдвічі. Але ринкова економіка диктує свої правила, які складаються з переліку принципів та правил гри, тому для того щоб активно розвиватись в цій сфері, керівництву фітнес – клубів необхідно вирішувати цілий комплекс проблем [3].

Метою роботи є визначення основних проблем в розвитку фітнес індустрії.

Методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, синтез, узагальнення, порівняння і зіставлення.

Стрімке зростання числа фітнес-клубів і осіб, залучених до фізкультурно-оздоровчу діяльність на їх базі, створив кадровий дефіцит фахівців, що, в свою чергу, призвело до ряду серйозних проблем в фітнес-індустрії. До них слід віднести зниження професіоналізму інструкторів, персональних тренерів, менеджерів та адміністраторів фітнес-клубів і як результат низький рівень вимог до їх професійної підготовки при прийомі на роботу. Ситуація ускладнюється стійкою негативною тенденцією показників здоров'я українців, в тому числі і тих, хто займається рекреаційною діяльністю. Це вимагає належного професіоналізму в роботі персоналу фітнес-клубів при організації та нормування фізичних навантажень для осіб, що мають виражені відхилення здоров'я і хронічних захворювань. Через відсутність здебільшого не мережевих фітнес-клубів належного медико-педагогічного забезпечення знижується ефективність занять. Такий стан справ свідчить про те, що фітнес в Україні набуває все більш виражену комерційну спрямованість. Тому особливо актуальними стають питання модернізації законодавчої бази фітнес-індустрії, тобто розробка регіональної моделі управління, організації та змісту професійної діяльності фітнес-клубів [2].

Основні проблеми в розвитку фітнес індустрії, яким необхідно надати особливої уваги:

- Проблема планування – це надзвичайно важлива функція для менеджера, без правильно спланованого плану роботи досягти результату просто неможливо, якщо не запланувати певну кількість клієнтів або проданих персональних тренувань, вам ніколи не вдасться досягти бажаних результатів.

- Проблема організації – надзвичайно важливий аспект роботи менеджера – правильно організувати процес роботи всього клубу: процес виконання плану продажів персональних тренувань, процес виконання розпоряджень. Менеджер повинен розуміти, як проходять ці процеси і що треба робити для їх реалізації [1].

- Проблема прийняття рішень – процедура, прийняття рішень – основний аспект в організації роботи фітнес-клубу, а саме, це означає, що необхідно брати на себе відповідальність, не завжди персонал є кваліфікованим, щоб взяти на себе такі вповноваження, та ця проблема впливає з недостатньою комунікацією з керівництвом.

- Проблема контролю – необхідно контролювати всі процеси, які відбуваються в фітнес організації. Іноді у деяких власників складається позиція, що менеджер повинен бути присутнім весь день в клубі, але на практиці це не завжди так. Тому поняття контролю не завжди може бути досконало виконаним, ця проблема може торкатись, як і менеджерів, так і адміністраторів з тренерами [4].

Отже, розвиток сфери фізичної культури та спорту в умовах ринкових відносин призводить до поступової інтеграції діяльності спортивних клубів. Відкривається ще більше фітнес клубів, студій, авторських класів, тому формування менеджменту в сфері фітнес індустрії – має вагоме значення, адже від цих позицій буде залежати успіх та прибуток організації. Але також існують основні проблеми в розвитку менеджменту фітнес індустрій, тому для того щоб справитись з проблемами, які виникають, необхідно відразу реагувати на поточні питання, які виникають в процесі роботи. На належному рівні здійснювати головні аспекти – планування та організації, створювати відповідний стратегічний план, та крок за кроком слідувати по етапам, щоб вивести організації на належний рівень. Організовувати належну комунікацію між співробітниками та керівництвом, щоб проблеми не просто існували, а мали великий шанс до вирішення.

Список використаних джерел:

1. Вавилов Владислав. *Основи менеджменту у фітнес індустрії*/Владислав Вавилов. – К. : Простобук, 2017. – 248 с.
2. *Менеджмент та маркетинг фізкультурно-спортивних організацій* – Городинська І.В. – канд.пед.наук, стаття «Теоретико-методичні засади менеджменту спортивного клубу» 2012. – С. 34-36.
3. *Невирішені проблеми менеджменту в розвитку фітнес індустрії* – Курашвілі В.А. начальник відділу центру інноваційних спортивних технологій [Електронний ресурс] Режим доступу <https://cyberleninka.ru/article/v/nereshennye-problemy-menedzhmenta-vrazvitii-fitness-industrii>
4. *Сучасні проблеми фізкультурно – оздоровчої діяльності в сфері фітнесу* – Тарасенко А.А. Осик В.І. , Лизарь О.Г. , Воеводина С.С. – м. Краснодар, 2014. [Електронний ресурс] Режим доступу – <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-problemy-fizkulturno-ozdorovitelnoy-deyatelnosti-v-sfere-fitnesa>.

ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Існує безліч точок зору відносно трактування понять «якість» та «управління якістю», що пояснюється багатоаспектністю і міждисциплінарним характером даної категорії.

Найважливіша проблема будь-якого підприємства, що працює в ринкових умовах, - це проблема його виживання і забезпечення безупинного розвитку. Ефективне вирішення цієї проблеми полягає у створенні і реалізації конкурентних переваг, що значною мірою можуть бути досягнуті на основі оптимально розробленої ефективної системи управління якістю діяльності підприємства [3].

Якість зазвичай розглядається як сукупність характеристик об'єкта, що свідчать про його здатності задовольняти визначені й гадані потреби [1]. Але все більша насиченість сучасних ринків, постійно зростаюча конкуренція призвели до необхідності переглянути традиційні уявлення про якість як жорстко заданий перелік "споживчих характеристик" і значно розширити тлумачення цього поняття.

В міжнародному стандарті з термінології (ISO 9000) виділені два аспекти управління якістю: «загальне» управління якістю (quality management) і управління якістю як оперативна діяльність (quality control) [2].

Високий вплив діяльності підприємств на економічні процеси та суспільство в цілому обумовлює існування приватного, суспільного, нормативного, економічного та управлінського підходів щодо визначення сутності управління якістю.

Існування значної кількості тлумачень та підходів до визначення управління якістю діяльності підприємства свідчить про велике коло суб'єктів та відносин, що підпадають під його дію.

Таким чином, при формулюванні поняття «управління якістю» мають бути врахованими: участь усіх рівнів управління; динамічне впровадження і вдосконалення; всі сфери діяльності підприємства; необхідність планування та контролю; розроблення політики і цілей.

Відповідно до вище визначеного, поняття «управління якістю діяльності підприємства» можна визначити наступним чином: система управління, спрямована на планування, впровадження, удосконалення і контроль якості діяльності підприємства відповідно до встановленої політики та цілей підприємства, за участю усіх його підрозділів.

Оскільки управління якістю включає аспекти виконання функції управління, які визначають політику, цілі та відповідальність у сфері якості, а також здійснюють їх за допомогою таких засобів, як планування якості, оперативне управління якістю, забезпечення якості та поліпшення якості в

рамках системи якості; можна сформулювати основні з них та структурувати всі аспекти за наступними групами: загальні, економічні, технічні, управлінські.

Таким чином, можна стверджувати, що головна функція управління якістю діяльності підприємства — забезпечення ефективності діяльності в інтересах працівників та споживачів. Але все ж значення управління якістю діяльності підприємства обумовлено його впливом на підвищення конкурентоспроможності та економічної ефективності [4].

Оскільки розвиток світової економіки свідчить, що якість продукції (послуг) стала визначальним чинником успішної господарської діяльності підприємств та організацій, в останнє десятиріччя у сфері якості сталися докорінні зміни, що адекватно відбивають прискорення технічного розвитку промисловості та індустрії сервісу. Таким чином, все більшого розповсюдження набуває комплексний підхід до управління якістю, важливість якого важко переоцінити.

За визначенням міжнародних стандартів під системою управління якістю розуміють сукупність організаційної структури, відповідальності, процедур, процесів і ресурсів, що забезпечують здійснення загального керівництва якістю. Загальне керівництво в цьому випадку є аспектом загальної функції управління, що визначає та здійснює політику щодо якості.

Міжнародний досвід свідчить, що задоволення споживача напряму залежить від того факту, що на підприємстві діє ефективна система управління якістю. Таким чином, комплексна система управління якістю створюється та впроваджується як засіб, що забезпечує здійснення конкретної політики та досягнення визначеної найвищим керівництвом мети стосовно якості. Тому особлива увага приділяється питанням формування та документального оформлення керівництвом підприємства політики щодо якості товарів чи послуг, котрі надаються споживачу.

Список використаних джерел:

1. Батенко Л. *Практические подходы к повышению эффективности организации производственных процессов [Текст] / Л. Батенко, Ю. Исаенко, Т. Твердушка // Менеджер по персоналу. - 2009. - № 7. - С. 59-67.*
2. *Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001 : 2000, IDT) [Текст] : нормативно-технічний матеріал. – Вид. офіц. – На заміну ДСТУ ISO 9001-95, ДСТУ ISO 9002-95, ДСТУ ISO 9003-95 ; Введ. с 2001-06-27. – Київ : Держстандарт України, 2001. – 24 с.*
3. Хміль Ф. *Удосконалення управління вітчизняними організаціями в контексті економічних та суспільних змін / Ф. Хміль // Вісн. Терноп. нац. екон. ун-ту. – 2009. – №1. – С. 31-35.*
4. Шаповал М.І. *Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації: Підручник. – 3-тє вид., перероб. і доп. – К.: Європ. ун-т фінансів, інформ. систем менеджм. і бізнесу, 2000. – 88с.*

БОЙКО І.В.
аспірант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ЛІТВІН Н.М.
к.е.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД У ВПРОВАДЖЕНІ ІНОВАЦІЙ, ЗАДЛЯ ЗМЕНШЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ РИЗИКІВ

Нині інновації стають визначним фактором для збереження ефективної діяльності українських підприємств, в умовах конкурентної боротьби. Однак для багатьох підприємств інновації залишаються лише великим набором заходів, іноді енергійних, але не скоординованих, що не призводять до бажаного результату, і навіть можуть стати загрозою для економічної безпеки підприємства. Тому для цих підприємств інновації залишаються джерелом розчарувань. Тільки при правильному підході до інновацій, підприємство може забезпечити своє існування та розвиток. При дослідженні шляхів виходу інновації на ринок менеджеру необхідно розуміти ризики та загрози, які можуть виникнути. Для цього інноваційне підприємство зобов'язано мати чітку стратегію з виходу інновації на ринок. Ця стратегія повинна повністю забезпечувати захист підприємства від можливих загроз та ризиків пов'язаних з виходом інновації на ринок. Вихід інноваційного продукту на ринок мусить стати частиною системи економічної безпеки підприємства.

Першим пунктом має бути визначення довгострокової стратегії компанії. Її частиною є розробка стратегії конкретного брэнда або категорії. Так В. Nagji [1] наводять приклад того, як велике продовольче підприємство не маючи чіткої цілі та стратегії починало інноваційний процес. На цьому прикладі показано, що підприємство не вибрало конкретний вид інноваційних перетворень і декілька разів змінювало інноваційні напрямки, через що не здобуло ніяких позитивних результатів. Виходячи з цього можна зробити висновок, що другим пунктом повинно стати визначення виду інноваційних перетворень. Видами таких інновацій є «Реновація», «Інновація», «Відкриття» [1]. Вибраний вид інновації зобов'язаний базуватися на чітких прогностичних моделях, що враховують такі показники як «частка ринку» [2], «частка потреб» [3] та ін. На основі цих показників можливе створення та відбір інноваційних гіпотез або ідей. За допомогою параметрів уявлення споживачів про продукт [4] потрібно диференціювати ці інноваційні ідеї і обрати з них ті, що мають найменшу кількість загроз по відношенню до маркетингової стратегії підприємства. На основі наведених показників та гіпотез повинна здійснювались побудова концепції.

Після її створення треба починати початися процес оцінювання концепції. Це можна зробити за допомогою показників, як частка ринку, частка потреб та ін. Або може бути застосований метод оцінювання цих концепцій споживачами. На цьому етапі є доцільним проведення маркетингових досліджень з урахуванням думки ймовірних споживачів (респондентів). Після

цього етапу команда підприємства має обрати концепції з найменшою кількістю усіх можливих ризиків. На онові обраної концепції повинна відбутися розробка та оптимізація пропозиції. При необхідності підприємство може її відкоригувати на наступній стадії – фіналізації пропозиції, де враховуються абсолютно всі застереження, які могли виникнути у команди з безпеки на минулих стадіях.

Наступним етапом є сам запуск продукту, тобто його вихід на ринок. Після цієї події будь які глобальні зміни у стратегії є неможливими. Всі зміни можуть відбуватися вже в рамках існуючої ситуації. Тому наступним етапом повинен стати моніторинг продуктивності. В рамках цього етапу підприємство може робити висновки на реальних споживачах і коригувати особливості інновації та прискорювати завоювання ринку нею. На цій стадії вже особливу роль грає тип продукту, чи це є продовольчий товар чи ні. Потрібно (як і на всіх етапах) врахувати поведінку споживачів та їх звички [5]. Результатом всіх цих етапів повинна стати кінцева стадія максимізації продажів та рентабельності інвестицій. Після проходження цього етапу продукт перестає бути інноваційним і підприємство може переходити до нового інноваційного циклу – тобто вдосконалення цього продукту або розробки нової інновації.

Всі ці етапи потрібно об'єднати в єдину систему задля мінімізації ризиків впродовж всього інноваційного процесу.

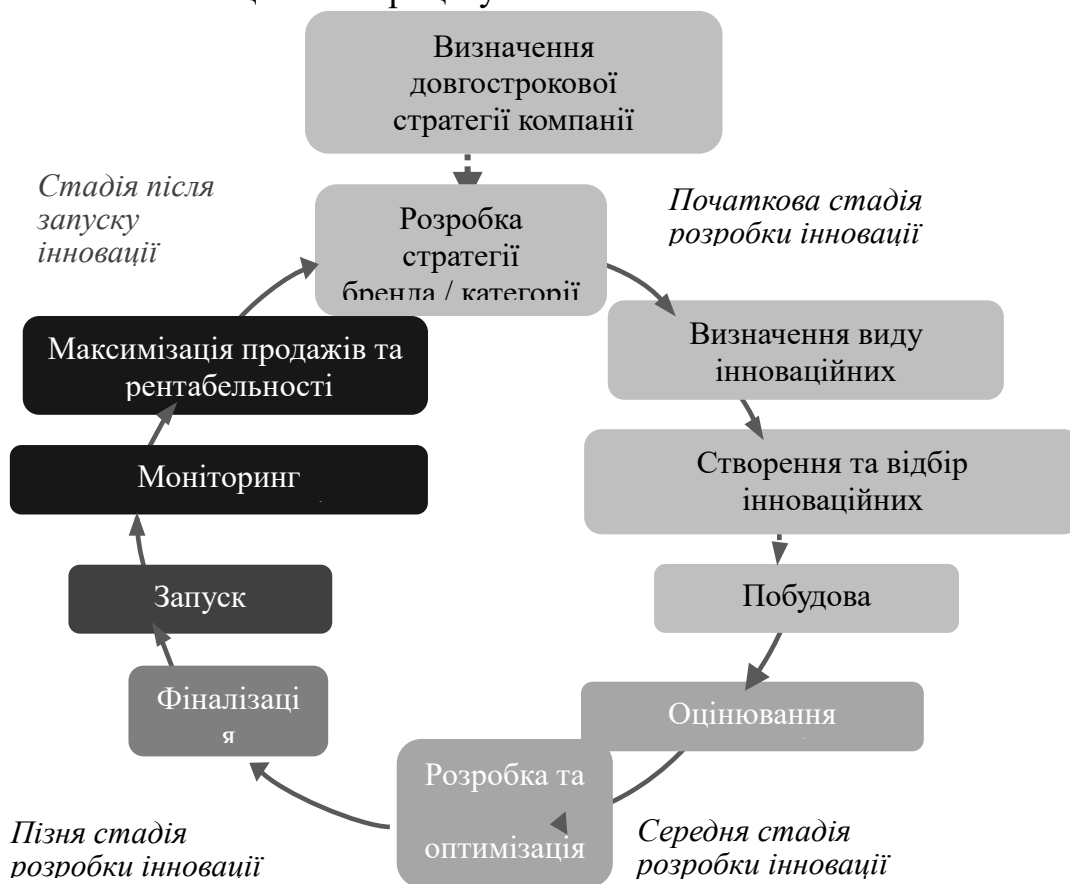


Рис. 1 Схема формування системи для діагностики інноваційного продукту на ринку

Джерело: складено автором на основі [6]

Список використаних джерел:

1. Nagji B. *Managing Your Innovation Portfolio* / B. Nagji, G. Tuff. // *Harvard Business Review*. – 2012. – С. 5–12.
2. Parfitt J. H. *Use of consumer panels for brand-share prediction* / J. H. Parfitt, B. J. Collins. // *Journal of Marketing Research*. – 1968. – №5. – С. 131–145.
3. Rossiter J. *Emotional branding pays off: How brands meet share of requirements through bonding, companionship, and love* / J. Rossiter, S. Bellman. // *Journal of Advertising Research*. – 2012. – №52. – С. 291–296.
4. Bourgeat P. *Concept Testing and the Tale of Two Systems* [Електронний ресурс] / Pascal Bourgeat. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: www.ipsos.com/innoquest.
5. Канеман Д. *Думай медленно... решай быстро* / Д. Канеман. – Москва: АСТ, 2013. – 625 с.

ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КРИЗОВИХ КОНСУЛЬТАНТІВ ДЛЯ РОБОТИ З ВИМУШЕНИМИ ПЕРЕСЕЛЕНЦЯМИ (ВНУТРІШНЬО-ПЕРЕМІЩЕНИМИ ОСОБАМИ)

Динамічні зміни і надзвичайна нестабільність соціально-психологічної ситуації в Україні з початку 2014 року в разі збільшили кількість внутрішніх мігрантів або внутрішньо переміщених осіб (ВПО) всередині нашої країни. Великі і малі переміщення завжди супроводжують історичний розвиток будь-якої народності в будь-якому регіоні світу, однак внутрішня міграція в Україні має особливу обумовленість, інтенсивність і має свої особливості.

За терміном «вимушений мігрант», як правило, стоїть особиста історія про душевне сум'яття і винахідливість, психічну уразливість, завзятість і важка ноша матеріальних проблем, очікування та страхи за майбутнє, психосоматичні страждання і підвищений ризик захворювань, конфлікт з собою та іншими, відчуття себе «своїм серед чужих, чужим серед своїх», або навіть «людиною другого сорту».

Психологічна робота з переселенцями давно стала значною частиною роботи, по суті, кожного практикуючого фахівця в Україні. І, важливо відзначити, що в практичній роботі кризового психотерапевта в Україні, найчастіше, практичний досвід передре теоретичному осмисленню та стратегічному означенню такої роботи.

Дослідження проблем вимушених переселенців та знаходження можливих шляхів їх вирішення відбувається в різних галузях наукових знань, а саме: в соціології, демографії, філософії, політології, культурології, та, чи не найбільше, в психології (О. Блинова, Ф. Василюк, К. Оберг, Г. Солдатова, Т. Стефаненко, Н. Палагіна, В. Хесле, О. Шлягіна та інші).

Актуальність, теоретична і практична значущість та, в той же час, все ще недостатня розробленість означеної теми очевидна. Однак, метою даної статті є не стільки виявлення особливостей адаптаційного процесу, а перш за все формулювання основних тез для розробки, а пізніше і впровадження ключових ідей для освітньої підготовки слухачів університетської кафедри психології з дисципліни «Кризова психотерапія».

Основні психологічні проблеми вимушених переселенців пов'язані з кризою ідентичності, зниженням толерантності, як наслідок – зниження самооцінки, впевненості в собі, спотворене сприйняття оточуючих людей. Психолог повинен знайти стратегію психологічної допомоги, яка послабить або навіть повністю змінить когнітивне та емоційне самосприйняття та сприйняття актуального оточення, в той же час буде сприяти поведінковим змінам.

Варто зазначити, що в офіційному дискурсі України існує поняття «внутрішньо переміщена особа» [4], але більш ширше використовується інший

термін: «тимчасово переміщені особи». Цьому терміну немає чіткого визначення, незважаючи на те, що воно досить часто зустрічається в ЗМІ та в суспільному дискурсі. Тимчасовість – це один з важливих аспектів, що в значній мірі є ілюзорним і таким, що впливає на низьку інтенсивність інтеграційних процесів та малу мотивацію до адаптації переселенців.

Не менш важливим є сам термін «адаптація». Варто відзначити, що міграція сама по собі вже є стратегією адаптації, а міграційна поведінка залежить від особливостей особистості мігранта (його інтересів, потреб, ціннісних орієнтацій та прагнень), а також віку, статі, сімейного стану і стану здоров'я.

Суть процесу соціальної адаптації розкривають ключові вектори, що детермінують особистісні зміни, які виникають у взаємодії особистості і соціуму, а саме – соціальна ідентифікація і самоактуалізація.

Хотілося б звернути увагу на те, що в науковій літературі прийнято досліджувати суб'єкт адаптації, в той час як об'єкт адаптації – соціальне середовище, тут і зараз в Україні також зазнає суттєвих змін. Соціальна адаптація як феномен виникає при взаємодії двох систем – особистості і соціального середовища. Соціальна адаптація відбувається лише, коли соціальне середовище сприяє реалізації потреб і прагнень особистості, сприяє розкриттю та розвитку її індивідуальності.

Оскільки психологічні проблеми і психічні розлади вимушених мігрантів носять комплексний характер і зачіпають емоційну, поведінкову, комунікативну і мотиваційно-потребнісну сфери особистості, остільки і допомога їм повинна бути комплексною, і поєднувати соціальні, психологічні та педагогічні засоби.

Зараз проблема соціально-психологічної допомоги вимушеним переселенцям на сході України актуальна і потребує подальшого вивчення, проте вже можна з упевненістю говорити, що в розробці методики та практичних рекомендацій для психологів та педагогів вузу з надання психологічної підтримки необхідно врахувати аспект полісуб'єктної та особистісної орієнтованості, створення почуття безпеки, підвищення рівня толерантності до невизначеності, спрямованості на розвиток особистості і тих її параметрів, які є значущими в адаптаційний період.

Міграція стає природним і неминучим явищем сьогодення нашої країни, проте, в достатньо короткій часовій перспективі вона може змінити історичний соціальний образ держави, загострити суперечності між різними групами населення, викликати соціальну напругу.

На сучасному етапі розвитку нашого суспільства українські фахівці тільки починають набирати досвіду психологічної та психолого-педагогічної роботи з такою категорією мігрантів, як внутрішньо переміщені особи. Масштаби внутрішньої міграції в Україні свідчать про гостроту цієї ситуації і водночас актуалізують необхідність професійної фахової психологічної роботи з внутрішньо переміщеними особами.

Зміна в програмі університетської підготовки може і повинна виступати в якості найважливішого компонента заходів реагування на міграції та

переміщення, а робота психологів, психотерапевтів з людьми даної категорії часто не тільки допомагає впоратися з провалами в адаптації у тимчасово внутрішньо-переміщених осіб, але також стає деякою інвестицією в запобіганні конфліктам та погіршенню психічного здоров'я мігрантів в майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Березин Ф.Б. *Психическая и психофизиологическая адаптация человека.* / Ф.Б. Березин – Л.: Наука, 1988. – 270 с.
2. Кісарчук З. Г. *Психологічна допомога постраждалим унаслідок травматичних подій: досвід, узагальнення, висновки. Актуальні проблеми психології. Т. 3. Консультативна психологія і психотерапія. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України / за ред. Максименка С. Д. Київ : Логос, 2015. Вип. 11. С. 7–20*
3. *Основи реабілітаційної психології: подолання наслідків кризи. Навчальний посібник.* – Київ, 2018. – (Том 2).
4. *Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб. Закон України від 20.10.2014 № 1706-VI [Електронний ресурс] : Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1706-18>.*
5. Ромм М.В. *Адаптація особистості в соціумі.* – К.: Наука, 2002.

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ЗАКЛАДОМ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ: ІНТЕГРАТИВНИЙ ПІДХІД

Нині особливої ваги набуває реалізація стратегічного планування діяльності закладу дошкільної освіти (далі – ЗДО), спрямованого на забезпечення його розвитку, як суб'єкта ринку освітніх послуг, що функціонує в складному конкурентному середовищі. За роки незалежності система дошкільної освіти зазнала істотних змін: напрацьовано особливі підходи до формування, вдосконалення та визнання на державному рівні дошкільної освіти не тільки як обов'язкової структурної складової, а й як початкової базової ланки в системі загальної безперервної освіти людини.

Л. Пісоцька підкреслює, що управління – це та рушійна сила, яка націлена на активізацію людини через створення оптимальних умов для прояву та розвитку її творчого потенціалу. Управління – це вид діяльності, який забезпечує оптимальне функціонування та розвиток системи, узгоджує та координує діяльність людей щодо досягнення спільної мети [2]. Вона розглядає управління дошкільною освітою як цілеспрямовану діяльність всіх ієрархічних ланок управління, котра забезпечує становлення, збереження, стабілізацію функціонування та розвиток дошкільної освіти у різноманітних формах охоплення нею потреб суспільства у вихованні дітей [2]. Необхідно зазначити, що управління конкретним ЗДО має свою специфіку. Вона полягає в інтеграції інтересів держави та особистості, яка в ЗДО проходить стадію активного соціального формування. Отже, управлінська діяльність ЗДО має здійснюватися на основі інтегративного підходу, тобто поєднанні різних методів.

Під методами управління будемо розуміти сукупність способів здійснення функцій управління, які забезпечують досягнення встановлених цілей та результатів [4], спрямовані на досягнення поставлених завдань, пов'язаних зі зміною соціально-економічного розвитку суспільства, його орієнтацією на ринкові відносини крізь призму синергетичних засад з використанням методологічних наробок, здобутків глобального управлінського досвіду, запровадження толерантності, довіри, гуманізму [1]. Варто зазначити, що в науковій літературі методи управління у роботі ЗДО систематизовано і узагальнено у три групи: організаційно-розпорядчі (адміністративні), соціально-психологічні та економічні.

Схарактеризуємо їх. Організаційно-розпорядчі методи управління реалізуються шляхом регламентації діяльності виконавців, її нормування та інструктування через постанови, вказівки, інструкції, розпорядження, накази і вимоги. Ці методи застосовуються керівником ЗДО при розробці стратегічного плану як генерального перспективного напряму розвитку ЗДО на основі визначення якісно нових цілей, котрі відповідають внутрішнім можливостям, а

також річного. Керівником здійснюється підбір, розстановка і виховання кадрів; розробляються і впроваджуються посадові інструкції; підтримується внутрішній розпорядок і дисципліна; створюються умови для вимогливості керівника і особистої відповідальності кожного працівника ЗДО. Ця група методів носить розпорядчий характер, а відтак є складовою авторитарного стилю керівництва. Треба зауважити, що управляти в умовах ЗДО лише цими методами сьогодні не раціонально, оскільки динамічні зміни підходів до забезпечення освітніх потреб, зміни освітніх парадигм вимагають переходу на демократичний режим управління. Ці методи спрямовують колектив на креативність, активізацію діяльності кожного члена колективу через матеріальне і моральне стимулювання. До цієї групи методів відносяться: вимогливе, але коректне, розпорядження, прохання, побажання, переконання, подяки, власний приклад керівника ЗДО, врахування людського фактору. Зазвичай це методи суспільного впливу, що реалізуються шляхом залучення до управління працівників ЗДО, колективного обговорення основних проблем закладу і можливостей їх вирішення.

Щодо другої групи методів управління – економічних, то відзначаємо, що ці методи мають реалізовуватися шляхом втілення в управлінську аксіому важливого принципу: від кожного за здібностями – кожному по праці, що в освітянському просторі у повному обсязі, вважаємо, досягти неможливо. У систему позитивного відзначення працівників ЗДО можна включити: заохочення за наслідками навчального року, за успіхи у підготовці дітей до навчання у школі, за кращі показники у вихованні дітей тощо; у зв'язку з урочистими датами; за перемогу в оглядах – конкурсах на кращу групу, організацію цікавих справ, інноваційну діяльність тощо [5]. Для керівника ЗДО використання економічних важелів досить серйозна справа, оскільки відзначення має бути справедливим і чесним відповідно до результативності праці. Переоцінка і недооцінка заслуг кожного приводять до порушення стабільності у колективі. Кожна група управлінських методів у контексті діяльності керівника ЗДО має свій позитив, але для забезпечення результативності діяльності використовувати їх потрібно у комплексі. Кожен керівник ЗДО повинен застосовувати управлінські методи в залежності від ситуації у колективі, від особливостей колективу, від важливості поставленого завдання.

Безумовно, керівник закладу дошкільної освіти є ключовою фігурою в здійсненні управлінської діяльності. Тому модернізація освітнього процесу ставить нові універсальні вимоги до їхньої професійної компетентності [4]: оволодіння технологіями менеджменту і маркетингу в освіті; залучення до управлінських процесів широкого загалу педагогічної громадськості, батьків, громадських організацій; створення принципово нових моделей науково-методичної роботи в закладі дошкільної освіти; оновлення освітнього процесу, реформування освітньої галузі та підвищення статусу директора дошкільного закладу як керівника; модернізація програми підвищення кваліфікації з урахуванням досвіду інших країн світу. Його кваліфікацію визначають чотири основні чинники [4]: вміння ставити актуальні, теоретично обґрунтовані та

практично значущі цілі; здійснювати тактичне планування діяльності всіх учасників освітнього процесу, зокрема й своєї; за допомогою ефективних засобів обирати й реалізувати поставлені цілі та коригувати раніше визначену тактику, співвідносячи її з реальними умовами освітнього процесу; здійснювати кваліфікований самоаналіз та аналіз діяльності всіх учасників освітнього процесу [3].

Таким чином, методи управління ЗДО, які використовуються конкретним керівником, мають базуватися на позиціях демократа, гуманіста, практичного знавця людської душі і мають бути індивідуальними, переосмисленими крізь призму свого світоуявлення відповідно до власних завдань і управлінських можливостей. Наразі галузь дошкільної освіти України все ще переживає не найкращі часи, але попри всі соціально-економічні негаразди вона законодавчо і нормативно визнана, функціонує та розвивається, управлінські структури постійно перебувають у пошуку найефективніших шляхів реалізації основних своїх завдань, розвитку інноваційних процесів.

Список використаних джерел:

1. Крижко В.В., Мамаєва І.О. *Аксіологічний потенціал державного управління освітою. Навч. Посібник. К.: Освіта України, 2005. 224с*
2. Пісоцька Л.С. *Актуальні проблеми управління розвитком дошкільної освіти в Україні : [Моногр.]. Хмельницький : ХГПА, 2009. 174 с.*
3. *Управління навчальним закладом : навч.-метод. посіб. [О. І. Мармаза, О. М. Касянова, В. В. Григораши та ін.]. У 2-х ч. Харків : Веста : Ранок, 2003. Ч. 1 : Абетка менеджера освіти. 160 с. (Серія „Управління школою”).*
4. Ушаков А.А. *Научно-методическое сопровождение личностно-профессионального саморазвития педагога. Международный журнал экспериментального образования. 2012. № 6. С. 80-81.*
5. Чумичева Р.М., Платошина Н.А. *Управление дошкольным образованием: уч.пос.для студ. Москва: Изд.центр «Академия», 2011. 400с.*

ОЦІНКА ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Визначення вартості підприємства є одним із найбільш важливих завдань у галузі корпоративного управління, адже це дає можливість оцінити рівень конкурентоспроможності та успішності фірми на ринку. Сам процес визначення вартості здійснюється з конкретною метою (обчислення ціни продажу, страхування майна, отримання кредиту тощо), що і зумовлює вибір методу оцінки вартості.

Світовий досвід визначення вартості бізнесу пропонує нам безліч методів до оцінювання вартості підприємства, проте незважаючи на це, дане питання досліджено не в повній мірі. Зокрема необхідно зазначити, що під час оцінки вартості підприємств на сучасному етапі більшість із розроблених підходів не використовуються, або використовуються дуже рідко, внаслідок чого формується неповна та не відповідна до ринкових умов вартість капіталу. На практиці застосовують чітко визначену класифікацію підходів до визначення вартості компанії за попередньо визначеними вихідними даними, при цьому компанія як бізнес і компанія як майновий комплекс оцінюються практично за однаковими підходами, однак зміст методів у рамках підходів істотно відрізняється.

В процесі використання цих підходів розрізняють окремі методи оцінки. Причому жоден з підходів чи методів не має принципових переваг перед іншими. В практичній роботі з оцінки вартості підприємства оцінювач, як правило, застосовує кілька методичних підходів, що найповніше відповідають конкретним умовам, об'єктам та меті оцінки, наявності й достовірності інформаційних джерел для її проведення.

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство повинно мати у своєму розпорядженні визначене майно, що належить йому на правах власності або володіння тобто активи підприємства, які є економічними ресурсами підприємства у формі сукупних майнових цінностей, що використовуються у господарській діяльності з метою одержання прибутку.

Необхідність оцінки вартості підприємства виникає у таких випадках: у ході прийняття рішень про доцільність інвестування коштів у підприємство; у ході реорганізації підприємства; у разі банкрутства та ліквідації підприємства; у разі продажу підприємства як цілісного майнового комплексу; у разі застави майна та при визначенні кредитоспроможності підприємства; у процесі санаційного аудиту при визначенні санаційної спроможності; під час приватизації державних підприємств.

Таким чином метою оцінки вартості підприємства є визначення бази для складання передавального чи розподільного балансу, для встановлення

пропорцій обміну корпоративних прав у тому числі при здійсненні операцій поглинання і приєднання, визначення вартості ліквідаційної маси, визначення реальної ціни продажу майна, визначення реальної вартості кредитного забезпечення, розрахунок ефективності санації, визначення початкової ціни продажу об'єкта приватизації [3].

Оцінка підприємства здійснюється, як правило, на базі ринкової вартості – ймовірної суми грошей, за яку можливі купівля-продаж об'єкта оцінки на ринку [4].

У літературних джерелах, нормативних актах наводяться численні принципи, яких слід дотримуватися при здійсненні оцінки вартості підприємства. До основних з них слід віднести такі принципи: заміщення, корисності, очікування, зміни вартості, ефективного використання, розумної обережності оцінок, альтернативності оцінок.

В процесі оцінки вартості підприємств використовується значна кількість методів і способів такої оцінки. Окремі методи мають ряд модифікацій і різновидів, що створює додаткові складності при їх ідентифікації та використанні. У зарубіжній та вітчизняній практиці оцінки вартості майна найбільшого поширення дістали три методичні підходи до оцінки вартості підприємства:

1. Заснований на оцінці потенційних доходів підприємства.
2. Майновий (витратний).
3. Ринковий (порівняльний).

У рамках *дохідного підходу* виокремлюють два основні методи:

- дисконтування грошових потоків;
- визначення капіталізованої вартості доходів.

Згідно з *майновим підходом* вартість підприємства розраховується як сума вартостей усіх активів (основних засобів, запасів, вимог, нематеріальних активів тощо), що складають цілісний майновий комплекс, за мінусом зобов'язань. Основним джерелом інформації за даного підходу є баланс підприємства.

У рамках цього підходу розрізняють такі основні методи:

- оцінка за відновною вартістю активів (витратний підхід);
- метод розрахунку чистих активів;
- розрахунок ліквідаційної вартості.

Ринковий підхід передбачає розрахунок вартості підприємства на основі результатів його зіставлення з іншими бізнес-аналогами. У рамках ринкового підходу найуживанішими вважаються методи:

- зіставлення мультиплікаторів;
- порівняння продажів (транзакцій).

Основними джерелами інформації при застосуванні цього підходу є фондові біржі та позабіржові торговельні системи, на яких мають обіг права власності на подібний бізнес, дані фінансової звітності підприємств-аналогів, а також інформація про попередні транзакції з корпоративними правами на той бізнес, який оцінюється [2]. Проблематика використання методів оцінки в рамках ринкового підходу зумовлена тим, що в Україні реальні ціни купівлі-

продажу підприємств в офіційній статистиці відображаються досить рідко, а фондовий ринок не досить розвинутий.

В умовах ринкової економіки підприємства не тільки здійснюють виробничий процес, що спрямований на створення нової вартості, але й самі представляють певну вартість і є об'єктами купівлі-продажу, що обумовлює необхідність визначення ринкової вартості підприємства. При цьому, збільшення вартості бізнесу – один з найважливіших критеріїв сучасного ефективного управління.

Список використаних джерел:

1. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання: Навч. посіб. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. – с. 224.
2. Єгерев І.А. Стоимость бизнеса: Искусство управления: Учебное пособие. - М.: Дело, 2003. – с. 480.
3. Мендрул О.Г. Вартість підприємств: бази оцінки // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. - 2002. - №3. – с. 44-48.
4. Терещенко О.О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання: Навч. посібник. - К.: КНЕУ 2003.

*ВАРЧЕНКО Є.С.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ПЛЕТЕНЕЦЬКА С.М.
к.е.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Наразі розвиток ринкових відносин в Україні потребує від суб'єктів господарювання високої ефективності ведення виробництва, конкурентоздатності готової продукції та/або послуг, оскільки складні та жорсткі ринкові взаємовідносини ставлять перед суб'єктами господарювання завдання постійно підтримувати високий рівень своєї фінансової стабільності з використання всіх можливих засобів.

Дослідженню значення та особливостей оцінювання фінансового стану на підприємстві, а також пошуку шляхів його покращення присвячено ряд праць таких науковців, як: Аверіної М. Ю., Акопян А. А., Шмалюка Л. І., Грушка В.І., Поддєрьогіна А.М., та інших.

Метою роботи є дослідження теоретичних основ оцінки фінансового стану підприємства та обґрунтування комплексу заходів по його покращенню.

Фінансовий стан суб'єкту господарювання залежить від результатів його діяльності, як виробничої так і комерційної та фінансово-господарської. Найбільший позитивний вплив на фінансовий стан здійснює прибутковість підприємства. Тож для досягнення підвищення прибутковості суб'єктам потрібно збільшити як обсяг виробництва, так і випуск товарів та послуг високої якості, при цьому оптимізувати витрати.

Фінансовий стан підприємства може бути:

- стійким;
- нестійким;
- кризовим.

Якщо підприємство своєчасно здійснює платежі, здатно фінансувати свою діяльність на розширеній основі, зазвичай означає, що фінансовий стан такого підприємства є стійкий.

Рівень платоспроможності та ліквідності суб'єктів підприємництва, їх фінансовий стан визначаються високою організацією фінансової роботи, яка представляє собою способи, форми та методи здійснення управління фінансовими ресурсами суб'єктів підприємницької діяльності. Фінансова робота суб'єктів підприємництва включає:

- планування - комплекс заходів як по розробці планових завдань, так і по втіленню їх у життя;

- прогнозування - розробка на довготермінову перспективу змін фінансового стану об'єкта управління в цілому та його частин. На відміну від планування прогнозування не ставить задачу безпосередньо реалізувати розроблені прогнози, які представляють собою передбачення відповідних змін;

- організацію - об'єднання людей, які разом реалізують фінансову програму на основі певних правил та процедур;
- регулювання - поточні заходи, що представляють собою вплив на об'єкт управління, за допомогою якого досягається стан стійкості фінансової системи у випадку виникнення відхилень від заданих параметрів;
- координацію - узгодженість роботи усіх ланок системи управління, апарату управління та окремих спеціалістів;
- стимулювання - наміри робітників фінансової служби у зацікавленості в результатах своєї праці;
- контроль - перевірка організації фінансової роботи, виконання фінансових планів, дотримання напрямків виконання поставлених цілей тощо. [1].

Покращення фінансового стану підприємства можливе за рахунок збільшення вхідних та зменшення вихідних грошових потоків. Підвищення розмірів вхідних грошових потоків можливе за рахунок:

- збільшення виручки від реалізації;
- продажу частини основних засобів;
- рефінансування дебіторської заборгованості.

Скорочення вихідних грошових потоків можливе за рахунок:

- зниження витрат, які відносяться на собівартість продукції;
- зниження витрат, які покривають за рахунок прибутку.

Основним показником покращення фінансового стану є збільшення виручки від реалізації. В свою чергу розмір виручки від реалізації залежить від:

- обсягів реалізації продукції;
- ціни одиниці продукції, що реалізується [2].

Збільшити обсяги реалізації можливо якщо максимально активізувати збутову діяльність підприємства. Існують різні методи стимулювання збуту, зокрема, можна надання знижок покупцям, зменшення цін, застосування масової реклами. Для кожного суб'єкту господарювання є свій спосіб збільшення обсягів реалізації, який залежить від особливостей конкретного підприємства та обраної ним стратегії маркетингу.

Також, одним із важливих шляхів удосконалення фінансового стану є мобілізація внутрішніх резервів. Це:

- проведення реструктуризації активів підприємства;
- сукупність заходів, пов'язаних зі зміною структури та складу активів балансу;
- перетворення в грошову форму наявних матеріальних та фінансових активів підприємства [3].

Внутрішні резерви підприємства поділяються на явні та приховані. Виявлення явних резервів здійснюється через ліквідацію: втрат окремих видів ресурсів, перевищення норм їх витрачання.

Особливу увагу необхідно звернути увагу на приховані резерви.

Приховані резерви — частина капіталу, що ніяк не відображена в Балансі. Розмір прихованих резервів балансу дорівнює різниці між балансовою вартістю окремих майнових об'єктів підприємства та їх реальною вартістю.

Для пошуку та реалізації резервів підприємство повинно використовувати встановлену методика. Так, внутрішньовиробничі можливості покращення діяльності можна поділити таким чином:

- 1) створення нових виробничих потужностей;
- 2) вдосконалення планування та обліку використання устаткування;
- 3) вдосконалення використання виробничих площ;
- 4) скорочення втрат матеріалів та інструменту;
- 5) вдосконалення обліку і зберігання матеріальних цінностей;
- 6) вдосконалення конструкції виробу і технології виробництва;
- 7) вдосконалення процесу виробництва;
- 8) вдосконалення організації допоміжного виробництва.

Одним з основних напрямів пошуку резервів є скорочення вихідних грошових потоків через зниження собівартості продукції та витрат, джерелом покриття яких є прибуток. На кожному підприємстві, залежно від його особливостей, можуть бути різними набір факторів, які впливають на собівартість [4].

Отже, поліпшення фінансового стану підприємства досягається шляхом підвищення результативності розміщення та використання ресурсів підприємства. Також даний процес передбачає розвиток виробництва, впровадження додаткових видів діяльності, що забезпечується на основі зростання прибутку й активів, та контролем платоспроможності та кредитоспроможності.

Якісно організована система перевірки та тестування поточного фінансового стану підприємства дозволяє уникнути багатьох проблем та знайти шляхи мобілізації прихованих резервів.

Тож перед суб'єктами господарювання стоїть важливе та необхідне завдання — організація якомога кращої системи перевірки та тестування фінансового стану, задля виявлення та попередження можливого погіршення діяльності підприємства.

Таким чином, використання якісної оцінки фінансового стану є невід'ємною складовою фінансово-господарської діяльності, та відкриває перед управлінцем значні можливості розвитку та удосконалення функціонування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Грушко В.І., Наконечна О.С., Чумаченко О.Г. *Національні фінанси: Підручник*. К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2017
2. Карпенко Г. В. *Шляхи удосконалення фінансового стану підприємства*. Економіка держави. — К., 2010. — № 1. — С. 61-62.
3. Марцин В. С. *Надійність, платоспроможність та фінансова стійкість — основні складові оцінки фінансового стану підприємства*. Економіка, фінанси, право. — К., 2009. — № 7. — С. 26-29.
4. Обущак Т. А. *Сутність фінансового стану підприємства*. Актуальні проблеми економіки. — К., 2009. — № 9. — С. 92-100.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПІДХОДІВ ДО МЕНЕДЖМЕНТУ ІТ-ПРОЕКТІВ, ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ КОМАНДАМИ ІТ ПРОЕКТІВ

На сьогоднішній день існує багато підходів до менеджменту в світі розробки програмного забезпечення, але більшість із них досить складні, а їх імплементація дорога і доступна лише середнім і великим за розміром компаніям. Це призводить до виникнення компаній, що імплементують практики менеджменту в інші компанії. Малі ж за розміром розробники програмного забезпечення залишаються без поставлених процесів і технологій, що тягне за собою проблеми з якістю створюваних програмних продуктів, зданням роботи в термін, а також надлишкових фінансових витрат. Як результат, такі команди і компанії в більшості випадків припиняють свою діяльність в перший рік існування зі збитками. Ця проблема зазвичай досліджується під час роботи на подібні організації на початку кар'єри розробника програмного забезпечення. Зараз, з досвідом роботи в великих компаніях з відточеними процесами і технологіями на кожному рівні роботи, можна повернутися до цієї проблеми.

В процесі наукових досліджень активно використовуються професійні знання та зв'язки, що були отримані під час здобуття рівня магістра комп'ютерних наук. Інтерв'ю з менеджерами і розробниками команд і компаній різних розмірів дозволяє отримати найбільш об'єктивну картину щодо використовуваних практик на даний момент.

Важливим етапом роботи над мотиваційною складовою є дослідження найбільш популярної методології розробки, що використовується в компаніях починаючи з середнього розміру – agile, та її реалізації scrum і kanban. Дослідження цієї методології дає можливість гармонійно вписати мотиваційний механізм в існуючі процеси ІТ компаній та команд.

Scrum і Kanban - це гнучкі методології створення продукту. За ним можна працювати в будь-якій галузі, але особливо добре вони підходять для ІТ. В основі обох методологій лежать принципи Agile [1]. Сам Agile (agile software development, від англ. Agile - моторний) - це сімейство «гнучких» підходів до розробки програмного забезпечення. Такі підходи також іноді називають фреймворками або agile-методологіями.

Але ці підходи потребують великих витрат на менеджмент, тому погано підходять для малих команд. Мотиваційна складова описаних підходів не є прозорою для кожного з учасників процесу.

Це дослідження є фундаментом для створення фреймворку (опис процесів і технологій), слідуючи якому молоді компанії розробки можуть ефективно виконувати свою роботу і зосередитись власне на розробці.

Україна займає лідуючу позицію з IT-фрілансу серед країн Східної Європи – 33%, це більше 3 мільярдів доларів [2]. Такий посібник малому бізнесу здатний оптимізувати внутрішні процеси невеликих команд розробки, що працюють на міжнародному та внутрішньому ринку фрілансу та збільшити ВВП країни.

Список використаних джерел:

1. *Jeff Sutherland. Scrum. The Art of Doing Twice the Work in Half the Time - Random House Business Books 2015 - С. 7-9*
2. <https://news.finance.ua/ru/news/-/397906/nesmotrya-na-vse-buri-pochemu-it-sektor-pretenduet-na-rol-flagmana-ukrainskoj-ekonomiki>

ГРИЧИК Т.М.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
АЛЬКЕМА В.Г.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ЗАСТОСУВАННЯ РЕІНЖИНІРИНГУ ЛОГІСТИЧНИХ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

У сучасних економічних умовах все більшу роль відіграє розробка нових методів управління підприємством. Одним із таких методів є реінжиніринг бізнес-процесів, який створює усі необхідні передумови для підвищення ефективності управління шляхом всеохоплюючого, постійного та незмінного застосування інноваційних технологій менеджменту, маркетингу та інформаційних технологій. Даний механізм актуальний для будь-якої сфери функціонування підприємства, але останнім часом починає використовуватись в логістиці.

Оптимізація логістичного процесу передбачає застосування підходу системної інтеграції, який найбільш доцільно реалізувати шляхом використання реінжинірингу, адже це дозволить одночасно удосконалити такі підсистеми як постачання, виробництво, збут, транспортування та складування. В свою чергу, це створює умови для підвищення надійності логістичної системи підприємства в цілому завдяки більш надійного функціонування окремих її логістичних бізнес процесів, забезпечуючи досягнення синергетичного ефекту. Проте для українських підприємств такий метод розвитку є новим та не досконало дослідженим. Тому актуальним стає дослідження перспектив, що може принести реінжиніринг логістичних бізнес-процесів та загроз невдалого його проведення.

Дослідження сутності та значення реінжинірингу започатковані М. Хаммером і Дж. Чампі. Окремі аспекти теорії та практики щодо реінжинірингу бізнес-процесів розглядають багато як українських, так і зарубіжних вчених, а саме: О.В. Виноградова, С.А. Бубнов, А.Ф. Гойко, А.М. Сумець, Д.Р. Сток, Д.М. Ламберт, А. Харрісон, Р. Ван Хоук, М. Хаммер, Дж. Чампі та ін. М. Хаммер, Дж. Українські вчені працювали над розробленням методологічних підходів (О. Амоша, В. Андрієнко, І. Булеєв, А. Воронкова, Л. Кузьмін, І. Мельник, О. Тридід, В. Тупкало, В. Хобта, А. Череп, М. Черненко). Чампі оперує терміном „реінжиніринг”, кажучи про корінні перетворення усередині організації. Д.Р. Сток, Д.М. Ламберт, наводячи приклад процесу створення нового мікроавтомобіля Mercedes-Benz, який здійснювався на основі принципу системної поставки, стверджують, що завдяки реінжинірингу під час управління ланцюгами поставок відбулась надзвичайна економія за рахунок підвищення усіх ланок ланцюга поставок [1].

О.В. Виноградова багато своїх робіт присвячує реінжинірингу бізнес-процесів, однак логістичні бізнес-процеси залишилися в неї поза увагою. У своїх роботах А.М. Сумець згадує про реінжиніринг як технологію оптимізації

логістичних процесів на підприємстві, наводячи кілька прикладів здійснення реінжинірингу логістичних бізнес-процесів. Розглянувши праці вітчизняних та зарубіжних учених, все таки розуміємо, що мало уваги приділено реінжинірингу логістичних бізнес-процесів, адже логістика є невід'ємною складовою в управлінні підприємством, і говорячи про бізнес-процеси підприємства, не можемо не згадати про логістичні бізнес-процеси.

Оскільки час не стоїть на місці і у світі виникає потреба в реінжинірингу бізнес-процесів підприємства, виникає питання: „Чи необхідний реінжиніринг у логістичних процесах?” та «Які переваги та загрози будуть із застосуванням реінжинірингу логістичних процесів?». Однією із основних причин розвитку реінжинірингу бізнес-процесів як стратегічного інструменту є підвищення ролі інформаційних технологій. Ефективність реалізованих технологічних процесів в управлінні матеріальним потоком є основним питанням логістики. Вчені та практики намагаються запропонувати нові методи та інструменти, які спрямовані на оптимізацію технологічних процесів, основною метою яких є зменшення загальних витрат на виконання процесу та мінімізація часу його виконання. Дослідження показали, що одним із основних інструментів оптимізації логістичних процесів на підприємстві є реінжиніринг. У зв'язку із цим реінжиніринг логістичних процесів вирішує наступні завдання [6]:

- визначення раціональної послідовності виконуваних логістичних операцій, яка призведе до скорочення тривалості циклу виготовлення продукції (або процесу надання послуг), обслуговування клієнтів, наслідком чого стане підвищення задоволеності клієнтів;

- забезпечення раціонального використання ресурсів в логістичних процесах, в інтересах мінімізації витрат і забезпечення оптимального поєднання різних видів діяльності;

- побудова адаптивних логістичних процесів, націлених на швидку адаптацію до змін потреб споживачів продукції, товарів (або послуг).

Для вітчизняних підприємців реінжиніринг логістичних бізнес-процесів може стати чудовим шансом виходу на новий рівень бізнес-відносин, чинником підвищення конкурентоспроможності фірми та можливістю виходу її на світові ринки. Тому, реінжиніринг – це фундаментальне переосмислення логістичних бізнес-процесів, що застосовується за необхідності радикальних змін і передбачає створення цілком нових, більш ефективних логістичних бізнес-процесів на підприємстві з метою досягнення істотного поліпшення якості функціонування всієї організації. Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів дасть змогу: підвищити управління підприємством, створити передумови для зниження витрат організації, підвищити операційну ефективність логістичного департаменту та всього підприємства.

Однак, як і у будь-якого засобу управління, у реінжинірингу логістичних бізнес-процесів є певні недоліки: він передбачає обов'язкове адміністративно-командне управління; при проведенні перепроєктування розглядається сам бізнес-процес. Також, нажаль, не всі підприємства можуть дозволити собі реінжиніринг, оскільки є нестача кваліфікованих спеціалістів з реінжинірингу, опір працівників змінам, нестача коштів тощо. Ризик реінжинірингу досить

великий, проте причини невдач полягають не в загадковості реінжинірингу, а в порушенні правил його проведення. Американські дослідники М. Хаммер і Дж. Чампі вказують, що з точки зору ризику реінжиніринг подібний грі в шахи, а не в рулетку, тобто учасники реінжинірингу, як гравці в шахи, в міру своїх знань і вміння можуть впливати на результат [1]. Іншими словами, величину результату неможливо гарантувати. Головне в стратегії управління реінжинірингом - уникати глобальних помилок. Також однією із загроз є не прорахування всіх моментів та деталей пов'язаних із реінжинірингом логістичних бізнес процесів. Можна щось упустити або втратити і відповідно воно впливе в самий невідповідний момент. Наявні такі загрози при неправильному проведенні реінжинірингу логістичних бізнес-процесів: зниження ефективності управління логістичними бізнес-процесами, зниження прибутку підприємства, падіння долі ринку, зменшення обсягів реалізації продукції, зниження рентабельності підприємства, наявне незадоволення клієнтів підприємств тощо.

Отже, реінжиніринг бізнес-процесів передбачає рішучу, докорінну перебудову бізнес-процесів та основ організації логістичного управління з метою істотного підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку та поліпшення показників результативності компанії. Завдяки реінжинірингу логістичних бізнес-процесів можливо суттєво скоротити матеріальні та часові витрати, змінити або усунути процеси, що є неефективними, збільшити прибуток компанії. Змінюються принципи управління, усувається велика кількість рівнів управління. Для ефективного впровадження реінжинірингу необхідно абстрагуватися від існуючої функціональної організації бізнесу, не намагатися зафіксувати існуючий процес, піддавши сумніву прийняті методи управління компанією. Також важливою передумовою є готовність керівників та співробітників логістичного відділу до докорінних змін та поєднання зусиль всіх працівників компанії задля досягнення спільної мети.

Список використаних джерел:

1. Бабак О.А., *Реінжиніринг як сучасний інструмент інноваційної діяльності підприємств*, http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/evu/2011_17_1/Babak.pdf
2. Віноградова О. В. *Реінжиніринг торговельних підприємств: теорія та методологія : дис. доктора економічних наук / Віноградова Олена Володимирівна. - Донецьк, 2009. – ст 196.*
3. Кривов'язюк І.В., Кулик Ю.М. *Реінжиніринг логістичних бізнес-процесів і систем як основа їх самовдосконалення та розвитку / І.В. Кривов'язюк, Ю.М. Кулик // Підприємництво. Менеджмент. Маркетинг. Логістика. – №2(7), 2013. – С. 87-94.*
4. Філіна С.В., *Трактування поняття реінжиніринг бізнес-процесів як основного методу кардинальної перебудови бізнес-процесів // Нові економічні системи в сучасних умовах – 2011 - №4 – ст.210-213.*
5. Хаммер М., Чампи Дж., *Реінжиніринг корпорації: Манифест революції в бізнесі —* Изд. Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 288 С.
6. Ходова Я.О. *Реінжиніринг як ефективний механізм реорганізації логістичних бізнес-процесів / Я.О. Ходова // Theoretical and Practical Aspects of Economics and Intellectual Property, 2017 (Issue 15). – С. 242 – 247.*

ГУЗИР В.І.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
АЛЬКЕМА В.Г.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Життєдіяльність будь-якого підприємства не можливо уявити без логістичної діяльності. Вона виступає основним елементом у комплексі процесів організації. Основними функціями даного напрямку діяльності є: базисні (постачання, виробництво, збут), ключові (контроль дотримання стандартів обслуговування, організація закупівель, транспортування, управління запасами, управління процесами оформлення замовлень) та підтримуючі (складування, вантажопереробка, пакування, забезпечення повернення товару, забезпечення запасними частинами й сервісне обслуговування, інформаційна комп'ютерна підтримка).

Метою дослідження є аналіз методів управління логістичними ризиками підприємства та пошук способів їх мінімізації.

Основними складовими логістичних функцій є навантаження, розвантаження, затарювання, експедирування вантажів, перевезення та зберігання вантажів, приймання та відпуск товарів зі складу, перевантаження, сортування й комплектація, консолідація вантажів, збір, зберігання й передача інформації про вантажі, розрахунки з постачальниками, страхування вантажів, передача прав власності на товар, митне оформлення та інші логістичні операції, які здійснюються на підприємстві [1].

Кожне підприємство регулює логістичну діяльність розробленими власними інструкціями та методиками, які сприяють оптимізації процесів транспортування. Проте всі вони створені на основі прийнятій на державному рівні законодавчих документів, що контролюють та регулюють дану сферу діяльності. Правове регулювання логістичних операцій підприємства – це перш за все встановлення законодавчих актів, які визначають правові рамки і норми при транспортуванні продуктів підприємства. Ці акти включають в себе законодавство, податкове законодавство, банківське антимонопольне законодавство, закон про грошовий обіг, про зовнішню торгівлю тощо.

Головним, на мою думку, регулюючим документом щодо управління ризиками є стандарт ISO 31000:2009 «Risk management – Principles and guidelines» («Управління ризиками. Принципи та рекомендації») [2].

Даний стандарт рекомендує в управлінні ризиками дотримуватись принципів: ефективного управління ризиками сприяє досягненню цілей шляхом безперервного моніторингу процесів і систем; невід'ємності від організаційних процесів; прийняття участі в процесі прийняття рішень; є вираженням невизначеності; систематичності, структурованості та узгодженості за часом; здійснення на основі найкращої наявної інформації; охоплення профілю ризику, стану внутрішнього та зовнішнього операційного середовища; прийняття до

уваги людських та культурних чинників; прозорості та інклюзивності (прозорості та всеосяжності); динамічності, повторюваності та реагування на зміни; сприяння постійному поліпшенню діяльності. Процес загального оцінювання ризику представлено на рисунку. Управління логістичним ризиком на підприємстві полягає у розробці та реалізації комплексу заходів з виявлення чинників ризику, його аналізу та оцінки, а також обмеження та локалізації його можливих проявів.

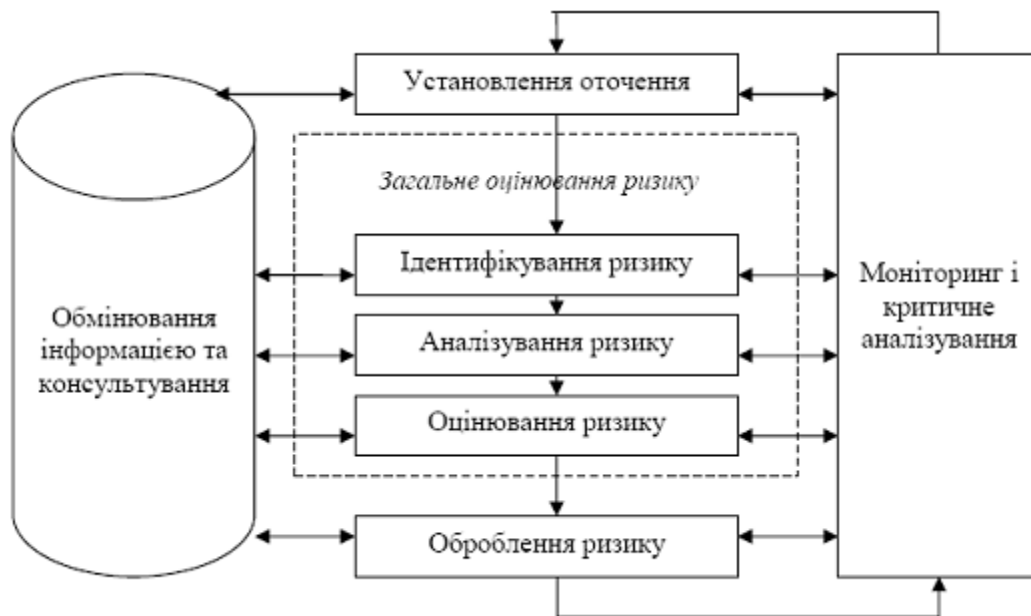


Рис. 1. Оцінювання ризику в процесі його управління за міжнародним стандартом ISO 31010:2009 [3]

До основних чинників логістичного ризику на підприємстві належать [4]: відсутність фахівців, які виконуватимуть необхідні логістичні функції; значна плінність кадрів необхідної кваліфікації; відсутність достатнього матеріального, фінансового та інформаційного та організаційного забезпечення для виконання необхідних функцій; недостатній досвід виконання логістичних функцій; низька якість виконання логістичних функцій; занадто великі витрати на виконання логістичних функцій; передача у аутсорсинг основних логістичних функцій підприємства; нечітке формулювання вимог до постачальника послуг; ненадійність аутсорсингової компанії; залежність підприємства від одного постачальника логістичних послуг; відсутність економії витрат при застосуванні логістичних послуг; неможливість забезпечення гнучкості реагування на зміни у логістичній діяльності підприємства; неможливість економії коштів порівняно з іншими постачальниками; неможливість відзначитися на ринку збуту особливою логістичною якістю серед конкурентів; втрата прямих зв'язків з клієнтами підприємства; недостатня обізнаність фахівців зі специфікою діяльності підприємства; ускладнення втручання у процес виконання логістичних функцій з боку замовника; фактичне роз'єднання логістичного процесу на підприємстві; несвоєчасне, неякісне або неповне надання логістичних послуг; можливість

витоку конфіденційної інформації; можливість банкрутства аутсорсингової компанії; несформована законодавча база й відсутність важелів державного логістичного регулювання в Україні; зростання психологічної напруженості серед персоналу підприємства, виникнення конфліктів; несвоєчасне або неповне реагування на виникнення несприятливих відхилень від очікуваних значень параметрів логістичного управління; дефіцит коштів на здійснення коригуючих заходів.

Процес управління ризиками можна на декілька етапів. Розглянемо детальніше кожен з них. Перший етап - виявлення зовнішніх та внутрішніх ризиків досліджуваної логістичної системи. В управлінні логістичними системами слід враховувати й нелогістичні за причиною виникнення ризику – це зовнішні по відношенню до логістичної системи ризику, викликані екологічними, політичними, і ризику, характерні для будь-якої іншої області управлінської діяльності та ін. [5]. Другий етап управління ризиками логістичної діяльності – їх якісна та кількісна оцінка. Кількісна оцінка дозволяє отримати чисельне значення ризиків логістичної системи підприємства, ймовірностей їх настання та наслідків [6]. На цьому етапі можуть бути застосовані наступні методи оцінки ризиків: статистичний метод, метод експертних оцінок, метод аналогій та ін. Третій етап – аналіз ризиків – на даному етапі відбувається огляд впливу факторів ризику на результат та аналіз широти та регулярності ризику на показники логістичної діяльності, що виконуються із застосуванням методів кореляційного, регресійного аналізу, імітаційного моделювання та аналітичних методів. Четвертий етап – передбачення результату дії ризику та наслідків рішень, що приймаються, - включає застосування методу дерева рішень, імовірнісного динамічного програмування та сценарного планування.

В роботі було розроблено рекомендації з поліпшення процесу управління ризиками логістичної діяльності які стосуються наступного: стратегічне мислення; розширення кооперації; розробка оптимального співвідношення ризиків; урахування ризиків, яким неможливо дати кількісну оцінку.

Отже, правильна оцінка ризиків при плануванні логістичних процесів дозволяють забезпечити гнучкість цих систем, їх акліматизацію до ринкового положення та використання інноваційних технологій та методів логістичного управління. З огляду необхідності наявності ризиків у логістичних процесах та необхідності застосування раціонального управління ними алгоритм управління ризиками у логістичній сфері підприємства охоплює етапи ідентифікації ризиків, їх якісної та кількісної оцінки, діагностики, оцінки прийнятності ризиків та застосування заходів нейтралізації до неприйнятних логістичних ризиків.

Список використаних джерел:

1. Афанасьев М.В. Экономика предприятия: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни /За ред. М.В. Афанасьєва. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2014. – 410с
2. Кулаговская Т. А. Управление логистическими рисками промышленных предприятий // Экономика, управление и инвестиции. – 2014. – № 1(3). – С. 34- 42.

3. Ларина Р.Р. Логістика в управленні організаційно-економічними системами: [монографія] / Р.Р. Ларина, В.Л. Пилушенко, В.Н. Амитан. – Донецьк : ВІК, 2012. – 239 с.
4. Макаровська Т.П. Економіка підприємства: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т.П. Макаровська, Н.М. Бондар. – К.: МАУП, 2010. – с. 38
5. Тюріна Н. М. Логістика [Текст]: Навч. посіб. / Н. М.Тюріна, І. В. Гой, І. В. Бабій. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – с. 65
6. ISO. Risk Management – Risk assessment techniques ISO 31010:2009. – Switzerland : ISO, 2009

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Реалії сьогодення свідчать, що джерелом нарощування економічного потенціалу країни є не природні ресурси, а нові ідеї і засновані на їх основі інновації. Зростання ролі інновацій зумовлює активізацію інноваційної діяльності підприємств шляхом здійснення перспективних науково-дослідних розробок і реалізації інноваційних проектів. Результатом цього процесу є впровадження різноманітних інновацій, які сприяють підвищенню ефективності їх діяльності та є визначальною умовою у конкурентній боротьбі на ринку, зміцненні фінансового становища й досягненні стійкого розвитку. У зв'язку із цим, особливої актуальності для вітчизняних підприємств набуває питання формування дієвого механізму управління інноваційною діяльністю.

Теоретичні засади формування механізму управління інноваційною діяльністю підприємств знайшли своє відображення у наукових працях: В.Г. Алькеми [1], О.М. Бойка [2], Н.О. Колінко [3], С.І. Кравченко [4], О.В.Саламахи [5], І.А. Сільченко [6] та ін. Не зважаючи на значну кількість наукових публікацій, дослідження питань управління інноваційною діяльністю на рівні підприємств залишаються актуальними та потребують подальшого вивчення.

Інноваційна діяльність є необхідною складовою забезпечення успішного та стійкого функціонування підприємств, важливим інструментом досягнення переваг у конкурентній боротьбі. У загальному розумінні її розглядають як системний вид діяльності, спрямований на створення, використання і реалізацію інновацій, які істотно покращують структуру та якість виробництва й забезпечують вихід суб'єктів господарювання на якісно новий рівень розвитку. Ця діяльність характеризується високим рівнем ризику та потребує формування ефективного механізму управління.

У різних галузях науки існують власні визначення терміну «механізм», які істотно відрізняються одне від одного. При цьому спільною рисою для них є наявність елементів, а основна відмінність полягає у їх складі та структурі, що залежить від сфери використання конкретного механізму. Зазвичай, дії складових частин механізму передбачають перетворення якого-небудь руху, об'єкта або діяльності. Виходячи із зазначеного, під механізмом розумітимемо сукупність елементів, призначених для перетворення і передачі дій [4].

Аналіз наукових джерел [2; 3; 5; 6] дозволяє визначити механізм управління інноваційною діяльністю як сукупність елементів, які завдяки своїй взаємодії забезпечують генерування і перетворення креативних ідей у інновації для удосконалення різних сфер діяльності підприємства та досягнення

встановлених цілей і завдань. До складу елементів цього механізму входять: інформаційні, фінансові, матеріальні та трудові ресурси; загальні (прогнозування, планування, організування, мотивування, контролювання інновацій), конкретні (управління інноваційним процесом, управління інноваційним проектом, управління інноваційним потенціалом, управління інноваційним розвитком, управління інноваційною програмою) та об'єднувальні функції (інноваційне керівництво); економічні, організаційно-розпорядчі та соціально-психологічні методи; управлінські рішення; товарні, технічні, технологічні, управлінські та соціальні інновації.

Важливого значення у цьому механізмі відводиться інноваційному потенціалу. Від його рівня залежить спроможність підприємства генерувати та реалізовувати інноваційні ідеї у конкретні інновації для удосконалення товарної, технічної, технологічної, управлінської і соціальної сфер діяльності. Чим вищим є рівень інноваційного потенціалу, тим швидше відбувається адаптація механізму до викликів зовнішнього середовища.

Ефективність механізму на рівні підприємств у значній мірі залежить від управління інноваційною діяльністю на державному та регіональному рівні. На державному рівні здійснюється нормативно-законодавче забезпечення управління інноваціями, розроблення державної інноваційної політики, фінансова підтримка підприємств, надання їм конкретних пільг і стимулювання розвитку високотехнологічних виробництв. На рівні окремих регіонів здійснюється реалізація нормативно-законодавчих актів щодо розвитку інноваційної сфери і підвищення інноваційної діяльності підприємств, розробляються регіональні інноваційні програми та проекти [1]. Взаємодія суб'єктів господарювання і державних органів управління сприяє формуванню ефективного механізму управління інноваційною діяльністю, що у підсумку позитивно позначається як на розвитку економіки, так і країни загалом.

Таким чином, за умов трансформаційних процесів в економіці та зростаючої ролі інновацій визначальним чинником стабільності та розвитку підприємств є інноваційна діяльність. Розглянутий механізм управління інноваційною діяльністю зорієнтований на підвищення якості управління і рівня інноваційного потенціалу, активізацію інноваційних процесів і, як наслідок, зростання ефективності діяльності та зміцнення конкурентних позицій. Він передбачає взаємодію з органами законодавчої і виконавчої влади та розробку комплексу заходів як на державному так і регіональному рівнях. Такий підхід дозволить сформувати цілісний механізм управління інноваційною діяльністю, який сприятиме розвитку підприємств, регіонів, галузей економіки та країни загалом.

Список використаних джерел:

1. Алькема В.Г. Теоретичні аспекти формування механізму управління інноваційною діяльністю підприємств з виробництва будівельних матеріалів / В.Г. Алькема, С.Б. Дем'янів // Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. - 2015. - Вип. 42. - С. 130-137.
2. Бойко О.М. Особливості управління інноваційною діяльністю промислового підприємства / О.М. Бойко // Економічний вісник університету. - 2017. - Вип. 35(1). - С. 26-32.

3. Колінко Н.О. Структурно-логістична схема управління інноваційною діяльністю / Н.О. Колінко // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» «Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку». - Львів, 2012. - № 727. - С. 329-340.
4. Кравченко С.І. Теоретичні основи формування механізму управління інноваційною діяльністю / С.І. Кравченко, Т.Г. Парвіна // Економіка промисловості. - 2008. - № 4 - С. 156-160.
5. Саламаха О.В. Управління інноваційною діяльністю підприємств та особливості її фінансового забезпечення / О.В. Саламаха // Молодий вчений. - 2018. - № 11(2). - С. 1193-1197.
6. Сільченко І.А. Формування системи управління інноваційною діяльністю підприємства / І.А. Сільченко, К.І. Геращенко, О.А. Острожна // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2017. - № 3. - С. 75-79.

ДЕМЧУК А.І.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
АЛЬКЕМА В.Г.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ФОРМУВАННЯ ТА ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яка підприємницька діяльність базується на пошуку та задоволенні потреб споживачів у певній продукції чи послугах. Незалежно від того, до якої галузі належить підприємство, яку виготовляє продукцію чи надає послугу, поряд з ним постійно знаходяться суб'єкти господарювання, які займаються аналогічною діяльністю – конкуренти. Тому, для успішного функціонування в умовах жорсткої конкуренції і отримання переваг на ринку слід впроваджувати інновації у різні сфери своєї діяльності. У сучасних умовах формування ефективної інноваційної політики для вітчизняних промислових підприємств набуває важливого значення і стає визначальним чинником у конкурентній боротьбі як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Теоретичним основам формування та економічного обґрунтування інноваційної політики підприємства приділяли увагу багато вчених, зокрема, Л. Кадол [1], Г. Лановська [2], Д. Лойко [3], П. Перерва [4], В. Стадник [5], О. Черненко [6] та ін. Аналіз цих публікацій свідчить, що не всі аспекти інноваційної політики підприємства досліджені повною мірою. Особливо це стосується питань формування та економічного обґрунтування, що й зумовило актуальність теми дослідження.

Метою дослідження є поглиблення теоретичних засад і практичних рекомендацій щодо формування та економічного обґрунтування інноваційної політики підприємства.

Інноваційну політику підприємства слід розглядати як форму стратегічного управління, що визначає мету, завдання і умови здійснення інноваційної діяльності, забезпечує зростання й максимальне використання інноваційного потенціалу, спрямовує на впровадження інновацій з метою підвищення ефективності виробництва та отримання конкурентних переваг на тривалу перспективу. Вона є складовою загальної політики підприємства, формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів й сприяє реалізації обраної стратегії. Формуючи її, слід враховувати особливості галузі, де працює підприємство, оскільки це у значній мірі впливає на вибір стратегії, що обумовлено як рівнем конкурентоспроможності продукції, так і конкурентними позиціями на ринку.

Формування інноваційної політики розглядають як відповідний процес пошуку й об'єднання в єдину систему основних елементів, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності [1].

Дослідження наукових джерел [3; 6] свідчить, що до основних елементів інноваційної політики відносять: маркетингову політику, політику у галузі науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, політику структурних змін, технічну, інвестиційну та кадрову політики. Ці елементи перебувають у постійній взаємодії і забезпечують виготовлення й реалізацію продукції яка користується попитом на ринку та приносить підприємству конкурентні переваги.

Наукові джерела [2; 5] виділяють наступні етапи формування інноваційної політики підприємства: Визначення мети та цілей діяльності. Аналіз зовнішнього середовища та прогнозування тенденцій його змін. Аналіз внутрішнього середовища та оцінка рівня його інноваційного потенціалу. Визначення загальної стратегії підприємства. Вибір типу інноваційної політики. Визначення напрямів основних елементів інноваційної політики. Реалізація інноваційної політики. Оцінка ефективності інноваційної політики. Формування інноваційної політики має здійснюватись на основі таких принципів, як: переважання стратегічної спрямованості, орієнтація на потреби ринку, цілеспрямованість, збалансованість, комплексність, планомірність, інформаційна забезпеченість.

Важливого значення під час формування інноваційної політики підприємства відводиться питанню його економічного обґрунтування. Для цього рекомендується використовувати чотири групи показників: Фінансові показники. У межах цієї групи розраховуються прибуток від інновацій, витрати на інновації, рентабельність активів і робочого капіталу та інше.

Показники навчання і зростання персоналу. Тут розраховуються коефіцієнти підвищення кваліфікації, плинності інноваційних кадрів, тривалості навчання, середнього стажу роботи на підприємстві та інше. Показники маркетингової складової. Ця група передбачає визначення кількості споживачів інновацій, частки ринку інновацій, додержання термінів інноваційних проектів, середнього обороту на одного споживача та інше. Показники внутрішніх бізнес-процесів. Розраховуються своєчасність виконання замовлення, підвищення продуктивності, оборотність складських запасів, період безбитковості, відсоток браку та інше [4]. Сукупність зазначених показників дозволяють здійснювати прогнозування інноваційного розвитку підприємства за умов зміни факторів як внутрішнього, так і зовнішнього середовища, виявляти та мобілізувати внутрішні резерви інноваційної діяльності, вибирати оптимальну стратегію і політику, здійснювати оперативне регулювання для досягнення встановленої мети та цілей.

Отже, проведене дослідження свідчить, що інноваційна політика є складовою загальної політики підприємства, формується під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів й сприяє реалізації обраної стратегії. Її розглядають як відповідний процес пошуку й об'єднання в єдину систему основних елементів, що відображають підхід до управління інноваційними процесами на підприємстві в руслі здійснення інноваційної діяльності. У сучасних умовах формування ефективної інноваційної політики підприємства є

одним з ключових чинників його розвитку та отримання конкурентних переваг як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

Список використаних джерел:

1. Кадол Л.В. Принципи формування інноваційної політики підприємства / Л.В. Кадол, Л.М. Кравчук // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2016. – Вип. 17(1). – С. 76-79.
2. Лановська Г.І. Методичні підходи до оцінки інноваційної політики підприємств спиртової промисловості: монографія / Г.І. Лановська. – К.: МВЦ «Медінформ», 2013. – 204 с.
3. Лойко Д.М. Формування інноваційної політики промислового підприємства / Д.М. Лойко, О.В. Кириченко // International scientific journal. – 2015. – № 8. – С. 131-135.
4. Перерва П.Г. Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників / П.Г. Перерва, Т.О. Кобелева, Н.П. Ткачова // Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – 2015. – № 59. – С. 96-100.
5. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
6. Черненко О.В. Формування ефективної інноваційної політики підприємства / О.В. Черненко, С.Д. Нечитайло // Ефективна економіка. – 2018. – № 7.

ЕЛЕМЕНТИ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ СТВОРЕННЯМ БРЕНДУ

Головною метою брендингу є підвищення цінності бренду та формування конкурентних переваг у свідомості споживача. Процес управління створенням бренду передбачає координацію всіх маркетингових заходів бренду, пов'язаних з розробкою товару, його виробництвом, розробкою ідентичності бренду, складових його атрибутів і, нарешті, організацію маркетингових комунікацій торгової марки.

Перехід на маркетингове управління підприємством передбачає коли в своїй діяльності менеджмент спирається не тільки на внутрішні можливості компанії, а й враховує зовнішні умови.

В основі концепції розробки заходів з стратегічного маркетингу лежить задоволення потреб споживачів при одночасному досягненні переваги над конкурентами шляхом створення товару з кращими споживчими властивостями.

Дослідження компанії "McKinsey & Company" показують, що успішна стратегія бренду включає в себе як мінімум чотири важливі елементи, які пов'язані як з традиційними питаннями стратегії компанії, так і з бізнес-системою і ключовими важелями управління брендом.

Перший елемент включає актуальне позиціонування бренду для цільової аудиторії, пов'язане з формулюваннями стратегії "де конкурувати" і "як конкурувати". Виявивши цільову аудиторію і визначивши конкурентів, починають створювати ідею бренду. При цьому вона може бути функціонально або якісно інноваційної. Ідея бренду може змінюватися в міру розвитку його атрибутів і коригування його позиціонування, що безпосереднім чином впливає на характер комунікацій (раціональний і емоційний).

Другий елемент це чітко визначений шлях до побудови актуального позиціонування, яке має бути чітко відображено у відповідних стратегічних і тактичних планах заходів, які дозволяють досягти поставленої мети. При плануванні спираються на правило "4P" комплексу маркетингу (Product, Price, Place і Promotion), в рамках якого відбувається управління портфелем брендів.

Третій елемент це наявність організаційних і операційних умов для успішного виходу на ринок. Для виробничого підприємства це може бути сертифікація відповідних товарів відповідно до чинного законодавства, організація дистрибуції, укладання договорів з поставчальниками, планування виробництва.

Четвертий елемент включає концепцію довгострокового бачення бренду, коли відбувається запланування, розвитку бренду на різних стадіях життєвого

циклу товару, та те, яким чином підприємство буде реагувати на зміни конкурентної ситуації на ринку і на зміни в перевагах покупців.

У процесі управління створенням бренду важливим є визначення бренд-стратегії, як сукупності матеріальних і нематеріальних характеристик товару (технології) або послуг, які формують свідомість споживача, мотивацію його поведінки при виборі товару.

Бренд-стратегія дозволяє конкретизувати товар па рівні моделі, її модифікації, спираючись на ряд істотних ознак, властивих товару (технічне і естетичну досконалість, дизайн упаковки, мерчандайзинг, надання сервісних послуг).

Визначемо можливу послідовність планування бренд-стратегії:

Перший етап

1. Ідентифікація об'єкта бренд-стратегії і його правова охорона.
2. Вибір привабливого фірмового найменування товару.
3. Планування рекламної кампанії і позиціонування (місце продукту в свідомості споживача) товару на ринку.

Другий етап

1. Організація розробки фірмового стилю і дизайну.
2. Забезпечення правової охорони (товарний знак), припинення недобросовісної конкуренції.
3. Організація дистрибуції

Третій етап

1. Економічний аналіз і оцінка результату для обліку власних активів.
2. Визначенні економічного ефекту відповідних заходів.
3. Коригування маркетингової стратегії для забезпечення переваг товару у динамічному конкурентному середовищі

Стратегічними цілями управління брендом є збільшення його вартісної цінності, укріплення домінування у товарній категорії, підвищення відповідності запитам споживачів, укріплення іміджу та ідентифікації бренду із товаром. Правильне визначення необхідних заходів бренд-стратегії і їх імплементація на кожному етапі дозволять забезпечити досягнення стратегічних цілей управління брендом.

Список використаних джерел:

1. *Управління брендом. Рекомендації McKinsey & Company // Центр гуманітарних технологій. Експертно-аналітичний портал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: gtmarket.ru/laboratory/expertize/2006/729.*
2. *Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Аналіз, планування, впровадження, контроль. СПб. : Пітер, 1999. С. 72.*
3. *Гевко О. Етапи розроблення стратегії брендингу / О. Гевко // Галицький економічний вісник. — 2011. — No 1 (30). — С. 185—197*

ЗДАН Н.В.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ПЕТРОВА І.Л.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

МОТИВАЦІЙНА СКЛАДОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОСВІТНІХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Для забезпечення ефективності діяльності освітньої організації важливим є висвітлення особливостей мотивації педагогічних працівників.

Аналіз досліджень доводить, що в період активного розвитку конкуренції на ринку, перед кожним навчальним закладом постає завдання забезпечення максимально можливої продуктивності та якості праці своїх співробітників. Ключовим фактором, що забезпечує ефективну діяльність навчального закладу є достатньо мотивовані працівники. Саме врахування людського фактору сприяє зростанню ефективності праці. У сучасному менеджменті все більше значення набувають мотиваційні аспекти.

Мотивація персоналу є основним засобом забезпечення оптимального використання ресурсів, мобілізації наявного кадрового потенціалу. Основна мета процесу мотивації - це отримання максимальної віддачі від використання наявних трудових ресурсів, що дозволяє підвищити загальну результативність і прибутковість діяльності підприємства.

Проблемам визначення сутності поняття "мотивація" присвячені численні праці вітчизняних та закордонних авторів. Існує безліч визначень цього поняття, основні з яких наведені у табл. 1 (за Грищенко В.Ф.)

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «мотивація»

Автор	Визначення
Діденко В.М. [2, с. 207]	Мотивація – причина, яка спонукає економічного суб'єкта до діяльності для досягнення певної мети, наявність інтересу до цієї діяльності і способи її реалізації
Зенирова А. [3]	Мотивація – процес впливу на людину з метою здійснення нею певних дій шляхом пробудження в неї тих чи інших мотивів
Коваленко М.А., Грузнов І.І.,	Мотивація – сукупність рушійних сил
Кредісов В.А. [4, с. 295]	спонукання себе та інших до певної діяльності, спрямованої на досягнення особистих цілей або ж цілей організації
Крамаренко В.И. [6, с. 88]	Мотивація – сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають людину до діяльності, задають границі і форми діяльності і додають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення визначених цілей
Сухомлин Л.Є. [5, с. 68]	які спонукають людину до виконання певних дій

На основі аналізу поняття "мотивація", ми вивели своє поняття "мотивація діяльності". Отже, мотивація діяльності – це процес впливу на людину з метою активації внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, що спонукають її до діяльності, визначають межі та форми цієї діяльності, орієнтують і спрямовують індивіда на досягнення цілей організації та забезпечують задоволення певних особистих потреб. Суть мотивації полягає в розробці такої системи стимулювання, яка б забезпечила високу якість діяльності та прибутковість роботи, але для цього треба зацікавити кожного конкретного працівника в результативній праці.

Для того, щоб мотивація принесла очікувані результати, система мотивації в Андрушівській гімназії будується на принципах системності, комплексності, гнучкості, прозорості та динамічності. Оскільки у кожної людини складається своя, відносно стійка система мотивів діяльності, залежно від її світогляду, спрямованості, рис характеру, самосвідомості, життєвого та професійного досвіду, інтелекту, психофізіології, то управління мотивацією полягає в створенні сприятливих умов, які викликають у співробітників прагнення до активної діяльності

За наслідками внутрішнього шкільного контролю готуються аналітичні матеріали та приймаються управлінські рішення. Прийняті рішення характеризуються доцільністю, актуальністю та конкретністю. З метою мотиваційних чинників і потреб учителів було проведено анкету «Визначення мотивації інноваційної діяльності педагогів». У анкетуванні взяли участь 57 учителів (вік 27 – 59 років).

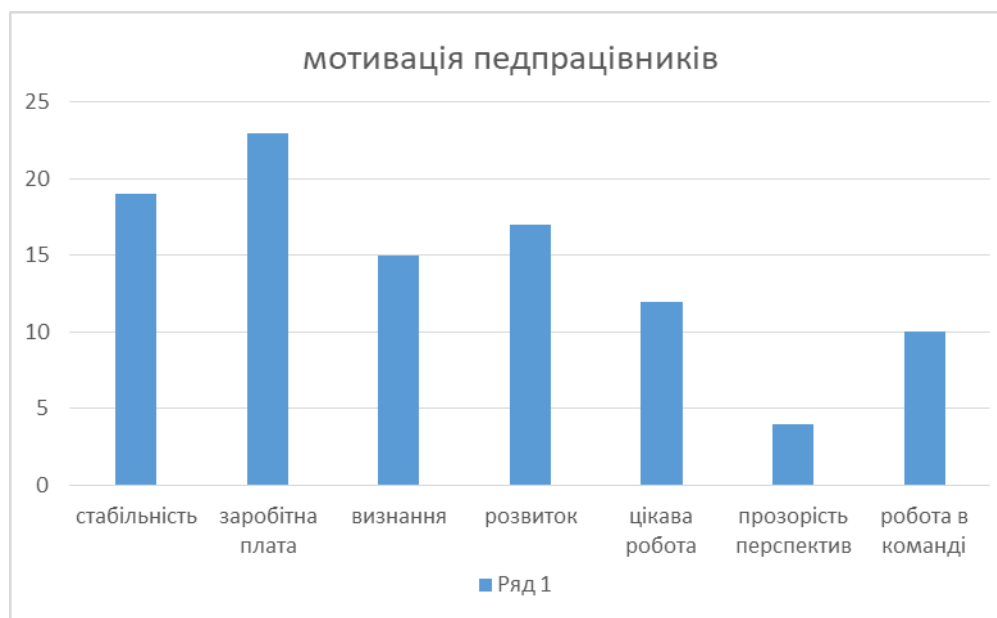


Рис. 1. Мотивація педагогічних працівників Андрушівської гімназії

За допомогою управління мотивацією педагогічних працівників адміністрація Андрушівської гімназії забезпечує виконання наступних завдань: досягнення мети діяльності навчального закладу, підвищення результативності(ефективності) роботи кожного педагогічного працівника зокрема та педагогічного колективу в цілому; формування іміджу навчального

закладу; створення сприятливого соціальнопсихологічного клімату в колективі; розробку дієвої системи стимулювання діяльності педагогічних працівників; забезпечення успіху у діяльності кожного педагогічного працівника зокрема та педагогічного колективу в цілому

Управління мотивацією педагогічних працівників Андрушівської гімназії є однією з умов, необхідних для перспективного розвитку навчального закладу, а отже і забезпечення його успіху. Ситуація успіху – це така ситуація, у результаті якої дії, здійснювані людиною, призводять до почуття задоволення за свої досягнення, гордості за свою правду, самоповаги. Успіх – громадське визнання, схвалення чого-небудь, чийось досягнень.

Адміністрація гімназії вчиться справедливо оцінювати внесок кожного працівника в загальну справу через вдосконалення системи діяльності педагогічного колективу, координації роботи педагогічної і методичної рад, атестацію педпрацівників, спільну роботу з батьками та громадськими організаціями.

Вчителю комфортно працювати в навчальному середовищі де існує атмосфера довіри . Благополуччя вчителя є предметом зацікавленості адміністрації .У школі існує можливість самостійно приймати рішення для якісного навчального процесу і досягнення високих навчальних результатів учнями. Учитель має можливість підвищення професійного рівня підготовки, створення умов для особистісного розвитку . Сьогодні дуже складно ефективно управляти навчальним закладом, не зацікавивши вчителя, не змотивувавши його. Нині настав час людей , здатних не тільки до мотивації зі сторони адміністрації, але які здатні до високої самомотивації. Потрібно тільки знайти правильний внутрішній фактор, до якого і буде прагнути педагог.Оцінка персоналу навчального закладу виступає механізмом підтримки особистісного розвитку,вдосконалення діяльності вчителя і розширює можливості відкритого діалогу між працівником та керівником .

Список використаних джерел:

- 1.Мармаза О. І. Менеджмент в освіті: секрети успішного управління / О. І. Мармаза. – Х. : Основа, 2005. – 176 с.
2. Власова Е. Система мотивации: как привлечь и удержат [Электронный ресурс] / Е. Власова, Т. Копачевская // Управление персоналом. – 2010. – № 8. – Режим доступа: <http://www.toppersonal.ru/issue.html?2402>
3. Діденко В. М. Менеджмент : підручник / В. М. Діденко. – К. : Кондор, 2008. – 584 с.
3. Зенирова А. Нематериальная мотивация [Электронный ресурс] / А. Зенирова // Кадровик.РУ. – 2008. – № 6. – Режим доступа: <http://kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article &si d=11558>
4. Кредісов А. І. Менеджмент для керівників : навч. посіб. / І. Кредісов, Є.Г. Панченко, В.А. Кредісов. – К. : Знання : КОО, 1999. – 556 с.
5. Менеджмент трудової активності працівників підприємства / М. А. Коваленко, І. І. Грузнов, Л. Є. Сухомлин. – Херсон : Олди-плюс, 2006. – 288 с.
6. Менеджмент : навч. посіб. / за ред. В. І. Крамаренко. – К. : ЦУЛ, 2003. – 248 с.
7. Робінс С. П. Основи менеджменту / С. П. Робінс, Д.А. Де Ченцо; пер. з англ. А.Олійник. – К. : Видавництво Соломії Павличко "Основи", 2002. – 671 с.

8. Данюк В. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 4. – С. 32-36. Бакурадзе А. Б. Мотивація труда педагогов / Бакурадзе А. Б. – : Септєбрь, 2005. – 192 с.
9. Брич В. Я. Психологія управління : навч. посіб. / Брич В. Я., Корман М. М. – К. : Кондор-Видавництво, 2013. – 384 с.
10. Освітній менеджмент в умовах змін : навч. посіб. / Л. Калініна, Л. Карамушка, Т. Сорочан, Р. Шиян ; за заг. ред. В. Олійника, Н. Протасової ; НАПН України, Ін-т менеджменту освіти НАПН України, Луган. обл. ін.-т післядиплом. пед. освіти. – Луганськ : Резніков В. С., 2011. – 306 с

ШКІЛЬНА АВТОНОМІЯ ЯК ДЕРЖАВНЕ ПРАВО ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

Освітня галузь, діяльність якої регламентується Конституцією України, законодавчими актами зазнала великих змін. На реформування закладів освіти суттєво впливають зміни діючого законодавства, яке має забезпечити оптимальні умови для функціонування та розвитку системи освіти в умовах нового формату. Викликом для суб'єктів освітнього середовища є новий феномен діяльності передбачений положеннями Закону «Про освіту» (прийнятий від 05.09.2017, набрання чинності 28.09.2017), а саме автономія. Автономія є базовою умовою реалізації організаційно-економічних, соціальних прав в статусі юридичної особи. «Автономія»- грецькою мовою *autonomia* – незалежність, від *autos* – сам, *nomos* – закон. Державна політика функціонування закладів освіти в статусі автономії.

Проблемам дослідження реформування вищої освіти, як складової освітньої галузі, в аспекті автономії присвячено праці вітчизняних учених В. Алькеми [4], Г. Войтенко [5], В. Войтенко [5]. Дослідженнями можливостей практичного впровадження механізмів автономії у закладах загальної середньої освіти присвячено праці Г. Сизоненко, Л. Паращенко, Ю. Шукевича [9].

Впровадження автономії у закладах загальної середньої освіти з використанням терміну «автономія загальноосвітнього навчального закладу» мали місце у Розпорядженні Кабінету Міністрів України №1564-р від 08.12.2009 «Про першочергові заходи щодо забезпечення розширення автономії загальноосвітніх навчальних закладів», але ці заходи мали характер фрагментарних нововведень.

Мета статті – визначення проблем та тенденцій набуття закладами освіти функцій юридичної особи в умовах децентралізації, необхідність та неспроможність впровадження автономії закладів загальної середньої освіти на сучасному етапі економічного розвитку та євроінтеграції України у світовому просторі.

Закон України «Про освіту» визначає що освіта є основою інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави. Розвиток особистості постає як важлива державна задача, а тому й гарантується її рішення Конституцією України,

Стаття 53. Кожен має право на освіту. Повна загальна середня освіта є обов'язковою. Держава забезпечує доступність і безоплатність дошкільної,

повної загальної середньої, професійно-технічної, вищої освіти в державних і комунальних навчальних закладах; розвиток дошкільної, повної загальної середньої, позашкільної, професійно-технічної, вищої і післядипломної освіти, різних форм навчання; надання державних стипендій та пільг учням і студентам.

На забезпечення громадян правом на освіту є заклади освіти, основним видом діяльності яких є освітня діяльність. В Законі України «Про освіту» заклади освіти визначаються як юридична особа публічного чи приватного права, визначення яких регламентується Цивільним кодексом України ст.81 Види юридичних осіб п.2 Юридичні особи, залежно від порядку їх створення, поділяються на юридичних осіб приватного права та юридичних осіб публічного права та ст. 167:

1. Держава діє у цивільних відносинах на рівних правах з іншими учасниками цих відносин.

2. Держава може створювати юридичні особи публічного права (державні підприємства, навчальні заклади тощо) у випадках та в порядку, встановлених Конституцією України та законом.

3. Держава може створювати юридичні особи приватного права (підприємницькі товариства тощо), брати участь в їх діяльності на загальних підставах, якщо інше не встановлено законом.

Юридична особа приватного права створюється на підставі установчих документів відповідно до статті 87 ЦКУ.

Тож стає зрозумілим, що заклади освіти, в залежності від виду, особи яку він представляє, розрізняються лише порядком їх створення, а саме:

Юридична особа приватного права створюється на підставі:

1. установчих документів (відповідно до статті 87 ЦКУ)
2. на підставі модельного статуту в порядку, визначеному законом.

Юридична особа публічного права створюється на підставі:

1. розпорядчим актом Президента України;
2. органу державної влади;
3. органу влади Автономної Республіки Крим;
4. органу місцевого самоврядування.

Цивільним Кодексом України встановлюються порядок створення, організаційно-правові форми, правовий статус юридичних осіб приватного права.

Порядок утворення та правовий статус юридичних осіб публічного права встановлюються Конституцією України та законом.

Зв'язок права на освіту та гарантії його реалізації, які покладені Конституцією України та законодавчими актами, які створюються на підставі розпорядчого акта, як зобов'язання держави чи територіальних громад перед учасниками освітнього процесу.

Визначивши що таке *заклад освіти* у правовому колі, дає можливість чіткого уявлення про організацію освітнього процесу, про права і обов'язки учасників освітнього процесу, про реалізацію та дотримання державних

стандартів, про управління і відповідальність у сфері ЗЗСО, науково-методичне забезпечення і матеріально-технічну базу загальної середньої освіти.

Трансформація системи освіти, її інноваційна спрямованість створює нові можливості для організації освітнього процесу в умовах автономії. Поняття автономія – це продукт реформування системи освіти в цілому, адже такими повноваженнями наділялися виключно вищі навчальні заклади, або приватні. ЗУ «Про освіту» ст. 1. *автономія* - право суб'єкта освітньої діяльності на самоврядування, яке полягає в його самостійності, незалежності та відповідальності у прийнятті рішень щодо академічних (освітніх), організаційних, фінансових, кадрових та інших питань діяльності, що провадиться в порядку та межах, визначених законом.

Розглядаючи автономію закладів освіти, як юридичну особу, то постає багато питань, рішення яких здійснюються в умовах децентралізації. Адже територіальні громади наділені повноваженнями їх створювати. Данні правочини є юридичним підґрунтям для організації автономії закладів загальної середньої освіти, але в реальних умовах лише формально. Щоб набути фактичного статусу юридичної особи, заклад освіти має бути визнаним органами державного управління як суб'єкт освітньої, економічної та господарської діяльності, яку здійснює керівництво ЗЗСО. Дані дії нададуть можливість паралельно з органами управління освіти, але на правах повноправного суб'єкта господарювання здійснювати освітню діяльність. З цією метою необхідно укласти відповідні договори та їх зареєструвати у відповідних органах, а саме: Управління Державної казначейської служби України, Відділ Державної фіскальної служби України, Управління Пенсійного фонду, Фонд соціального страхування, Місцевий центр зайнятості, Відділ статистики, ін.

Отже, державні і комунальні підприємства створюються суб'єктом публічних правовідносин (державою, місцевим самоврядуванням, чи їхніми представниками), що оформлюється відповідним розпорядчим актом. Після відповідних кроків вся інформація заноситься у Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань (далі - Єдиний державний реєстр) - єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Дослідивши організаційну складову реалізації закладами освіти в статусі юридичної особи, кроки для фактичного набуття цього статусу, можна запевнитись що це реально для будь-якого ЗЗСО. Але соціально-економічний стан країни, пригнічений військовими діями на сході, масова трудова міграція, нестабільність національної валюти, кадровий голод в освітній сфері стримують функціонування закладів освіти в режимі автономії.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про освіту» // Відомості Верховної Ради, 2017. – №2145-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada/ga.ua/go/2145-19>

2. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради, 2014. – № 37-38 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
3. Розпорядженні Кабінету Міністрів України №1564-р від 08.12.2009 «Про першочергові заходи щодо забезпечення розширення автономії загальноосвітніх навчальних закладів» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon/rada/gov/ua/laws/show/1564-2009-p>
4. Алькема В.Г. «Вчені записки Університету «КРОК» №42 // «Реструктуризація вищого навчального закладу як інструмент формування освітнього простору академічної свободи» // [Електронний ресурс]: <http://library.krok.edu.ua/.../367-vcheni-zapiski-universitetu-krok>
5. Войтенко Г. О. Проблеми і шляхи реформування вищої освіти в Україні [Електронний ресурс] / Г. О. Войтенко, В. П. Войтенко, Л. О. Теліс // Філософські дослідження : зб. наук. пр. – Луганськ, 2011. – № 14. – Режим доступу : <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jsru/handle/123456789/1169>
6. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» // Відомості Верховної Ради, 21.10. 2019. – №2597-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15>.

*КІБИШ Л.А.
магістрант, ВНЗ Університет економіки та права «КРОК»
АЛЬКЕМА В.Г.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ПЛАНУВАННЯ ПРОЦЕДУР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ В ПРОЕКТАХ СЕРТИФІКАЦІЇ КОЛІСНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ

Обов'язкова сертифікація колісних транспортних засобів (КТЗ) – процедура яка об'єднує сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, що перетворює входи на виходи, тобто застосовується процесний підхід. Особливістю процесів сертифікації є те, що відповідність одержаної в її результаті послуги не піддається простій перевірці звичайними методами і такі процеси називають спеціальними.

Системи управління якістю підприємства із загальним менеджментом організації акцентує увагу на процесному підході в теорії менеджменту, який базується на положенні, що управління – це процес, «серія безперервних взаємозалежних дій..., кожне з яких саме по собі є процесом» [1]. Головна відмінна риса процесного підходу полягає в тому, що спрямований він не на управління діяльністю функціональних підрозділів, а на виконання бізнес-процесів, під якими розуміються сукупності послідовних дій по перетворенню отриманих на вході ресурсів у кінцевий продукт, що має цінність для споживача, на виході [3]. В основі процесного підходу під час оцінки відповідності КТЗ лежить у виділення процесів в якості об'єктів управління і управління цими об'єктами, "процесу" як об'єкта управління і компоненти, складові цього поняття. Щоб отримати бажаний результат в управлінні якістю таких процесів пропонується застосовувати методологію Едварда Демінга [2, 3].

При проектуванні процесу важливі чотири елементи: устаткування - у більшості випадків вибирається таке, яке є в організації, проте потрібно застосовувати високотехнологічне устаткування, що дозволяє освоювати нові технології; кадри - основне вкладення інвестицій потрібно спрямовувати на перенавчання і спонукування робітників працювати більш якісно; методи, процедури - порядок і утримання виконання роботи; стандарти по якості й ефективності. Процес є собою сукупність взаємозалежних ресурсів і діяльності, що перетворюють вхід процесу у відповідний його вихід. Модель процесу реалізації послуги приведена на рис. 1.

Входом процесу є матеріали, що постачаються, і необхідна інформація, які виконані відповідно до вимог якості цілей. При цьому під матеріалами, що постачаються мається вся необхідна конструкторсько-технологічна і нормативна та інша документація, що отримана на попередньому етапі. Критерії процесу, які використовують як еталон, визначає керівник процесу. Прикладами критеріїв можуть бути встановлені вимоги до: результативності процесу (ступінь реалізації встановленої процесом діяльності та досягнення

запланованих результатів функціонування процесу); ефективності процесу (співвідношення між досягнутими за процесом вихідними даними і використаними для досягнення результату ресурсами); тривалості процесу; продуктивності процесу; відповідності вхідних і вихідних потоків процесу.

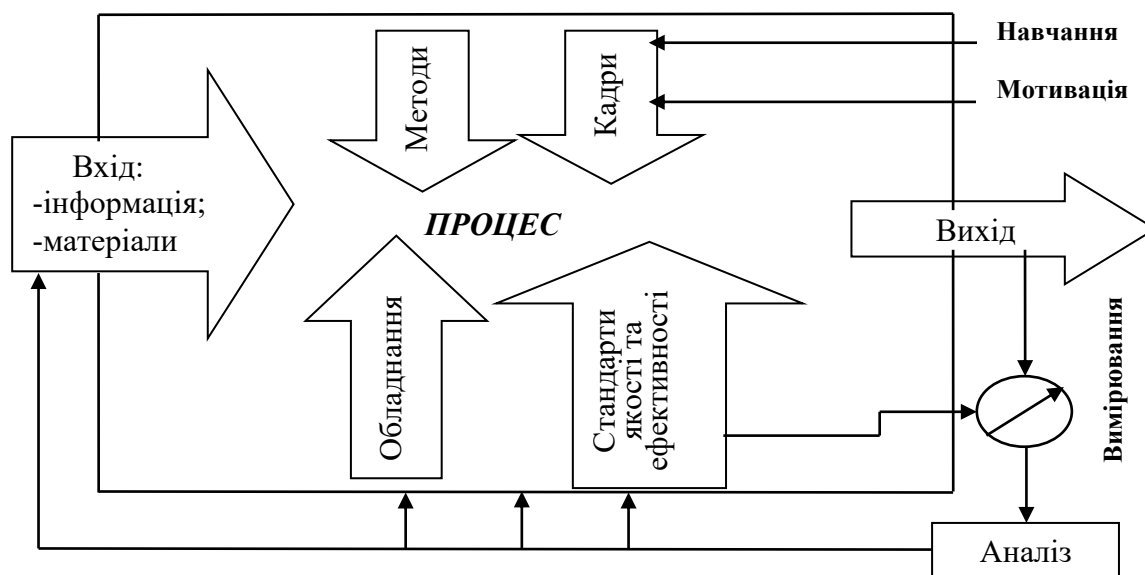


Рис. 1. Концептуальна модель процесного підходу до реалізації послуги

Визначення ресурсів та інформації, необхідних для забезпечення належного функціонування та моніторингу є обов'язковим елементом розробки процесу. На цій стадії: визначають потребу в ресурсах; встановлюють необхідні джерела інформації щодо функціонування, моніторингу та управління процесом; відпрацьовують методи отримання зовнішньої і внутрішньої інформації щодо процесу, зворотній зв'язок із постачальниками інформації; визначають необхідні робочі інструкції, настанови, методики та отримують дані для підтримання функціонування та моніторингу процесу; встановлюють необхідні протоколи (записи) для надання доказів відповідності процесу встановленим критеріям та підтвердження його результативності. Розробник процесу для забезпечення функцій управління процесом та його результативності визначає характеристики функціонування процесу, які порівнюються із встановленими критеріями процесу. Характеристики процесу мають бути такими, щоб вони були реальними, вимірними, відтворювальними, реагували на зміни в процесі, стійкими до впливу зовнішніх факторів, зрозумілими, економічно обґрунтованими та взаємопов'язаними з цілями у сфері якості [4, 5].

Системи управління якістю відіграють важливу роль у сталому розвитку підприємств сфери послуг. Застосування процесного підходу у системах управління якістю підприємств є засобом кращого розуміння структури формування цінностей послуг для споживачів, дозволяє визначати «вузькі місця» та запобігати втраті якості [6]. Удосконалення загальної діяльності органів сертифікації КТЗ з використанням принципів управління якістю – орієнтації на замовника, лідерства керівників, залучення працівників,

застосування процесного підходу, системного підходу до управління, постійного поліпшення, прийняття рішень на підставі фактів, взаємовигідних стосунків з постачальниками можливо при: впровадженні та забезпеченні результативного функціонування системи управління якістю та дотримання її вимог за умов зміни зовнішніх і внутрішніх чинників; підготовці персоналу до виконання робіт відповідно до вимог СУЯ та принципів і методів оцінювання відповідності; проведенні внутрішніх аудитів СУЯ з метою використання їхніх результатів для постійного поліпшення та розробки комплексу внутрішніх нормативних документів з оцінки відповідності, що спростить процедуру.

Список використаних джерел:

1. Мескон М. Х. Основы менеджмента : пер. с англ. / М. Х. Мескон, М. Альбер, Ф. Хедоури. – М.: «Дело», 1992. – 702 с.
2. До питань менеджменту систем якості послуг з сертифікації дорожніх транспортних засобів. Левковець П.Р., Рудзінська О.В. / Збірник наукових праць. Вісник НТУ – ТАУ. – К., - 2001, № 5. – С. 263 –267.
3. Ни В.Г. Пространство доктора Деминга. Кн.1: Пер. С англ. – Тверь. Гор. Общ. Фонд „Развитие через качество”, 1998. – 332с.
4. Єгунов Ю.А. Розвиток підходів до формування виробничої програми підприємства./Ю. А. Єгунов // Інноваційна економіка. - 2016. - № 3-4. - С. 50-56.
5. Зяйлик М.Ф. Процесний підхід до менеджменту якості. М.Ф. Зяйлик, О. І. Вівчар //Іноваційна економіка. – 2013.- №1.- С.191-194.
6. Редзюк А.М.:Автомобілебудування України: застосування міжнародних стандартів і процедур сертифікації // Стандартизація, сертифікація, якість, 1998, № 3. – с.23-29.

НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ В ГАЛУЗІ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ І СПОРТУ

Державна політика менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури і спорту представляє собою систему механізмів, норм, законів адміністративного і економічного характеру, націлених на досягнення в даній галузі стабільності, розвитку її потенціалу і економічного зростання.

Напрями формування державної політики в своїй сутності репрезентують систему відносин перш за все між державними інституціями, підприємцями і носіями трудового потенціалу. Функції державного регулювання менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури і спорту здійснюють державні органи виконавчої влади, що визначають стратегічні цілі і завдання галузі, забезпечують матеріально-фінансову підтримку, здійснюють контроль і нагляд за дотриманням законодавства [4].

В цілому, інституційне середовище фізичної культури і спорту є важливим фактором забезпечення стабільного розвитку фізкультурно-спортивних організацій враховуючи специфічні особливості кожної з них. Важливим є те, що дане середовище формує стійкі моделі поведінки галузевих суб'єктів, у межах яких проводиться основна діяльність фізкультурно-спортивних організацій.

Акцентується увага на сучасних психолого-педагогічних дослідженнях. Визначаються шляхи підвищення ефективності щодо формування державної політики в Україні у сфері менеджмент і маркетинг в галузі фізичної культури і спорту. Залежно від сфери дії виділяються різні види менеджменту: загальний або адміністративний, галузевий, організаційний, функціональний, підприємницький, міжнародний та ін. Зокрема, можна вести мову про маркетинговий менеджмент, фінансовий, кадровий, виробничий (операційний), транспортний, ситуаційний і стратегічний менеджмент, менеджмент у спорті [1].

Метою роботи є дослідження напрямів формування та реалізації державної політики розвитку менеджменту та маркетингу в спорті.

Методи досліджень: вивчення нормативно-правової документації, бібліографічний пошук і аналіз літературних джерел (у тому числі Internet сайтів та періодичних видань) порівняльний аналіз, методологічного та системного аналізу, метод соціологічного опитування, методи математичної статистики.

З кожним роком в Україні стає більш актуальним менеджмент і маркетинг у галузі фізичної культури і спорту. Державна політика майже не розвиває менеджмент і маркетинг в напрямі фізичної культури і спорту, тому напрям в цій діяльності відстає від інших послуг та їх інтенсивному розвитку.

Менеджери працюють в сфері фізичної культури щоб розвивати спорт та суміжні галузі. Чим більше менеджерів в спортивній діяльності тим ефективніше буде працювати економіка спорту та збільшиться можливість швидше вирішувати ті чи інші проблеми в рамках спортивного менеджменту.

Однією з найголовніших складових успіху економічного розвинутих сфери спорту є використання менеджменту, тобто науково обґрунтованої та якісно побудованої системи управління спортивною організацією. Менеджмент виступає як результативний засіб формування ринкових стратегій, залучення інвестицій, здійснення нововведень, оптимізації співвідношення попиту і пропозиції тощо. Разом з цим збільшується кількість наукових праць, спрямованих на висвітлення актуальних питань формування та реалізації державної політики в сучасній сфері менеджмент та маркетингу в фізичній культурі і спорту України [2].

Напрями формування державної політики менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури і спорту - це теорія і практика ефективного управління організаціями фізкультурно-спортивної спрямованості в сучасних ринкових умовах.

Спорт і фізична культура функціонують у сучасній Україні у формі різноманітних фізкультурних і спортивних організацій. Це перш за все клуби професійного спорту та клуби для аматорського спорту. Усім, хто професійно займається спортом, та навіть аматорам, добре знайомі назви таких спортивних організацій, як дитячо-юнацька спортивна школа, фітнес-клуб, фізкультурно-оздоровчий центр, спортивний комплекс, плавальний басейн, федерація тощо. У цілому в Україні роботу з фізичної культури і спорту проводять безліч різних організацій фізкультурно-спортивного спрямування.

Керівникам та персоналу цих організацій щодня доводиться вирішувати широке коло різноманітних питань і проблем - від очищення газону на футбольних майданчиках до проведення грандіозних спортивно-видовищних заходів - таких, наприклад, як універсиади, чемпіонати світу та Олімпійські ігри. Застосовуючи професійну термінологію, керівникам та фахівцям сфери фізичної культури та спорту всіх спортивних організацій доводиться займатися менеджментом.

Отже, з огляду на вищесказане, можна дійти висновку, що сучасну державної політики менеджменту та маркетингу в галузі фізичної культури і спорту не можна розглядати виключно з позицій економічних відносин її суб'єктів, а дані взаємовідносини мають доповнюватися впливом інституційних факторів.

Менеджмент розкриває особливості фізкультурно- спортивних послуг у сучасній економіці, концептуальні аспекти та зміст основних напрямів маркетингової діяльності фізкультурно-спортивних організацій у сфері дослідження і сегментування ринку, проектування попиту адекватного пропозиціям фізкультурно-спортивних послуг, основні елементи управління маркетинговою діяльністю спортивних організацій, практичні рекомендації відкриття бізнесу фізкультурно-спортивного профілю [3].

Список використаних джерел:

1. Жолдак В.И., Сейранов С.Г. Социология менеджмента физической культуры. – М.: Советский спорт, 2003. – 384с
2. Основи маркетингу і менеджменту фізкультурно-оздоровчих послуг: Навчальний посібник / Л. І. Прокопова, М. Б. Чхайло – Суми: Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2012. – 298с.
3. Менеджмент. Навчальний посібник – Вінниця. НОВА КНИГА, 2006-416 с.
4. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Управління економічними процесами: сучасні реалії і виклики». – Мукачево, 2017. – 407 с.

ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ В УЧНІВ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ ДЛЯ УСПІШНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ В СОЦІУМІ

Нова українська школа – це ключова реформа Міністерства освіти і науки України на даний час. Її головною метою є створення школи, в якій кожному учню приємно навчатись і яка даватиме не тільки знання, а й вміння застосовувати їх у житті.

За експертними оцінками, найбільш успішними на ринку праці в найближчому майбутньому будуть фахівці, які вміють навчатися впродовж життя, критично мислити, ставити цілі та досягати їх, працювати в команді, спілкуватися в багатокультурному середовищі та володіти іншими сучасними вміннями. Але до цього часу, українська школа не готувала до цього. Саме тому нам потрібна докорінна реформа, що зупинить негативні тенденції, перетворить українську школу на основу соціальної рівності та згуртованості, економічного розвитку і конкурентоспроможності України. І ця реформа вже розпочалася.

Необхідно зазначити, що з-поміж усіх компонентів НУШ, одним із найголовніших є *новий зміст освіти*, заснований на формуванні в учнів тих компетентностей, які допомагатимуть їм успішно реалізовуватися в соціумі. Тобто, замість механічного запам'ятовування матеріалу, який потім швидко забувається, учні мають розуміти навіщо вони це вчать і як це знадобиться їм у житті.

У Концепції Нової української школи визначення слова «компетентність» є таким: «Компетентність – динамічна комбінація знань, способів мислення, поглядів, цінностей, навичок, умінь, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [1]. Нове розуміння компетентнісного підходу загалом і ключових компетентностей зокрема містять такі документи:

- Державний стандарт початкової освіти (2018 р.);
- Типова освітня програма для закладів загальної середньої освіти, розроблена під керівництвом О. Я. Савченко (2018 р.);
- Типова освітня програма початкової освіти, розроблена під керівництвом Р. Б. Шияна (2018 р.) [2].

Якщо говорити докладніше про ці компетентності, то в Концепції НУШ їх визначено 10. А саме:

1. Спілкування державною (і рідною у разі відмінності мовами). Це вміння усно і письмово висловлювати свої думки, почуття та погляди; здатність реагувати мовними засобами на всі соціальні і культурні явища.

2. Спілкування іноземними мовами. Уміння розуміти висловлене іноземною мовою, усно і письмово висловлювати свої думки, почуття та погляди.

3. Математична компетентність. Уміння застосовувати математичні методи для вирішення завдань у різних сферах діяльності; здатність розуміти, будувати та використовувати прості математичні моделі для вирішення проблем.

4. Основні компетентності у природничих науках і технологіях. Уміння спостерігати, аналізувати, збирати дані, проводити експерименти, формулювати гіпотези.

5. Інформаційно – цифрова компетентність. Уміння застосовувати інформаційно – комунікаційні технології для пошуку, створення, обробки та обміну інформацією в приватному спілкуванні та публічному просторі.

6. Уміння вчитися впродовж життя. Здатність шукати та засвоювати нові знання, набувати нові вміння, визначати цілі та способи їх досягнення впродовж життя.

7. Ініціативність і підприємливість. Уміння продукувати нові ідеї й ініціативи та втілювати їх у життя з метою підвищення власного соціального добробуту та розвитку суспільства і держави.

8. Соціальна та громадянська компетентності. Уміння працювати в команді з іншими на результат, попереджати і розв'язувати конфлікти, досягати компромісів.

9. Обізнаність та самовираження у сфері культури. Уміння розуміти твори мистецтва, формувати власні мистецькі вподобання, самостійно виражати свої ідеї та почуття за допомогою мистецтва.

10. Екологічна грамотність і здорове життя. Бажання і здатність дотримуватися здорового способу життя; уміння раціонально користуватися природними ресурсами.

Передбачається, що оволодіння цими ключовими компетентностями дасть змогу юним громадянам України відкинути суперечності між отриманими теоретичними знаннями та їх використанням для розв'язання конкретних життєвих завдань. Усі вони однаково важливі та взаємопов'язані. Компетентності створюють основу для успішної самореалізації учня як особистості, громадянина і фахівця.

Список використаних джерел:

1. *Концепція нової української школи: концептуальні засади реформування середньої освіти / Міністерство освіти і науки України – Київ, 2016. – 34 с.*
2. *Нова українська школа: poradnik dla vchytelja: navchально-методичний посібник: авторський колектив / загальна ред. докт. пед. наук Н. М. Бібік. Київ, 2018. – 159 с.*

АНТИКРИЗОВЕ УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДОМ ОСВІТИ

Протягом останніх років всі сфери життя українського соціуму перебувають у кризовому стані. За версією НБУ до зовнішніх ризиків 2019 року треба віднести зовнішню військову агресію, яка за п'ять років забрала життя понад 13000 українців. До внутрішніх: трудову міграцію, через що Україна посідає провідне місце у рейтингу країн з найшвидшим скороченням працездатних ресурсів. За офіційними даними Міністерства соціальної політики України, на постійній основі за кордоном з метою заробітку перебувають близько 3,2 мільйона громадян України. І це без урахування українців, які їздять за кордон на сезонні роботи. Оскільки Україна є суб'єктом системи світової торгівлі, всі масштабні трансформації завжди впливають на її економіку. За даними Державної служби статистики України протягом 2018 року чисельність населення України скоротилася на 233202 особи, на 100 померлих припадає 53 народжених [1]. Криза в науці, спричинена низьким фінансуванням і втратою інтелектуалів та загальної якості кадрового потенціалу. Соціальна криза, що реалізовується як тотальна криза довіри в суспільстві через високий рівень соціальної напруги; криза соціальної адаптації, криза інституту сім'ї: нестабільність шлюбів, зростання неповних та бездітних сімей, зниження ролі сім'ї у вихованні і соціалізації дітей, як результат- "омолодження" тютюнопаління, наркоманії, статевого життя [2; 3].

Криза культури і духовності особистості, суспільства та держави в цілому, втрата ціннісних орієнтирів, про які пишуть філософи, психологи, інші науковці.

Всі ці екзогенні фактори, зовнішні, які не залежать від об'єкта, провокують дестабілізацію стану сучасної української освіти. До цього додаються ендогенні, внутрішні фактори, які залежать від об'єкта. Наприклад, хибні стратегії керівництва закладу, адже в нашій країні і на пересічному, і на правовому рівні відсутнє розуміння необхідності наявності у керівника освітнього закладу управлінської освіти. Тому розробка системи антикризового управління є досить актуальним питанням.

Аналіз праць науковців Є. Короткова [4], А. Штангрета [5], І. Кривов'язюка [6], О. Крутика [7], та ін. в цій галузі вказує на те, що це питання має недостатній рівень розгляду в розрізі сфери освіти. Що й зумовило вибір теми дослідження.

Метою дослідження є створення і обґрунтування системи антикризового управління та надання практичних рекомендацій керівникам щодо її впровадження та вдосконалення наявних процесів антикризового управління.

На першому етапі дослідження з'ясовували сутність поняття «криза» та її деструктивні впливи. Термін «криза» походить від грецького *κρίσις* - переломний момент, рішення, вирок. Більшість науковців у своїх визначеннях поняття «криза» акцентує увагу на її негативному впливі, який полягає в наступному [4; 7; 9]:

- крайнє загострення суперечностей у соціально-економічній системі (організації), яке загрожує її життєздатності в навколишньому середовищі;

- будь-яка якісна зміна процесу, перехід від наявного стану до іншого, істотно відмінного за основними параметрами; у цьому значенні перехід від стабільності до погіршення — це кризова ситуація в розвитку системи;

- об'єктивне явище в соціально-економічній системі, що характеризує рівень розвитку людини, нестачу знань, недосконалість управління. Але є і інші погляди. Так Ю. М. Осипов пише, що «криза» - ще не кінець і не катастрофа [8]. Без кризи немає розвитку, немає якісних перетворень. Криза - обов'язкова передумова та умова якісного «стрибка».

Наступним етапом дослідження стало сучасне розуміння сутності поняття «антикризове управління» перебуває на стадії формування. Найбільш вдалими саме для запровадження в сфері освіти вважаємо наступні [4; 6; 10]:

- це управління, у якому певним чином поставлено передбачення небезпеки кризи, аналіз її симптомів, заходів зі зниження негативних наслідків кризи й використання її факторів для наступного розвитку ;

- постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ шляхом комплексної чи часткової діагностики стану підприємства з метою розробки заходів щодо максимального використання отриманих в результаті діагностування його сильних сторін і можливостей для підвищення конкурентоспроможності, забезпечення подальшого функціонування та розвитку;

- це здатність фірми конструктивно реагувати на зміни, що загрожують її нормальному функціонуванню.

Виходячи з неоднорідності тлумачень пропонується виділяти 3 види антикризового управління [4; 5]: передкризове (попереджувальне) управління, яке спрямоване на запобігання кризі; управління в умовах кризи; управління після кризи. Тому і не існує єдиної думки і про етапи процесу антикризового управління. На нашу думку такими етапами для закладу освіти слід вважати наступні:

- 1) Моніторинг середовища підприємства з метою визначення можливої кризи або діагностика кризового стану, або оцінювання післякризового стану (в залежності від виду антикризового управління).

- 2) Визначення цілей і завдань антикризового управління.

- 3) Визначення суб'єкта антикризової діяльності.

- 4) Оцінювання часових обмежень процесу антикризового управління

- 5) Оцінювання ресурсного потенціалу антикризового управління.

- 6) Розробка антикризової концепції (стратегії) і програми (плану) підприємства.

7) Формування організаційної структури, яка забезпечує реалізацію антикризової програми.

8) Упровадження, контроль та коригування антикризової програми.

9) Розробка й реалізація профілактичних заходів щодо запобігання повторенню кризи.

Отже, стає все більш очевидним, що сьогодні впровадження антикризового управління як складової системи управління закладами освіти є необхідним, оскільки це дозволить зробити їх більш конкурентоспроможними на ринку освітніх послуг. Проведене дослідження свідчить про необхідність поглиблення роботи цієї ланки менеджменту з урахуванням специфіки освітньої сфери. Тема направлена на вирішення кризових ситуацій, на стабілізацію і розвиток освітніх закладів будь-якої структури, ступенів і форми власності.

Список використаних джерел:

1. *Офіційний сайт Державної служби статистики України.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. *Офіційний сайт Інституту соціальних досліджень імені Олександра Яременка.* URL: <http://www.uisr.org.ua/>
3. *Офіційний сайт Міністерства охорони здоров'я України.* URL: <https://moz.gov.ua/>
4. *Коротков Э. М. Антикризисное управление. 2-е изд. доп. и перераб. Москва: ИНФРА-М, 2010.. 620 с.*
5. *Штангрет А. М., Копилюк І. К. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: Знання, 2007. 335 с.*
6. *Кривов'язюк І.В.. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Київ: Кондор, 2008. 374 с.*
7. *Крутик А.Б., Муравьев И. М. Антикризисный менеджмент: Превентивные меры. Спб: Питер, 2001. 432 с.*
8. *Осипов Ю. М. Теория хозяйства. Учебник в трёх томах. Т. 3. Москва: МГУ, 1998. 345 с.*
9. *Жарковская Е. П., Бродский Б. Е., Бродский И. Б. Антикризисное управление. 7-е изд., испр. и доп. Москва : Издательство «Омега-Л», 2011. 467 с.*
10. *Король В.С. Антикризовий менеджмент в умовах ринкової трансформації економіки : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.02. Ін-т регіон. дослідж. НАНУ. Львів, 2001. 19 с.*

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Основою економічного розвитку України є активізація інноваційних процесів у регіонах. Це у свою чергу потребує виваженої загальнодержавної інноваційної політики, яка визначає пріоритети інноваційної діяльності та створює умови для здійснення промисловими підприємствами наукових розробок і втілення їх результатів у конкретні інновації. Інноваційна активність підприємств дозволяє не тільки підвищувати конкурентоспроможність й ефективність їх діяльності, а й вирішує політичні, економічні та соціальні проблеми регіону та країни загалом. Тому дослідження інноваційного розвитку промислових підприємств на регіональному рівні має стратегічне значення і набуває у сучасних умовах особливої актуальності.

Регіональні аспекти інноваційного розвитку розглядалися у працях таких учених, як О.І. Амоша [1], О.А. Біловодська [2], О.М. Луцків [3]. Вирішенням проблем інноваційного розвитку промислових підприємств Івано-Франківської області займалися І.Р. Боднарук [4], В.І. Федорак [5], Р.І. Щур [6]. Аналіз наведених джерел свідчить про достатню увагу науковців до цієї проблематики. Утім окреслені процеси є динамічними та потребують постійної уваги для виявлення тенденцій і формування відповідних рекомендацій щодо їх удосконалення.

Метою дослідження є аналіз тенденцій інноваційного розвитку, визначення існуючих проблем, розробка рекомендацій щодо їх усунення та активізації інноваційних процесів на промислових підприємствах Івано-Франківської області.

Аналіз статистичних даних за період з 2015 по 2017 р. засвідчив, що приблизно 78% промислових підприємств Івано-Франківської області не здійснювали інноваційної діяльності. Питому вагу підприємств, які займалися і впроваджували інновації наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Питома вага підприємств, які займалися і впроваджували інновації

Показники	Роки			Відхилення	
	2015	2016	2017	2016/ 2015	2017/ 2015
	%	%	%		
Питома вага підприємств, які займалися інноваціями	21,6	21,1	21,7	-0,5	0,1
Питома вага підприємств, які впроваджували інновації	18,4	14,8	17,8	-3,6	-0,6

Джерело: сформовано автором на основі [4; 7; 8]

У 2015-2017 рр. підприємствами області впроваджено: 335 одиниць інноваційних видів продукції, з яких, 50 – нові види машин, устаткування, прилади та апарати; 90 одиниць нових технологічних процесів, серед яких, 29 – маловідходні та ресурсозберігаючі. Серед підприємств, які впроваджували у 2017 р. нові технології варто виділити ТОВ «Падана Кемікал Компаундс» (лінія виробництва сировини для виготовлення медичного обладнання), ПП «Євро-модуль» (лінії з виробництва сайдингу), ТОВ «ЦБМ «Осмолада» (лінія з виробництва брикетів) та ТОВ «Поліком» (реактор-змішувач для обезпилених компонентів) [8; 10].

У досліджуваному періоді підприємствами області на інноваційну діяльність витрачено сумарно 306848,7 тис. грн., з яких, найбільша частка припала на 2017 р. – 134192,2 тис. грн., а найменша на 2016 р. – 80467,5 тис. грн. Із загальної суми на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення використано 277955 тис. грн., або 90,58%; на іншу інноваційну діяльність (проектування, навчання, маркетинг та іншу відповідну діяльність) – 17262,5 тис. грн., або 5,63%; на внутрішні та зовнішні науково-дослідні розробки – 10266,9 тис. грн., або 3,35% і на придбання існуючих знань від інших підприємств або організацій – 1364,3 тис. грн., або 0,44% [7].

Інноваційна діяльність протягом 2015-2017 рр. в основному фінансувалась за рахунок власних фінансових ресурсів, частка яких у сумарних витратах склала приблизно 88,7%. Перешкодою для інноваційного розвитку підприємств області є відсутність механізму заохочення вітчизняних й іноземних інвестицій. Якщо кошти вітчизняних інвесторів не використовувались взагалі, то частка інвестицій від іноземних інвесторів склала 16,7% і зафіксована лише у 2015 р. Серед основних причин такої ситуації є нестабільні загальноекономічні показники, постійні зміни в нормативно-правовій базі, проведення антитерористичної операції та значний рівень тінізації економіки, що збільшує ризик вкладення коштів в інновації [4; 9].

Отже, здійснений аналіз свідчить про недостатньо високий рівень інноваційного розвитку промислових підприємств Івано-Франківської області. Ключовою проблемою, яка перешкоджає активізації інноваційних процесів є недостатній рівень фінансування інноваційної діяльності. Для її вирішення доцільно збільшити розміри видатків як з державного, так і місцевого бюджетів, розробити систему податкових стимулів і пільг для підприємств, які інвестують кошти у науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, створити умови для залучення коштів вітчизняних й іноземних інвесторів шляхом удосконалення відповідної законодавчої бази. Реалізація цих заходів дозволить вирішити не тільки питання фінансування інноваційної діяльності, а й політичні, економічні та соціальні проблеми як області так і країни загалом.

Список використаних джерел:

1. Амоша О.І. Інноваційний розвиток промислових підприємств у регіонах: проблеми та перспективи / О.І. Амоша, Л.М. Саломатіна // *Економіка України*. - 2017. - № 3. - С. 20-34.
2. Біловодська О.А. Аналіз і чинники активізації інноваційної діяльності промислових підприємств регіонів України / О.А. Біловодська // *Молодий вчений*. - 2017. - № 4. - С. 592-598.

3. Луцків О.М. Інноваційний розвиток регіонів України: тенденції, проблеми та перспективи / О.М. Луцків // Економічний форум. - 2016. - № 2. - С. 121-127.
4. Боднарук І.Р. Інноваційний розвиток Івано-Франківської області: тенденції, проблеми та перспективи / І.Р. Боднарук // Причорноморські економічні студії. - 2018. - Вип. 29(2). - С. 25-28.
5. Федорак В.І. Стратегія інноваційного розвитку деревообробних підприємств Івано-Франківської області / В.І. Федорак, А.П. Ковальчук, О.В. Остафійчук // Вчені записки університету «КРОК». - 2018. - Випуск 49 - С. 145-150.
6. Щур Р.І. Механізм фінансового забезпечення інноваційного розвитку регіону / Р.І. Щур, І.І. Плєць, О.В. Микитюк // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. - 2016. - Вип. 12(2). - С. 158-167.
7. Інноваційна активність промислових підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Впровадження інновацій на промислових підприємствах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Джерела фінансування інноваційної діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Інформація про розвиток інноваційної діяльності області у 2017 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.if.gov.ua/news/35222>.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ ВІДПОВІДНОСТІ РАДІООБЛАДНАННЯ В ДП "УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ"

В умовах ринкових відносин успіх кожного підприємства оцінюється за рівнем ефективності виробництва, обумовленим, насамперед, ступенем задоволення потреб споживача. Якість продукції стає головним стимулом придбання продукції й важливим фактором конкурентоспроможності підприємства. Одним із інструментів забезпечення якості продукції є оцінка відповідності.

Для забезпечення конкурентоспроможності підприємству, що надає послуги з оцінки відповідності, необхідно підвищувати ефективність, а саме: якість послуг та швидкість їх надання. Завдяки створенню нових і вдосконаленню застосовуваних технологій, зростає кількість продукції, що є радіообладнанням або має радіообладнання у своєму складі, відтак зростає попит на надання послуг з оцінки відповідності цієї продукції.

Вимоги до радіообладнання, яке надається на ринку та вводиться в експлуатацію в Україні незалежно від форми постачання, включаючи реалізацію радіообладнання дистанційним способом, встановлює Технічний регламент радіообладнання, затверджений постановою Кабінету Міністрів України № 355 від 24 травня 2017 р. Цей Технічний регламент розроблено на основі Директиви 2014/53/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 16 квітня 2014 р. про гармонізацію законодавства держав-членів щодо постачання на ринок радіообладнання і скасування Директиви 1999/5/ЄС. Для демонстрації відповідності радіообладнання суттєвим вимогам Технічного регламенту виробник обирає процедуру оцінки відповідності: внутрішній контроль виробництва (модуль А), експертиза типу в поєднанні з відповідністю типові на основі внутрішнього контролю виробництва (модуль В+С) або відповідність на основі цілковитого забезпечення якості (модуль Н). Експертиза типу та відповідність на основі цілковитого забезпечення якості передбачають участь в оцінці призначеного органу з оцінки відповідності.

Аналіз стану процесу надання послуг з оцінки відповідності радіообладнання в ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» виявив необхідність в розробленні методики з оцінки відповідності радіообладнання за модулем Н та формування рекомендацій щодо її запровадження для зміцнення конкурентних переваг підприємства. Для досягнення поставленої мети були розроблені: порядок проведення оцінки відповідності, який охоплює всі процедури з оцінки відповідності, де можливе залучення призначеного органу з оцінки відповідності: модуль В (експертиза типу) та модуль Н (цілковите забезпечення якості); документація, на яку посилається порядок, зокрема типова програма для проведення оцінки системи управління якістю на підприємстві виробника.

Необхідною умовою успішної діяльності підприємства є відповідність потребам та очікуванням споживачів та інших зацікавлених сторін. З огляду на зростання попиту на надання послуг з оцінки відповідності радіобладнання, організація процесу надання цих послуг в ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» повинна реалізуватися через надання якісних послуг з оцінки відповідності, що охоплюють увесь спектр послуг, передбачених чинним законодавством.

Список використаних джерел:

1. Віткін Л.М. Сучасна система технічного регулювання: теорія і практика: монографія. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2011 – 494 с.
2. ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги (ISO 9001:2015, IDT).
3. Закон України «Про технічні регламенти та оцінку відповідності». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/124-19>.
4. Постанова Кабінету міністрів України від 24.05.2017 № 355 «Про затвердження Технічного регламенту радіобладнання». Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/355-2017-%D0%BF>.

ЛУЦЕНКО В.Ю.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
(«КРОК» регіони)

ПЕТРОВА І.Л.
д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу та поведінкової
економіки, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ПРОДАЖІВ В СИСТЕМІ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В період розвитку ринкових відносин стимулювання продажів відіграє дуже важливу роль. Сьогодні недостатньо розробити новий продукт, визначити його ціну та знайти ринок збуту. Важливим та актуальним аспектом є пошук потенційних покупців на цей товар, переконати їх у необхідності придбати саме його. Але велика конкуренція змушує виробників йти на поступки споживачам і посередникам для збуту продукції за допомогою процесу симулювання. Стимулювання продажів як один із інструментів маркетингових досліджень може ефективно збільшити прибуток.

Мета дослідження – уточнити дефініцію поняття «симулювання продажів» та виявити основні етапи реалізації цього багатогранного процесу.

Під час дослідження використовувалися наступні методи: теоретичні – системний аналіз наукової літератури з досліджуваної проблеми; абстрактно-логічний – для теоретичних узагальнень і формулювання висновків дослідження.

В науковій та науково-методичній літературі поняття «стимулювання продажів» ототожнюють з поняттям «стимулювання збуту». Для того, щоб розібратися, яке поняття правильно використовувати у нашому дослідженні, спочатку проаналізуємо та уточнимо визначення цих понять.

Існує багато трактувань поняття «стимулювання продажів».

Т. Григорчук ототожнює два поняття, і за його визначенням, стимулювання продажу (збуту) в комплексі просування являє собою систему спонукальних заходів, спрямованих на отримання відповідної реакції цільової аудиторії на різні заходи в межах маркетингової стратегії підприємства загалом та його комунікаційної стратегії зокрема [1].

З точки зору М. Мальської та Н. Мандюк, стимулювання збуту як елемент комплексу комунікацій є системою заходів і прийомів, що спонукають посилення зворотної реакції цільової аудиторії на різні заходи в межах маркетингової стратегії маркетингової організації загалом. Стимулювання збуту є засобом короткострокового впливу на ринок [3].

Цікавим та більш широким, на нашу думку, є визначення Л. Кринської: «Стимулювання продажів – це використання різноманітних засобів стимулюючого впливу, покликаних прискорити або підсилити відповідну реакцію ринку» [2].

В словнику ключових термінів з дисципліни «Маркетинг» зазначено, що стимулювання збуту — короткочасне спонукання, що заохочує купівлю або продаж товару чи послуги [5].

Так, Н. Флегонтова у своїй праці розмежовує ці поняття. На думку дослідниці, «стимулювання збуту – короткочасні спонукальні заходи заохочення купівлі або продажу товару/послуги, а стимулювання продажу – сукупність методів, що дозволяє створити найбільш сприятливі умови для стимулювання купівельного попиту, пришвидшення процесу товаропросування і реалізації товарів і послуг [6].

А. Павленко та А. Войчак детермінують таким чином: «стимулювання збуту– короткотермінові заходи, спрямовані на збудження швидкої реакції ринку у відповідь на пропоновану фірмою продукцію» [4].

Проаналізувавши різні точки зору щодо трактування поняття «стимулювання продажу» та «стимулювання збуту», ми зробили такі висновки:

1. Деякі дослідники все - таки розмежовують ці поняття, що вимагає від нас подальшого дослідження їхньої етимології.

2. Стимулювання збуту – це короткочасний захід.

3. Стимулювання збуту використовують для швидкого заохочення споживачів придбати товар.

4. Стимулювання збуту вимагає реакції споживача.

Проаналізувавши теоретичний матеріал з досліджуваної проблеми, ми прийшли до висновку, що *стимулювання продажів – це низка заходів, направлених на заохочення, зацікавленість споживача придбати той чи інший товар у найкоротші строки для отримання прибутку.*

Процес стимулювання продажу має декілька етапів. Під час планування заходів стимулювання продажу потрібно визначитися, на яку цільову аудиторію слід спрямовувати ці заходи. Саме тому впродовж першого етапу визначають: споживачів; торгових посередників; торговий персонал підприємства. На другому етапі формується арсенал засобів стимулювання. На наступному етапі процесу стимулювання продажу відбувається безпосередня реалізація програми стимулювання продажу у реальних ринкових умовах. Заключний етап передбачає оцінку результатів реалізації заходів стимулювання продажу.

На нашу думку, до основних чинників, що сприяють стимулюванню продажу можна віднести:

- Засоби стимулювання посередників;

- Засоби стимулювання власного торгового персоналу.

Саме їх комплексне застосування дозволить зацікавити споживача придбати той чи інший товар у найкоротші строки для отримання прибутку та розвитку клієнтської бази підприємства.

Список використаних джерел:

1. Григорчук Т. «Маркетинг. Частина друга», виданий Університетом «Україна», 2007 року (м. Київ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-8/4-stimuluvanna-prodazu> (03.11.2019) – Назва з екрана.

2. Кринська Л. Міжнародний маркетинг. Конспект лекцій для спеціальності 07.05.02.01 - менеджмент зовнішньоекономічної діяльності / Л. Кринська. – Одеса: Наука і техніка, - 2006 -248 с.
3. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк. – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
4. Павленко А. Маркетинг: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. — друге, доп. і випр. вид./ А. Павленко, А. Войчак. — К.: КНЕУ, 2001. — 106 с.
5. Словник ключових термінів з дисципліни «Маркетинг» уклад. М. Гребньов. — К.: КНЕУ, 2003. — 80 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://buklib.net/books/33668/> (03.11.2019) – Назва з екрана.
6. Флегонтова Н. Словник-довідник термінів педагогічного маркетингу/ Н. Флегонтова .– К.: Освіта України, 2008. – 80 с.

УПРАВЛІНСЬКИЙ КАПІТАЛ: СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ

Управління є складним процесом, що постійно еволюціонує. Особливостями сучасного етапу розвитку управління (як по вертикалі, так і по горизонталі) є його «шпиляста» траєкторія, рівномірна швидкість змін (наприклад, у державному і приватному секторах економіки), «гігантomanія» штучного інтелекту з одночасним високим запитом на «вживлення» емоційного інтелекту та інші чинники, здебільшого спровоковані глобалізацією і діджиталізацією.

Відповідно вимоги до учасників цього процесу суттєво змінюються. Найчастіше мова йде про те, якими новими знаннями і навичками мають володіти учасники керованої підсистеми управління. Водночас суб'єкти керованої підсистеми управління змушені не лише накопичувати нові знання, суттєво оновлювати уміння і опановувати нові навички щодо виконання, модернізації та/або суттєвої трансформації управлінських процесів, функцій і технологій, але і формувати принципово нові підходи до формування цілісної системи управління.

Смтуація ускладнюється тим, що у сучасній системі формальної управлінської освіти ще є багато недоліків. Певний виняток становлять бізнес-школи, а неформальна та інформальна освіта дають лише локальні поштовхи до трансформацій. Однак наразі мова має йти не лише про навчання управлінню, а про накопичення управлінського капіталу.

Управлінський капітал серед вітчизняних науковців розглядається вкрай скромно. Йому приписується ознака «мета-капіталу», адекватна якість системи менеджменту, похідність від людського капіталу, функціонал якої «звужено» до оптимальності системи менеджменту підприємства [1, 2, 3].

Авторський погляд на управлінський капітал має «шестикутну» форму і становить добуток таких складових, як-от: широкі знання, глибокі (спеціальні) знання, емоційний інтелект, соціальний капітал, управлінський інтелект і духовний інтелект. І ще такий «шесикутник» має перетини, на яких виникають зони продуктивності. Наприклад, Карсон Тейт в книзі «Працюй легко. Індивідуальний підхід до підвищення продуктивності» пропонує розуміння власного стилю продуктивності, скерованого на підвищення персональної ефективності. Авторка пропонує чотири основні стилі продуктивності: пріоритетизатор, планувальник, аранжувальник і візуалізатор.

Водночас, акселератором управлінського капіталу наразі є освіта 4.0, а употужнювачем – управлінський інтелект. Управлінський інтелект (Political Intelligence, PQ) у різних науках тлумачать по-різному. Вперше про такий вид інтелекту заговорили вчені-психологи. Одним з перших розглянути політичний інтелект як самостійний вид інтелектуальної активності спробував Дж. Оуен. Спираючись на багаторічний досвід роботи в організаційній психології і

розробку критеріїв оцінки ефективності менеджера, він дійшов висновку, що на когнітивному рівні ефективність управлінської роботи визначають розвиток загального, емоційного і політичного інтелекту, які в сукупності складають «менеджерський інтелект» (management quotient).

Під політичним (управлінським) інтелектом Дж. Оуен розуміє вміння менеджера використовувати наявну у нього владу для вирішення поточних виробничих завдань, а також уміння і здатності по організації людей для спільної діяльності під його керівництвом [4]. І хоча Дж. Оуен обмежує вивчення феномена політичний інтелект виключно організацією, але його висновки і рольова модель можуть бути застосовні і в інших сферах суспільного життя, наприклад для сім'ї, спортивної команди, шкільного класу і, безумовно, «політичної організації». Таким чином, предметом політичного інтелекту Дж. Оуен вважає вміння та здібності щодо накопичення авторитету і реалізації влади, що сприяє більш чіткому виділенню даної проблематики серед суміжних питань.

Аналізу поняття «політичний інтелект» присвячені також деякі роботи відомого організаційного психолога, професора Стенфордського університету Р. М. Крамера [5]. Як і Дж. Оуен, він спирається на власний досвід у галузі практичної організаційної психології та доводить, що феномен політичного інтелекту є важливим критерієм ефективності будь-якої управлінської роботи наряду із загальним і власне соціальним інтелектом.

Управлінський інтелект може бути розглянутий як поєднання кристалізованої (успадкованої) здатності бачити і усвідомлювати політичний ландшафт з набутими рухливими навичками «маневрувань» політичними мінними полями. Звісно, тлумачення можуть бути різні, запропонований конструкт - лише опертя на елементи теорії Р. Кеттелла [6], який розділив інтелект на рухливий і кристалізований. Перший полягає в здатності мислити логічно, аналізувати і вирішувати завдання, що виходять за межі попереднього досвіду; другий включає накопичений досвід і здатність використовувати засвоєні знання і навички.

Ознаками управлінського інтелекту є цілісність, неупередженість, уміння приборкувати особисті управлінські (і не лише) пристрасті і вгамовувати владний (і не лише) апетит. Звісно, це не повна і дещо ідеалізована формула, але саме вона має бути запорукою формування здорової екосистеми підприємства чи організації.

Наразі освітній простір має бути налаштований на просвіту, накопичення і розвиток управлінського капіталу. Враховуючи те, що такий простір має декілька слабо узгоджених між собою вимірів або під-просторів, як-от "вільний ринок", "формальна-неформальна-інформальна освіта", "корпоративне навчання", у найближчій перспективі, скоріше за все, працюватимуть неглибокі суто просвітницькі проекти щодо формування окремих елементів управлінського інтелекту попри те, що діяльність з його розвитку має бути системною і широкоформатною.

Список використаних джерел:

1. Борц В.И. *Управленческий капитал как особая форма человеческого капитала. Економічна політика держави в умовах трансформаційних змін: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., Україна, м. Сімферополь, 15-16.02.2013 р., Ч. 1. (2). Сімферополь: НО «Economics», 2013. С. 55- 57.*
2. Кузнєцов Е.А. *Методологія професіоналізації управлінської діяльності в Україні: дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / Е.А. Кузнєцов. – Львів, 2015. – 412 с.*
3. Черничко Т.В. *Професіоналізація як процес підвищення ефективності управлінської діяльності в контексті європейських стандартів [Електронний ресурс] / Т.В. Черничко // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2015. – Випуск 12, частина 3. – С. 53–56. – Режим доступу : http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/120.pdf.*
4. Оуэн Дж. *Как управлять людьми. Способы воздействия на окружающих / Дж. Оуэн. – Претекст, 2011. – 344 с.*
5. Kramer R. M. *The great intimidators / R. M. Kramer // Harvard Business Review. – 2006. – N 2 (Feb.). – P. 88-96.*
6. Raymond B. Cattell. *Structured personality learning theory: A Wholistic Multivariate research approach. Centennial Psychology Series. New York: Praeger, 1983. Xii - 466 pp.*

ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління організацією – це безперервний процес впливу на продуктивність працівника, групи або організації в цілому для досягнення найкращих результатів з позиції поставленої мети [1]. Управління підприємством або іншими первинними суб'єктами господарювання – це постійний і системний вплив на діяльність його структур для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату. Правильно спроектований процес управління забезпечує успіх організації. Для того, щоб цей процес правильно спроектувати, необхідно знати його внутрішню структуру [3].

У дослідженнях, пов'язаних з управлінням, відсутнє єдине визначення категорії “функції управління”. З одного боку, функція управління це певний вид діяльності, у процесі якого виконується вплив на об'єкт управління, вирішується задані цілі і завдання, досягається здійснення бажаної мети [2]. Досліджуючи та систематизуючи наукові розробки вчених та практиків, вважаємо за доцільне доосновних функцій управління відносити планування, організація, лідерство (мотивація) і контроль.

Функція планування вважається однією з головних. Практично всі науковці в галузі управління визнають її. Планування передбачає прогнозування, постановку цілей та завдань, даючи відповідь на такі питання як: Що виробляти? Яким чином? Для кого? [4]. Засобами планування керівництво фірми встановлює головні напрямки та прийняття рішень, які забезпечують єдність цілей та завдань для всіх учасників процесу управління. Таким чином, визначається єдиний напрямок у діяльності підприємства для досягнення загальних цілей. Як зазначають, М.Мескон, М.Альберт, Ф.Хедоурі, планування повинно бути безперервним в силу двох аспектів. По-перше, діяльність організації продовжується після здобуття поставлених цілей, по-друге, постійна невизначеність майбутнього спонукає до регулярного перегляду уже побудованих планів та створення нових непередбачуваних, але необхідних в даний час планів [5].

Організація - процес створення організаційної структури, здатної надати людям можливість ефективно працювати для досягнення організаційних цілей. Існує два основні аспекти процесу організації. Перший - ділення організації на підрозділи відповідно до цілей і стратегій фірми. Другий аспект процесу організації - взаємовідносини повноважень [5]. Структура управління є організаційною базою системи управління, ефективним механізмом саморегулювання і координації діяльності працівників. Вона організаційно закріплює управлінські функції за працівниками, служить мережею каналів по

яких рухаються потоки інформації. Чим раціональніша і доцільніша структура управління, тим ефективніше функціонує вся система управління [4].

Мотивація – це процес спонукання, стимулювання себе чи інших (окремої людини чи груп людей) до цілеспрямованої поведінки або виконання певних дій, спрямованих на досягнення власної мети або мети організації. Мотивація полягає в тому, щоб працівники виконували свою роботу відповідно до делегованих їм обов'язків та поставлених планів. З точки зору школи наукового управління вважалось, що чим більше буде прикладатися зусиль щодо виконання певних завдань, тим більше буде виплачуватися грошей працівникам [5].

Контроль – це процес забезпечення досягнення цілей організації. Так як планування направлено у майбутнє, то така функція як контроль повинна передбачати та попереджувати зміни [5]. Як функція управління контроль об'єктивно необхідний. Він спрямовує процес управління за встановленими ідеальними моделями, коригуючи поведінку підконтрольного об'єкта. Суть контролю полягає в тому, що суб'єкт управління здійснює облік і перевірку того, як об'єкт управління виконує його настанови. Основною метою цієї функції є блокування відхилень діяльності суб'єкта управління від заданої соціальної програми, а в разі виявлення аномалій – приведення керованої системи в стійке положення за допомогою всіх соціальних регуляторів. Управління і контроль – явища, тісно пов'язані одне з одним. Як відносно самостійні, вони взаємодіючи утворюють стійку систему. Чітке визначення контролю дав А. Файоль: “На підприємстві суть контролю полягає в тому, щоб перевірити, чи все виконується відповідно до затверджених планів, розроблених інструкцій і встановлених принципів. Його мета – виявити слабкі місця і помилки, своєчасно виправити їх та не допустити повторення. Контролюється все: предмети, люди, дії” [3].

Отже, можна зробити висновок, що основними функціями управлінської діяльності є: планування, організація, мотивація і контроль. Взаємодія цих функцій між собою забезпечує успішне функціонування підприємства у ринкових умовах.

Список використаних джерел:

1. Веснин В.Р. Менеджмент : [учебник] / В.Р. Веснин. – М. : Велбі ; Проспект, 2009. – 504 с.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр “Академія”, 2002. – 952 с.
3. Менеджмент : навч. посіб. / за ред. С.І. Михайлова. – Вінниця : НОВА КНИГА, 2006. – 416 с.
4. Завадський Й. С. Менеджмент: Management. / Й. С. Завадський. – Т. 1. – К. : Українсько-фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1997. – 543 с.
5. Мескон М. Х., Основы менеджмента: Пер. с англ./ М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури – М. : Дело, 1998. – 800 с.

МЕХАНІЗМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВПЛИВУ TV РЕКЛАМИ: ФАКТОРИ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТА РОЗМІЩЕННЯ РЕКЛАМНИХ ПОВІДОМЛЕНЬ

В наш час одним з найбільш ефективних способів просування товарів і послуг на ринку є телевізійна реклама. Остання охоплює величезну аудиторію, вимірювану мільйонами переглядів. Телевізійна реклама займає лідируючі позиції на ринку просування товарів і послуг.

Телевізійна реклама - це рекламні повідомлення, які включають в себе: зображення, звук, рух, колір і тому надають на рекламну аудиторію значно більший вплив, ніж оголошення в інших ЗМІ. Вона стає все більш цікавою, інформативною і разом з тим складною і дорогою у виробництві, особливо якщо ґрунтується на комп'ютерній графіці.

Реклама по телебаченню – наймасовіший, але й найдорожчий засіб рекламування, використовується для передачі рекламних повідомлень і демонстрації рекламних фільмів. Телебачення ідеально дозволяє зробити широку імідж-рекламу завдяки величезній кількості глядачів, а також стимулюючу рекламу практично будь-яких товарів і послуг шляхом безпосереднього показу товару чи переваги послуги.

Велику частку в будь-якій прогресивній компанії займає реклама та інноваційні способи промоції. І звинувачувати у всьому рекламистів, маркетологів та відсутність чітко визначеного законодавства напевне не варто. Так, однозначно фахівці мають відповідати за свої дії. Проте й перед нами, як звичайними споживачами, стоїть нелегке завдання – навчитися бодай трохи відрізняти корисну та ідейну інформацію від маніпулятивних способів впливу.

Список використаних джерел:

1. *Реклама та PR в бізнесі* – Толкачев А.Н. – 522 с. - 2000
2. *Про рекламу* – Девід Огілві – 288 с. - 2019

**АКТУАЛІЗАЦІЯ ТА НЕОБХІДНІСТЬ ВИВЧЕННЯ ЛОГІКИ ЯК
ОБОВ'ЯЗКОВОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ
ЗАГАЛЬНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ БАКАЛАВРІВ ЗГІДНО
СТАНДАРТІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ 2018/2019 рр.**

Загальновідомо, що станом на 13 липня 2019 року Міністерством освіти та науки України та Національного агентства із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО) остаточно затверджено 100 нових сучасних компетентнісних стандартів вищої освіти, які ретельно розроблялися науковим співтовариством України, а саме більш як 800 фахівцями з вищих навчальних закладів, наукових установ та представників роботодавців [1].

Згідно компетентнісного підходу (competence-based approach) у побудові та реалізації навчальних програм (Проект TUNING – Tuning Educational Structures in Europe) «Загальні (generic) компетентності – це знання, розуміння, навички та здатності, якими студент оволодіває у рамках виконання певної програми навчання, але які мають універсальний характер» [2].

Загальновідомо, що першим рядком у переліку загальних компетентностей (Tuning, 2012) значиться «Здатність до аналізу та синтезу». Цю загальну найважливішу і найпотрібнішу компетентність для всіх спеціальностей вищої школи найкраще формує така наука і навчальна дисципліна як логіка.

Загальновідомо, що засновник логіки давньогрецький філософ Аристотель вважав її «наукою про доведення», Ф. Бекон – «наукою про науку», І. Кант – «наукою про універсальні правила використання інтелекту», а відомий американський логік Ч. Пірс у своїй «Вступній лекції до вивчення логіки» (1883 р.) – «мистецтвом мистецтв, наукою наук» («art of arts, science of sciences») [3].

Вартує уваги те, що на Заході сьогодні все дедалі міцнішає оновлений тренд, а саме: підвищення теоретичного й практичного інтересу до логіки як до науки, навчальної дисципліни і мистецтва правильного мислення та більш ефективного використання її потенціалу для підготовки висококваліфікованих спеціалістів для всіх сфер людської діяльності. «Серед чисто гуманітарних наук, – зазначається в одному з підручників з логіки, – філософія (та її важлива складова – логіка) є найблагороднішою і найважливішою, оскільки її мета найвеличніша, процеси найбільш інтелектуальні, а її вчення забезпечує теоретичні засади інших наук. Вони отримують від неї принципи і закони своїх досліджень та мету й цілі, на які вони мають бути спрямовані.

Логіка (як розділ філософії) – це наука, яка спрямовує розум на пошуки і отримання істини... Логіка, строго говорячи, є наукою, тому, що вона не лише визначає правила, а й спрямовує наш інтелект на досягнення істини, а також на розуміння причин того, чому це відбувається саме таким чином» [4].

Показово, що у західних університетах все більше уваги приділяється проблемам формування у студентів загальних компетентностей. На підтвердження цієї тенденції можна навести цитату з одного із популярних західних підручників з логіки: «Логіку, – зазначається в ньому, – можна визначити як науку про концепції та принципи правильного мислення. Її мета полягає у розвитку майстерності міркувань... Ця мета має також величезну практичну цінність, оскільки за допомогою методів логіки ми уточнюємо наші ідеї, формулюємо проблеми, приймаємо рішення, робимо вибір та скеровуємо наші дії. Важко навіть уявити більш важливі компетентності ніж здатність добре мислити» [5].

Природно, що майже у всіх Стандартах вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня 2018/2019 рр. для студентів майже усіх спеціальностей, які готуються в нашому ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» в переліку загальних компетентностей бакалаврів першим, або другим, або третім рядком записано – «Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу». Так, в Стандартах вищої освіти України 2018/2019 рр. спеціальностей «Право» [6], «Комп'ютерні науки» [7], «Фінанси, банківська справа та страхування» [8, с. 6], «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» [9, с. 6], високопрофесійні фахівці, які їх розробляли поставили цю загальну компетентність на першому місці з 15-ти загальних компетентностей як найбільш значущу для формування логічного мислення студента; для спеціальностей «Облік і оподаткування» – на другому місці; «Економіка», «Менеджмент», «Маркетинг», «Медсестринство» – на третьому місці; «Туризм» – на четвертому і т. п. Що стосується знань, які студент здатен продемонструвати після вивчення логіки, то це має бути: «Знання основних форм і законів абстрактно-логічного мислення, основ логіки, норм критичного підходу, основ методології наукового пізнання, форм і методів аналізу та синтезу» [1].

Виходячи з вищенаведеного, пропонуємо, по-перше, ввести в навчальні плани для всіх спеціальностей першого (бакалаврського) рівня навчальну дисципліну «Логіка» як обов'язкову, а не вибіркову. А, по-друге, спробуємо більш розгорнуто сформулювати загальну компетентність, яка стосується саме логіки:

1) Знати основи логіки, основні принципи і закони правильного мислення, зміст основних форм мислення – понять, суджень та умовиводів, загальні правила і вимоги їх доведення і спростування, які розкривають сутність логічної аргументації та сприяють формулюванню і розв'язанню задач.

2) Уміти за допомогою формальних логічних процедур проводити структурування, аналіз та синтез загальнонаукової інформації на її відповідність вимогам внутрішньої несуперечності та достатності для забезпечення ефективної діяльності.

3) Вміти опанувати понятійно-категоріальний апарат логіки, характеризувати принципи і закони мислення, розуміючи їх значення для своєї професійної діяльності.

4) Бути здатним застосовувати закони формальної логіки в процесі інтелектуальної професійної діяльності, оволодіти навичками логічного, чітко визначеного, несуперечливого, послідовного і доказового аналітичного мислення.

Список використаних джерел:

1. Затверджено 100 сучасних компетентнісних стандартів вищої освіти: сайт URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/zatverdzheno-100-suchasnih-kompetentnisnih-standartiv-vishoyi-osviti>
2. Шашкевич Ю. Компетентнісний підхід у побудові освітніх програм: URL: http://lawfaculty.chnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2016/11/Competence_Approach_Rashkevych_Nov_2014-1.pdf.
3. Peirce Ch. *Introductory Lecture on the Study of Logic*. Johns Hopkins University Circulars. Vol. 2. № 19. P. 11-12.
4. Coppens Ch. *A Brief Text-Book of Logic and Mental Philosophy*. New York: Boucher Press, 2008. 288 p.
5. Jonson R. *A Logic Book: Fundamentals of Reasoning*. Belmont: Wadsworth Publishing; 2006. 352 p.
6. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень вищої освіти, галузь знань 08 «Право», спеціальність 081 «Право». Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 12.12.2018 р. № 1379. Видання офіційне. МОНУ. Київ, 2018. 19 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishchaosvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/081-pravo-bakalavr.pdf>
7. Стандарт вищої освіти України першого (бакалаврського) рівня ступеня «бакалавр» за галуззю знань 12 «Інформаційні технології» спеціальністю 122 «Комп'ютерні науки». Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 10.07.2019 р. № 962. Видання офіційне. МОНУ. Київ, 2019. 24 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/07/12/122-kompyuterni-nauki-bakalavr.pdf>
8. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 072 – Фінанси, банківська справа та страхування. Затверджено і введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 24.05.2019 р. № 729. Видання офіційне. МОНУ. Київ, 2019. 14 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/05/2019-11-05-072-finansi-bankivska-sprava-ta-strakhuvannya-bakalavr.pdf>
9. Стандарт вищої освіти першого (бакалаврського) рівня галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Затверджено та введено в дію наказом Міністерства освіти і науки України від 13.11.2018 р. № 1243. Видання офіційне. МОНУ. Київ, 2018. 18 с. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/076-pidpriemnistvo-torgivlya-ta-birzhova-diyalnist-bakalavr.pdf>

*МІГУС І.П.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки і права «КРОК»
ГРЕБЕНЬ С.Є.
к.н.держ.упр., Державна служба фінансового аудиту*

ІТ-АУДИТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ НАУКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗВО

Однією із специфічних форм державного фінансового контролю, впровадження якого є вимогою часу виступає ІТ-аудит, проте, наразі, законодавством проведення такого аудиту не врегульовано.

Досліджуючи механізм фінансового контролю за розподілом бюджетних коштів, вважаємо за доцільне також використовувати ІТ-аудит, але не для перевірки стану розроблених та впроваджених ІТ систем в діяльність закладів вищої освіти, а для перевірки інформації, поданої ними до контролюючих та інших органів, а також представленої на сайті.

У зв'язку з цим, під поняттям «ІТ-аудит результатів наукової діяльності закладу вищої освіти» пропонуємо розуміти пошук інформації про результати наукової діяльності працівників та її порівняння з інформацією ЗВО, поданою у заявці на проходження державної атестації в частині провадження ним наукової (науково-технічної) діяльності (далі ІТ-аудит).

Вважаємо за необхідне на попередньому етапі проведення державного фінансового контролю за розподілом бюджетних коштів в залежності від результатів наукової діяльності закладу вищої освіти, розмежувати ІТ-аудит на п'ять стадій:

- дослідження діяльності закладу вищої освіти, наявність ліцензій та сертифікатів про акредитацію;
- вивчення контингенту студентів та співставлення з кількістю наданих бюджетних місць;
- співставлення поданої закладами інформації з ІТ системами та науковими профілями працівників;
- підготовка висновку за результатами ІТ-аудиту;
- надання рекомендацій до Міністерства освіти і науки України за результатами перевірки.

В процесі проведення ІТ-аудиту необхідно здійснювати:

- визначення основних критеріїв, за якими буде проводитись перевірка інформації;
- встановлення джерел інформації для формування масиву даних;
- створення програмного продукту для обробки сформованого масиву даних (по групах забезпечення, спеціальності тощо);
- опрацювання отриманих результатів та їх порівняння з інформацією, поданою закладами вищої освіти в якості самоаналізу.

На основі основних критеріїв, за якими проводиться оцінювання результатів наукової діяльності закладу вищої освіти у відповідності з Методикою проведення державної атестації в частині наукової та науково-технічної діяльності закладів вищої освіти, були систематизовані джерела інформації, які можуть бути використані в ІТ-аудиті.

Враховуючи те, що зазначена Методика визначає систему показників наукової та науково-технічної діяльності ЗВО та беручи до уваги подані раніше пропозиції щодо їх удосконалення, пропонуємо їх оцінювання здійснювати за такими критеріями:

- науковий потенціал закладів вищої освіти;
- кадрове забезпечення наукової та науково-технічної діяльності закладів вищої освіти;
- оприлюднення результатів наукової та науково-технічної діяльності закладів вищої освіти;
- міжнародне визнання закладів вищої освіти;
- практична цінність наукової та науково-технічної діяльності закладів вищої освіти.

Співставлення інформації, поданої у відкритих джерелах, дозволить здійснити об'єктивну оцінку наукового потенціалу закладу вищої освіти.

На основі поданих пропозицій, Державна аудиторська служба може вносити подання про зменшення бюджетного фінансування закладів вищої освіти на підготовку здобувачів як за окремими спеціальностями, так і в цілому.

Запропоновані заходи щодо удосконалення механізму фінансового контролю за розподілом бюджетних коштів в залежності від результатів наукової діяльності закладу вищої освіти сприятимуть більш ефективному фінансуванню університетів та підвищенню рівня української науки.

Список використаних джерел:

1. Гребень С.Є. Фінансовий контроль як інструмент державного управління закладами вищої освіти: дисертація https://drive.google.com/file/d/1L_H9HXLeWqY8ptcwgVOP2eIVZ9MKcUnB/view
2. Гребень С. (2018) Удосконалення механізму фінансового контролю за розподілом бюджетних місць в залежності від наукових результатів діяльності ЗВО. Вчені записки Університету «КРОК». 4 (52), 103–109. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2018-52-103-109>
3. Гребень С.Є. ІТ аудит як нова форма державного фінансового контролю. Матеріали за XIII міжнародна научна практична конференція «ACHIEVEMENT OF HIGH SCHOOL - 2017», (15–22.11.2017, Софія, Република Българија) Volume 4. Софія: Бял ГРАД-БГ ОДД, 2017, 92–94

КОНФІГУРАЦІЙНИЙ ПІДХІД ЯК ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМНОГО КОМПОНЕНТА СУЧАСНОГО УПРАВЛІНСЬКОГО МИСЛЕННЯ

Системний підхід авторами даного дослідження розглядається як компонент сучасного управлінського НІКС-мислення (нечіткого, інтерактивного, креативного, системного) [1]. Його основне завдання полягає в баченні і поданні будь-якого об'єкта управління як системи і як елементу більшої системи одночасно. Таке трактування дещо відрізняється від традиційного, що застосовується в сучасних організаційних концепціях. В них системний підхід представляється як взаємодія частин в організації та вивчення кожної окремої частини в контексті цілого.

Основними елементами при такому розумінні системного підходу розглядаються: вхід в систему (зазвичай ресурси, що надходять); процес перетворення ресурсів у продукт; вихід системи (продукт); зворотний зв'язок (знання про результат, яке впливає на ланцюжок у зворотному напрямку) [2]. Однак такий розгляд систем не розкриває сутності основного елемента - самої системи.

Одним з найпопулярніших і часто використовуваних в сучасній теорії організації та менеджменті підході до розкриття сутності організаційних систем можна вважати конфігураційний підхід в трактуванні Генрі Мінцберга [3].

Він відокремив, так звані, базові частини в організації - центри концентрації членів організації (центри впливу). Цей підхід реалізується під час аналізу переваг і недоліків різних організаційних структур з позиції взаємозв'язку закладених в них ступеня контролю, типу формалізації й децентралізації, системи планування й інших параметрів організаційної структури, які логічно вписуються у внутрішні стійкі зв'язки. При цьому характеристики організації представляються у вигляді природних скупчень, угруповань, кластерів або конфігурацій. Однак синонімічне об'єднання в одній групі різних видів подання характеристик призводить до втрати можливості розрізняти відмінні властивості кожного з них і, в першу чергу, конфігураційної.

Аналіз послідовності процедур проведення системного аналізу показує, що першою процедурою є розроблення конфігуратора. Тобто можна стверджувати, що конфігураційний підхід є інструментом системного підходу. Сутність конфігураційного підходу впливає з дефініції терміну «конфігурування» як логіко-методологічного прийому синтезу різнопредметних знань, різних системних уявлень про один і той самий об'єкт (різних проекцій, описаних різними мовами) [4].

При конфігуруванні різні системні уявлення в силу їх різної суті не можуть бути безпосередньо зіставлені, об'єднані, перетворені. Тому для такого прийому не існує критерію оптимальності. Основою є співвіднесення особою, що приймає рішення, різних системних уявлень про один і той самий об'єкт відносно мети конфігурації, минаючи сам об'єкт. В якості різнопредметних знань, відповідних кожній проекції, доцільно використовувати потокові представлення проекцій. Потік розглядається як безперервно виконуваний процес, який вимірюється в одиницях за певний період часу.

Так, наприклад, для опису потоку витрат на діяльність використовують параметри характерних точок потоку (час-витрати), в яких відбувається зміна швидкості наростання витрат. Тому витрати доцільно представляти у вигляді накопичених до певного моменту часу величин. Аналогічно можна представити й очікувані результати діяльності.

Принциповою перевагою конфігураційного підходу є можливість його застосування для опису багатоцільових проблем і завдань, зокрема, багатоцільових портфелів стратегічного розвитку підприємств.

При формуванні багатоцільових портфелів проектів досить часто використовується критеріальний показник «привабливість» проекту-претендента [5]. У контексті даного дослідження під привабливістю проекту будемо розуміти інтегральний показник, який визначається системними уявленнями про проект через потокові характеристики витрат, очікуваного результату, а також стратегічної важливості.

У формалізованому вигляді конфігурування проекту за показником привабливості можна представити як

$$V^i = F\left({}^{\alpha}V^j; {}^{\sigma}V^i(\rho_{\gamma}); {}^{\sigma}V^i(\rho_{\beta})\right) \quad (1)$$

де: ${}^{\sigma}V^i(\rho_{\gamma})$ – показник реалізуємості i -го проекту, який залежить від системного представлення проекту в контексті запланованих процесів його реалізації;

${}^{\sigma}V^i(\rho_{\beta})$ – показник досягненості результату i -го проекту, який залежить від системного представлення проекту в контексті затребуваності продукту проекту і умов його експлуатації;

${}^{\alpha}V^j$ – показник стратегічної важливості i -го проекту, який залежить від внеску проекту у досягнення стратегічних цілей портфеля.

Список використаних джерел:

1. Рач В.А. Применение UICS-методологии при разработке новых информационных технологий. First International Conference "Information Technologies and Interactions" (IT&I). International Journal "Information Technologies & Knowledge" Bulgaria, ITHEA Publisher Volume 8, No 4, 2014, 382-383.
2. Запара Л. А. Основні підходи до управління: еволюція і перспективи. *Агросвіт*, № 20, 2015, 16-22. http://www.agrosvit.info/pdf/20_2015/4.pdf.
3. Прахалад К. К. Стержневые компетенции корпорации // Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения / Генри Минцберг, Джеймс Брайан Куинн, Сумантра Гошал. URL: http://bigc.ru.theory/books/gmsp/c_86.php.

4. Бабайцев А.Ю. Конфигурирование. В кн.: Постмодернизм. Энциклопедия. Сост. и науч. ред. А.А. Грицанов, М.А. Можейко. Мн., Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. 1040 с. <http://www.infoliolib.info/philos/postmod/konfigur.html>.

5. Старинская А., Либерзон В. Приоритеты проектов в портфеле: баланс привлекательности и целесообразности: материалы мастер-класса, 18.09.2008. http://spiderproject.com.ua/search/index.php?q=%F1%F2%E0%F0%E8%ED%F1%EA%E0%FF&where=&how=d&PAGEN_1=12.

МИКИТЮК В.В.

магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

АЛЬКЕМА В.Г.

д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЕКТУ КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Найважливіші проблеми, які спіткають українські підприємства пов'язані зі складністю та динамічністю розвитку національного ринку в умовах глобалізації світової економіки, вибір потужної стратегії для формування конкурентних переваг та закріплення наявних конкурентних позицій, втілення у життя прогресивних сучасних технологій через світову економічну кризу. Без здійснення інноваційної діяльності підприємство не стане вносити корективи у свою продукцію, технологію, методи і стиль управління. Тобто перестане розвиватись відповідно до зовнішнього середовища, яке змінюється, а отже більше не буде ефективним щодо споживачів і втратить свою ринкову позицію.

Сучасний стан економіки країни підтверджує, що найбільш прийнятною стратегією її подальшого розвитку є інноваційний напрямок. Дослідженню шляхів його реалізації присвячені праці А. Гальчинського, В. Гейця, А. Кінаха, В. Семиноженка, В. Александрової, М. Данька, О. Лапко, О. Олійника, С. Онишка, Т. Щедріної, Ю. Корецького, В. Марцина, В. Павлова та інших авторів. Значення інновацій для підприємства О.

Мета даної роботи – на основі теоретичного та практичного матеріалу розробити інноваційний проект КП «Коломияводоканал».

Поняття «інноваційний проект» може розглядатись як: форма цільового управління інноваційною діяльністю – складна система взаємообумовлених і взаємопов'язаних за ресурсами, термінами і виконавцями заходів, спрямованих на досягнення конкретних цілей на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки; процес здійснення інновацій – це сукупність виконуваних у визначеній послідовності наукових, технологічних, виробничих, організаційних, фінансових і комерційних заходів, що приводять до інновацій [1].

Інноваційний проект – це поділ основних робіт проекту (визначених під час опису змісту) на дрібніші, більш керовані з метою: удосконалення точності оцінок вартості, часу та ресурсів; визначення основи для контролю виконання; удосконалення розподілу відповідальності [2].

В законі України «Про інноваційну діяльність» наводиться таке тлумачення, інноваційний проект – це комплект документів, що визначає процедуру і комплекс усіх необхідних заходів (зокрема інвестиційних) щодо створення і реалізації інноваційного продукту і (або) інноваційної продукції.

До основних елементів інноваційного проекту відносяться: однозначно сформульовані цілі і завдання, що відображають основне призначення проекту; комплекс проектних заходів щодо вирішення інноваційної проблеми і реалізації

поставлених цілей; організація виконання проектних заходів, тобто ув'язування їх з ресурсами і виконавцями для досягнення цілей проекту в обмежений період часу й у рамках заданої вартості і якості; основні показники проекту, у тому числі показники, що характеризують його ефективність.

Для управління інноваційним проектом необхідно приймати відповідні управлінські рішення пов'язані з визначенням цілей, організаційної структури, плануванням заходів і контролем за ходом їх виконання, направлених на реалізацію інноваційної ідеї.

Основою управління інноваційними проектами мають бути передові науково-технічні досягнення та досвід реалізацій аналогічних чи подібних проектів в тій чи іншій сфері господарювання. Крім результатів виконаної оцінки ефективності, для прийняття виважених рішень щодо підготовки, розробки, реалізації інноваційного проекту, що в сукупності характеризують інноваційний розвиток про-мислового підприємства, потрібно визначати фінансову точку беззбитковості, яка зорієнтує на мінімально можливу потужність виробництва, ефект фінансового левериджу, який дозволить запобігти невиправдано високому відсотку за кредитом, та прийнятну суму кредиту, з огляду на наявність на промисловому підприємстві короткострокової заборгованості, вартості обігових коштів та витрат майбутніх періодів.

Досвід найкращих підприємств переконливо свідчить, що досягнення низької собівартості водопостачання та водовідведення можливе за рахунок зниження виробничих витрат по всьому циклу виробництва та розподілу водного ресурсу та економічності і якості його переробки.

Комунальне підприємство «Коломияводоканал» створено з метою забезпечення споживачів міста послугами централізованого водопостачання та водовідведення. Предметом діяльності підприємства є:

безперебійне постачання якісної питної води абонента; розвиток і вдосконалення систем водопостачання та водовідведення; охорона навколишнього середовища; виконання під'єднань, будівництво водопровідних та каналізаційних мереж [3].

Розроблення інвестиційної програмив КП «Коломияводоканал» зумовлено постановою Кабінету Міністрів України 01.06.2011 №869 «Про забезпечення єдиного підходу до формування тарифів на житлово - комунальні послуги» із змінами внесеними від 02.09.2015 № 670, якою передбачено планування прибутку для здійснення необхідних інвестицій.

Відповідно до п. 18 при формуванні тарифів нацентралізоване водопостачання та водовідведення включається плановий прибуток, що передбачається для підвищення рівня надійності, доцільності та забезпечення ефективної роботи системи централізованого водопостачання та водовідведення відповідно до інвестиційної програми ліцензіата.

А також відповідно до вимог Наказу Міністерства регіонального розвитку, будівництва та житлово - комунального господарства України від 14.12.2012 № 630 «Порядок розроблення, погодження та затвердження інвестиційних програм суб'єктів господарювання у сфері централізованого водопостачання та водовідведення» з метою визначення обґрунтованості на принципах

економічної доцільності розроблено інвестиційну програму на 2019 - 2020 роки [4].

Дослідженнями встановлено, що для покращення фінансово-економічного забезпечення сфери водопостачання та водовідведення необхідні структурні зміни, як-то: розроблення стратегії розвитку сфери водопостачання та водовідведення; визначення довгострокових та короткострокових планів фінансування; перегляд та оновлення державної програми фінансування галузі; запровадження системного підходу до державного інвестування; перегляд правових норм щодо зміцнення інституту власності, захисту інтересів власників інфраструктури, захисту інтересів інвесторів та споживачів послуг, аналіз проблемних питань реалізації кредитних проектів та врахування їх під час перегляду фінансово-бюджетної системи країни.

Таким чином, стійкий, збалансований і стабільний розвиток підприємств комунального сервісно-виробничого обслуговування можливий лише на основі розробки й реалізації відповідної концепції, стратегії й урахування особливостей функціонування, виявлення й залучення резервів економічного розвитку комунальних підприємств, використання комплексу маркетингу міських послуг, прийняття обґрунтованих рішень на основі застосування інформаційних технологій, вибору раціональних методів розпорядження комунальною власністю й способів розподілу бюджетних коштів для інвестування інноваційних проектів, що буде сприяти вирішенню завдань соціально-економічного розвитку міста й чіткому безперебійному комунальному обслуговуванню промислових підприємств.

При цьому впровадження інноваційних заходів щодо поліпшення якості наданих послуг і інтенсифікації діяльності підприємств має відбуватися перш за все з урахуванням об'єктивних чинників, властивих обслуговуючим підприємствам, що обумовлюють підвищення вимог до якості обслуговування з використанням накопиченого передового закордонного і вітчизняного досвіду.

Таким чином, економічно обґрунтована доцільність реалізації проекту переведення гарячого водопостачання в м. Коломия на скидне тепло від центральних очисних споруд. Він передбачає будівництво теплонасосної станції на центральних очисних спорудах лівобережної частини міста для забезпечення гарячого водопостачання споживачів мешканців Комунарського району за рахунок використання потенціалу скидного тепла стічних вод. Станція будується на базі сучасних вискоелективних теплових насосів типу «вода – вода». Реалізація проекту дозволить скоротити споживання природного газу для приготування теплової енергії на потреби мешканців району на 6,7 млн м³/рік, що на 60 % менше від обсягу природного газу, що споживається.

Список використаних джерел:

1. Безус А.М. Стратегія підвищення інноваційної діяльності підприємства [Електронний ресурс] /А.М. Безус, М.Г. Чуйок // Ефективна економіка. —2018. — № 1. — Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
2. Василевська А. Управління проектами підприємства із використанням інформаційних технологій / А. Василевська // Вісник КНТЕУ. – № 1, 2015. – С. 99–105.

3. Офіційний сайт комунального підприємства «Коломияводоканал».- (Електронний ресурс).
– Режим доступу: <https://kpvodokanal.if.ua/кп>
4. Інвестиційна програма комунального підприємства «Коломияводоканал». -)Електронний ресурс).- Режим доступу: <https://kpvodokanal.if.ua/wp-content/uploads/2018/12/Інвестиційна-програма-на-2019-рік.pdf>

ПОПЕРЕДЖЕННЯ ТА ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТІВ – НЕОБХІДНІ ВМІННЯ ДЛЯ СУЧАСНОГО КЕРІВНИКА

Постійними супутниками життя людства є конфлікти. Де є люди, там обов'язково час від часу будуть виникати конфліктні ситуації. Кожна особистість індивідуальна, вона має своє бачення світу, власну думку, позицію та сприймає світ зі своєї точки зору, тобто є унікальною. Ці індивідуальні особливості впливають на те, як ми сприймаємо, відчуваємо, реагуємо, діємо. Громадське життя не може існувати без зіткнення різних життєвих інтересів, ідей та позицій. Це може відбуватися як між окремими людьми, так і в малих та великих групах. Там, де існує колектив людей, там постійно виникають розбіжності думок і різного роду суперечності, що нерідко переростають в конфлікти.

Увага проблематиці конфліктів, їх ролі в житті людей приділялась з давніх часів. Над цим замислювались ще древні мудреці. Навіть античні філософи, міркували над впливом конфліктів на життя людства, розглядали конфлікти як найважливішу і необхідну складову життя та розвитку. Один з них, Геракліт, вважав, що саме негативні наслідки конфліктів та війн спонукають людей прагнути миру та наполягав на тому, що війна й конфлікт є основою всіх речей.

Протягом всієї історії розвитку суспільних відносин, особливо в нові часи, конфлікти почали розглядати як головне джерело соціальних змін, як один з найважливіших типів соціальної взаємодії. Отже, конфлікти не є особливістю сучасного соціуму, вони неминучі та існують там, де є люди, тому потрібно знати, як запобігати їх негативним проявам та наслідкам, як поводити себе в процесі різних конфліктів, як вдало для всіх конфліктуючих сторін вирішувати конфлікти.

В наукових джерелах існує велика кількість визначень терміну «конфлікт». Найбільш прийнятним, на нашу думку, є визначення: « Конфлікт – це зіткнення протилежно спрямованих, несумісних одна з одною, тенденцій у свідомості окремого індивіда, у міжособистісних стосунках індивідів чи груп людей, яке (зіткнення) супроводжується негативними емоційними переживаннями» (М.Х. Мескон).

Головною передумовою для виникнення та розгортання конфлікту в соціальній групі є створення потенціалу напруженості стосовно соціальних цінностей, інтересів, потреб, очікувань. Будь-якому конфлікту передуює спірна ситуація, що включає суперечливі позиції сторін з якогось приводу, або спірні цілі та засоби їх досягнення, чи різні інтереси, мотиви, професійно – ділові установки та спрямування. Проте, як показує досвід, не завжди й не кожна спірна ситуація веде до конфлікту. Для переходу суперечки в конфліктну

ситуацію головними складовими є: важливість ситуації для учасників конфліктної взаємодії, перешкода з боку одного з учасників досягненню цілей його опонента, перевищення рівня особистої чи групової нетерпимості до наявної перешкоди, хоча б в однієї зі сторін.

Для того, щоб конфлікт почав розвиватися, необхідний інцидент - це дія однієї із сторін як формальний привід для наступу на інтереси іншої сторони. Якщо протилежна сторона відповідає тим же, конфлікт із потенційного переходить в актуальний. Інцидент може виникнути випадково, незалежно від бажання учасників, внаслідок об'єктивних причин або як результат неграмотної непрофесійної дії одного із суб'єктів. Характерними рисами конфлікту є: невизначеність результату, розходження цілей і поведінки кожної зі сторін. Конфлікти можуть бути: міжгрупові, внутрішньогрупові, міжособистісні, внутрішньоособистісні, конфлікт інтересів та цільових установок.

Дослідження показало, що розвиток конфлікту, найчастіше, відбувається з поступовим розширенням складу його учасників, а іноді й предмета конфлікту; виникнення невеликої конфліктної ситуації втягує у протидію двох суб'єктів, які, в свою чергу, залучають своїх прихильників, друзів, прибічників; пошук аргументів та дій, що спростовують інтереси протилежної сторони. Цей процес безкінечний й спрямований на розростання предмета конфлікту та складу його учасників. Для завершення конфлікту необхідно домагатися припинення дій усіх сторін його учасників, незалежно від причин, з яких почався конфлікт.

Слід зазначити, що поширеною є думка, що конфлікти – це явище негативне, деструктивне, неприємне, тому їх слід боятися та по можливості уникати, адже конфлікт – це, як показує практика, в більшості випадків призупинка та розрив нормальних, усталених соціально - психологічних відносин та зниження ефективності виробничих процесів. У той же час практика свідчить, що конфлікти можуть виконувати не тільки негативні, а й позитивні функції в колективі.

Отже, серед негативних впливів можна виділити: порушення соціально - морального комфорту в організації в цілому та для більшості її членів, розвиток емоційної нестабільності, знервованості співробітників, зниження ефективності системи комунікацій та взаємовідносин між різними структурами установи та ін. Безумовно, перераховані негативні ознаки стають завадою в досягненні спільної мети, послаблюють групову єдність та авторитет, знижують працездатність і ефективність виконання завдань, підвищують плинність кадрів тощо.

А серед позитивних функцій конфлікту слід визначити: сприяння самоаналізу особистості: осмислення власних потреб, мотивів та інтересів, виділення між ними пріоритетних; усвідомлення важливості виробничих, професійно – ділових та міжособистісних стосунків між колегами, прагнення до самовдосконалення, розкриття різних поглядів на проблему й необхідності вироблення оптимального її вирішення. Завдяки цьому створюються умови для прийняття ефективного групового рішення, формування референтних груп людей, їх об'єднання за поглядами, інтересами, готовності кожного

висловлювати свою думку, генерувати нові ідеї, виробляти нові способи взаємодії між членами колективу для виконання спільних завдань.

Для того, щоб вдало «гасити» конфлікти треба враховувати основні моделі поведінки особистості в конфлікті:

- Конструктивна модель поведінки. Особистість намагається налагодити конфлікт, націлена на пошук спільного рішення, відрізняється витримкою та самовладанням, доброзичливим ставленням до опонента. Людина з такою моделлю поведінки - відкрита в спілкуванні, лаконічна та небагатослівна.

- Деструктивна модель поведінки. Особистість постійно намагається розширити, загострити конфлікт, принижує опонента, негативно оцінює його особистість, виявляє підозрілість та недовіру до опонента, порушує етику спілкування.

- Конформістська модель поведінки. Особистість вирізняється пасивністю, схильністю до поступок, непослідовна в оцінках, судженнях, поведінці, легко погоджується з точкою зору опонента, уникає гострих питань.

Управління конфліктами — одна з найважливіших і найскладніших проблем, яка включає конкретні види діяльності, зокрема: профілактику й запобігання виникненню конфлікту, діагностику та регулювання конфлікту на основі коригування поведінки його учасників, прогнозування розвитку конфліктів і оцінку їхньої функціональної спрямованості, розв'язання конфлікту. Це цілеспрямована дія на ліквідацію (мінімізацію) причин появи конфлікту, або корекцію поведінки його учасників. Будь-який керівник зацікавлений у тому, щоб конфлікт, який виник в його організації, був якнайшвидше вичерпаний, оскільки його наслідки можуть нанести моральну і матеріальну шкоду. Керівник повинен не усуватися від вирішення конфлікту, а управляти ним й ефективно використовувати різні стилі, методи і прийоми для розв'язання складних ситуацій.

Для розв'язання конфлікту першочерговим є визначення відповідей на питання:

1. Чому сторони вступають в конфлікт?
2. Чого вони хочуть домогтися?

3. Як вони намагаються це зробити? Ці питання постають перед учасниками конфлікту на різних його стадіях, і чим раніше вони дадуть відповіді на них, тим швидше можна локалізувати конфлікт і успішно з нього вийти.

Але будь-якому керівникові необхідно пам'ятати завжди, що управління конфліктом це не тільки регулювання суперечностей, що вже виникли, але й створення умов для їх профілактики й запобігання. Саме добре поставлена робота з профілактики конфліктів забезпечує скорочення їх кількості та виключення можливості виникнення деструктивних конфліктних ситуацій.

Серед основних шляхів запобігання виникненню конфліктів в колективах можна виділити: постійну турботу про задоволення потреб і запитів співробітників, урахування індивідуально психологічних особливостей при підборі та розміщенні співробітників, дотримання принципу соціальної справедливості в будь-яких рішеннях, що торкаються інтересів колективу й

особистості, формування у співробітників психолого-педагогічної культури спілкування тощо.

Подолання конфліктів у колективі можливе тільки тоді, коли керівник уміє ефективно впливати на їх перебіг, а ще краще – коли здатний запобігати. Вміння розпізнати зародження конфлікту та заблокувати ті обставини, за яких конфлікт може виникнути, а також усунути причини, які провокують його розвиток є особливою цінністю ефективного керівника.

Список використаних джерел:

1. Виноградова В.Є. Профілактика та вирішення конфліктів: навчальний посібник. Київ, 2013.с.7-8
2. Карамушка Л.М. Психологія управління: навчальний посібник. Київ: Міленіум, 2003.с. 304-310
3. Карамушка Л.М. Психологія управління конфліктами в організації (на матеріалі діяльності освітніх організацій): монографія. Київ: Наук. світ, 2009. 268 с.

НЕДАВНИЙ В.В.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
КИРИЧЕНКО О.С.
к.е.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО АУДИТУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЛОГІСТИЧНОЇ КОМПАНІЇ

В умовах високої конкуренції та наслідків світової економічної кризи важко переоцінити значення ефективного логістичного менеджменту для будь-якого підприємства незалежно від галузевої приналежності. При цьому неминучі зміни рівня ефективності логістичних бізнес-процесів вимагають здійснення відповідного аналізу, контролю і прийняття адекватних управлінських рішень. У світовій практиці управлінської діяльності дієвим інструментом для досягнення цих цілей визнаний логістичний аудит.

Налагоджена система логістики на підприємстві передбачає наявність висококваліфікованого та компетентного персоналу, сучасного складського і транспортного устаткування, високопродуктивних технологій. З різних причин ще не всі підприємства або компанії готові до реалізації системних проектів в області логістики: не готова сама організація, система управління, персонал. З іншого боку, консультанти з логістики, як правило, пропонують рішення в тих функціональних областях, в яких вони компетентні

Системний логістичний аудит більше затребуваний для промислових підприємств, що реалізують широкий комплекс функцій, пов'язаних із закупівлями, виробництвом і збутом продукції, а також для великих торгових компаній. Проте, останнім часом відзначається зростаюча зацікавленість в цій послугі середнього і малого бізнесу.

Багато зарубіжних та вітчизняних вчених і практиків зачіпали в своїх роботах проблеми логістичного аудиту. Серед них можна виділити Біліченко В. В., Буреннікова Ю. Ю., Зірянова В. В., Інютіна К. В, Ларіну Р. Р., Окландера М. А, Посилкіна О. В., Сергєєва В. І., Ташбаєва І. Е., Хромова О. П. та інших. Однак кожен з них розглядав певний аспект цього економічного інструменту, виходячи з поставлених завдань.

При цьому, як будь-яке нове поняття, логістичний аудит збагатився безліччю визначень і трактувань з позицій науки і практики, що в цілому позитивно, так як характеризує розвиток і інтерес до цього явища. Одночасно потребує деталізації питання внутрішнього аудиту системи управління якістю.

Метою дослідження є вивчення особливостей проведення внутрішнього аудиту системи управління якістю логістичної компанії.

Логістичний аудит – перспективний інструмент аналізу в логістиці, який дозволяє виявляти приховані проблеми всіх складових ланцюжка поставок, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки і пропонувати шляхи вирішення цих проблем як на рівні всієї логістичної системи (підприємства), так і в окремих функціональних областях.

Однією з характерних рис логістичного аудиту є відсутність єдиного алгоритму і методики його проведення на підприємствах, а результати логістичного аудиту повинні задовольняти завчасно поставленим цілям.

Ключовий принцип логістичного аудиту – просування від загального до конкретного: від глобальних цілей і показників операційної роботи до причин низької ефективності, продуктивності і втрачених можливостей і тільки після цього – до детального дослідження обраних сфер діяльності підприємства. Відповідно до цього принципу вивчаються поточні стратегії і цілі компанії, які можуть вплинути на логістику або на які, навпаки, може вплинути логістика.

У ході аудиту виявляються сильні і слабкі сторони логістичної системи підприємства; визначаються позитивні і негативні тенденції; виявляються можливості для розвитку та оптимізації діяльності; уточнюються випадки неефективного використання ресурсів; проводиться оцінка рівня конкурентоспроможності продукції (послуги) і підприємства і т. д.

В загальному розумінні під аудитом розуміють системний процес отримання та оцінки об'єктивних даних про економічні дії і події. Аудит встановлює рівень їх відповідності заявленим критеріям і надає результати зацікавленим користувачам. Синонімами терміна є «дослідження», «діагностика», «вивчення» [2].

Аудит логістики – це метод ідентифікації існуючих невідповідностей між декларованим та фактичним станом, впроваджуваних або функціонуючих логістичних систем, а також оцінки їх результативності [21]. Логістичний аудит в такому представленні охоплює дослідження логістичної системи відносно прийнятої моделі і положень, з метою, по-перше, встановлення неузгодженості та відхилень від ідеальної моделі системи, процесу, прийнятих процедур, виробу, організації, по-друге, пропозиції стосовно розроблення комплексу заходів для наближення до цієї ідеальної моделі з елімінуванням виявлених відхилень.

Мета проведення аудиту – створення бази даних, яку можна використовувати для оцінки компонентів логістичної системи, виявлення можливостей підвищення ефективності і продуктивності. Для цього виявляються, збираються і аналізуються дані, що описують поточні витрати і рівень обслуговування внутрішніх і зовнішніх клієнтів [1].

В аудиті логістики виокремлюють «зовнішній» та «внутрішній» аудит. Зовнішній аудит визначається як ревізія фінансових звітів установ, зобов'язаних до перевірки обліку і фінансової звітності. Його здійснюють незалежні особи (аудитори), аудиторські фірми, переважно з ініціативи господарських суб'єктів, а також у випадках, передбачених чинним законодавством.

Витрати на проведення зовнішнього аудиту зараховують до собівартості товарів, робіт, послуг [17]. Тобто основними елементами зовнішнього аудиту є незалежні особи (аудитори), метою діяльності яких є перевірка обліку та фінансової звітності.

В літературі з логістики «зовнішній аудит» логістики трактується по-іншому. Зокрема, у джерелах [23], [12] трактують це поняття не як аудит, що

проводиться незалежними учасниками, а як аудит, зосереджений на аспектах зовнішнього середовища, тобто такий, що виходить за межі підприємства, але водночас проводиться зусиллями власних його працівників без залучення зовнішніх аудиторів.

Поняття «внутрішнього аудиту» є результатом пошуків способів покращання інформаційних процесів і процесів прийняття рішень, тобто процесів управління. Внутрішній аудит визначають як «дослідження і оцінку адекватності та ефективності систем внутрішнього контролю установи, а також якості діяльності при реалізації доручених їй завдань». У такому трактуванні внутрішній аудит здійснюється інституціональною контрольною комісією, створеною керівником організації для ідентифікації існування і результативності діяльності системи внутрішнього контролю [20].

Аудит логістики слід прирівняти за значенням до аудиту бухгалтерського обліку [20]. Досить часто проведення системного логістичного аудиту компанії доручають експертам, що спеціалізуються на вирішенні проблем в цій галузі.

Логістична система функціонує завдяки ресурсному забезпеченню, складовими якого є фінанси (оплата товару, покриття витрат пов'язаних з логістичної діяльністю), люди (управляють логістичними потоками та забезпечують їх фізичне переміщення) та матеріальні ресурси (необхідні для переміщення логістичних потоків у просторі та часі).

Одним із важливих інструментів забезпечення взаємодії процесів, які реалізуються на підприємстві, в тому числі і логістичних процесів. застосовується міжнародний стандарт ІСО 9000.

Таким чином, під логістичним аудитом розуміють періодичну перевірку стану окремих компонентів логістичної системи і ефективність виконання логістичних функцій/операцій. Результати досліджень основних аспектів формування зовнішнього та внутрішнього аудиту логістики дають можливість стверджувати, що ці два напрями, так само як і аудит логістики, потребують певного удосконалення, зокрема, для розвитку на ринку аудиту логістики необхідно здійснювати підготовку аудиторів з логістики, які б взяли на себе функцію незалежних учасників та сформувавши відповідне середовище функціонування зовнішнього аудиту логістики, яке сьогодні, на жаль, представлене тільки у вигляді елементів внутрішнього аудиту.

Список використаних джерел:

1. Байда Е.А. Подходы к оценке качества логистических услуг // *Архитектурно-строительный и дорожно-транспортный комплексы: проблемы, перспективы, новации: материалы Междунар. науч.-практ. конф.: Электронный ресурс.* –2016. – С.972-976.
2. Біліченко В. В. *Основи логістики : навч. посіб. / В. В. Біліченко, Ю. Ю. Буренніков, С. О. Романюк ; М-во освіти і науки України, Вінниц. нац. техн. ун-т. — Вінниця : ВНТУ, 2017. — 128 с.*
3. *Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / Под. общ. и научн. ред. проф. В.И. Сергеева. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 976 с.*
4. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту : тези доп. XII Міжнар. наук.-практ. конф. : Львів, 25–27 жовт. 2018 р. / Нац. ун-т "Львів. політехніка" [та ін.]. — Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2018. — 295 с.*

5. Окландер М.А., Хромов О.П. *Промислова логістика: Навчальний посібник.* – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 222 с.
6. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. *Стратегическое управление логистикой: Пер. с 4-го англ. изд.* – М.: ИНФРА-М, 2005, XXXII. – 797 с.
7. Поплавський А. В. *Логістика : навч. посіб.* / А. В. Поплавський, О. Ю. Хохлюк, С. С. Горобець ; М-во освіти і науки України, Вінниц. нац. техн. ун-т. — Вінниця : ВНТУ, 2017. — 99 с.

ПРОБЛЕМАТИКА УДОСКОНАЛЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ ЛОГІСТИЧНОЇ СЛУЖБИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ БУДІВЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ В УКРАЇНІ

В умовах сучасної дійсності на ринку підприємств будівельної індустрії менеджмент підприємств змушений постійно вирішувати проблеми, пов'язані з ефективним управлінням матеріальними ресурсами. У будівництві застосовується близько 20% результатів виробництва промислової сфери [2; 4]. Тому ефективність функціонування підприємств будівельної індустрії на пряму залежить від впровадження існуючих систем управління постачальними, виробничими, транспортними та збутовими процесами, що використовуються при будівництві об'єктів. Це викликає необхідність розробки та запровадження сучасних підходів до управління процесами підприємств будівельної індустрії та їх удосконалення з урахуванням сучасних технологій у будівельній сфері.

Впровадження нових процесів в будівництві (взаємозв'язок між виробництвом, постачанням, транспортно-складськими операціями та збутом) зумовлює необхідність вдосконалення логістичного підходу.

Організаційними питаннями вдосконалення функцій логістики на підприємстві займалися такі закордонні вчені, як Дейвід Клосс, Джоналд Бауерсокс, Алесинська Т. В., Кондрашов С.В., Стаханов В.Н. та вітчизняні науковці - Крикавський Є. В., Чухрай Н. І., Гірна О.М. та інші.

Були розглянуті такі питання, як ефективність функціонування служби логістики, завдання служби логістики, фактори впливу на ефективність логістики тощо.

Незважаючи на те, що науковці розглядали питання формування управлінських структур щодо логістики, наразі все ще актуальним є визначення основних механізмів формування менеджменту та аудиту системи логістики на підприємстві в конкретних умовах діяльності з урахуванням галузевої специфіки та їх удосконалення.

Метою дослідження є вивчення питань впровадження менеджменту та аудиту системи логістики на підприємстві з урахуванням галузевої специфіки підприємств будівельної індустрії.

У ході дослідження було проведено аналіз наявності систем контролю за логістичними процесами на підприємствах будівельної індустрії, аналіз витрат на окремі види діяльності, а також на загальні логістичні витрати. Виходячи із результатів дослідження було виявлено скорочення логістичних витрат. Цілеспрямоване використання ефекту зниження загальних логістичних витрат можливе тільки в інтегрованій логістиці. Тому для ефективного вирішення логістичних задач необхідне створення окремого підрозділу – відділу аудиту та менеджменту логістики на підприємстві. Основна задача такого відділу на підприємстві – це налагодження відносин між функціональними областями

логістики на підприємстві, а також між співробітниками функціональних підрозділів для оптимального забезпечення досягнення цілей логістичної системи підприємства.

Логістична система підприємства буде працювати під керівництвом відділу аудиту та менеджменту логістики. Для ефективної організації бізнес-процесів шляхом впровадження нового відділу доцільно розподілити зв'язки на вертикальні (функціональні), горизонтальні (процесні), а також впровадити варіантне проектування організаційної структури, що дозволить прийняти найбільш раціональне рішення.

Для подальших досліджень важливо правильно спроектувати організаційну структуру підприємства будівельної індустрії при запровадженні аудиту та менеджменту логістики. При цьому при проектуванні нової структури необхідно дотримуватися системного підходу та розробити комплекс взаємопов'язаних заходів із урахуванням індивідуальних особливостей кожного будівельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Денисенко, М. П. та ін. *Організація та проектування логістичних систем: підручник* / За ред. проф. М. П. Денисенка, проф. П. Р. Лековця, проф. Л. І. Михайлової. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 336 с.
2. Стаханов, В. Н. *Логістика в будівництві: навч. посібник* / В. Н. Стаханов, Є. К. Івакін. – М.: «Вид. Пріор», 2001. – 176 с.
3. *Логістика [Текст] : навч. посіб.* / О. М. Тридід, Г. М. Азаренкова, С. В. Мішина, І. І. Борисенко. – К.: Знання, 2008. – 566 с.
4. *Оптимізація бізнес-процесу для глобальної конкуренції [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <http://www.managment.com.ua/cm/cm036.html>.
5. *Переваги моделювання бізнес-процесів – Бізнес-консалтинг 3D VOK Group.* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://3dvok.com/ua/modeling-advantages>.
6. Чухрай Н. *Формування ланцюга поставок: питання теорії і практики [Текст] : монографія* / Н. Чухрай, О. Гірна. – Львів: «Інтелект-Захід», 2007. – 237 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗАГАЛЬНООСВІТНІМИ НАВЧАЛЬНИМИ ЗАКЛАДАМИ

Реформування освіти в Україні ставить перед загальноосвітніми навчальними закладами нові завдання: формування усебічно розвиненої і здатної до критичного мислення особистості, патріота з активною життєвою позицією, інноватора, здатного змінювати навколишній світ і розвивати економіку за принципами сталого розвитку. Для їх вирішення необхідним є переосмислення мети та змісту навчально-виховного процесу, управління навчальними закладами, ролі адміністрації й педагогічного колективу. Тому особливої актуальності набуває удосконалення системи управління загальноосвітніми навчальними закладами та їх адаптація до роботи у нових умовах.

Проблеми управління загальноосвітніми навчальними закладами висвітлювались у працях В.Г. Алькеми [1], О.Й. Дем'янюка [2], С.Г. Немченка [6], З.М. Онишківа [7], А.І. Романчука [8] та інших. Їх аналіз свідчить про наявність теоретичної основи для побудови ефективної системи управління. Водночас, незважаючи на значні успіхи в окресленій сфері, ця проблематика залишається актуальною і до кінця не вирішеною.

Мета дослідження – теоретичне обґрунтування системи управління загальноосвітніми навчальними закладами у контексті реформування освіти України. Завдання дослідження – виділення складових і етапів процесу управління загальноосвітніми навчальними закладами. Об'єкт дослідження – процес управління загальноосвітніми навчальними закладами. Предмет дослідження – теоретичні та практичні основи процесу управління загальноосвітніми навчальними закладами.

Аналіз наукових джерел [2; 6; 8] дозволяє визначити управління загальноосвітнім навчальним закладом як діяльність, що забезпечує планомірний і цілеспрямований вплив на управлінську систему для досягнення мети та завдань її функціонування. Управлінська система включає сукупність людських, матеріальних, технічних, інформаційних, нормативно-правових та інших складових, пов'язаних між собою так, що завдяки цьому здійснюється процес управління та реалізуються управлінські функції. Обов'язковою умовою функціонування системи є обмін інформацією між суб'єктом й об'єктом управління та прийняття відповідних рішень.

В Україні сформовано відповідну систему управління освітою. Зокрема, Законом України «Про освіту» визначено систему органів державного управління освітою і систему органів громадського самоврядування. У статті 24 вказано, що управління закладом освіти в межах повноважень, визначених

законами та установчими документами цього закладу, здійснюють: засновник (засновники); керівник закладу освіти; колегіальний орган управління закладу освіти; колегіальний орган громадського самоврядування; інші органи, передбачені спеціальними законами та/або установчими документами закладу освіти [3].

Процес управління загальноосвітніми навчальними закладами охоплює загальні та об'єднувальні функції, методи управління, управлінські рішення, комунікації й передбачає здійснення кількох послідовних етапів [4; 5; 7]:

1. Реалізація функцій управління. Управління загальноосвітніми навчальними закладами здійснюється шляхом реалізації загальних функцій, а саме, планування, організування, мотивування, контролювання і регулювання.

2. Формування методів управління як результатів реалізації функцій управління. Реалізація функцій управління здійснюється через організаційні, педагогічні, соціально-психологічні та економічні методи.

3. Формалізація методів в управлінські рішення. Особливість цього етапу полягає у створенні механізмів трансформації методів у накази, розпорядження, вказівки тощо.

4. Забезпечення управлінського впливу на засадах керівництва.

Реалізація розглянутих етапів супроводжується комунікаціями, тобто, процесами обміну інформацією між працівниками, підрозділами, іншими організаціями.

Набуття загальноосвітніми навчальними закладами права самостійно приймати рішення у межах своєї автономії, що визначено Законом України «Про освіту», спеціальними законами та установчими документами стимулює їх створювати, впроваджувати й здійснювати комерціалізацію освітніх, інтелектуально-продуктових, організаційних і соціальних інновацій, які дозволяють їм конкурувати як на внутрішньому так і зовнішньому освітянському ринках [1]. Впровадження інновацій вносить якісні зміни у діяльність самих навчальних закладів: підвищується рівень надання освітніх послуг, зростає професійна компетентність педагогічного колективу та збагачується матеріально-технічна база навчальних закладів.

Таким чином, управління загальноосвітніми навчальними закладами базується на дотриманні чинного законодавства у галузі освіти, здійсненні процесу управління, що охоплює загальні та об'єднувальні функції, методи управління, управлінські рішення і комунікації, а також застосування інновацій у різних сферах своєї діяльності. У підсумку це сприяє розвитку навчальних закладів, виведенню їх на якісно новий рівень і вирішенню завдань, які стоять перед ними на сучасному етапі.

Список використаних джерел:

1. Алькема В.Г. Автономія закладів загальної середньої освіти – як основний принцип впровадження системних інновацій / З.М. Карпенко, В.Г. Алькема // Актуальні питання сучасної науки та практики: матеріали науково-практичної конференції (м. Київ, 15 листопада 2018 р.) - К.: Університет "КРОК", 2018. - С.429-433.
2. Дем'янюк О.Й. Вплив внутрішнього середовища на ефективність управління закладом середньої освіти / О.Й. Дем'янюк // Педагогічний пошук. - 2017. - № 4. - С. 12-16.

3. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017 р. № 2145-VIII [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
4. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. *Основи менеджменту: Підручник*. – 2-е вид., випр., допов. – К.: «Академвидав», 2007. – 464с.
5. Мазаракі А.А. *Основи менеджменту: підручник для студентів вищих навчальних закладів / кол. авторів; за ред. А. А. Мазаракі*. – Харків: Фоліо, 2014. – 846 с.
6. Немченко С.Г. *Управління навчальним закладом : Підручник для магістрантів педагогічних університетів / С.Г. Немченко, О.Б. Голік, О.А.Кривильова, О.В. Лебідь*. – Донецьк : ЛАНДОН-ХХІ, 2012. – 516 с.
7. Онишків З.М. *Основи управління закладом загальної середньої освіти : навчальний посібник / З.М. Онишків – Тернопіль : Навчальна книга – Богдан, 2018. – 192 с.*
8. Романчук А.І. *Управління навчально-виховним процесом початкової школи в сучасних умовах / А.І. Романчук // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи. - 2018. - Вип. 65. - С. 129-132.*

МІСЦЕ ПРИВАТНИХ ДОШКІЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ В СИСТЕМІ ОСВІТИ УКРАЇНИ

Дошкільна освіта є обов'язковою первинною складовою частиною системи безперервної освіти в Україні [1], а дитячі садочки це система навчально-виховних закладів, призначених для цілеспрямованого початкового навчання і виховання наймолодших громадян нашої держави. Її функціонування регламентоване Конституцією України, законами України «Про освіту», «Про дошкільну освіту», «Про охорону дитинства», Конвенцією ООН про права дитини.

В сучасних умовах органи управління освітою, в першу чергу центральний орган – Міністерство освіти і науки України, приймають необхідні рішення щодо зміни освітнього законодавства та вдосконалюють структуру освітніх закладів. Враховуючи нові вимоги до якості і змісту освіти, демографічні та міграційні процеси, створюються з метою регулювання відносин між всіма зацікавленими сторонами нові механізми, які працюють на розвиток української освіти.

Питанням розвитку сучасної дошкільної освіти та системи дошкільних навчальних закладів різних типів займались науковці О. Венгловська, Т. Дегтяренко, Т. Дука, Н. Лазарович, Л. Пісоцька, Л. Покроєва, Т. Степанова, М. Федорова, які започаткувати дослідження проблеми розвитку системи дошкільних навчальних закладів різних типів в Україні. Але нажаль питання приватних дошкільних закладів в науковій літературі висвітлено недостатньо.

Протягом останніх років в системі дошкільної освіти зростає кількість приватних дитячих садочків. Це пов'язано з браком місць у державних садочках та їх інфраструктурою, а також з все більш зростаючою потребою якісної освіти та дозвілля дітей, що призводить до розвитку нових типів соціально-відповідальних бізнесів. Перш за все, це приватні та домашні дитячі садочки, клуби, школи раннього розвитку тощо.

Після набуття Україною незалежності соціальні та економічні зміни в українському суспільстві у 90-і роки призвели до падіння народжуваності, яке тривало по 2001 рік (376.4 тис. новонароджених) [2]. Демографічні зміни сприяли зменшенню кількості дитячих дошкільних закладів і поступовій депрофесіоналізації кадрів. За період зменшення чисельності вихованців у дитячих садках з початку 1995 року, значна частина приміщень не використовувалася й в подальшому була піддана реорганізації, перепрофілюванню чи продажу. У 2011 році збільшилась народжуваність до 502.6 тис., в результаті чого практично на всій території України гостро постала проблема у приміщеннях державних дитячих садочків та забезпеченні дітей місцями. В регіонах, де темпи народження були вищими – проблема постала в

більш гострій формі. Варто зазначити, що у 1992 році не було зафіксовано дефіциту місць при на багато вищих темпах народження у 1985-1990 роках, адже дитячі садки були побудовані в достатній кількості як органами влади так і промисловими підприємствами. Проте в часи гострої економічної та демографічної кризи сотні дошкільних закладів були закриті.

13 липня 2011 року, Кабінет Міністрів України опублікував постанову № 752 «Про створення Єдиної електронної бази з питань освіти». Станом на 1 вересня 2017 року черга в дитячі садки в Україні нараховувала 52,2 тисячі дітей. Особливо гостро питання стоїть у великих містах, де проживають найбільше дітей дошкільного віку. Наприклад, у Києві очікують на місце в садочку понад 8,5 тисяч дітей, а в Одеській області – понад 9 тисяч дітей [3]. Згідно з офіційною статистикою на кінець 2017 р. в Україні працювало 15433 заклади дошкільної освіти усіх форм власності, які розраховані на 1 млн. 125 тис. дітей. із них 14907 закладів дошкільної освіти, що мають статус юридичної особи, кількість дітей у них становила 1335 тис. осіб. Але цього недостатньо щоб забезпечити всіх бажаючих, тож зберігалася тенденція перевантаженості закладів дошкільної освіти у більшості регіонів країни. У Міністерстві освіти визнають, що сьогодні у групах, де має бути до 20 дітей, навчається до 40 [3]. Через те, що у групах забагато малюків, збільшується рівень захворюваності і вихователям складно приділяти достатню увагу всім дітям.

Виходячи з статистичних показників, поки що не помітно, що ситуація в даній сфері зміниться на краще. За даними МОН сьогодні в Україні забезпечення доступності здобуття дошкільної освіти дітьми дошкільного віку та необхідних умов функціонування і розвитку мережі закладів дошкільної освіти (ЗДО) є одним із пріоритетів державної політики на 2017–2019 роки [4], проте сьогоднішній брак дошкільних закладів для дітей породжує різні соціальні негативні наслідки. Серед них: черги на влаштування у дитячий садочок; переповнені групи дітьми; корупція яка супроводжує процес зниження відповідальності персоналу за зміст та якість послуг; випадки отруєння та каліцтва дітей; соціальна занедбаність дітей коли дитячий садочок є недоступним, а батьки не в змозі приділити уваги розвитку своїх нащадків; діти не відвідують дитячі садки, особливо це стосується сільської місцевості, де високий рівень безробіття та низький рівень розвитку соціальної інфраструктури.

Тому у великих містах батьки почали вирішувати проблему нестачі місць в дошкільних закладах освіти самостійно, створюючи приватні садки. Зокрема, в Києві легально працюють 33 дошкільних навчальних закладів різних типів приватної форми власності та 52 суб'єкти підприємницької діяльності, які пройшли процедуру легалізації, отримали ліцензію на право здійснення освітньої діяльності за рівнем дошкільної освіти. Міністерство освіти готове всіляко підтримувати такі ініціативи, і навіть з 2010 року запровадило дитячі садки сімейного типу та корпоративні [3]. З метою покращення стану із влаштуванням дітей до закладів дошкільної освіти до 2020 р., прийнято розпорядження кабміну України [5]. Також розроблено план про створення додаткових місць для дітей дошкільного віку, відповідно з 2017 р. до 2020 р.

передбачено створити додатково 96 тис. місць. Завдяки цим заходам упродовж 2017 р. черга в заклади дошкільної освіти скоротилась на 40,2% у порівнянні з 2016 р. і майже удвічі в порівнянні з 2015 р. Проте на кінець 2017 р. у черзі все ще перебувало 46 898 дітей, тобто проблема не вирішена. В такій ситуації батькам лишається декілька варіантів виходу з даної проблеми: виховувати дітей вдома; використовуючи додаткові аргументи та мотивацію в конкурентно-спроможній боротьбі з іншими батьками забезпечувати місце власній дитині у дошкільній освіті; за наявності коштів віддавати діток до приватних навчальних закладів.

В умовах недостатнього фінансування з боку держави саме приватні дошкільні заклади допоможуть вирішити проблему дошкільного виховання дитини. Бо саме приватні заклади дошкільної освіти сприяють всебічному розвитку особистості дитини: високопрофесійний персонал; індивідуальний підхід до кожної дитини; наявність різних навчальних програм і курсів, що максимально спрямовано на розвиток талантів у дитини; процедура оформлення в садочок, без електронних черг; мала чисельність груп; комфортні сучасні приміщення із безпечними сертифікованими навчальними матеріалами та іграшками; повноцінне харчування; атмосфера довіри, любові та поваги до особистості дитини; відеоспостереження та безпека дитини.

Підсумовуючи вищесказане можна зробити висновок, що для прискорення вирішення проблеми яка пов'язана з недостатньою кількістю місць в дошкільних навчальних закладах України необхідно подальше сприяння державою в розвитку приватних дошкільних закладів.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про дошкільну освіту» від 11.07.2001 № 2628-III. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2628-14>.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Дитячі садочки: статистика, дефіцит, шляхи вирішення проблеми Електронний режим Режим доступу <https://www.irpin.online/dytyachi-sadochky-statystyka-defitsyt-shlyahy-vyrishennya-problemy/>
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану дій на 2017–2019 роки поетапного створення додаткових місць у закладах освіти для дітей дошкільного віку» від 06.12.2017 № 871-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/871-2017-%D1%80>
5. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження середньострокового плану пріоритетних дій Уряду до 2020 року та плану пріоритетних дій Уряду на 2017 рік» від 03.04.2017 № 275-р. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/275-2017-%D1%80>.

*ПЕКНА Г.,Б.
к.е.н, доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
НИКОЛИН Б.,Б.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ринкової економіки серед різноманітності проблем, зв'язаних із забезпеченням нормального та ефективного розвитку підприємств та організацій, однією із головних є проблема управління персоналом. В найближчому майбутньому найкращого розвитку досягнуть ті підприємства, які роблять головну ставку на людські ресурси та управління ними.

Зараз весь світ працює над проблемою удосконалення системи управління персоналом на підприємствах різних форм власності. Управління персоналом (менеджмент персоналу) — це діяльність організації, спрямована на ефективне використання людей (персоналу) для досягнення цілей, як організації, так і індивідуальних (особистих) [1].

Персонал підприємства є ключовим фактором розвитку, тому коли підприємство проявляє турботу про своїх працівників, ці результати обов'язково позначаються на його діяльності. Ось чому персоналом треба управляти на основі найважливіших аспектів теорії і практики менеджменту. Основними завданнями кожного підприємства, незалежно від форми власності, типу підпорядкування, розміру тощо, повинно бути забезпечення ефективної системи управління персоналом. Виходячи на вітчизняний та світовий товарний ринки керівники підприємств зіткнулися з непристосованістю досвіду роботи з кадрами при плановій економіці до нових умов господарювання [2].

Незважаючи на такі позитивні аспекти, як гарантованість зайнятості, соціальний захист працівників, в радянській системі кадрового менеджменту були такі негативні аспекти як: відсутність системи добору працівників (бо існував централізований розподіл випускників навчальних закладів); прийняття на керівні посади за партійною ознакою; відсутність системи мотивації і стимулювання ефективної роботи.

Кожне підприємство рано чи пізно приходять до висновку, що персонал — це її головний ресурс. У сучасному конкурентному середовищі складно чимось кардинально відрізнятись від конкурента: усі ресурси майже однаково доступні на ринку. Тому кілька років тому почала дуже активно розвиватися тенденція вкладання коштів у розвиток персоналу. Адже хочемо ми цього чи ні, саме від людей, які працюють в компанії, залежить її успіх на ринку, якість товарів чи послуг і, певна річ, її популярність серед клієнтів. Для більш чіткої організації системи управління персоналом на підприємстві розробляють концепцію управління персоналом, що деталізує напрямки кадрової політики, які прийняті в стратегічному плані розвитку підприємства [3]. Мета концепції управління персоналом - створення системи, що ґрунтується, в основному, не на

адміністративних методах, а на економічних стимулах і соціальних гарантіях, орієнтованих на зближення інтересів працівника з інтересами підприємства в досягненні високої продуктивності праці, підвищенні ефективності виробництва, одержанні найвищих економічних результатів діяльності підприємства [4].

Оснoву концепції управління персоналом підприємства складають: розробка принципів, напрямків та методів управління персоналом; урахування роботи з персоналом на всіх рівнях стратегічного планування підприємства; впровадження нових методів і систем навчання та підвищення кваліфікації персоналу; визначення та проведення скоординованої єдиної тарифної політики й оплати праці; розробка і застосування на підприємстві економічних стимулів і соціальних гарантій; розробка заходів щодо соціального партнерства.

Оснoву концепції управління персоналом підприємства в даний час складає зростаюча роль особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати і направляти у відповідності із завданнями, що стоять перед підприємством. Система управління персоналом, яка склалась на провідних вітчизняних підприємствах під впливом запровадження прогресивних зарубіжних технологій управління персоналом та набуття власного досвіду, включає підсистеми :

До аналізу планування персоналом належать розробка кадрової політики, розробка стратегії управління персоналом, аналіз кадрового потенціалу та ринку праці, кадрове 11 планування, прогнозування потреб у персоналі, організація реклами та встановлення взаємодії із зовнішніми організаціями, що забезпечують підприємство кадрами. Підбір та наймання персоналу: проведення співбесід, тестів, анкетування для вияву інтелектуального рівня, професіоналізму та інших необхідних якостей. Оцінювання персоналу: персональна оцінка рівня знань, умінь, майстерності та особистісної відповідальності; оцінка виконуваної роботи та її результатів. Організація навчання та підвищення кваліфікації персоналу: навчання персоналу, перепідготовка та підвищення кваліфікації, введення в посаду, організація кадрового зростання, реалізація службово-професійного просування та кар'єри співробітників [5].

До атестації і ротації кадрів відноситься: проведення заходів, спрямованих на вияв відповідності результатів діяльності, якостей і потенціалу особистості працівника вимогам, що висуваються до виконуваної роботи. Мотивація персоналу: розробка систем мотивації, вироблення систем оплати праці, участі персоналу в прибутках і капіталі підприємства, розробка форм морального стимулювання персоналу. Облік співробітників підприємства: облік прийому, переміщення, винагород співробітників та стягнень з них, звільнення персоналу, організація ефективного використання персоналу, управління зайнятістю персоналу, кадрове діловодство. Організація трудових відносин на підприємстві: оцінювання виконання персоналом своїх функціональних обов'язків, формування у співробітників почуття відповідальності, аналіз та регулювання групових і міжособистісних відносин, управління виробничими конфліктами та стресами, соціально-психологічна діагностика, встановлення

норм корпоративної культури, робота зі скаргами на трудові відносини. Створення умов праці: створення безпечних умов для праці співробітників; дотримання норм психофізіології праці, ергономіки, технічної естетики, кадрова безпека. Соціальний розвиток та соціальне партнерство: організація харчування, медичного і побутового обслуговування, відпочинку та культурно-оздоровчих заходів, управління конфліктами та стресами, організація соціального страхування. Правове та інформаційне забезпечення процесу управління персоналом: вирішення правових питань трудових відносин, підготовка нормативних документів, що їх регулюють, забезпечення необхідною інформацією всіх підрозділів управління персоналом [6].

Висновки. Успіх управління персоналом визначається двома основними чинниками: здатністю підприємства чітко визначити, яка поведінка працівників потрібна для досягнення його стратегії, і можливістю застосовувати ефективні управлінські важелі для спрямування працівників на бажану поведінку. Обидва завдання однаково важливі й складні, особливо в умовах ринкової трансформації економіки.

Найважливішими особливостями сучасного процесу вдосконалення управління персоналом є [7]: розширення повноважень виконавців на місцях і зміна форми контролю; спільне прийняття господарських рішень і створення атмосфери довіри на підприємстві; розвиток механізмів планування кар'єри для ключових працівників; комплексне бачення проблем і цілісний підхід до людських ресурсів у взаємозв'язку зі стратегічними установками підприємства; створення корпоративної культури інноваційного типу. Отже, управління персоналом ефективно настільки, наскільки успішно співробітники організації використовують свій потенціал для реалізації поставлених перед нею цілей і наскільки ці цілі є досягнутими. Таким чином для того, щоб створити дієву систему менеджменту на підприємстві, розробити власну організаційну філософію управління персоналом, кожному підприємству необхідно виходити із власного досвіду роботи зі своїми працівниками, а крім того запозичати практику провідних вітчизняних та світових компаній.

Список використаних джерел:

1. Галенко В.П. Управління персоналом і ефективність підприємств. [Текст] / В.П. Галенко. - СПб: СПбГУЕФ – 2014. - 54 с.
2. Кибанова А.Я. Управління персоналом [Текст] / flood ред. Кибанова А.Я., Шекшня С.В. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 62 с..
3. Марр Р. Людські ресурси управління. [Текст] / Марр Р., Фластер А. - М.: Справа, 2017. С.11-22
4. Людина і праця: словник [авт.-уклад. Маслов е.В.] [Текст] - 2016. №1.- 127 с.
5. Федорняк Л.С. Сутність поняття "персонал" підприємства [Текст] / Федорняк Л.С. // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. - Дніпропетровськ. - 2017. - Вип. 181: Т 7. - С. 12- 33.
6. Николенко Н.П. Менеджмент людських ресурсів [Текст]: [практическое пособие] / Н.П. Николенко; Н.П. Николаенко. - Москва: Страхование Ревю, 2018. - 356 с.
7. Мельничук Д.П. Трудовий потенціал в системі оцінки людського капіталу України [Текст] / Д.П. Мельничук // Вюник ЖДТУ. Економічні науки. - 2007. - № 4(42). - С. 219-181.

*ПЕКНА Г.Б.
к.е.н, доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ДАРАГА П.А.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Економічна безпека підприємства передбачає найбільш ефективне використання ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування економічної системи. Формування дієвої системи економічної безпеки підприємства означає максимально ефективне використання ресурсного потенціалу підприємства, створення адекватних організаційних структур, розробка відповідних механізмів і засобів реагування, що забезпечує стабільне функціонування підприємства на теперішньому етапі та стійкий розвиток у майбутньому.

Питання сутності та складу системи економічної безпеки підприємства ще не знайшло фінального вирішення і не має чіткого універсального формулювання. Однак, на нашу думку, систему економічної безпеки підприємства можна трактувати як концептуальну категорію, яка визначає стратегічні рамки в управлінні загрозами і є сукупністю об'єктів, суб'єктів, функціональних складників, методики оцінювання та заходів (процесів, процедур) із забезпечення економічної безпеки підприємств.

Об'єктом системи економічної безпеки підприємства є його стійкий економічний стан нині та в майбутньому. Об'єкти конкретизуються за видами ресурсів (фінансові, організаційні, кадрові, управлінські, інтелектуальні, комунікаційні, інформаційні, матеріальні (товари, майно, техніка) і технологічні), видами діяльності та показниками, які планується підвищити для убезпечення підприємства (наприклад, фінансово-економічні, виробничі тощо). Відповідно виокремлюють дві групи суб'єктів системи економічної безпеки підприємства - внутрішні та зовнішні.

За результатами вивчення економічної літератури виявлено, що основними елементами системи економічної безпеки є: фінансові (в свою чергу, поділяється на грошово-кредитний, бюджетний, податковий, борговий, банківський, валютний, емісійний, інвестиційний, фондовий, страховий, зовнішньоекономічний/ міжнародний), кадровий (в т.ч. інтелектуальний, соціальний), політико-правові, інформаційні (захист конфіденційної інформації, комерційної таємниці), виробничі або операційні (до якого належать ресурсний, техніко-технологічний, екологічний, енергетичний), фізичні (силовий/пожежний/майновий), ринкові (захищеність збутової діяльності, забезпечення конкурентоспроможності продукції та успішної позиції на ринку) та інтерфейсні (безпека взаємодії з контрагентами).

Для дослідження системи економічної безпеки вітчизняних підприємств нами була використана розширена методика оцінки стану економічної безпеки

підприємства Кракос Ю.Б. та Разгон Р.О. Дана методика передбачає розрахунок комплексної величини, яка визначається інтегральним показником. Дослідження проводилося на прикладі одного з найпотужніших вітчизняних підприємств молокопереробної галузі ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1». Результати розрахунків згруповано в таблицю (табл. 1).

Таблиця 1

Значення комплексних показників-складових інтегрального показника стану економічної безпеки для ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1» за 2015-2018 рр.

Складова економічної безпеки	Роки			
	2015	2016	2017	2018
Комплексний показник оцінки управління	1,000	1,000	1,000	1,000
Комплексний показник оцінки платоспроможності і фінансової стійкості	0,800	0,800	0,990	1,000
Комплексний показник ділової активності	1,000	1,000	1,000	1,000
Комплексний показник ринкової стійкості	0,769	0,849	0,881	0,850
Комплексний показник інвестиційної привабливості	1,000	1,000	1,000	1,000
Інтегральний показник економічної безпеки	4,569	4,649	4,871	4,850

Джерело: розраховано автором на основі відомостей підприємства

Для удосконалення системи оцінки нами було розширено класифікацію стану економічної безпеки в залежності від значення інтегрального показника рівня економічної безпеки (незадовільний, задовільний, нестабільний, впевнений, ідеальний). На основі наведеної класифікації рівнів економічної безпеки підприємства та розрахунків інтегрального показника економічної безпеки визначено, що ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1» має «впевнений» рівень економічної безпеки. Даний стан характеризується оптимальним значенням усіх коефіцієнтів, що описують економічну безпеку досліджуваного підприємства. Однак, не зважаючи на те, що ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1» характеризується досить високим рівнем економічної безпеки, було визначено, що особливу увагу необхідно приділити питанням оптимізації структури капіталу, оскільки коефіцієнт фінансування перевищує нормативні значення. А також значну загрозу несе значення коефіцієнту зносу – він має тенденцію до зростання.

На основі запропонованої на рис. 1 схеми формування та реалізації стратегії управління економічною безпекою підприємства та визначеного рівня економічної безпеки ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1» встановлено, що у 2018 році для підприємства доцільним є вибір стратегії помірному зростання, спрямованої на забезпечення зростання прибутковості підприємства, на основі підвищення потенціалу формування фінансових ресурсів, використання як внутрішніх, так і зовнішніх довгострокових джерел фінансування та підвищення рівня безпеки за окремими функціональними складовими безпеки, рівень безпеки яких є недостатньо високим.

Відповідно до визначеної стратегії та з метою удосконалення системи економічної безпеки досліджуваного підприємства, нами запропоновано

напрями підвищення ефективності діяльності служби економічної безпеки ПрАТ «Криворізький міськмолокозавод №1».

До них, виходячи з цілей забезпечення економічної безпеки підприємства, слід віднести: захист законних прав підприємства та його співробітників у відносинах із державними органами, іноземними і внутрішніми партнерами і конкурентами; забезпечення збереження конфіденційної комерційної інформації підприємства, а також зразків виробів, устаткування й інформації, наданих у користування підприємству на договірній основі; досягнення внутрішньої і зовнішньої організаційної стабільності підприємства, надійності кооперативних і партнерських зв'язків, виключення ділових контактів із випадковими і несумлінними партнерами та посередниками; підвищення конкурентоспроможності інноваційної діяльності, вироблених товарів і послуг, створення сприятливої ринкової кон'юнктури для їх реалізації в умовах конкуренції на внутрішньому і світовому ринках; підтримка стабільних і вигідних для підприємства стосунків усередині колективу і зовнішніх відносин, зміцнення дисципліни праці і створення стимулів для сумлінної роботи співробітників; максимально повне інформаційне забезпечення науково-дослідної, підприємницької, виробничої та іншої діяльності підприємства задля своєчасного і належного реагування на небезпеки і загрози, що виникають.

Список використаних джерел:

1. Алькема В.Г. Теоретико-методологічні засади розвитку системи економічної безпеки логістичних утворень / В.Г. Алькема // Під. ред. д.е.н., проф. О.А. Кириченко. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2010. – 50 с.
2. Донець Л. І., Ващенко Н. В. Економічна безпека підприємства: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
3. Дуб Б. С. Система економічної безпеки підприємства: поняття та структура / Б. С. Дуб. // Управління проектами та розвиток виробництва. – 2016. – №4. – С. 5–18.
4. Захаров О.І. Теоретичні основи забезпечення економічної безпеки підприємств / О.І. Захаров // Вчені записки університету «КРОК». – 2012. – № 32. – С. 80 - 86.
5. Коваленко О. В. Про формування системи економічної безпеки підприємства / О. В. Коваленко, І. С. Болдуєв // Економічний вісник університету. - 2016. - Вип. 30(1). - С. 53-69.

*ПЕКНА Г.Б.
к.е.н, доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ФЕДОРЕНКО К.О.
магістрантка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ПЛАНУВАННЯ БІЗНЕС-СТРАТЕГІЇ КОМПАНІЇ СИСТЕМНОГО ІНТЕГРАТОРА

На сьогоднішній день темп зміни і збільшення знань є настільки великим, що планування представляється єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей. Воно забезпечує вищому керівництву засіб створення плану на тривалий термін. Дуже важливо знати те, що організація хоче досягти. Це допомагає уточнити найкращі шляхи дій. При виборі стратегії виникає питання: чи має підприємство внутрішні ресурси, щоб скористатися зовнішніми можливостями і не ускладнює чи проблеми, які пов'язані із зовнішніми небезпеками і які слабкі сторони підприємства [1].

Товариство з обмеженою відповідальністю «АЙТІ-СОЛЮШНС» - один з провідних гравців і визнаний лідер ринку в області віртуалізації та зберігання даних, надає послуги в сфері ІТ-консалтингу, побудови віртуальних та хмарних ІТ-інфраструктур, реалізує комплексні проекти в сфері ІКТ (ІКТ складається з ІТ, а також телекомунікацій, медіа-трансляцій, усіх видів аудіо і відеобробки, передачі, мережових функцій управління та моніторингу). Сфера діяльності компанії ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» поставка комп'ютерного та серверного обладнання всесвітньо відомих брендів для потреб державних компаній, середнього та малого бізнесу [5].

Підприємство було засноване в 2008 році. Першочергова мета заснування підприємства була в тому, щоб допомагати покращувати бізнес наших клієнтів, пропонуючи їм рішення в сфері інформаційних технологій. 2008 рік був складним – почалась світова економічна криза. У цей час дуже багато компаній ІТ-інтеграторів пішли з ринку, а події 2014-2015 рр остаточно вивели із строю нестабільні компанії, але IT-Solutions продовжувала працювати. Ці роки також були складними, адже замовники максимально зменшили трати навіть на найважливішу підтримку ІТ-систем на підприємстві. У цей час IT-Solutions максимально вкладала у розвиток та експертизу. 2016 рік став проривним для компаній, а 2017 найбільш успішним за роки існування компанії. Станом на 2018 рік, компанія входить у ТОП-10 найкращих системних інтеграторів України.

Компанія ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» пропонує комплексне вирішення завдань [5]:

- Проектування та впровадження інфраструктурних сервісів (фундаментальні сервіси, моніторинг і управління, управління даними, резервне копіювання і відновлення даних, уніфіковані комунікації та спільна робота (UC & C));

- Віртуалізація, хмарні сервіси, інформаційна безпека;

- Консалтинг (аудит, стратегічний IT-консалтинг, хмарний консалтинг, послуга vScore);

- IT-інфраструктура (серверна інфраструктура, інфраструктура береження даних, мережева інфраструктура, інженерна інфраструктура ЦОД, телекомунікації).

Стратегія IT-Solutions : «Бути краще ніж вчора і розвивати бізнес наших клієнтів». Кожні 3 роки IT-Solutions обговорює стратегічні цілі, плани та шляхи їх реалізації. Якщо є необхідність, то IT-Solutions вносить корективи відповідно до потреб ринку. Серед цілей компанії – розвиток пріоритетних напрямків, підвищення експертизи, підтримка лідируючих позицій в області управління та віртуалізації даних, вихід на європейських ринок зі своїми продуктами.

На даний момент фірма представляє команду професіоналів, які є кращими фахівцями в серверному та комп'ютерному обладнанні і володіють величезним багажем знань і досвіду, пов'язаних з системами інфраструктурних сервісів, хмарних сервісів та консалтингу. Компанія ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» експерт № 1 по віртуалізації та має досвід реалізації проектів Enterprise-класу.

Будучи партнером таких всесвітньо відомих компаній, як «HP», «HPE», «Lenovo», «Dell», «Huawei», «Cisco» та інші, компанія пропонує ринку України десятки тисяч найменувань товару, але IT-Solutions не прив'язує себе до конкретного вендору, адже конкретна торгова марка далеко не завжди є пріоритетним питанням для замовника. Компанія вміє об'єктивно порівнювати рішення різних вендорів та пропонувати найбільш підходяще рішення для конкретної задачі клієнта з відповідністю всім вимогам.

Станом на травень-червень 2018 року підприємство має такі партнерські статуси відносно з світовими брендами, та є мультивендорною компанією: HPE Gold Partner, HP Inc. Gold Partner, VMware Enterprise Solutions Provider, APC Premier Partner, TrueConf Gold Partner, NetApp Gold Partner, Cisco Select Partner, Dell Registered Partner, Huawei Registered.

Завдяки тому, що виробництво продукції на заводах їх партнерів і постачальників організовані по найвищим європейським рівнем, це дає можливість гарантувати клієнтам абсолютна якість товару [3]. Устаткування і матеріали, які використовують фахівці компанії, дозволяють здійснювати комплексну реалізацію великомасштабних проектів. Фахівці компанії забезпечують повний комплекс робіт, починаючи від необхідних вимірювань і аналізу технічного завдання, кваліфікованого підбору обладнання, поставки, монтажу та до забезпечення гарантійного та післягарантійного обслуговування. Серед клієнтів їх компанії - «Лайфселл», «Галнафтогаз», «Укрнафта», «СК «Уніка», «Укргазбанк», «Метінвест», «Укртрансффта», «Вищий спеціалізований Суд України», «МВС України» і багато інших.

ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» має сертифікований сервісний центр європейського зразка з гарантійного і післягарантійного обслуговування комп'ютерного обладнання майже всіх виробників. Компанія має в своєму розпорядженні спеціалізоване обладнання, технічний та інженерний персонал, представники якого щорічно проходять спеціальні навчання, що підтверджено відповідними сертифікатами. Діяльність компанії неодноразово була відзначена

високими нагородами, як в українських, так і в європейських рейтингових програмах. На початку 2018 року ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» запросили у журі в конкурс «BEST CIO». IT-Solutions має «Академію IT-Solutions», де у нових співробітників є можливість підвищити кваліфікацію, швидко отримати відповіді на запитання у досвідних колег. У IT-Solutions є Антикорупційна програма, яка здійснюється протягом років.

Пропозиції щодо покращення діяльності ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» [4]:

1. Усунення адміністративних обмежень для розвитку малого підприємництва у зв'язку, що негативно впливають на підприємницький клімат. Через це особливо важливою стає потреба в масштабній ревізії повноважень регулюючих органів в упорядкуванні дозволених, контрольних і наглядових функцій держави стосовно суб'єктів.

2. Однією з актуальних проблем у розвитку ТОВ «АЙТІ-СОЛЮШНС» є проблема неподаткових платежів, що стягуються численними контролюючими органами влади. Необхідність зменшення податкового навантаження, насамперед для підприємців-початківців. Необхідно ввести мораторій на внесення змін у податкове законодавство, які погіршують положення малого підприємництва щодо розробки нової системи оподаткування.

3. Концентрація фінансових засобів, що надходять на підтримку малих підприємств із державного й регіонального бюджетів і позабюджетними джерелами за такими пріоритетними напрямками, як: створення системи гарантій; ефективне використання можливостей фінансового лізингу, аутсорсингу і венчура як гнучких фінансових технологій та одночасно конструктивних способів ведення підприємницької діяльності; формування за активної участі держави венчурних фондів для фінансування проектів щодо створення нових послуг, технологій і устаткувань за надання якісних послуг зв'язку; створення із використанням державного майна сучасних елементів інфраструктури - бізнес-інкубаторів, наукових та інноваційних парків; надання підтримки малим підприємствам у вирішенні фінансово-майнових проблем, пов'язаних з орендою нерухомості.

4. Систематизація інформації про потреби малих підприємств у кваліфікованих кадрах і реалізація програми підготовки фахівців у галузі зв'язку, що володіють навичками в області фінансів, маркетингу й менеджменту і ознайомлені зі специфікою діяльності малих форм власності.

Рекомендовані пропозиції щодо розвитку малого підприємництва в галузі зв'язку сприяють прискореному розвитку даних суб'єктів, використанню їх потенційних можливостей, перетворенню їх на діючий механізм вирішення економічних і соціальних проблем, збільшенню кількості малих підприємств, зміцненню економічної бази регіонів, позитивному впливу на вирішення проблем безробіття, наданню якісних послуг у галузі зв'язку.

Список використаних джерел:

1. Бураковський І.В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України : навч. посіб. / Бураковський І.В. – Харків : Фоліо, 2009.
2. Рябых Д. Бизнес-планирование на компьютере / Д. Рябых, Е. Захарова. — СПб: Питер, 2009. — 240 с.

3. Смаковська Ю. Критерії експертної оцінки бізнес-плану підприємницького проекту / Ю. Смаковська // *Формування ринкової економіки в Україні*. — 2009. — №19. — С. 434—438.
4. Чичун В.А. Бізнес-планування як фактор успішної підприємницької діяльності / В.А. Чичун, В.Д. Паламарчук // *Соціум. Наука. Культура*. — 2010. — 21 (18). — С. 58—63.
5. URL : <https://it-solutions.ua/> - Офіційний сайт ТОВ «АЙТИ-СОЛЮШНС»

МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЮ

Сучасний етап розвитку ринкової економіки визначається впливом глобальних трендів, серед яких домінують, з одного боку, швидке розповсюдження цифрових технологій, а з іншого, формування нової культури взаємин між основними її суб'єктами – роботодавцями, працівниками, споживачами. Змінюються поведінкові моделі як у процесах виробництва, так і споживання, причому кожний з гравців виступає і в якості надавача послуг, і в якості споживача певних послуг та благ. Поведінкова економіка доповнюється економікою уваги, за якої основною формою конкуренції стає конкуренція за увагу споживачів, які вимагають персоналізованого підходу. Компанії змушені шукати нові способи завоювання уваги та довіри, у чому провідну роль відіграють маркетингові інструменти. За твердженням експертів hh.ua | grc, які дослідили, як розвивались професії бізнесу протягом 2019 року, маркетинг традиційно входить у трійку провідних професій за кількістю вакансій. Серед маркетологів за кількістю вакансій (всього 9% ринку вакансій) 14% - це інтернет-маркетинг, 12% - PR, 7% - СМО, 6% - просування, BTL, 6% - аналітика [1].

За умов інформаційно-цифрової економіки швидко змінюються вимоги до маркетолога, формується його новий компетентісний профіль. Його серцевиною є MarTech, тобто сукупність навичок, пов'язаних з маркетинговими технологіями, які реалізуються через digital канали комунікації. Володіння інструментами, адекватними сучасній П'ятій промисловій революції (Industry -5.0) стає базовою вимогою до нових професій у сфері маркетингу, скажімо, «digital marketing manager», «таргетолог» та ін. Крім того, в період масового Інтернету речей маркетологи повинні володіти системним креативним мисленням, навичками побудови маркетингової стратегії, балансування бізнес-стратегії, управління брендом компанії та HR-брендом роботодавця. Як і у випадку інших фахівців, до моделювання компетентісного профілю сучасних маркетологів доцільно застосувати модель. Відповідно до цієї моделі, T-shaped маркетолог має ґрунтовні загальні знання в багатьох сферах (PR, SEO, CPC, аналітика, ООН тощо), що відображає горизонтальна лінія «Т». Вертикальна лінія літери означає унікальні спеціальні навички фахівця, його найсильніші конкурентні переваги. Це повною мірою стосується фахівців сфери маркетингу персоналу. Chief Marketing Officer в hh.ua, Вячеслав Сотник, вважає символічним, що саме поняття Т-подібного профілю навичок (T-shaped skills) виникло саме в сфері рекрутингу і далі масштабувалось на різні напрями [1]. Хоча професія фахівця з маркетингу персоналу, на жаль, не є об'єктом спеціальних досліджень.

У той же час новий характер взаємовідносин між виробництвом та споживанням в цілому обумовлює високу актуальність розробки нового напрямку управлінської діяльності, а також нової течії філософії бізнесу – маркетингу персоналу. Увага компаній до цього профілю продиктована необхідністю розвитку нових маркетингових практик у сфері роботи з персоналом, які дозволяють максимізувати прибутки, залучати і підтримувати клієнтів, посилювати власний імідж і покращувати репутацію.

В економічній науці маркетинг персоналу тільки почав кристалізуватися. Серед вчених немає однастайності щодо розуміння його сутності та місця в системі управлінської діяльності підприємства, організації, установи.

Основним завданням маркетингу персоналу є ефективне покриття потреби підприємства в кваліфікованих працівниках для реалізації стратегічних цілей. Його своєчасне вирішення потребує дослідження зовнішнього та внутрішнього ринків праці для встановлення поточних і перспективних потреб підприємства в кількості і якості персоналу; вивчення розвитку технологій для вчасного підготування нових робочих місць і вимог до працівників; пошук, залучення і збереження персоналу, компетенції якого відповідають вимогам підприємства, орієнтація всього персоналу компанії на якісне і своєчасне задоволення потреб споживачів.

Кардинальною особливістю маркетингу персоналу є фокусування на клієнта, яким виступає сам працівник як внутрішній клієнт компанії. З позицій внутрішнього маркетингу співробітники стають важливішими за клієнтів – споживачів продукції. У західній практиці вже устоявся ланцюжок пріоритетів: співробітники - клієнти - акціонери, тоді як в нашій країні він має зворотній вигляд: акціонери – клієнти - співробітники.

Під маркетинговим кутом зору продукти HR-відділу повинні оцінюватися, насамперед, з точки зору тих, кому вони призначаються. Корисність продукту з погляду споживача полягає в здатності вирішувати його певні проблеми. Споживач купує не просто продукт, а вигоду від володіння ним або від його використання. Наприклад, внутрішні клієнти організації, тобто її працівники, отримують не систему оплати праці, а конкретну матеріальну винагороду. У світлі цього провідною функцією служби управління персоналом стає вивчення і задоволення потреб персоналу (внутрішніх клієнтів) організації. Увага менеджерів з персоналу має бути сфокусована не на самих програмах, які розробляються їх службою, а на результатах їх використання, на тому, яку користь вони приносять різним групам споживачів. Внутрішній клієнт "купує" робоче місце, організацію, в якій має намір працювати. Його компетенції - це те, чим він "платить" своїй організації. До компетенцій належать не тільки професійні якості, навички, вміння, а й ставлення до праці, умотивованість працювати на цю організацію, лояльність до неї, її внутрішніх та зовнішніх суб'єктів.

Професія персонал-маркетолога потребує економічних, управлінських та психологічних знань. Для фахівців цього профілю важливі навички, які сформовані Всесвітнім економічним форумом Future of Jobs для 2020 року і

включають: вирішення комплексних завдань, критичне мислення, креативність, управлінські таланти, комунікаційні навички, емоційний інтелект, здатність приймати рішення, клієнтоорієнтованість, навички ведення переговорів, когнітивна гнучкість.

Основним фокусом уваги персонал-маркетолога є підвищення задоволення, лояльності та залучення працівників компанії. Такі цілі є взаємопов'язаними, але не тотожними. Задоволеність пов'язана з тим, що працівники хочуть одержувати від компанії. Лояльність – бажання продовжувати працювати на компанію. Залучення – бажання персоналу самовіддано працювати, створювати додаткову користь для компанії. Відтак, в результаті маркетингової активності у сфері персоналу компанія отримує відданих працівників, які за сучасних умов є її найпотужнішим активом.

Список використаних джерел:

1. Дослідження до дня маркетолога: що пропонують сьогодні та що чекає завтра. 25 октября 2019. -Режим доступу: <https://kiev.hh.ua/article/25598>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Ключову роль у забезпеченні економічного зростання вітчизняних підприємств на сучасному етапі їх розвитку відіграє інноваційна діяльність. Практика провідних країн світу засвідчує, що підприємства, які здатні створювати новачії і застосовувати їх для удосконалення своєї діяльності, здобувають стійкі конкурентні переваги та можливість успішно розвиватися на ринку в умовах нестабільного економічного середовища. Однією з причин низького інноваційного розвитку більшості вітчизняних підприємств є відсутність дієвого механізму інноваційної діяльності і досвіду його формування. З огляду на це, особливої актуальності набуває питання теоретичного обґрунтування механізму, який сприятиме активізації інноваційних процесів, підвищенню конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств.

Дослідженню проблем інноваційної діяльності присвячена низка праць таких вчених, як В. Алькема [1], С. Ілляшенко [2], Т. Кузь [3], О. Мірошніченко [4], В. Стадник [5], В. Ткачук [6] та ін. Незважаючи на значну кількість публікацій слід відзначити недостатнє розроблення комплексу питань пов'язаних з формуванням організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств. Саме цим і обумовлено актуальність вибору теми дослідження.

Дослідження базових наукових джерел [1-3] засвідчило наявність різних тлумачень сутності організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств. Узагальнюючи ці підходи можемо сформулювати це поняття, як цілісну систему елементів, що функціонують і розвиваються у просторі та часі, є одночасно сукупністю прийомів, методів й інструментів і забезпечують здійснення інноваційного процесу, який спрямований на успішне проведення діяльності від генерації ідей до подальшого їх втілення у новий продукт чи послугу. Основними завданнями цього механізму є удосконалення різних сфер діяльності підприємства, підвищення його конкурентоспроможності та досягнення встановлених цілей і завдань.

Елементи організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств поділяються на: Організаційні (об'єкти та суб'єкти інноваційної діяльності, організаційні форми та регулювання інноваційної діяльності, організація інноваційних процесів і розробка інновацій). Економічні (прогнозування і планування інноваційної діяльності, фінансування та кредитування інноваційної діяльності, оподаткування інноваційної діяльності, ціноутворення на інноваційну продукцію, комерціалізація інноваційних

розробок, страхування ризиків інноваційної діяльності, ефективність інноваційних програм, проектів і діяльності загалом). Інформаційні (бухгалтерська і статистична звітність, бази та банки даних, довідкова і консультативна інформація стосовно інновацій та інноваційної діяльності) 4. Правові (законодавчі, галузеві та відомчі нормативні акти, регіональні нормативні акти, міжнародні стандарти якості та регулювання інноваційної діяльності). Ринкові (попит і пропозиція на ринку, конкуренція на ринку, інфраструктура ринку). Організаційно-економічний механізм інноваційної діяльності підприємств повинен формуватися на основі сукупності таких принципів, як: адаптивність, відкритість, інноваційна спрямованість, рівновага, системність, спадкоємність, стабільність, цілісність [4; 6].

Формування даного механізму слід здійснювати у такій послідовності: Аналіз зовнішнього середовища і прогнозування тенденцій його змін. Аналіз внутрішнього середовища підприємства та оцінка рівня його інноваційного потенціалу. Визначення загальної стратегії. Визначення інноваційних можливостей. Формування стратегічних інноваційних цілей. Розроблення концепції інноваційної стратегії. Визначення оптимальних шляхів досягнення інноваційних цілей. Обґрунтування стратегії фінансування інноваційних проектів. Формування планів і програм інноваційної діяльності. Оцінювання результатів інноваційної діяльності за обраною стратегією та визначення їх ефективності [4; 5].

Результатом функціонування організаційно-економічного механізму мають стати інновації, які дозволять удосконалити різні сфери діяльності підприємств. Це удосконалення повинно знайти своє відображення у конкурентоспроможних товарах, сучасних матеріалах, техніці та технологіях, нових підходах до організації виробництва, маркетингової діяльності та управлінні персоналом. Крім того, інновації повинні сприяти зростанню таких показників господарської діяльності, як прибуток, рентабельність, продуктивність праці та інші. Вирішення питань формування і функціонування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності є індивідуальним для кожного конкретного підприємства та потребує урахування його стратегічних цілей і наявних проблем, які стосуються окремих елементів системи господарювання, напрямків та об'єктів, наявного потенціалу та ресурсів.

Отже, підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності вітчизняних підприємств можливе за умов активізації інноваційної діяльності та впровадження інновацій. Розглянутий підхід формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності сприяє вирішенню цих завдань і зростанню таких показників господарської діяльності, як прибуток, рентабельність, продуктивність праці та інші.

Список використаних джерел:

1. Алькема В.Г. Теоретичні аспекти формування механізму управління інноваційною діяльністю підприємств з виробництва будівельних матеріалів / В.Г. Алькема, С.Б. Дем'янів // Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. - 2015. - Вип. 42. - С. 130-137.
2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: Навч. посіб. / С.М. Ілляшенко. – 2-ге вид., перероб і доп. – Суми: ВДТ «Університетська книга», 2011. – 250 с.

3. Кузь Т. Формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємств машинобудівної промисловості / Т. Кузь // Галицький економічний вісник. - 2018. - № 1. - С. 62-70.
4. Мірошниченко О.Ю. Етапи формування організаційно-економічного механізму інноваційної діяльності підприємств / О.Ю. Мірошниченко, В.І. Карюк. // Ефективна економіка. - 2012. - № 2.
5. Стадник В.В., Йохна М.А. Інноваційний менеджмент: Навчальний посібник. – К.: Академвидав, 2006. – 464 с.
6. Ткачук В.В. Організаційно-економічний механізм розвитку інноваційної діяльності аграрних підприємств / В.В. Ткачук // Вісник Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка. Економічні науки. - 2016. - Вип. 11. - С. 69-74.

*ПОБОКОВА Л.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК
ПАЗЄСВА Г.М.
к.е.н., доцент кафедри управлінських технологій
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК*

СУЧАСНИЙ СТАН ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ НА РИНКУ УКРАЇНИ

Аналізуючи проблеми транспортного ринку України, слід приділити особливу увагу питанням регулярного вдосконалення способів управління транспортно-експедиторською діяльністю та її економічній складовій, що відіграє ключову роль в формуванні ефективної системи транспортного комплексу та раціональність вибору управлінського рішення в сфері логістики України.

В умовах постійних змін ринкових відносин важливо пристосувати систему управління для будь яких умов та зробити її якомога гнучкішою. Це визначає рівень якості послуг та допомагає підприємству заохотити більшу частину ринку своїм товаром. Основним елементом взаємодії між клієнтом та виробником є товар чи послуга транспортно-експедиторської діяльності. Товар має свою споживчу вартість, що визначає його здатність до вирішення та задоволення потреб. Таку ж вартість мають і транспортно-експедиторські послуги.

Слід відмітити, що дохід від транспортно-експедиторської діяльності прямо залежить від отримання оплати за надання експедиторських послуг та доставки товару до замовника. Саме тому, слід виділити транспортно-експедиторську діяльність як окрему частину логістичної системи. Зазвичай відносини з замовником будуються на основі узгоджених тарифів, що прописуються в договорі. Ці тарифи мають або фіксовану форму, в якій прописані чіткі ціни за кожний вид послуг, мати фіксовану ставку за оформлення перевезень, або ж можуть виражатись у відсотковій формі відносно вартості робіт та послуг, що входять в обов'язки виконавця. Джерелом доходу транспортно-експедиторської діяльності прийнято вважати знижку тарифу, яка встановлюється та надається перевізником згідно раніше прописаних даних в договорі.

Важливу роль в транспортній діяльності перевезень віддається собівартості цих послуг. Від цього показника залежить кінцева ціна продажу товару чи вантажу, що перевозиться, що відіграє важливу роль в формуванні цінової політики та конкурентоспроможності підприємства.

Звертаючись до експертної оцінки факторів впливу на ефективність управління транспортно-експедиторською діяльністю, важливу роль грають показники надійності вибраного транспорту, дотримання часових графіків доставки та вартість перевезення товару [1]. Визначення цих факторів проводиться відповідно вимог клієнта. Експедитор має можливість віддати

перевагу будь-якому виду транспорту для доставки товару спираючись на аналіз характеристики різних видів транспорту та до вимог клієнта.

Слідом за процесом вибору виду транспорту проводиться детальний аналіз існуючих перевізників на транспортному ринку. В основному цей етап проводиться за допомогою ранжування спеціальних показників по кожному перевізнику, інформація групується та виводиться рейтинг можливих претендентів. Далі прийнято проводити тендер в якому беруть участь експедитори та представник відділу транспортного забезпечення компанії. Таким чином, обирається найбільш привабливий перевізник та закладається договір на вказаних умовах, які були представлені перевізником на початку участі у тендері.

Потрібно наголосити на тому, що велику роль в умовах ринкової економіки відводиться на процес систематизації транспортно-експедиторської діяльності та на створення стійкої інформаційної підтримки роботи цього процесу, який повинен функціонувати як і на зовнішніх торгівельних зв'язках так і на внутрішньо-торгівельних площадках України.

В сучасних умовах, коли процес організації роботи транспортних систем ускладнюється та вимоги до транспортних операцій підвищуються, зростає попит на якість послуг збереження та безпеку вантажу, при перевезенні підвищується актуальність проблематики експедитування. Це питання недостатньо досліджені, хоча багато науковців розглядають експедиторську діяльність, як окрему частину транспортної системи, систематизованих рішень оптимізації роботи експедитора на даному етапі не існує.

В основному систему показників оцінки ефективності транспортної діяльності та експедиторського обслуговування зовнішньоекономічної діяльності прийнято використовувати для оцінки ефективності реалізації товару, а також при формуванні чи переосмисленні основ транспортної політики України [2].

Розробка нових методологічних аспектів управління та впровадження розроблених підходів удосконалення транспортно-експедиторською діяльністю обумовлена швидкозростаючим економічним розширенням експорту транспортних послуг в зовнішньоекономічній діяльності та в транспортуванні в цілому.

Більшість перевезень в Україні здійснюються за допомогою безпосередньої участі міжнародних експедиторів. Задля спрощення зовнішньоекономічних операцій транспортно-експедиторська діяльність виступає як посередник між експортером та імпортером. Таким чином, експедитори виступають як посередники між перевізником та власником товару, а також мають право приймати участь у підготовці до перевезень та несуть відповідальність за збереженість вантажу, забезпечують повний цикл транспортування від відправника до замовника або від пункту призначення до місця прибуття, а також забезпечують операторську підтримку до кінця пересування товару при міжнародних перевезеннях.

Створення об'єднання експедиторів відповідно до законодавства відбувається з метою впровадження нових шляхів удосконалення транспортно-

експедиторської діяльності, це забезпечує конкурентоспроможність вітчизняних компанії та посилення їх статусу в зовнішньоекономічній діяльності. Експедитори мають право сертифікувати свої послуги відповідно до прописаних міжнародних стандартів якості та завдяки цьому підвищувати свою професійну кваліфікацію та мати змогу навчити та підготувати до роботи нових спеціалістів в транспортно-експедиторській сфері [3].

В установчих документах чітко прописані та встановлені нормативні акти щодо затвердження умов здійснення транспортно-експедиторських операцій, що в свою чергу направлені на вдосконалення системи збуту в цілому та спонукають до прискоренню інтеграційного процесу виходу на зовнішній ринок [4].

Отже, сучасний підхід до збуту продукції стає майже неможливим без якісного налагодженого транспортно-експедиторського процесу, адже найбільш важливим прибутком бюджету України є саме збут товару на зовнішні ринки, тобто експорт, який досягається завдяки якості надання послуг та цілісності вантажу чи товару, що постачається.

Список використаних джерел:

1. Будрина Е. В. *Основи транспортно-експедиційної діяльності: Учеб. пособие.* - СПб .: СПбГІЕУ, 2010. - 139 с.
2. *Державна служба статистики України.* – Електронний ресурс, / Доступ до електронного ресурсу URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Шишков В.И. *Экспедиционное обслуживание предприятий и организаций автомобильным транспортом* / В.И. Шишков, С.У. Пиньковецкий,
4. Щербаков В. В. *Основы логистики* / В. В. Щербаков: учеб. для вузов. – СПб.: Питер, 2009. – 432 с.

ПОВЕДІНКОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ МЕНЕДЖЕРІВ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ

Формуванню та розвитку компетенцій сучасних менеджерів, зокрема проектних, приділяється багато уваги. Але натепер існує суттєва плутанина як серед науковців, так і серед практиків, що саме слід розуміти під поняттям «компетенція». Такі розбіжності у тлумаченні цього поняття призводять до того, що його досить часто плутають із іншим спорідненим, але не тотожним поняттям «компетентність» [1]. Тож, насамперед, надамо необхідні авторські дефініції та визначимо предмет дослідження.

Компетенції – це знання, навички, вміння, особистісні якості та установки людини або групи людей (команди, організації), а також визначені вимоги до певного виду та рівню діяльності. Фахові компетенції – це знання, навички та вміння з фаху, які повинні відповідати визначеним вимогам до діяльності за цим фахом.

Поведінкові компетенції менеджерів в управлінні проєктами досліджуються у психології управління проєктами – відносно нового науково-практичного напрямку, який виник на перетині психології управління та управління проєктами [2].

Психологія управління проєктами (Psychology of Project Management) – науковий і практичний напрямок проектного менеджменту, який за допомогою знань, категорій та методології прикладної психології управління вивчає психологічні закономірності управління проєктами та прояви психічних явищ і процесів у проектному менеджменті.

Компетенції з психології управління проєктами – це обсяг фахових знань і навичок з психології управління та вміння їх вчасно і раціонально застосовувати в управлінні проєктами з метою досягнення визначених цілей і запланованих результатів діяльності, а також ті особистісні якості та установки, які необхідні для цієї діяльності. Ступінь розвитку компетенції – це ступінь відповідності знань, навичок, вмінь, особистісних якостей та установок суб'єкта компетенції до визначених вимог об'єкта компетенції.

Компетенції реалізуються у практичній діяльності за рахунок специфічної «фахової» поведінки (людини, команди, організації) та неспецифічної (для певного фаху, посади, галузі тощо) «особистісної» поведінки суб'єкта компетенції і відображають відповідність суб'єкта компетенції визначеному колу нормативів, вимог, обов'язків, прав та повноважень об'єкта компетенції.

Під поведінкою розуміємо внутрішні процеси і стани особи, групи осіб, організацій, які реалізуються шляхом певного способу взаємодії із зовнішнім середовищем та ідентифікуються через зовнішні (поведінкові) прояви.

Компетентність – це наявність фахових компетенцій, особистісних компетенцій, установок, досвіду з певного фаху та вміння правильно і

своєчасно їх використовувати у процесі фахової діяльності з метою досягнення фахових цілей шляхом вирішення фахових задач.

Компетентність у психології управління проектами – це наявність фахових компетенцій з психології управління, а також особистісних компетенцій, установок і досвіду в управлінні проектами та вміння правильно і своєчасно ними користуватись з метою досягнення проектних цілей, вирішення проектних задач та усвідомлення і прогнозування проектних перспектив.

З наведених дефініцій очевидна змістовна відмінність компетентності від компетенцій – компетентним менеджером робота може ефективно виконуватись і за умов відсутності формальних вимог, відсутності відомого алгоритму її виконання та в умовах невизначеності.

Поведінкові компетенції менеджерів в управлінні проектами пропонуємо досліджувати за допомогою запропонованої автором (у співавторстві з д.т.н. Данченко О.Б.) «Project Management Psychology Competency Framework» (PMPCF) «Фреймворк компетенцій з психології управління проектами», тобто рамкової моделі, яка буде раціонально змінюватись та доповнюватись. Поява такої моделі у проектному менеджменті має об'єктивні передумови, оскільки «для реалізації специфічних «м'яких» (поведінкових) компетенцій проектні менеджери користуються методами та інструментами, розробленими в інших галузях знань (психології, соціології, конфліктології тощо)» [3, с.66].

Для побудови фрейму PMPCF автором проаналізовані сучасні стандарти, підходи і вимоги до управлінських компетенцій: «Основи індивідуальних компетенцій для управління проектами, програмами та портфелями» (ICB4, 2017), PMBOK 6th ed., (2017), PMCDF 3d ed. (2017), OPM3 (2013), P2M (2001), ISO 21504 (2015), «Spencer Competency Model» (2005), «Hogan Competency Model» (2009), «Project Managers Competencies Needed in 2022 and Beyond» (2015), «Competency Dictionary» (Deloitte, 2016), «Top-10 skills in 2015–2020» («The Future of Jobs Employment, Skills and Workforce Strategy», 2016), а також наукові та практичні напрацювання з психології управління та управління проектами.

У результаті проведеного дослідження поведінкові компетенції менеджерів в управлінні проектами у межах PMPCF пропонується розглядати на трьох ієрархічних рівнях: індивідуальному (особистісному), командному (міжособистісному груповому) і організаційному (міжособистісному колективному).

Основними індивідуальними (особистісними) елементами поведінкових компетенцій визначені: особистісні якості і цінності, особистісна цілісність і надійність, ментальність і критичне мислення, креативність і винахідливість, судження і прийняття рішень, емоційний інтелект, когнітивна гнучкість, влада і вплив, керівництво і лідерство, внутрішня мотивація, самоменеджмент і особиста ефективність.

Основними командними (міжособистісними груповими) елементами поведінкових компетенцій визначені: командотворення, спілкування і комунікації, відносини і взаємодія (координація дій), конфлікти і кризи,

узгодження і переговори, командна робота і розвиток, мотивування інших, орієнтація на результати і командна результативність.

Основними організаційними (міжособистісними колективними) елементами поведінкових компетенцій визначені: зацікавлені сторони, управління людьми, комплексне вирішення проблем, організаційні культура, цілі та цінності (із психологією управління проектами за цілями та цінностями), організаційні зміни і трансформації, клієнторієнтованість, психогігієна і психологічна безпека управління проектами.

Список використаних джерел:

1. Teodorescu T. *Competence versus competency: What is the difference? Performance Improvement*. 2006. Vol. 45. Issue 10. P. 27-30.
2. Маршак Е.И. *Психология управления проектами: Метод. указания к самостоятельной работе в 2 ч. Ч. 1. Психология личности в управлении проектами*. Николаев: НУК, 2007. 56 с.
3. Медведєва О.М. *Фактологічний базис управління взаємодією у проєктних ситуаціях. Управління розвитком складних систем*. 2012. Вип. 10. С. 61-71.

РАЧ В.А.
д.т.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
МУШИНСЬКИЙ О.Ю.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
КУЛИК О.О.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

КЛАСИФІКАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО УПРАВЛІННЯ НА ОСНОВІ МОДЕЛІ «ПІРАМІДА 3М»

Одним з найбільш часто вживаних в науковій літературі з менеджменту є термін «підхід». Незважаючи на це, інтерпретація цього терміну достатньо неоднозначна.

Як родове поняття «підхід» охоплює велику кількість видових понять в менеджменті. В [1] показано, що неминучість використання в менеджменті 14-ти наукових підходів пов'язана з описом однієї з граней менеджменту. Однак смисловий аналіз назв цих підходів показує, що вони мають різну класифікаційну сутність. Так, наприклад, динамічний підхід не має спільної класифікаційної ознаки з нормативним підходом, а кількісний - з ситуаційним. Таке об'єднання різних за сутністю підходів в одному масиві ускладнює розуміння області та контексту (межі) їх застосування.

В якості класифікаційного інструментарію названих (та експлікованих в різних джерелах) підходів пропонується застосувати модель «Піраміда 3М» [2]. Дана модель є інструментальним засобом класифікації знань, використовуваних для побудови моделей діяльності в різних масштабах її розгляду (рис. 1). Масштаб «методологія» використовується для визначення допустимих меж області діяльності. Інструментарієм цього рівня виступають принципи діяльності. Прикладом опису підходу як родової категорії може служити визначення, наведене в [3]. Підхід ототожнюється з світоглядною позицією, розуміється як стратегічний принцип або сукупність принципів.

Другий масштаб «метод» використовується для визначення шляху, способу діяльності в рамках визначених меж на попередньому рівні розгляду діяльності. З 14-ти підходів, наведених в [1], до даного рівня можна віднести системний, процесний і ситуаційний підходи.

До них доцільно додати ще один - проектний підхід, який зараз активно розвивається в менеджменті та управлінні [4]. Всі перераховані підходи на цьому рівні об'єднує те, що всі вони мають сукупність принципів [1,4-6]. При цьому, дані принципи мають родові відношення щодо принципів рівня методології.

На практиці ці підходи застосовуються одночасно при реалізації будь-якої діяльності. Тому виникає необхідність їх цілісного представлення в рамках однієї моделі. Для цього нами використана широко застосовувана квартильна модель представлення системи [7]. Вона розширена і доповнена елементами, що відносяться до проектного підходу (рис. 2).



Рис. 1. Модель «Піраміда 3М» як класифікаційний інструментарій підходів в менеджменті та управлінні

Джерело: розроблено авторами на основі [3]

Третій масштаб «методика» об'єднує підходи, які застосовуються до всіх підходів, наведених на рівні методу: кількісний, нормативний, динамічний, поведінковий та ін.

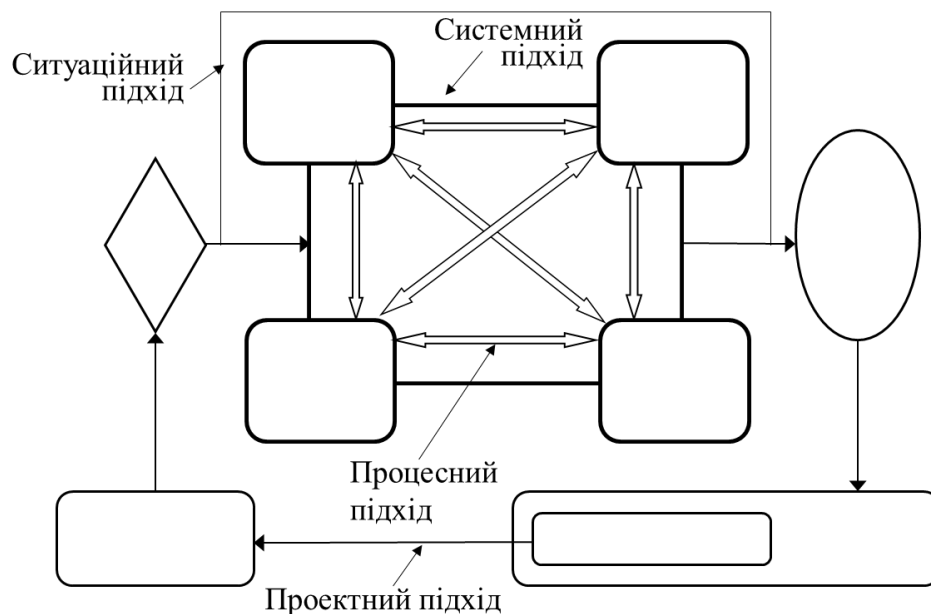


Рис. 2. Системна модель підходів до управління

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Запропонована класифікація передбачає подальшу розробку шаблонів структуризації уявлення підходів на кожному з трьох рівнів.

Список використаних джерел:

1. Досуужева Е. Е., Кириллов Ю. В. Системный подход к разработке управленческих решений при инвестировании // Вестник евразийской науки. 2014. №2 (21). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-razrabotke-upravlencheskih-resheniy-pri-investirovanii>.

2. Рач В. А., Рач Д. В. Управление рисками в проектах, реализуемых в условиях переходной экономики: финансовые продукты для реального сектора в Украине. Мат. між. конф. 14-16 червня 2000 р. Семінар «Управління проектами при кредитуванні реального сектора», 2000, 25-26.

3. Ипполитова Н. В. Взаимосвязь понятий «Методология» и «Методологический подход» // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. 2009. №13 (146). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vzaimosvyaz-ponyatiy-metodologiya-i-metodologicheskij-podhod>.

4. Компанейцева Г. А. Проектный подход: понятие, принципы, факторы эффективности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 17. – С. 363–368. – URL: <http://e-koncept.ru/2016/46249.htm>.

5. Копылова Е. А. Возможности применения ситуационного подхода к анализу системы управления организацией // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3909>.

6. Холод Л. Л., Хрусталева Е. Ю. Методы и инструментарий реализации процессного подхода // Знание. Понимание. Умение. 2007. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-i-instrumentariy-realizatsii-protsessnogo-podhoda> (дата обращения: 19.11.2019).

7. Россошанская О. В. Модель управления высшим учебным заведением в современных условиях. Управління проектами та розвиток виробництва. 2000. № 2 (2), 123–127.

РУЛІКОВСЬКА Н.В.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ХОРОШЕНЮК А.П.
к.пед.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

Е-МАРКЕТИНГ У ПРОСУВАННІ ОСВІТНЬОГО ПРОДУКТУ

Просування, розвиток і позиціонування бізнесу в мережі Internet настільки важливий аспект, що цей напрям оформилося в поняття «Е-marketing». Багато в чому він схожий з традиційним маркетингом: ті ж цілі, ті ж завдання. Однак механізми здійснення таких завдань істотно відрізняються. Та й інформація, якою володіє інтернет-маркетолог, ні в яке порівняння не йде з тією, що володіє його «offline-новий» колега. Мережеві опитування далеко не є еталоном об'єктивності, а респонденти вимагають особливого підходу. Тому становлення ринкових відносин, в тому числі, у сфері освітніх послуг відбувається через e-marketing.

Зважаючи на те, що пропозиція вищих навчальних закладів вже в декілька разів перевищує попит, а кількість випускників загальноосвітніх шкіл з кожним роком зменшується, значного поширення набуває маркетинг освіти. Не дослідженим залишається питання розвитку маркетингу в професійній освіті та його впливу як на діяльність закладів освіти, так і на якість підготовки фахівців різних спеціальностей.

Аналіз статистичних даних за останніх п'ять років вказує на тенденцію зростання показників закладів загальної середньої освіти (Таблиця 1).

Таблиця 1

Статистичний аналіз даних за останніх п'ять років зростання показників закладів загальної середньої освіти

Рік	Кількість закладів загальної середньої освіти, од	Кількість учнів у закладах загальної середньої освіти – усього, тис. осіб	З них у закладах		Випуск учнів із закладів загальної середньої освіти, тис. осіб		Кількість вчителів у закладах загальної середньої освіти, тис. осіб
			денних	вечірніх (змінних)	одержали свідоцтво про здобуття базової загальної середньої освіти	одержали атестат про здобуття повної загальної середньої освіти	
2014/15	506	254,5	250,9	3,6	19,5	16,5	22,5
2015/16	496	266,1	263,0	3,1	21,0	16,1	22,3
2016/17	492	276,8	274,4	2,4	21,2	15,3	22,5
2017/18	493	286,8	284,6	2,2	21,9	16,1	22,9
2018/19	505	301,2	298,8	2,4	24,0	16,1	24,6

Джерело : Головне управління статистики у місті Київ

Прагнення залучити студентів, приводить навчальні заклади до необхідності підвищення конкурентоспроможності освітніх послуг, а також їх диверсифікації. Відповідність або невідповідність суб'єкта ринкового суперництва умовам ринкового середовища, свідчить про рівень конкурентоспроможності, показує наскільки продуктивний та ефективний суб'єкт по відношенню до конкурентів та споживачів продукції.

На сьогоднішній день на меті практично будь-якого вузу є максимізація доходів, так як держава не може забезпечити достатнє і своєчасне фінансування зі свого боку. Для того, щоб університет міг максимізувати свій прибуток, він повинен сприяти збільшенню обсягів платної освіти, впізнаваності торгової марки вузу, посилення партнерських відносин з внутрішньої аудиторією, збільшення її лояльності, виведення на ринок нових спеціальностей, посилення академічного піару, зміцненню та розширенню міжнародного співпраці.

З точки зору internet-маркетингу, Internet є ринком, а internet-аудиторія, тобто загальне число користувачів мережі, які можуть звернутися до даного web-сайту або сторінки у соціальних мережах, - потенційними споживачами. Для ефективності e-marketing вузів принципово важливо визначити цільову аудиторію, до якої буде направлено звернення з електронних ресурсів вузу.

Web-сайт та сторінки у соціальних мережах, в даному випадку стає інструментом маркетингових комунікацій вузу з потенційними споживачами.

Від 90-97% абітурієнтів та їх батьків, відвідавши e-сторінки вузу, вже в перші хвилини перебування на них формують свою попередню думку про навчальний заклад на підставі отриманої інформації.

Вона буде позитивною, якщо виконується ряд наступних умов:

- вуз має хороший імідж і високий рівень акредитації, а сайт університету відповідає фірмовому стилю університету і іміджу;
- вуз здійснює підготовку студентів за затребуваними спеціальностями і напрямками;
- вуз підходить основним вимогам потенційного споживача;
- e-сторінки вузу ефективно працюють, просто і доступно доносять до користувачів потрібну вузу інформацію, мають зворотний зв'язок;
- представництво в соціальних мережах наповнені достовірною інформацією, яка безпосередньо відноситься до вузу, а також може дати відповіді на питання, що найбільш цікавлять потенційних споживачів.

Споживач обов'язково відвідає соціальні мережі навчального закладу, якщо сильно зацікавиться їм, наприклад, дізнається про нього з якісної і наповненою змістом реклами, дізнається завдяки відгукам від друзів, побуває на дні відкритих дверей або інших заходах, в яких університет бере участь. Після цього потенційний споживач обов'язково скористається сайтом і різними представництвами вузу в мережі Internet, для отримання інформації та подальшого, більш детального, ознайомлення з освітньою установою.

До цільової аудиторії соціальних мереж вузу можна віднести наступні групи:

- вступники (абітурієнти та їх батьки);
- студенти;

- випускники вузу;
- керівництво вузу, адміністрація і т.д;
- міжнародна академічна і вузівська громадськість;
- роботодавці;
- держава в особі Міністерства освіти і науки України;
- професорсько-викладацький склад;
- ЗМІ;
- інтернет-спільноти;
- наукові та академічні спільноти;
- передплатники бібліотеки вузу тощо.

Інтернет-середовище, зокрема соціальні мережі надають безліч інструментів вищим навчальним закладам для роботи зі своєю лояльною аудиторією, таких як медійна та контекстна реклама, SEO, SMM, e-mailing тощо. Без сумніву, соціальний портрет організації на ринку освітніх послуг залежить від якості формування та управління репутацією, постійного моніторингу репутаційного простору, і звичайно ж, орієнтації на маркетинг контактних аудиторій ВНЗ.

Перед тим, як підвищувати репутацію ВНЗ, проводиться аналіз за допомогою однієї з пошукових систем. На підставі отриманих даних здійснюється діагностика існуючої репутації ВНЗ і корпоративного сайту, промо-сайту або сайту-візитки. Вивчаючи репутацію ВНЗ в Інтернет-мережі слід з'ясувати:

- чи зустрічаються в перших десяти рядках пошуку негативні відгуки про ВНЗ;

- який контекст супроводжує назва ВНЗ протягом останнього місяця, користувачі можуть набирати запити "престижний ВНЗ" і "хабарницький ВНЗ";

- які відгуки залишають користувачі в соціальних мережах та блогах. Наступним етапом є робота зі створення інформації, що надходить зсередини ВНЗ, і передумов для появи позитивних висловлювань аудиторії.

Для цього використовується спростовуюча інформація на негативні висловлювання і публікація позитивних коментарів. Також позитивні відгуки розміщуються на спеціалізованих сервісах і потім просуваються за допомогою пошукової оптимізації.

Серед перспектив подальших досліджень: дослідити методику формування рейтингів ВНЗ, виявити структуру системи маркетингових комунікацій українських ВНЗ в Інтернет-мережі, оцінити розмір коштів, що виділяються на просування освітніх послуг в мережі Інтернет, у т.ч. на управління репутацією.

Список використаних джерел:

1. Головне управління статистики в місті Києві [Електр. ресурс]. Режим доступу: <http://www.kiev.ukrstat.gov.ua/p.php3?c=530&lang=1>
2. Бобало О.Ю. Маркетинг у функціонуванні вищих навчальних закладів //Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць. – Львів: РВВ НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.2 – 312 с.
3. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід / Т.Є. Оболенська. – К.: КНЕУ, 2001. – 208 с.

4. Соломанидина Т. Деловая репутация как одно из важнейших стратегических преимуществ компании / Т.Соломанидина, С.Резонтов, В.Новик // «Управление персоналом». – №3. – 2005. – С. 20–25.
5. Абабкова М.Ю. Маркетинг образовательных услуг. Маркетинговые технологии в управлении международным образованием: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2010. – 149 с

САВЕЛЬЄВ Є.В.
аспірант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДІЖНИХ ЦЕНТРІВ В ЕСТОНІЇ

Сучасна політика держави щодо розвитку молоді в Україні націлена на всебічний розвиток. Головним завданням є сприяння для діяльності в молодіжній політиці. Для якісного виконання поставлених задач важливий досвід, в цьому актуальним є використання Європейського досвіду. Прикладом якісного розвитку молодіжної політики та молодіжних центрів є Естонський досвід. Що ж таке молодіжна політика та молодіжні центри в Естонії?

Молодіжний центр - це активне середовище розвитку, підтримуюча творчість і самоідентифікацію, безпечна і привертає увагу молоді. Роль молодіжного центру та інших організаторів в області молодіжної роботи - забезпечити необхідну для молодої людини підтримку. Молоду людину слід забезпечити можливостями, виходячи з його інтересів і здібностей, що оточує його мережа повинна це враховувати, супроводжувати його, виконувати свою роль, підтримувати молоду людину так, як він цього потребує. Первинне завдання молодіжного центру - налагодження контакту з молодою людиною і, ґрунтуючись на його індивідуальні здібності та вподобання, пропонувати молодій людині розвиваючу осмислену діяльність. Молодіжний центр - це один з інститутів, що допомагає формуванню і розвитку людського капіталу. Створені і закріплені на сьогоднішній день ціннісні оцінки і моделі поведінки вплинуть на все суспільство в майбутньому.

Одним з основних ознакою молодіжного центру є застосування принципу відкритої молодіжної роботи. Мета відкритої молодіжної роботи - запропонувати молодій людині можливості участі на волонтерських засадах, щоб підтримати його активність і здатність справлятися в суспільному житті.

Виходячи зі своєї мети, діяльність повинна бути:

- освітньою, що дозволяє молодій людині розвивати свої вміння та знання;
- забезпечує рівні можливості, тобто придатною для всіх молодих людей, незалежно від їх освіченості,
- економічного або соціального походження;
- яка сприяла і підбадьорювали, шляхом довірчих відносин між молодіжним працівником і молодою людиною, щоб молода людина
- бажав брати участь, що стосуються його процесів прийняття рішень;
- підтримує молодих людей, щоб вони розуміли і говорили на теми, які впливають на них і тим самим на все суспільство.

Для застосування принципу відкритої молодіжної роботи використовується метод відкритої молодіжної роботи, що є засобом створення умов для розвиваючої діяльності молоді, при якій діють:

- відкрита для кожної молодої людини, без встановлення попередніх умов його переконанням, здібностям, умінням, знанням і фінансовим можливостям;
- активно залучає молодих людей до ініціювання та розвитку діяльності;
- дозволяє молодим людям спілкуватися і займатися розвиваючою діяльністю в підходяще для них час поза домом і школи
- на перше місце розвиток ініціативності молодої людини і створюючи умови для неформального навчання, перш за все для отримання досвіду шляхом участі в діяльності і спілкуванні.

Унаслідок використання методу відкритої молодіжної роботи перед назвою молодіжних центрів використовується слово «відкритий». Крім цього, молодіжні центри відомі під такими назвами: (просто) молодіжний центр, молодіжна кімната, молодіжний будинок, молодіжка, дитячий центр, центр вільного часу молоді, молодіжний центр по інтересам, центр вільного часу, молодіжний клуб, центр молоді та навчання впродовж усього життя і т.д. Назви молодіжних центрів пов'язані крім використовуваного методу також з місцем розташування, структурою молодіжного центру, зовнішністю, а також сферою діяльності або послугою, яку бажають підкреслити.

Застосування методу відкритої молодіжної роботи забезпечує усім молодим людям на добровільній основі з їх сторони розвиваючу та змістовну діяльність відповідно до їх індивідуальних здібностей та уподобань. Діяльність молодіжних центрів спонукає молодь набувати та використовувати потрібні в житті навички та компетенції, сприяє ініціативі та підприємництву молоді, підтримує пошук ідентичності, соціалізацію та формує цінності. Молоді люди приходять до молодіжного центру з різних причин. До молодіжного центру їх приваблює можливість бути зі своїми друзями та реалізувати свої інноваційні ідеї. Отримання успішного досвіду успіху спонукає молоду людину приходити знову і знову та відкривати в собі нові аспекти.

Молодіжні центри діють у вільному від упереджень, неформальному середовищі з різноманітною діяльністю та можливістю розвиватися таким шляхом, що підходить для молодої людини.

Отже, вивчення досвіду Естонії щодо особливостей діяльності молодіжних центрів дозволяє використовувати його в Україні.

Список використаних джерел:

1. Добросовестная практика молодежных центров - вспомогательный материал при учреждении, развитии, поддержке молодежных центров и их привлечении к сотрудничеству. Открытое объединение молодежных центров Эстонии 2018.
2. Добросовісна практика молодіжних центрів - допоміжний матеріал для створення, розвитку, підтримки молодіжних центрів та залучення до співпраці. Естонська асоціація відкритих молодіжних центрів 2013.

*СУМБАЄВА Л.П.
директор Коледжу економіки, права та інформаційних технологій,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

УПРАВЛІНСЬКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ЗАКОНУ «ПРО ФАХОВУ ПЕРЕДВИЩУ ОСВІТУ»

Реформування системи освіти України розпочалось з 19 серпня 1991 року, коли було прийнято Акт проголошення незалежності України, та постійно продовжується. За останні роки зміни торкнулися всіх її ланок – від дошкільної до вищої освіти. Та, мабуть, найдовший шлях у пошуках найефективнішої відповідності викликам часу та потребам ринку праці пройшли навчальні заклади I-II рівнів акредитації. Особливо загостреним був період починаючи з 2014 року, коли було прийнято Закон «Про вищу освіту», згідно з яким коледжі та технікуми опинилися у стані повної невизначеності: не маючи нормативних документів, які б окреслювали принципи їхньої діяльності, вони продовжували функціонувати в системі вищої освіти.

У 2017-му році рамковим Законом України «Про освіту» було передбачено виділення таких закладів у самостійний складник національної освітньої системи і розробку окремого закону. У 2019 році востаннє здійснювався набір за освітньо-кваліфікаційним рівнем «молодший спеціаліст», що актуалізувало питання визначення статусу навчальних закладів I-II рівнів акредитації стало надзвичайно актуальним. Прийняття 6 червня 2019 року Верховною Радою України Закону «Про фахову передвищу освіту» та підписання його Президентом – довгоочікувана подія для суспільства, оскільки «цей документ стосується інтересів мільйонів українців – близько 400 тисяч студентів, які навчаються у коледжах, їхніх батьків, понад 40 тисяч педагогів та сотень тисяч роботодавців» [2].

Від першого подання проекту 28 лютого 2019 року до другого читання продовжувалася робота над внесенням змін, які б враховували зауваження Головного юридичного управління та закладів освіти. Ці зміни стосувалися як положення концептуального характеру, так і суттєвих термінологічних неузгодженостей у тексті законопроекту.

У пункті 2 частини 1 статті 1 щодо акредитації освітньо-професійної програми вилучено оцінювання освітньо-професійної програми та освітньої діяльності закладу фахової передвищої освіти на предмет «відповідності стандарту фахової передвищої освіти; спроможності виконати вимоги стандарту та досягти заявлених у програмі результатів навчання; досягнення заявлених у програмі результатів навчання». Розширюється визначення терміну «регіональне замовлення у сфері фахової перед вищої освіти» (пункт 8 частини 1 статті 1) як засобу «задоволення потреб економіки держави, регіону та суспільства у кваліфікованих кадрах, забезпечення конституційного права громадян на освіту шляхом укладання регіональним замовником».

Було додано пункти одинадцятий до частини 1 статті 1 для введення поняття «студентоорієнтованого навчання» з метою уникнення правової невизначеності та дванадцятий для коректного уточнення поняття «якість фахової передвищої освіти». Активне обговорення відбулося і щодо статті 8 «Вимоги до провадження освітньої діяльності та стандарти фахової передвищої освіти». Деякі із пропозицій були прийняті, наприклад, введення додаткового пункту до вимог до освітньо-професійної програми наступного змісту – «вимоги до попередньої освіти осіб, які можуть розпочати навчання за цією програмою». Деякі поправки були відхилені.

Наприклад, пропозиція виключити частину 5 статті 8 («Методичні рекомендації щодо структури та порядку розроблення стандартів фахової передвищої освіти визначаються центральним органом виконавчої влади у сфері освіти і науки») як таку, «що суперечить змісту та логіці частини 6 цієї статті».

У новій редакції було викладено частину 2 статті 10 «Документи про фахову передвищу освіту». Внесено деякі уточнення щодо інформації про освітню кваліфікацію, яка зазначається у дипломі фахового молодшого бакалавра (у перелік включено зазначення спеціалізації) та відкореговано формулювання щодо професійної кваліфікації.

Важливим було внесення поправки до статті 12 «Повноваження Кабінету Міністрів України» частини 1 пункту 8, оскільки в ньому йде мова про передачу в оренду майна – питання, яке завжди хвилює адміністрації навчальних закладів та місцеві громади: Були прийняті поправки до пункту 7 частини 1 статті 13 «Повноваження центрального органу виконавчої влади у сфері освіти і науки» щодо формування та затвердження обсягів фінансування з державного бюджету у питанні здобуття повної загальної середньої освіти.

Передбачається надання освітньої субвенції з державного бюджету місцевим бюджетам для закладів фахової передвищої освіти, «що перебувають у сфері його управління та фінансування яких здійснюється за рахунок державного бюджету, у приватних закладах фахової передвищої освіти».

Значну кількість правок та пропозицій було внесено до статті 17 «Система забезпечення якості фахової передвищої освіти» у частині 2, де зазначено, що має включати система забезпечення закладами фахової передвищої освіти якості освітньої діяльності та якості фахової передвищої освіти:

- у пункті 1 уточнено щодо оприлюднення політики забезпечення якості;
- формулювання «забезпечення відповідності змісту освітньо-професійних програм заявленим цілям» замінено на більш демократичне «визначення і послідовне дотримання процедур розроблення освітньо-професійних програм»; зазначені процедури повинні бути направленими на забезпечення відповідності «їх змісту стандартам фахової передвищої освіти, декларованим цілям, урахування позицій заінтересованих сторін, чітке визначення кваліфікацій, що присуджуються та/або присвоюються, які мають бути узгоджені з Національною рамкою кваліфікацій» (пункт 2);

- пункт 3 визначає здійснення моніторингу та періодичного перегляду освітньо-професійних програм за участю здобувачів освіти, який має включати опитування здобувачів фахової передвищої освіти;

- були враховані пропозиції до 4 пункту: текст першої редакції «заохочення здобувачів фахової передвищої освіти до активної участі в розвитку освітнього процесу» був фактично повністю змінений на «забезпечення дотримання вимог правової визначеності, оприлюднення та послідовного дотримання нормативних документів закладу фахової передвищої освіти», оскільки участь здобувачів освіти в корегуванні навчального процесу прописана вже у пункті 3;

- логічними виглядають пропозиції щодо внесення змін до пункту 6, що стосуються компетентності викладачів і які були повністю враховані в прийнятому Законі: так само коректно виглядає поправка до пункту 7 щодо зміни фрази «забезпечення необхідного фінансування для освітньої діяльності» на «забезпечення необхідного фінансування для освітньої та викладацької діяльності».

Додано пункт у статтю 18 «Ліцензування освітньої діяльності», який уточнює, що ліцензія надається рішенням центрального органу виконавчої влади, вводить поняття «розширення провадження освітньої діяльності у сфері фахової передвищої освіти» та «звуження провадження освітньої діяльності у сфері фахової передвищої освіти».

В останній редакції, на основі поданої пропозиції, змінено строки прийняття рішення про анулювання ліцензії: у першому варіанті рішення мало прийматися «протягом п'яти робочих днів з дня виникнення або встановлення підстав для анулювання ліцензії», у Законі це прописано як термін «протягом п'ятнадцяти робочих днів з дня виникнення або встановлення підстав для анулювання ліцензії».

Законом визначено порядок, умови, форми та особливості здобуття фахової передвищої освіти та врегульовано суспільні відносини, що виникають у процесі реалізації конституційного права людини на освіту, прав та обов'язків фізичних і юридичних осіб, які беруть участь у реалізації цього права, а також визначено компетенцію державних органів та органів місцевого самоврядування у сфері фахової передвищої освіти. Законом встановлено основні правові, організаційні, фінансові засади функціонування системи фахової передвищої освіти, створено умови для поєднання освіти з виробництвом з метою підготовки конкурентоспроможних фахівців для забезпечення потреб суспільства, ринку праці та держави. У Законі сформовані основні вимоги до організації ефективного та результативного освітнього процесу, особливості забезпечення доступу до якісної фахової передвищої освіти, окреслені права та обов'язки учасників освітнього процесу тощо [1].

Список використаних джерел

1. Закон України «Про фахову передвищу освіту». – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-19.
2. Раренко Лариса «Коледжі та технікуми готуватимуть молодших бакалаврів» – Режим доступу: <https://osvitoria.media/news/koledzhi-ta-tehnikumy-gotuvatymut-molodshyh-bakalavriv/>.

СИСОЛІНА Н.П.

*к.е.н., доцент, Центральноукраїнський національний
технічний університет*

САВЕЛЕНКО Г.В.

*к.т.н., старший викладач, Центральноукраїнський національний
технічний університет*

НІСФОЯН С.С.

*к.е.н., старший викладач, Центральноукраїнський національний
технічний університет*

УПРАВЛІННЯ РЕСУРСНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДУ ПОБУДОВИ ДЕРЕВА ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ

В Україні існує ціла низка проблем, що впливають на підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом підприємств. Продукція випускається без змін десятиліттями, інколи з незначною модернізацією. Відповідно, така продукція має низьку конкурентоспроможність по відношенню до закордонних зразків, і використовується тільки на вторинному ринку, частка якого поступово зменшується. Тимчасово покращити ситуацію можуть інвестиції за рахунок держзамовлення, але вирішити її можливо лише при створенні інвестиційних механізмів, що приваблюють вітчизняних та іноземних інвесторів [1].

Мінливість сучасного ринкового середовища та тенденції суспільного розвитку передбачають посилення уваги до розвитку власного виробництва товарів та послуг, однією з умов якого є підвищення якості рішень, які приймаються керівниками всіх рівнів. Прийняття рішення має частіш за все невизначений характер, що позначається на якості прийнятих рішень.

Чим вище рівень проблем, яку потрібно вирішити, тим вище ризики від наслідків прийнятого рішення. Тому з метою всебічного обґрунтування слід знайти чисельну міру для визначення того, наскільки кожне з рішень є доцільним. В управлінській практиці використовуються різноманітні методи творчого пошуку альтернативних варіантів.

При використанні дерева прийняття рішень визначається вигідне рішення для усього підприємства в цілому за допомогою руху по стволах від кінця до початку дерева. В умовах порівняно невеликої кількості альтернативних варіантів розвитку та при впровадженні інвестицій найбільш простою і зручною формалізацією прийняття багатокритеріального рішення, на нашу думку, може бути метод «дерева рішень».

Правильне та своєчасне прийняття інвестиційних рішень здійснює значний вплив на функціонування підприємства, тому вивченням даної проблеми займалися вітчизняні та зарубіжні вчені в галузях: фінансів, інвестицій та прийняття управлінських рішень, зокрема О. В. Ареф'єва [2], В. Є. Новицький [3], В. Ф. Ситник [4], Л. Гуеррас-Мартін [5],

Н. С. Краснокутська [6] та інші. Але часто думки вчених різняться щодо визначення методів оцінки та механізму управління ресурсним потенціалом підприємства. Проте ці підходи не суперечать один одному, а мають взаємодоповнювальний характер.

Разом із тим залишається актуальною проблема вибору такого підходу з врахуванням теорії ймовірності до зменшення невизначеності цілей, який поєднував би в собі математичну простоту та можливість отримати єдиний розв'язок. Дослідження проблеми підвищення ефективності управління ресурсним потенціалом необхідно й надалі поглиблювати для з'ясування перспектив та можливостей забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності суб'єктів господарювання в Україні.

Для промислових підприємств розробка і впровадження сучасної стратегії розвитку передбачає націленість на ринок і споживача, в основі чого повинна бути технологічна політика. Вибір політики в технологічній сфері може визначатися залежно від значення таких показників, як привабливість технології для підприємства і його технологічна позиція, рівень науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, обсягів інноваційного ризику та інвестицій.

Тут важливо отримати достовірні матеріали не тільки про управлінський процес, але і про проведення оцінки якісної його сторони з виробленням напрямів удосконалення досліджуваного процесу. Головною передумовою проведення такого дослідження виступає підвищення рівня управлінського впливу на використання ресурсного потенціалу [2].

Основною діяльністю підприємства ТОВ «Моноліт-РРА» є: виробництво будівельних виробів з бетону, гіпсу та цементу; виробництво блоків з пінобетону, плитки, плитняку, цегли з цементу, бетону або штучного каменю; виробництво цементу різних марок, вогнетривких розчинів, будівельних бетонів та аналогічних сумішей тощо. У зв'язку з розвитком конкуренції на ринку будівельних матеріалів керівництво ТОВ «Моноліт-РРА» розробило дві стратегії розвитку підприємства на цьому етапі: впровадження модернізації зі збільшенням виробництва блоків з пінобетону на 30%; виробництво не змінне (без впровадження модернізації).

Проаналізувавши дані продажів за минулі роки і провівши екстраполяційні розрахунки, було підраховані доходи підприємства при збільшенні або залишенні випуску на звичайному рівні при сприятливих і несприятливих тенденціях на ринку будівельних матеріалів. На підставі додаткових відомостей отриманих в ході маркетингових досліджень побудовано дерево рішень (рис. 1).

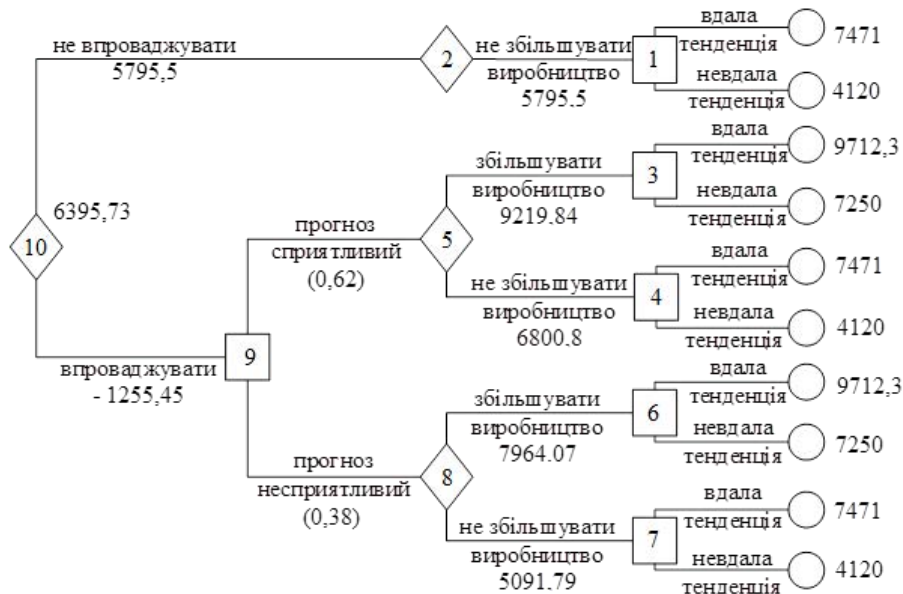


Рис. 1. Дерево прийняття рішення по впровадженню модернізації на ТОВ «Моноліт-РРА»

Джерело: розроблено авторами

На основі дослідження було підтверджено доцільність застосування методу дерева прийняття рішення при обґрунтуванні інвестиційної стратегії, що сприяє підвищенню ефективності управління ресурсним потенціалом зазначеного підприємства. За допомогою запропонованого методу було встановлено, що проводити модернізацію виробництва піноблоків на ТОВ «Моноліт-РРА» доцільно. Очікуваний результуючий дохід з урахуванням витрат на розробку і впровадження модернізації склав 6395,73 тис. грн. Розглянутий підхід може бути використаний для аналізу різних напрямів діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Сисоліна Н. П. Проблемні аспекти та перспективи інноваційного розвитку сільськогосподарського машинобудування / Н. П. Сисоліна, Г. В. Савеленко, І. П. Сисоліна // Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки : зб. наук. пр. - Кропивницький : ЦНТУ, 2018. - Вип. 1 (34). - С. 280-287.
2. Ареф'єва О. В., Харчук Т. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – №7. – С. 71–76.
3. Новицький В. Є. Економічні ресурси цивілізаційного розвитку: Навч. посібник. / В. Є. Новицький – К.: Національний авіаційний університет, 2004. – 268 с.
4. Ситник В. Ф. Дерева рішень в системах дейтамайнінгу / В. Ф. Ситник, Н. В. Ситник / Вчені записки: Наук. зб. – Вип. 9. – К.: КНЕУ. 2006. – С. 442 – 454.
5. Guerras-Martín L. A. The evolution of strategic management research: Recent trends and current directions / L. A. Guerras-Martín, A. Madhok, Á. Montoro-Sánchez // Business Research Quarterly. – April–June 2014. – Vol. 17. – Issue 2. – pp. 69–76.
6. Краснокутська Н.С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: [навчальний посібник] /Н.С. Краснокутська. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 287 с.

ПРОБЛЕМИ СТВОРЕННЯ І УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ СПОРТИВНИМ КЛУБОМ

Спортивні клуби в Україні мають тривалу історію і пройшли в своєму розвитку кілька етапів. Раніше спортивні клуби створювалися переважно за територіальним принципом і були основною формою первинних спортивних організацій. Аналіз зарубіжного досвіду підтверджує, що і в ринкових умовах спортивні та спортивно-оздоровчі клуби є основною організаційною формою спортивного менеджменту, а приватні великі фірми сприяють створенню спортивно-оздоровчих клубів на базі своїх організацій. Тому збереження і відродження спортивних клубів на підприємствах, в установах в ринкових умовах України слід розглядати як прогресивну тенденцію. Більш того, відродження в Україні спортивного клубного руху в нових соціально-економічних умовах стає одним з напрямків державної політики [3].

Мета роботи: визначення основних проблем в створенні та управлінні спортивного клубу.

Методи дослідження: теоретичний аналіз літературних джерел, синтез, узагальнення, порівняння і зіставлення.

Спочатку поговоримо про типологію сучасних спортивних клубів України. Всі сучасні спортивні клуби України можна згрупувати, виділивши такі їх види:

1. Спортивні клуби, створені на базі промислових підприємств у формі громадських об'єднань;
2. Студентські спортивні клуби в вузах;
3. Шкільні спортивні клуби;
4. Спортклуби професійного спорту з ігрових видів, які є, як правило, комерційними організаціями;
5. Територіальні спортивні клуби;
6. Фітнес-клуби, спортивно-оздоровчі клуби і центри і т.п.;
7. Фізкультурно-спортивні клуби інвалідів.

З організаційно-економічної точки зору всі спортивні клуби можна поділити на клуби любительського спорту, що створюються у формі громадських об'єднань, і комерційні клуби, по-перше, фізкультурно-оздоровчої спрямованості і, по-друге, професійного спорту.

Цілепокладання - головний момент ефективного управління. Цільова функція спортивного клубу починається з встановлення загальної мети цієї організації, що виражає причину її існування. Тому однією з головних проблем управління є встановлення цілей, заради досягнення яких створюється, функціонує і розвивається клуб як цілісна природно-соціальна система.

В теорії цільового управління цілями називають ті ключові результати, до яких організація прагне у своїй діяльності протягом тривалого періоду часу. Точніше кажучи, мета управління - це бажаний, необхідний і можливий стан керованої системи в майбутньому.

Цілі спортивної організації зазвичай фіксуються в трьох документах - статуті організації, концепції і цільовій програмі розвитку фізичної культури і спорту (для федерацій з видів спорту - відповідного виду спорту) на території, що входить в сферу обслуговування цієї організації (район, місто, суб'єкт федерації і т.п.). Поряд із загальною метою в спортивній організації формулюються приватні цілі, які в установчих документах частіше називають завданнями організації [1].

Загальновідомо, що модель діяльності клубів без серйозної підтримки спонсорів і акціонерів не може довго існувати, так як професійний спорт вимагає значних матеріальних витрат на розвиток інфраструктури клубів, покупку гравців-лідерів, що дозволяють команді виступати на найвищому рівні і тим самим заробляти необхідні клубу кошти, що сприяє подальшому лідерству команди і її окремих гравців.

Однак рішення цих двох завдань: підвищення спортивної майстерності та вміння заробляти гроші для успішного функціонування клубу - вимагає нових підходів до організації роботи професійного клубу, зміни його структури і системи підготовки команди і найближчого резерву, тобто ефективного управлінського впливу.

В даний час організація і управління діяльністю професійного клубу в Україні ґрунтується на цільових установках, у тому числі дві - головні:

1. Досягнення високих спортивних результатів в основних турнірах.
2. Виробництво спортивно-видовищних послуг, продаж яких забезпечує прибуток.

Економічна діяльність професійних клубів на даний час недостатньо регламентована, їх фінансове становище істотно відрізняється. Частина клубів повністю залежать від надходжень бюджетних територіальних і відомчих утворень, інша частина - від змішаного фінансування бюджетними і комерційними організаціями і меншість клубів - тільки від комерційних корпорацій і приватних осіб.

Таким чином, характерна для більшості інфраструктура не відповідає вимогам якісного проведення змагального і тренувального процесів і не вирішує окремих економічних проблем, в зв'язку з чим національний спорт в Україні втратив свої передові позиції на міжнародній арені і на Олімпійських іграх. Причини такого становища: перший ранг отримав фактор недостатнього фінансування розвитку професійного спорту в регіонах; другий ранг - недостатня кількість спортивних споруд, в тому числі і видовищ; третій - недоліки в діяльності професійних спортивних клубів та їх фінансування, четвертий - відставання в теорії і методиці підготовки в ігрових видах спорту і тільки на п'ятому місці виявилось зниження числа тих, хто займається спортом в країні [2].

Підводячи підсумки можна з упевненістю заявити, що реалізація завдань, що стоять перед професійним спортом, можлива шляхом створення і функціонування професійних клубів, пріоритетними напрямками, вдосконалення яких є єдність і найтісніший взаємозв'язок спортивної, організаційної та економічної діяльності.

Список використаних джерел:

1. *Перевезін І.І. Менеджмент спортивної організації. Короткий курс. -М.: ФОН, 1998.*
2. *Управління організацією // Під ред. А.Г. Порпшсва, З.П. Румянцевої, Н.А. Саломатина. -М.: ИНФРА-М, 1999.*
3. *Організаційно-методичні аспекти управління професійним клубом // Теорія і практика фізичної культури. 2005.*

РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОГРАМИ РЕАЛІЗАЦІЇ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПАТ «ЗАПОРІЖСТАЛЬ»

Стандарти ISO серії 9000 висувають єдині вимоги до управління організацією з точки зору забезпечення якості її діяльності. Першим принципом менеджменту якості в стандартах ISO проголошується орієнтація на замовника [1]. Компанії- виробники, залежать від своїх клієнтів, тому повинні розуміти їхні поточні і майбутні потреби, відповідати вимогам і прагнути до перевищення їхніх очікувань [2].

Одним з найефективніших методів виходу виробників на новий більш досконалий рівень - це реалізація програм удосконалення технології для задоволення нових додаткових умов клієнтів до продукції, створення спеціальних робочих місць для робітників, які будуть забезпечувати постійну підтримку клієнтів, виконувати моніторинг якості поставленої продукції, розробляти і впроваджувати нові технології для забезпечення потреб клієнтів. Орієнтація на клієнта, забезпечення його потреб в даний момент ще залишається не розвиненим напрямком в роботі організацій і підприємств [3, 4].

Тому розробка і реалізація різних програм спрямованих на клієнтоорієнтованість є актуальною і необхідною темою розвитку будь-якого виробника продукції, особливо з метою виходу на європейські ринки.

Об'єктом дослідження є діяльність ПАТ «Запоріжсталь» як виробника продукції. Предметом дослідження є реалізація нового підходу в діяльності ПАТ «Запоріжсталь» в напрямку партнерського відношення до споживачів, формування умов, що дозволяють компанії успішно підтримувати відносини з найбільшими клієнтами і забезпечувати максимальні обсяги продажів в короткостроковій і довгостроковій перспективі. Метою роботи є розробка і впровадження програми Клієнтоорієнтованість на ПАТ «Запоріжсталь».

Для досягнення поставленої мети вирішували наступні завдання:

- вивчали підходи організації роботи виробників продукції зі споживачами;
- проводили аналіз роботи ПАТ «Запоріжсталь» з клієнтами і споживачами в період 2013-2017рр.;
- аналізували основні потреби споживачів до ПАТ «Запоріжсталь»;
- розробляли програму реалізації нового клієнтоорієнтованого підходу на ПАТ «Запоріжсталь».

В останні роки активно розвивається напрямок нових підходів к програмі покращення і виходу на нові ринки за рахунок розробки програм підвищення якості [5]. Результати дослідження з цієї тематики знайшли відображення у наукових працях таких українських вчених - П.Я. Калита, А.І. Момот, Л.М. Віткін.

В процесі дослідження використовували метод системного аналізу для визначення причино-наслідкових зв'язків між рівнем організації роботи підприємства по технічній підтримки споживача, контролем якості продукції та задоволенням споживача.

Інформаційною базою були роботи з безперервного покращення якості Ю. Адлера, В. Лapidуса, І. Чайки, С. Філіпова, В.А. Васильєва, В.А. Новікова та інших. Для аналізу роботи ПАТ «Запоріжсталь» використовувалися текстові та електронні матеріали технічних служб комбінату, управління з якості - результати аналізу технології, результати дослідницьких робіт, запити споживачів і результати спостережень переробки продукції у клієнтів.

Були запропоновані нові методи організації роботи ПАТ «Запоріжсталь» зі споживачами. Було реалізовано роботу крос-функціональних групи фахівців комбінату для вирішення питань з покращення якості продукції та зменшення претензій у споживачів. Робота груп була достатньо ефективною і дозволила зменшити дефекти у деяких споживачів в 2 рази. Це досягнення зумовило перехід на інший рівень клієнтоорієнтованості. Було впроваджено реалізацію підходу к кожному клієнту окремо – експериментально розроблялися технологічні регламенти для виконання додаткових потреб споживачів. Результатом стало розробка 40 регламентів технології виробництва прокату для кожного Ключового клієнта.

В теперішній час проходить етап практичної апробації клієнтоорієнтованого підходу в діяльності ПАТ «Запоріжсталь». Отримані результати - підвищення кількості Ключових Клієнтів з 21 в 2018р. до 100 в 2019р., та зменшення претензій від споживачів до продукції комбінату на 30% за 2018 рік свідчить про ефективність такого підходу в діяльності ПАТ «Запоріжсталь». Економічний ефект від реалізації нових підходів в роботі з Ключовими клієнтами становить 3 млн. грн за рік.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги.
2. Лисенко О.М. Системи управління якістю: особливості впровадження згідно з новою версією стандарту ISO 9001. //Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. –2016. Випуск 1, стр. 28-34.
3. Каліта П.Я. У бізнесі, як і в спорті перемагає найсильніший./ Міжнародний проект «Сузір'я якості» //Збірник докладів, - 2002. №1СП. – с. 51-69.
4. Каліта П.Я. Нарис про генетичну успішності організацій і держави. Частина 1,2,3 // Стандартизація, сертифікація, якість. - 2014. - №1,2,3.
5. Лapidус В.А. Загальна якість (TQM) в російських компаніях. (2-е ізд.) - Н.Новгород.: ТОВ СМЦ "Пріоритет", 2008.- 432 с.

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

Одночасно з людством розвивається і наука управління. Ефективність управління будь-якою сферою діяльності означає пошук оптимального варіанту для досягнення мети.

У рамках гуманістичного підходу до управління важлива роль належить культурному контекстові управління персоналом. Необхідність формування і розвитку корпоративної культури на сьогодні вже не викликає жодних сумнівів, оскільки практика успішних організацій засвідчує її вагомий роль у досягненні цих успіхів. Сильна і розвинута корпоративна культура є необхідною умовою самореалізації працівників та їх потенціалу.

Корпоративна культура впливає як на процес управління персоналом, так і на роботу підприємства в цілому. Так, чим вище рівень корпоративної культури, тим у меншому ступені персонал має потребу у чіткому регламентуванні діяльності, в директивах, настановах, детальних схемах і докладних інструкціях. Компанія з грамотно розвинутою корпоративною культурою користується великим авторитетом на ринку, має високу конкурентноспроможність і приваблива як для потенційних співробітників, так і для партнерів по бізнесу та акціонерів.

Корпоративна культура – це сукупність моделей поведінки, які набуті, засвоєні організацією в процесі адаптації до зовнішнього середовища та внутрішньої інтеграції, які показали свою ефективність і поділяються більшістю членів організації [1, с. 7].

До основних складових корпоративної культури відноситься:

1. Мова спілкування та система комунікацій (використання усної, письмової та невербальної комунікації, а також жестів та міміки).

2. Усвідомлення своєї ролі в організації. Одним культурам імпонує приховування співробітником своїх внутрішніх намірів, а інші – навпаки сприяють їх зовнішньому прояву. Одні компанії налаштовані на співпрацю, а інші – на індивідуальне самовираження.

3. Зовнішній вигляд працівників, тобто охайність, наявність спеціального одягу, уніформи.

4. Дотримання розпорядку дня.

5. Організація харчування, тобто тривалість та періодичність харчування, наявність однієї їдальні для всіх працівників чи розмежування їх для керуючого та рядового персоналу.

6. Відносини в колективі та з клієнтами (у тому числі різними за статтю, віком, релігією, статусом в суспільстві, шляхи вирішення конфліктів).

7. Норми та цінності організації.

8. Мотивування та трудова етика (відповідальність за виконану роботу, якість роботи, оцінка роботи та винагорода за неї, просування по кар'єрних сходах).

9. Віра (віра в успіх, допомогу, справедливість, власні сили).

10. Символіка в організації – лозунги, організаційні табу [2].

Одним із прикладів впливу корпоративної культури на діяльність бізнесу є компанія «Twitter». У вересні 2017 р. відділ інтерсекціональності, культури і різноманітності Твіттера приступив до реалізації нової стратегії #GrowTogether. Її місія полягає в тому, щоб сприяти глобальним позитивним змінам, шляхом забезпечення поважного тону листувань, створення більш тісних зв'язків між людьми і заохоченням різних видів взаємодії між окремими людьми і групами всередині організації і на платформі.

Компанія Twitter опублікувала звіт із результатами фінансової діяльності за 4 квартал 2017 року, який показав, що вперше в своїй історії компанія зафіксувала квартальний прибуток. Майже 12 років до цього Twitter працював виключно в збиток, тобто за гроші інвесторів і акціонерів [3].

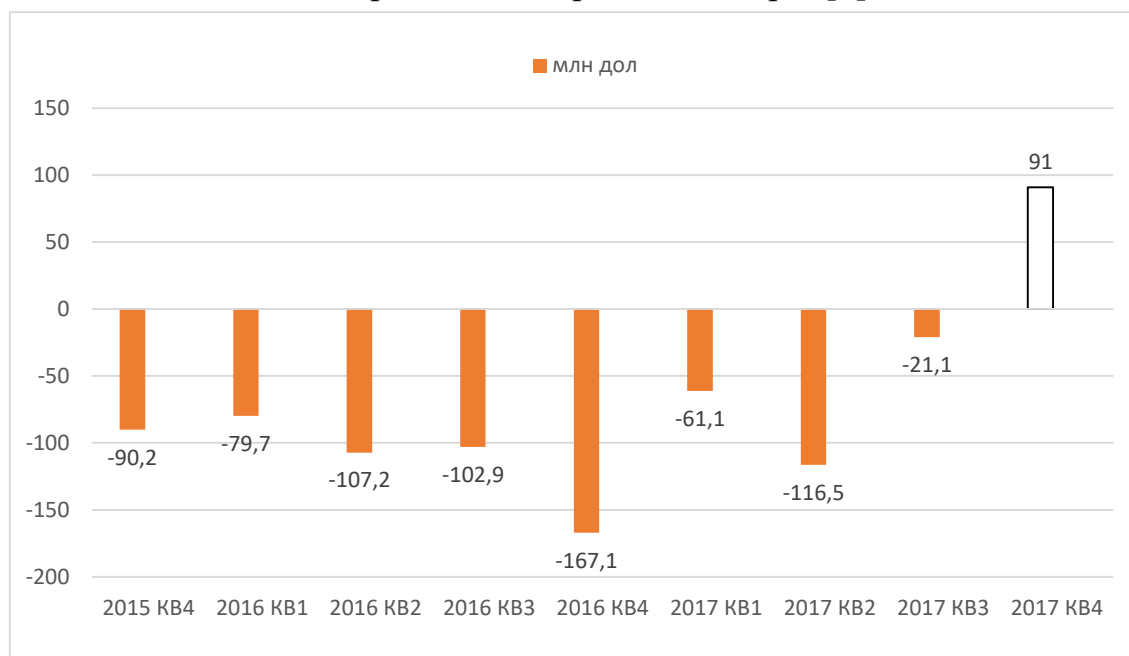


Рис. 1 Квартальні фінансові результати «Twitter»

Завдяки новій корпоративній культурі компанія-розробник найпопулярнішого сервісу мікроблогів у світі потрапила на друге місце загального рейтингу і на перше місце рейтингу ІТ-компаній, отримавши в середньому 4,5 з 5 голосів [4].

Отже, довгостроковий успіх підприємства, перспективи його зростання, а також ефективної економічної безпеки підприємства не можливі без високої корпоративної культури. Корпоративний дух і корпоративна культура являється свого роду цементом, який скріплює організацію, умова її стабільності і ефективності функціонування. Визначальну роль у становленні ефективної корпоративної культури повинні відігравати керівники нового типу,

здатні перевтілити її з епітету в змістовну здатність самих підприємств, їх найміцніший об'єднуючий початок.

Роль корпоративної культури стає особливо актуальною в ситуації економічної кризи. Особливості корпоративної культури дають підприємствам можливість набути необхідної гнучкості, яка робить його стійким до зовнішніх і внутрішніх загроз.

Створення корпоративних правил та чітке їх дотримання дасть змогу: забезпечити ефективну роботу і стабільну економічну безпеку підприємства; гармонізувати й субординувати відносини між працівниками, між працівниками та менеджерами; попередити або розв'язати конфліктні ситуації; привабити клієнтів; забезпечити прийняття ефективних рішень. Від правильно сформованої корпоративної культури залежить сила й ефективність роботи підприємства, а потужна корпорація є важливою складовою стабільності економічного й громадського життя держави.

Список використаних джерел:

1. Воронкова А. Е. Корпорації: управління та культура : монографія / А.Е. Воронкова, М.М. Баб'як, Е.Н. Коренев, І.В. Мажура. Дрогобич: Вимір, 2006. 376 с.
2. Студопедія «Корпоративна культура». URL: https://studopedia.com.ua/1_307873_skladovi-korporativnoi-kulturi.html
3. Звіт компанії «Twitter». URL: http://files.shareholder.com/downloads/AMDA2F526X/5978323279x0x970882/AF653BFB8C4D4D918F128867CDA665DB/Q4_2017_Shareholder_Letter.pdf
4. Блог «AIN», стаття «10 компаній з найбільш задоволеними співробітниками: Twitter обігнав Google». URL: <https://ain.ua/2014/08/22/10-texnokompanij-s-naibolee-dovolnymi-sotrudnikami-twitter-obognal-google/>

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ ТА ЕТАПИ ЗДІЙСНЕННЯ

Досвід провідних фірм світу свідчить, що одним з ключових чинників їх економічно зростання є розробка та впровадження різного роду інновацій. Орієнтація на інноваційний шлях розвитку гарантує не лише зростання економічних показників і конкурентоспроможності, але й допомагає вирішувати економічні, соціальні та екологічні проблеми суспільства загалом. Тому вітчизняним промисловим підприємствам для зміцнення своїх позицій як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках доцільно здійснювати стратегічне планування інноваційного розвитку.

Теоретичні та методичні аспекти стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств представлені у працях таких учених, як С.В. Бреус [1], Є.О. Діденко [2], Л.Я. Малюта [3], Л.Н. Семенова [4], Н.В. Сілецька [5], І.А. Сільченко [6], Н.І. Чухрай [7], О.С. Шавшин [8] та інших. Незважаючи на значну кількість публікацій за темою дослідження, питання стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств залишаються до кінця не вивченими та потребують подальших досліджень.

Метою даного дослідження є поглиблення теоретичних основ і розробка пропозицій щодо стратегічного планування інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств у сучасних умовах їх функціонування. Досягнення обраної мети передбачає уточнення сутності поняття «стратегічне планування інноваційного розвитку підприємства» і етапів його здійснення. Об'єктом дослідження є процес стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств, а предметом – теоретичні аспекти стратегічного планування інноваційного розвитку підприємств.

У сучасних наукових дослідженнях даються різні тлумачення сутності стратегічного планування інноваційного розвитку підприємства. Узагальнюючи підходи низки науковців [1; 3; 5; 6], під цим поняттям розуміємо процес розробки та реалізації стратегії, яка передбачає залучення і розподіл ресурсів, використання різного роду інновацій і дозволяє адаптувати діяльність підприємства до роботи в умовах мінливого зовнішнього середовища для досягнення встановлених цілей і сталого розвитку на тривалу перспективу.

Основними умовами ефективного стратегічного планування інноваційного розвитку є: комплексний характером інновацій, які необхідні для забезпечення сталого розвитку підприємства; різноманіття цілей інноваційного процесу та тісний зв'язок між комплексом завдань інноваційної діяльності зі стратегічними цілями підприємства; багатоваріантність вибору інновацій;

довгостроковий характер результатів інноваційної діяльності тощо. Впровадження стратегічного планування інноваційного розвитку на підприємстві прискорює постійний розвиток організації та дозволяє переходити до нового витку розвитку, забезпечує переваги в конкурентній боротьбі на основі лідерства в продуктово-технологічній сфері, створює основу для суспільного визнання підприємства [2].

Дослідження наукових джерел [2; 4; 7; 8] свідчить, що стратегічне планування інноваційного розвитку передбачає здійснення наступних етапів:

1. Визначення стратегічних цілей інноваційного розвитку підприємства. На цьому етапі здійснюється аналіз прогнозів результатів господарювання та оцінка інноваційного потенціалу.

2. Деталізація цілей у розрізі сфер діяльності підприємства. Передбачає співставлення цілей та завдань з ймовірною зміною показників діяльності ключових підсистем.

3. Розробка базової стратегії інноваційного розвитку підприємства. Проводиться аналіз ступеня відповідності потреб стратегії умовам діяльності та потенціалу підприємства.

4. Формування бюджету інноваційного розвитку підприємства. Здійснюється шляхом запровадження системи бюджетування задля зваженого розподілу ресурсів.

5. Реалізація стратегії інноваційного розвитку підприємства. Передбачає поетапне дослідження ефективності інноваційного розвитку та оцінку рівня зміни потенціалу.

6. Корегування положень стратегії інноваційного розвитку підприємства відповідно до оновлення цілей. Удосконалення моделі інноваційного розвитку підприємства.

7. Забезпечення умов сталого розвитку підприємства на основі циклічності інновацій.

Отже, вітчизняним промисловим підприємствам, які націлені на підвищення своєї конкурентоспроможності, слід здійснювати стратегічне планування інноваційного розвитку. Воно полягає у формуванні відповідної моделі поведінки на ринку. У залежності від галузі ця модель може розроблятися на період від двох до п'яти років і враховувати дію чинників, що впливають на планування заходів щодо усунення негативних ситуацій або адаптацію до змін бізнес-середовища. Це дозволить забезпечити досягнення встановлених цілей діяльності, максимальне використання і підвищення внутрішнього потенціалу, ефективне управління фінансовими, трудовими, матеріальними та інформаційними ресурсами для переходу на інноваційний шлях розвитку й швидке реагування на зміни зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Бреус С.В. Стратегічне планування інноваційного розвитку промислового підприємства / С.В. Бреус, Л.О. Шатненко // *Економіка і суспільство*. - 2018. - № 18. - С. 292-301.
2. Діденко Є.О. Основи стратегічного планування інноваційного розвитку підприємства / Є.О. Діденко, А.А. Андрушко // *Ефективна економіка*. - 2018. - № 11.

3. *Малюта Л.Я. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства : навчальний посібник / Л.Я.Малюта. - Тернопіль: ФОП Паляниця В.А., 2016. - 232 с.*
4. *Семенова Л.Н. Концептуальні засади формування інноваційної стратегії розвитку підприємства / Л.Н. Семенова, І.О. Потятиник // Вчені записки університету «КРОК». - 2014. - Випуск 35 - С. 138-144.*
5. *Сілецька Н.В. Особливості стратегічного планування інноваційного розвитку аграрних підприємств / Н.В. Сілецька, В.В. Берегова // Бізнес-навігатор. - 2016. - № 1. - С. 31-37.*
6. *Сільченко І.А. Планування як визначна необхідність розвитку інноваційної діяльності підприємств / І.А. Сільченко, В.М. Архіпова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2017. - № 4 (40). - С. 63-67.*
7. *Чухрай Н.І. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: підручник / Н.І. Чухрай, О.П. Просович. - Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2015. - 500 с.*
8. *Шавшин О.С. Стратегія інноваційного розвитку підприємства / О.С. Шавшин // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». - 2017. - № 3(2). - С. 167-171.*

РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕГРОВАНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ»

Будь-яка організація, комерційна або некомерційна, починається з управління, точніше з системи управління, і являє собою групу працівників з розподілом відповідальності, повноваженнями і взаємовідносинами, а також всіма необхідними ресурсами. Ключове значення для формування системи управління будь якої організації в цілому, і системи управління якістю зокрема, є місія та цілі організації, які повинні базуватись на політиці у сфері якості.

Для того, щоб відповідати своїй задекларованій політиці та цілям, організація повинна прагнути ідентифікувати процеси, необхідні для впровадження, функціонування та поліпшення інтегрованої системи менеджменту, визначити послідовність та взаємодію цих процесів та можливість їх інтеграції, визначити критерії та методи, необхідні для забезпечення результативного функціонування та управління цими процесами. Також, забезпечити наявність ресурсів, в тому числі компетентного персоналу та інформації, необхідної для підтримки функціонування, моніторинга та аналізу цих процесів. Та головне – постійно підвищувати результативність діяльності організації.

Інтегрована система органічно об'єднає в єдине ціле взаємодіючі і взаємопов'язані процеси, складові суті діяльності підприємства, а також направляють роботу його підрозділів на досягнення головної мети бізнесу – отримання прибутку шляхом задоволення вимог і очікувань споживачів. З впровадженням інтегрованої системи управління підвищується конкурентоспроможність продукції та організації, ефективність її діяльності, а також досягається синергичний ефект (загальний ефект системи перевищує сумарний ефект всіх компонентів, що діють окремо) і забезпечується економія всіх видів ресурсів.

Відповідно до політики у сфері якості ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ», головних принципів діяльності, є досягнення і підтримання загальноновизнаної репутації провідної організації України у сфері метрології, стандартизації, сертифікації, оцінки відповідності, управління якістю, а також виробництва науково-місткої продукції.

З метою забезпечення відповідної діяльності ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ», визначених Статутом організації, необхідність впровадження системи управління якістю, здатної забезпечити ефективне функціонування організацій у сучасних економічних умовах, стало очевидним.

В процесі створення системи управління якістю в ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» виявилось доцільним впровадження базових принципів та методів управління з метою досягнення стійкого успіху, шляхом використання підходу, заснованого на сфері управління якістю згідно ISO 9004, зважаючи на його застосування до будь-якої організації незалежно від її розмірів, типу і роду діяльності. Організаційною основою для створення інтегрованої системи управління на підприємстві є стандарти серії ISO 9000. Це пояснюється тим, що принципи й вимоги міжнародного стандарту управління якістю багато в чому схожі із принципами загального менеджменту підприємства.

ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» прийняло зобов'язання по створенню, документуванню, впровадженню і підтримки Системи менеджменту, безперервного вдосконалення її ефективності згідно стандартів ISO / IEC 17025: 2017 та ISO 17034: 2016 відповідно до Міжнародної Угоди по взаємному визнанню національних еталонів і сертифікатів калібрування і вимірювань, що видаються національними метрологічними інститутами.

Політика в сфері якості ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» спрямована на досягнення наступних цілей:

- створення, вдосконалення і зберігання національних еталонів;
- довіру замовника до результатів роботи, при максимальному задоволенні його вимог, дотримання законодавства, вимог нормативних правових актів у галузі забезпечення єдності вимірювань;
- забезпечення задовільного ступеня еквівалентності національних еталонів, що зберігаються в ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ», з еквівалентними еталонами інших країн;
- забезпечення визнання сертифікатів калібрування і стандартних зразків, що видаються ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ»;
- підвищення професійного рівня фахівців, які проводять роботи, що досягається постійною турботою про освіту і підвищення кваліфікації працівників;
- розширення угод, пов'язаних з міжнародною торгівлею і усунення бар'єрів на міжнародному ринку;
- збереження науково-технічного персоналу і його розвиток за допомогою забезпечення його потреб і стимулювання.

ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» використовує інтегровану систему управління якістю, дотримується вимог, викладених в ISO/IEC 17025, в тому числі ISO 17034, таким чином, принципи ISO 9001 та, де це доречно, стандарти ISO/IEC серії 17000.

Досягнення сталого успіху розглядається через поняття якості організації, яке визначено як ступінь, до якого власні характеристики організації відповідають потребам та очікуванням її замовникам і іншим зацікавленим сторонам. Необхідною умовою успішної діяльності ДП «УКРМЕТРТЕСТСТАНДАРТ» у виробничому, природному і соціальному середовищі є створення, впровадження і сертифікація інтегрованої системи управління (ІСУ), що відповідає вимогам міжнародних стандартів серії ISO

9000 та міжнародним стандартам серії ISO/IEC 17000. Запровадження таких систем має бути стратегічним рішенням організації. Виходячи з цього, дослідження проблеми розроблення та запровадження систем управління якістю, які є домінуючим фактором у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, є актуальним і своєчасним.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ ISO 9000:2015 Системи управління якістю. Основні положення та словник;
2. ДСТУ ISO 9001:2015 Системи управління якістю. Вимоги;
3. ДСТУ ISO/IEC 17000:2007 Оцінювання відповідності. Словник термінів і загальні принципи;
4. ISO 17034:2016 *General requirements for the competence of reference material producers* (Загальні вимоги до виробників стандартних зразків);
5. Pieter Dehouck, Robert Koeber, Elena Scaravelli, Hendrik Emons. *The integration of quality management systems in testing laboratories: a practitioner's report* (Інтеграція систем управління якістю у випробувальній лабораторії: практична доповідь) *Accreditation and Quality Assurance* (2019) 24:151–156 <https://doi.org/10.1007/s00769-018-1365-1>.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Управління, в загальному значенні, можна визначити як процес цілеспрямованих дій і впливу суб'єкта управління на об'єкт управління для досягнення визначених результатів.

Розглядаючи зміст і роль фінансових ресурсів підприємств, ми цілком справедливо виділили їх у самостійний об'єкт управління фінансово – господарської діяльності підприємства.

Необхідність ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства вимагає виокремлення у системі фінансового менеджменту, спеціального напрямку по прийняттю рішень щодо формування і використання необхідних обсягів фінансових ресурсів для подальшого розвитку, оптимізації джерел залучення і раціонального розподілу фінансових ресурсів, тобто підсистеми управління фінансовими ресурсами. Тіснота взаємозв'язку груп і видів фінансових ресурсів між собою, цільове спрямування і вплив на всі елементи господарювання роблять таке виокремлення цілком слушним і необхідним.

Фахівці у сфері фінансового менеджменту підприємств надають різні тлумачення поняттю управління фінансовими ресурсами, акцентуючи, здебільшого, увагу на організації управління фінансовими потоками з метою ефективного їх використання і одержання максимального прибутку, як управління фінансами загалом і фінансовими ресурсами, зокрема [1], спрямоване на досягнення мети підприємства за допомогою певних методів [2], як управління фінансовою діяльністю [3], або як використання фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей господарювання. [4]

Ряд дослідників при цьому зауважують, що управління фінансовими ресурсами – це система принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів; які визначають напрямок руху грошових потоків з моменту формування товарно – матеріальних запасів до завершення всіх розрахунків, а потім розподіл і використання отриманого фінансового результату [3].

Так, Ванькович Д.В. вважає за доцільне розглядати управління фінансовими ресурсами як систему, що забезпечує функціональну єдність об'єкта системи управління (фінансових ресурсів і фінансових відносин) та виконує три функції, а саме: відтворювальну, виробничу, контрольну; як суб'єкта системи управління (фінансової служби підприємства), що прогнозує фінансові стани (ситуації), в яких може опинитись підприємство, планування діяльності щодо управління фінансовими ресурсами, регулювання грошового обороту, облік витрат і результатів виробничої та інвестиційної діяльності, аналіз та оцінку ефективності використання та розподілу фондів грошових

коштів, контроль за використанням та одержанням грошових коштів на усіх етапах виробничо – господарського циклу; зовнішнього економічного середовища» [5].

Запропоноване визначення системи управління фінансовими ресурсами є дуже широким та характеризує по суті всю фінансову діяльність, називаючи її складові та відображуючи їх взаємодію. Але, на нашу думку, це поняття не містить чітко виокремлених елементів управління саме фінансовими ресурсами, тому повністю погодитись з цим визначенням не можемо.

Мішина С.В. зазначає, що: управління фінансовими ресурсами – організаційно – економічний механізм, що пропонується розуміти як певну послідовність теоретично обґрунтованих етапів управління фінансовими ресурсами підприємств, яка передбачає створення необхідної для їх ефективного формування і використання структури системи управління та вибір фінансового інструментарію [6].

У цьому визначенні зосереджується увага на механізмі, що обумовлює етапи управління фінансовими ресурсами, які лежать в основі управлінських відносин, виборі фінансового інструментарію та організаційної структури управління. Така версія є своєрідною, специфічною, беручи до уваги послідовність етапів і має право на існування.

Входячи із цього, нами запропоновано, що управління фінансовими ресурсами – це підсистема загальної системи управління підприємством, яка визначає теоретичні засади (теорії, концепції), принципи, інструментарій обґрунтування та впровадження управлінських рішень щодо формування, розподілу і використання цих ресурсів в процесі господарювання для досягнення визначених цілей.

Список використаних джерел:

1. Дем'яненко М.Я. Левченко Н.М. та ін. *Фінанси підприємства: навч. посіб.*, К., 2007. – 371с.
2. Брюховецька Н.Ю. *Фінанси підприємства: навч. посіб.*, Д., 2006.- 215с.
3. Гончаров В.М., Непочатов С.І. та ін. *Фінанси підприємств: навч. посіб.* – Д., 2006.- 185с.
4. Бланк І.О. *Фінансовий менеджмент: навч. посіб.*, К., 2005. – 653с.
5. Ванькович Д. В. *Теоретико-методологічні засади та механізм реалізації фінансової політики в Україні : автореферат дис. ...д-ра. екон. наук / Ванькович Д. В. ; 08.00.08 - гроші, фінанси і кредит. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 41 с.*
6. Мішина С. В. *Організаційно-економічний механізм управління фінансовими ресурсами промислових підприємств: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Мішина Світлана Володимирівна ; Харківський національний економічний ун-т. - Х., 2004. - 262 арк.*

ФЕДОРЕЦЬ С.Б.
аспірант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
СИНГАЇВСЬКА І.В.
к.псих.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ВИВЧЕННЯ СУЧАСНИХ ВИМОГ ДО ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ

Сучасні вимоги, на фоні суспільно-економічних змін, окреслюють ціле коло проблем організаційно-психологічного характеру, які виникають в процесі управлінської діяльності в умовах державної служби. Поруч з цим, на даний час приділяється чимало уваги питанням вдосконалення, оптимізації та покращення ефективності управління в системі державної служби.

На сьогодні характер та тенденції трансформацій в управлінській діяльності у системі державної служби України певною мірою обумовлені вимогами, які окреслені в Стратегії державної кадрової політики на 2012-2020 роки [1], в Стратегії реформування державного управління на 2016-2020 роки та планом заходів щодо її реалізації [2]. Деякі кроки були зроблені після підписання Президентом України Указу «Про Президентський кадровий резерв «Нова еліта нації» [3], який на сьогодні вже втратив чинність. Окремі зміни також визначаються положеннями Концепції адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів ЄС [4].

Поруч з тим, об'єктивні життєві реалії підтверджують той факт, що фаховість і компетентність, високий рівень знань і розвинені навички керівника є важливою умовою вдосконалення управлінських функцій на всіх рівнях. Настільки важливою, що в новій редакції Закону України «Про державну службу» [5] було виділено функцію з управління персоналом державних органів та встановлено компетентнісний (від лат. «*competentis*» – «відповідний», «здібний», тобто той, що знає, володіє відповідними знаннями) підхід до його управління. В той же час, в наукових джерелах пропонуються різні підходи та погляди щодо визначення сутності професійної компетентності. Так, Т. Лукіна зазначає, що професійна компетентність – це професійна діяльність державного службовця, міра відповідності його обізнаності (авторитетності) у питаннях державного управління та сформованості його навичок щодо здійснення вимог, які висувуються до професіоналів у цій сфері [6]. Тоді як В. Воронько до основних елементів професійної компетентності відносить знання, уміння і навички [7].

Але О. Єфремова не погоджується із зазначеним, стверджуючи, що оцінювання державних службовців лише за знаннями не може гарантувати ефективності роботи, особливо в критичних та непередбачуваних ситуаціях. З огляду на це, науковець наголошує на необхідності ще у процесі конкурсної процедури відбору враховувати не тільки професійні, а й ділові та моральні якості кандидатів [8]. Таким чином стає очевидно, що різні погляди на

професійні компетенції охоплюють певну сукупність якостей працівників, які включають в себе також і особистісні якості, які ми розуміємо в контексті компетентнісних. Це дає можливість стверджувати і про наявність психологічної компетентності, яка представляє собою інтегральну характеристику особистості, і яка власне забезпечує успішне розв'язання завдань професійного й особистісного буття з використанням психологічних знань. Ми погоджуємось з думкою М. Йованович, що психологічна компетентність є однією з найважливіших складових професійної компетентності особистості. Вона має зв'язок з рівнем професійної культури фахівця, визначає ділову надійність, здатність успішно й безпомилково здійснювати конкретну діяльність як у звичних умовах, так і в екстремальних, нестандартних ситуаціях [9]. При цьому Н. Кузьміна слушно доповнює, що психологічна компетентність складається з декількох взаємопов'язаних підсистем:

- соціально-перцептивної компетентності (знання людей, основу чого становить спостережливість і проникливість);
- соціально-психологічної компетентності (закономірності поведінки, діяльності й відносин людини, включеної до професійної групи);
- аутопсихологічної компетентності (самопізнання, самооцінка, самоконтроль, уміння управляти своїм станом і працездатністю, самоефективність);
- комунікативної компетентності (знання про різні стратегії, методи ефективного спілкування);
- психолого-педагогічної компетентності (знання методів здійснення впливу на підлеглих) [10].

Проте, в той же час, унікальний характер поєднання перелічених якостей в одній особистості складно виміряти бюрократично-номенклатурним способом, який є таким властивим для сфери державного управління. Ситуацію поглиблює також і відсутність єдиної системи оцінювання роботи керівного персоналу, а також відсутність реального, а не формального врахування ролі психологічної компетентності управлінців, яка позначається на професійній ефективності керівників в органах державної влади. Відтак бажано, аби підбір ефективного керівника відбувався і через врахування потенційно можливого розвитку тих якостей, яких наразі не вистачає [11], а також з урахуванням можливості доповнення управлінського потенціалу керівника виконавчим потенціалом колективу.

Список використаних джерел

1. Про Стратегію державної кадрової політики на 2012-2020 роки: указ Президента України від 1 лют. 2012 р. № 45/2012 // *Офіційний вісник України*. 2012. №10. Ст. 365.
2. Стратегія реформування державного управління України на 2016-2020 роки: розпорядженням Кабінету Міністрів України від 24 червня 2016 р. № 474-р. // *Офіційний вісник України*. 2016. №55. Ст. 1919.
3. Про Президентський кадровий резерв «Нова еліта нації»: Указ Президента України від 5 квіт. 2012 р. № 246/2012 // *Офіційний вісник України*. 2012. №28. Ст. 1043.

4. Про концепцію адаптації інституту державної служби в Україні до стандартів Європейського Союзу: Указ Президента України від 5 берез. 2004 р. № 278/2004. // *Офіційний вісник України*. 2004. №10. Ст. 578.
5. Про державну службу: Закон України № 889-19 від 10.12.2015 року // *Відомості Верховної Ради України*. 2016. №4. Ст. 43.
6. Лукіна Т. *Якість професійної освіти державних службовців. Проблеми трансформації системи державного управління в умовах політичної реформи в Україні: міжнар. наук.-практ. конф. (Національна академія держ.управління при Президентові України 2006) т 1. С.377-378.*
7. Воронько О. *Керівні кадри: державна політика та система управління: навч. посіб. (Українська академія державного управління при Президентові України 2002). 152 с.*
8. Єфремова О.П. *Конкурсний відбір у системі державної служби України (теоретико-прикладний аналіз): автореф. Дис... канд. юрид. наук: 12.00.01/Єфремова О.П.; Нац.пед.ун-т ім. М.П. Драгоманова. Київ, 2015. 20 с.*
9. Йованович М.І. *Психологічна компетентність як детермінанта ефективної професійної діяльності працівників Державної митної служби України / М.І. Йованович // Український психологічний журнал. 2017. № 3. С. 75-90.*
10. Кузьміна Н. В. *Акмеологическая теория повышения качества подготовки специалистов образования / Н. Кузьмина. М. : Иссл. центр повыш. кач-ва подгот. спец-ов, 2001. 144 с.*
11. Synhaivska I., Kutas M. *The applications of interactive methods for the development of competencies in management psychology /Iryna Synhaivska, Maryna Kutas/ Innovations in science: The challenges of our time (collective monograph). Ontario, Canada: Accent Graphics Communications & Publishing, 2018. P. 84–92.*

ШУЛЬГА З.В.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ПЕТРОВА І.Л.
д.е.н., професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ В СФЕРІ ПОСЛУГ

Комплекс маркетингу є основним елементом будь-якої бізнес стратегії. Модель досить проста та універсальна у використанні, являє собою такий собі чек-лист для результативного розвитку продукту компанії на ринку. Саме через свою простоту класичний комплекс маркетингу може використовувати будь-хто, навіть людина, яка не є фахівцем в області маркетингу.

Класична модель комплексу маркетингу складається з чотирьох елементів: Product – продукт, Price – ціна, Promotion – просування, Place – розподіл (4P). З часом модель ускладнювалась і в результаті перейшов в комплекс маркетингу 5P (People – люди) і 7P (Process – процес, Physical Evidence – фізичне оточення). [1]

Досліджуючи особливості комплексу маркетингу в сфері послуг, було вирішено, для прикладу обрати туристичне підприємство ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»», та зупинитись на стандартному комплексі 4P, що пропонує підприємство.

Product (туристичні послуги). Продукт являє собою те, що компанія пропонує ринку та споживачеві. Продуктом може бути як фізичний товар, так і послуга. Продукт – це перше, з чого починається робота над комплексом маркетингу. Успішний продукт завжди будується на розумінні і задоволенні важливих потреб цільового ринку [1].

Продуктом мережі туристичних послуг «Поїхали з нами» являються туристичні послуги, товарна політика яких з року в рік урізноманітнюється.

Основний акцент туристичного підприємства на туристичні послуги та туристичну діяльність, поряд із цим підприємство надає і інші послуги, які необхідні споживачам, консультаційні послуги, транспортні послуги (трансфер до місць призначення), бронювання та продаж авіаквитків, послуги страхування, перекладу та супроводу тощо [2].

Аналізуючи туристичні послуги мережі туристичних послуг «Поїхали з нами» необхідно відмітити, що підприємство підбирає туристичні тури на будь-який смак споживача і у визначеній ціновій категорії, яка формується на ринку.

Практично, щодня кваліфіковані маркетинг-менеджери підприємства відслідковують появу нових пропозицій на ринку та забезпечують попит споживачів, щодо нових турів, укладаючи при цьому контракти співпраці із власниками комфортабельних готелів, готельних комплексів та інших місць відпочину, щодо розміщення та проведення часу споживачами туристичних послуг. Туристичне підприємство працює цілий рік, формуючи різного роду тури, які є актуальними для обраних пір року.

Price (ціна та цінова політика). Ціна є важливим елементом комплексу маркетингу, вона відповідає за кінцевий прибуток від продажу товару. Ціна визначається на основі сприйнятої цінності товару споживачем, собівартості продукту, цін конкурентів і бажаної норми прибутку [1].

Цінова політика туристичного підприємства ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» достатньо диверсифікована, оскільки орієнтується на широке коло споживачів послуг (від бюджетних турів та «гарячих турів» до «VIP -турів»), що обумовлює вибір інструментарію ціноутворення. Туристичне підприємство підбирає тури під споживачів туристичних послуг, які зазначають вимоги по туру та цінові категорії. Ціни на туристичні подорожі встановлюються туристичною фірмою ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» залежно від країни поїздки, терміну туру, ціни на транспорт, яким пересувається клієнт, періоду поїздки тощо. Нижньою межею ціни є сума всіх витрат, які несе фірма, відправляючи клієнта на відпочинок (бронювання готелів, транспортні перевезення, страхування, оформлення документації та віз, інші витрати) [2].

При формуванні цінової політики туристичною фірмою ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» дотримується наступних правил. Ціни погоджуються з клієнтом під час укладання договору. Відхилення від представленої ціни туру, погодженої сторонами, можлива лише у випадках, передбачених договором, і тільки при істотній зміні обставин, передбачених вище. При цьому збільшення ціни туристичного продукту не може перевищувати 5% його первісної ціни. У випадку перевищення ціни більше, ніж на 5% від первісної ціни, турист має право відмовитися від виконання договору, а туроператор зобов'язаний повернути йому всі раніше сплачені кошти.

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різні методи ціноутворення, враховуючи при цьому ціни конкурентів на аналогічний туристичний продукт, всі витрати, які несе туроператор, а також рівень попиту на туристичний продукт.

Promotion (просування). В контексті комплексу маркетингу, під просуванням розуміються всі маркетингові комунікації, які дозволяють привернути увагу споживача до товару, сформувавши знання про товар та його ключових характеристиках, сформувавши потребу в придбанні товару та в повторних покупках [3].

До просуванню відносяться такі маркетингові комунікації як: реклама, просування в місцях продажів, пошукова оптимізація, PR, прямий маркетинг і інші.

Для просування туристичних послуг туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різноманітні засоби просування – рекламування, персональний продаж (туристичні агенти), засоби PR та стимулювання збуту розраховані на споживача.

Найбільшу цільову аудиторію туристичного підприємства охоплює Інтернет-сайт <https://www.poehalisnami.ua> на якому представлені новини компанії, можна ознайомитися із переліком туристичних маршрутів, умовами

реалізації турів, новинками та «гарячими турами», а також широко представлена контактна інформація про розміщення офісів мережі та їх телефони. Найбільш активно туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» як засіб комунікації використовує рекламу [2].

Пласе (розподіл). Місце продажу забезпечує доступність продукту для цільового ринку і означає, що товар компанії повинен бути присутнім на ринку в потрібному місці (тим, де цільової споживач може його побачити і купити) в потрібний час (тоді, коли у цільового споживача виникає потреба його купити). Іншими словами місце продажу визначає модель дистрибуції товару компанії [3].

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» використовує різноманітні канали розподілу туристичних послуг використовуючи створені по всій країні офіси і здійснюючи продаж туристичних послуг безпосередньо через офіси та через створений сайт туристичного підприємства (<https://www.poehalisnami.ua>).

Туристична фірма ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» надає послуги у різних сферах та для різних сегментів ринку.

Список використаних джерел:

1. Котлет Ф. *Маркетинг от А до Я. 80 концепцій, которые должен знать каждый менеджер* / Ф. Котлер.; Пер. с англ. М.: – Альпина Паблишерз, 2018 – 211 с.
2. Офіційний сайт туристичного підприємства ТОВ «Мережа туристичних послуг «Поїхали з нами»» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.poehalisnami.ua>
3. Кукліна Т.С. Удосконалення комплексу маркетингу в забезпеченні розвитку туристичних підприємств / Т.С. Кукліна // *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. – 2011. - №3. – С. 29 – 33.

ЯРОВА О.А.
магістрант, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ТЕРОН І.В.
к.е.н. доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ФОРМУВАННЯ ЕМОЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ БРЕНДУ

У сучасній динамічній економіці ринок перенасичений різними товарами та послугами, відтак перед кожним ринковим агентом – підприємством чи пересічним індивідуальним покупцем - широко стоїть проблема споживчого вибору. Обмеженість купівельної спроможності загострює ринкову конкуренцію і актуалізує вагомий чинник споживчих уподобань, який сучасні маркетологи ідентифікують поняттям «бренд».

Найпоширеніше визначення бренду належить Американській асоціації маркетингу (American Marketing Associations - АМА): «Ім'я, термін, знак, символ або дизайн або комбінація всього цього, призначені для ідентифікації товарів або послуг одного продавця або групи продавців, а також для відмінності товарів чи послуг від товарів або послуг конкурентів» [1]. Разом з тим, і маркетологи одностайні у думці, що поняття «бренд» включає враження, думки, емоції споживачів щодо конкретної товарної позиції. Тобто товарний знак може стати брендом лише з умови, що він є важливим споживачем для відмінності та вибору товару [2].

Виокремимо такі функціональні складові бренду:

- економічна складова: бренди для підприємств є засобом забезпечення цінової премії, стимулювання повторних купівель, розширення частки ринку, формування лояльності покупців, а для споживачів - гарантією якості улюбленого бренду;

- соціальна складова: бренди є суб'єктами соціального життя, оскільки допомагають споживачеві ідентифікувати себе з певною соціальною групою, а щодо підприємств ефективний брендинг згуртовує та мотивує персонал, працівників, розвиває почуття впевненості і гордості за спільну справу, до того ж швидше і оптимальніше налагоджуються комунікації з бізнес-партнерами;

- емоційна складова: бренди створюють певний емоційний зв'язок, формують у споживача відчуття задоволення, набору очікувань, емоцій, асоціацій, вражень, що приписуються користувачем товару (імідж товару, brand-image) – саме тому мільйони людей, виявляють до брендів лояльність, вірять в їх переваги і готові підтримати свій улюблений бренд під час певного вибору; тобто їх ефективність визначається силою впливу на емоції споживачів;

- культурно-психологічна складова: бренди значною мірою залежать від культурного оточення, в якому вони оперують, оскільки, щоб бути зрозумілими і близькими, вони мають відповідати менталітету споживача, його «картині світу», відбивати духовні цінності, що розділяються брендом і його споживачем; але в той же час бренди значною мірою формують культуру та

цінності людей за рахунок активної пропаганди певних цінностей та моделей поведінки, формування ідеалів та думок серед суспільства.

Саме емоційна складова бренду формує його індивідуальність, звернену і до розуму і до серця споживача, здатну впливати на його органи чуття. Індивідуальність підтримує, виражає, передає і синтезує бренд, робить його наочним, є найшвидшою і всюдисущою формою комунікації на ринку.

Формуванню емоційної складової бренду мають бути підпорядковані:

- місія — це опис цінностей, сукупність яких забезпечує вибудовування і простежування чітких взаємозв'язків видів діяльності компанії з внутрішнім і зовнішнім середовищем;

- слоган — матеріальне втілення місії, її вираз; кожне його слово, кожна літера — це бачення бренду з боку оточуючого середовища; слоган слугує для привернення уваги цільової аудиторії, підвищення її лояльності до бренду та стимулювання продажу;

- ім'я і символ — мають викликати позитивні емоції; бути оригінальними; викликати асоціації, не суперечити товару.

- зовнішні риси бренду - упаковка, назва, і персонаж, що втілює товарну марку;

- характер бренду – лексика і стиль комунікації з цільовим споживчим сегментом;

- стиль реклами - манера, з якою реклама подається тобто стиль, який поділяється на: науковий, офіційно-діловий — нудна реклама; публіцистичний — пафосна реклама; художній — пізнавальна, зворушлива реклама; розмовно-бітовий — смішна, грайлива реклама.

Список використаних джерел:

1. *Маркетинг: бакалаврський курс: посібник / за заг. ред. д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми : Університетська книга, 2017. – 1134с.*
2. *Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России / В. Н. Домнин. - 2-е изд. доп. – СПб. : Питер, 2004. – 381 с.*
3. *Уиллер А. Индивидуальность бренда. Практика по созданию, продвижению и поддержке сильных брендов / Алина Уиллер; пер. з англ. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. - 235 с.*

РЕАЛІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ФУНКЦІЙ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ УКРАЇНИ

Процес децентралізації в Україні розпочався з 2015 року, вже внесені відповідні зміни в законодавство країни, але поки ще не остаточно визначено рівень свободи діяльності місцевих органів управління, шляхи та механізми реалізації заходів щодо передачі повноважень від центральних органів влади, створення механізму безпосередньої участі населення в управлінні, самостійність у фінансовій сфері тощо. Необхідно наголосити, що саме самостійність місцевих органів влади в розпорядженні фінансовими ресурсами має провідну роль у забезпеченні дієспроможності місцевого самоврядування.

У Законі України «Про добровільне об'єднання територіальних громад (ОТГ)» було закладено нову концептуальну основу територіальної організації місцевого самоврядування в Україні, відповідно до якої утворення спроможних громад має відбуватися саме за їх участю. Це повинно допомогти вирішити ряд проблем у сфері місцевого управління: неефективний адміністративно-територіальний устрій (близько половини районів має кількість населення менше 40 тисяч; більш як половина громад має чисельність жителів менше 3 тис. осіб); значна централізація повноважень органів державного управління та фінансово-матеріальних ресурсів (за даними функціонального обстеження центральних органів влади, майже 1,5 тис. функцій має бути передано на рівень місцевих органів влади); місцеві податки та збори складають дуже незначну частку; низька якість і доступність публічних послуг (за рівнем надання послуг у режимі онлайн Україна посідає 62-е місце із 183 країн); відсутність ефективного перерозподілу повноважень між центральними органами державного управління та місцевими органами влади на засадах децентралізації влади тощо [1].

Практична реалізація процесу об'єднання територіальних громад розпочалась в середині 2015 року. У 2015 році було утворено 159 об'єднаних територіальних громад, що об'єднали 793 територіальні громади. 25 жовтня 2015 р. у цих громадах було обрано нові органи місцевого самоврядування, з 1 січня 2016 р. вони перейшли на прямі бюджетні розрахунки з Державним казначейством і за результатами 2016 року показали помітну позитивну динаміку свого розвитку. Ці громади отримали розширені повноваження і додаткові ресурси, що дозволило їм реалізовувати проекти розвитку місцевої інфраструктури [2].

Основні повноваження місцевих органів влади у сфері надання суспільних благ у процесі децентралізації:

1) базовий рівень: розвиток місцевої інфраструктури; надання послуг ЖКГ; управління освітніми закладами; надання послуг швидкої та первинної медичної допомоги, послуг з профілактики хвороб; розвиток культури і фізичної культури;

2) районний рівень: надання медичних послуг вторинного рівня; виховання і навчання дітей та підлітків у школах-інтернатах загального профілю;

3) обласний (регіональний) рівень: охорона довкілля; розвиток обласної інфраструктури; розвиток професійно-технічної освіти; надання високоспеціалізованої медичної допомоги; розвиток спорту, культури, туризму [3].

Наразі процес реформування місцевого самоврядування продовжується. Його реалізація має привести, згідно з положенням концепції адміністративної реформи, до таких позитивних результатів, як: доступність та покращення якості державних послуг; запровадження стандартів (нормативів) якості державних послуг, які надаються населенню місцевими органами влади, критеріїв оцінювання їх якості; формування ефективної територіальної системи місцевих органів виконавчої влади, що дозволить забезпечити сталий соціально-економічний розвиток відповідних регіонів; створення ОТГ, які будуть спроможні власними силами або через місцеві органи влади вирішувати питання місцевого значення; зміна статусу місцевих держадміністрацій: замість органів загальної компетенції вони стануть контрольно-наглядовими у системі виконавчої влади, матимуть функцію координації діяльності територіальних органів центральних органів виконавчої влади на певній території [3].

Для запобігання негативних явищ в управлінні ОТГ необхідно: створити прозору систему звітування органів місцевої влади (наприклад, на загальних зборах громади, на офіційних сайтах тощо) перед населенням громади; передбачити виборну владу громади; здійснювати пильний контроль за місцевими органами влади з боку центральної влади.

Список використаних джерел:

1. Ковальова В. Реформа місцевого самоврядування: замість держадміністрацій створюють виконкоми обласних і районних рад. Урядовий кур'єр. 2015.
2. Офіційний сайт Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/>
3. Децентралізація та ефективне місцеве самоврядування : [навчальний посібник для посадовців органів влади та фахівців з розвитку місцевого самоврядування]. К. : ПРООН/МПВСР, 2016. 269 с.

СЕКЦІЯ 6. КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

УДК 7.12

*АГУФ О.Б.
асистент кафедри, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
ЛОЛІНА Н.А.
к.мист.н., доцент, завідувач кафедри дизайну,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ЕМОЦІЙНИЙ АСПЕКТ ДИЗАЙНУ ТА ЙОГО РОЛЬ У КОМУНІКАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Людина постійно перебуває під тиском оточуючих обставин: її життя та його перебіг формуються довкола актуальних культурних та матеріальних питань та потреб. Культурні цінності залежать, здебільшого, як від саме особистості: усвідомлення своєї ролі у суспільстві та цілей, що ставить перед собою людина; так і від суспільства, що, в своїй масі, впливає на кожного з нас. Споживацький підхід до речей та ринку послуг, характерний сучасному світу, на пряму залежить від задоволення: рівня сатисфакції від естетичних якостей у споживача. Тому саме дизайн стає головним чинником впливу на споживацький інтерес, саме його якісні характеристики висвітлюють існування будь-якого нового продукту.

Дизайн не тільки є комунікативною ланкою між споживачем та виробником товару або послуги, він відіграє й ту саме роль між різними поколіннями. Для соціологів та культурологів давно стало вочевидь, що будь-яка комунікація з поколінням «Z», на відміну від «X» та «Y», стає результативною за допомогою соціальних мереж, онлайн зв'язку. Ефект присутності, живе спілкування та особистий контакт, що потребують для успішної комунікації покоління «X» та «Y», всі ці соціальні активності втрачають свою цінність. Покоління «Z», на відміну від своїх попередників, не просто залежне від гаджетів та віртуальної реальності, воно просто не може існувати без онлайн включення. До того ж воно постійно залучаючає та допомагає старшим поколінням, для яких цифровий прогрес стався постфактум.

Аналізуючи сучасну рекламу, відеоряд у кіно та анімації, стає зрозумілим, що продюсери та режисери орієнтовані на наймолодшу аудиторію, для яких подача має високе значення. Розрив між сприйняттям молодого покоління та більш старшого посилюється тим, що уява молоді більш площинна: сприймаючи зображення, вони не зіставляють його із текстом або підтекстом, воно є просто фоном образу або ідеї, яка транслюється автором. Не вдаючись

до аналітичного підходу та розкладення візуального блоку інформації на частини, вони, завдяки комплексному сприйняттю, розуміють посил автора скоріше, більш інтуїтивно, ніж інші. Дизайн при цьому відіграє роль індикатора зацікавленості у продукті чи послугі. Різницею між поколіннями стає також рівень відчуження та емоційної нейтральності, що є типовою для покоління «Z», яке частіше за все, не вміє виражати зацікавленість та включення у діалог. Тому дизайнерські методи, орієнтовані на молодь, завжди підкреслено імпатичні, підкреслено амікальні для додаткового включення емоції у споживача. Дизайнер підкреслено адаптує дитячі, інфантильно-посередні образи, колористичні теми, підключаючи тактильні характеристики матеріалів тощо. Так, активно у сучасному виробництві, від фарб для стін до чохла на телефони, використовується силіконові м'які покриття, на відміну від таких популярних раніше: металу, натуральної шкіри, скла та кераміки. Актуальна та сучасна річ, що може викликати емоцію, а, точніше, бажання її мати, часто отримує при розробці дизайнером такі характеристики: фактури та текстури прості та лаконічні; форма зрозуміла, близька до простої геометрії; колір відповідний модним тенденціям, або пантону актуального року, поверхня приємна на дотик.

Розуміння сучасної людини втратило свою однозначність, звітуючи про два доволі протилежних твердження, в контексті її комунікаційних потреб. Так, один табір соціологів та культурологів категорично констатує, що сучасна людина втратила потребу у комунікації, як такої: в єдиному віковому прошарку, із загальною тенденцією тотального зникнення авторитетів та прикладів для наслідування при спілкуванні між поколіннями. Представники протилежного «табору» вважають, що нове покоління більш зосереджено на нівелюванні вагомості поколінь, саме тому у нового покоління активними є ретроспективні рефлексії попередніх культурних епох. Так чи інакше, сучасний соціум втрачає ієрархічність та комунікаційні зв'язки у передачі культурних цінностей [4]. Це призводить до втрати емоційного підтексту у суспільстві: не можна берегти та шанувати спадщину, якщо не перейняв від батьків розуміння цінності цього надбання та важливості для передачі наступним поколінням. Рефлексії ж різних історичних моментів або особистостей, періодів або рухів у нових дизайнерських продуктах, надає можливість принаймні ознайомитись із тим або іншим джерелом та сформулювати свою власну «емоційну історію»: моє чи не моє, подобається чи ні, близьке чи чужорідне. Так, творчість сучасних представників мистецьких професій отримує статус комунікативної ланки між епохами та часами, стилями та тенденціями, що пов'язують різні покоління, культури та етноси через синтез мистецтв.

Наприклад, останні два роки у дизайні інтер'єру та предметному дизайні активно використовуються елементи та принципи, типові для 70-тих років. Меблі, декоративні матеріали, навіть архітектура чітко наслідує характеристики, які були актуальні майже 50 років назад. Нові предмети виграють міжнародні конкурси, отримують винагороди та визнання, при цьому по суті є історичною «калькою». Чи цікаве це для людини середнього віку, яка цілком ймовірно пам'ятає меблі своїх дідусів та бабусь? Скоріш за все, ці меблі

будуть визивати щирий подив та непорозуміння. Для покоління «Z» — це цікаво та незвично, бо попереднього емоційного зв'язку не було. Звичайно, цікаво було б передбачити, як на дизайнерські речі будуть реагувати покоління «Альфа», і які ресурси доведеться використовувати дизайнерам для створення емоційного зв'язку із ними.

У зв'язку з тим, що у нашій країні культурні та соціальні процеси часто йдуть відірвано від інших країн, українська молодь активно долучається до пошуку рішень та діє відповідно до існуючих або гіпотетичних проблем суспільства: така активна соціальна позиція виділяє наших співвітчизників і тоді, коли вони перебувають, проживаючи закордоном (численні об'єднання українських студентів, активна робота діаспори: мистецькі та культурні проекти та міроприємства). В Україні існує велика кількість державних та благодійних, міжнародних та локальних установ, які опікуються питаннями творчого розвитку та комунікації сучасної молоді. У просторі великих міст України (Київ, Харків, Дніпро, Львів та Одеса) формуються громадські культурні формації із відкритим простором для загального вжитку, де митці, художники, дизайнери можуть працювати одночасно над своїми проектами.

Не слід нівелювати актуальну в Україні хвилю національної ідентифікації, що суцільно змінює не тільки рівень сучасної культури нашої країни, а й формує розуміння того, якою саме Україну хотіли б бачити в близькому майбутньому її громадяни. Активно зростає кількість дизайнерських об'єднань та студій, рівень яких доволі високий, що відповідає попиту на товари вітчизняного дизайну. Серед міжнародних виставок з дизайну отримують міжнародне визнання студії «Faina» Вікторії Якуши «Ya Vsesvit», архітектурне бюро Сергія Махно та інших; на міжнародний рівень виходить предметний дизайн від українських дизайнерів. Все це свідчить про те, що дизайн — то важлива вагома рушійна сила, що рухає сучасну культуру; й усвідомлення цього факту спрямовує українське суспільство до зростання єдності та емоційної стабільності.

Список використаних джерел:

1. Даниленко В. Дизайн: підручник / В. Даниленко. / ХДАДМ, Інститут проблеми суч. Мистецтва Академії м-в України. — Х.: В-во ХДАДМ, 2003. — 320 с.: іл.
2. Земпер Г. Практическая эстетика: Пер. В.Г. Камеша [Сост., вступ. статья, с.8-42, и коммент. В.Р. Аронова]. / Г. Земпер. — М.: «Искусство», 1970. — 320 с.
3. Коллингвуд Р. Дж. Принципы искусства. / Р.Дж. Коллингвуд. — М.: «Языки русской культуры», 1999. — 325 с.
4. Серр Мишель. Девочка с пальчик: Пер. с франц. Соколинская Е.А./ М.Серр. - М.: Маргинем Пресс, 2016. — 72 с.
5. Яцино М. Культура индивидуализма / М. Яцино; пер. з пол. О. В. Комаристова. — Х.: Гуманитарный Центр, 2012. — 280 с.

ФЕШН ПРОМОУШН, ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА РОЗВИТОК СУЧАСНОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ У СФЕРІ ДИЗАЙНУ ОДЯГУ

Промоушен, маркетинг, та комунікація моди переходять у надзвичайно динамічну, швидку та складну фазу. Рекламні повідомлення повинні охоплювати все більш демократичний простір фоловерів, стилістів, амбасадорів бренду, знаменитостей та блогерів, які наразі мають та заслуговують на повагу їхньої думки, як модних коментаторів. Споживачі прагнуть персоналізованих модних комунікацій, які б стали справжньою причиною їх взаємодії з відомими брендами, споживач хоче бути винагородженим за свою підтримку того чи іншого бренду одягу, аксесуарів, косметики, тощо [1].

Фешн промоушен (просування моди) – це непряма техніка, що використовується для продажу продукції компанії, спрямованої на залучення масової аудиторії. Основна концепція фешн промоушену – допомогти та розробити єдину платформу для досягнення таргетованих (цільових) продажів. Це також метод зрозуміти вимоги окремих розробників, дизайнерів, роздрібних торговців та дилерів із продажу, які займаються текстильним бізнесом. Це одна з найскладніших галузей, яка потребує глибокого розуміння та знання сучасних тенденцій, методів та всебічного світогляду. Потрібно дуже добре розуміти сучасні технології, зміни тенденцій та нових розробок, а також постійно мінливі потреби споживачів [2]. Тому фешн промоутери повинні мати достатньо знань з таких питань, як стійкість, зміна технологій, політика, правові проблеми, авторські права, залучення знаменитостей та вплив на громадськість, використання різних рекламних носіїв, таких як фільми, відео та музика. Якщо маркетинг або промоушен моди можна підсумувати одним словом – це реклама. Мета модного маркетингу – визначити цільових споживачів та розробити стратегії просування, які заохочують цільову аудиторію придбати товар [3].

То які задачі вирішує фешн промоутер, або фешн-маркетолог:

- Дослідження ринку та аналіз – дослідження модних тенденцій та споживчих звичок вкрай важливо для розуміння потенційних клієнтів та як найкраще рекламувати їх;

- Проектування і розвиток бренду – створення послідовної історії та образів для бренду формує інтерес споживачів та довіру до бренду;

- Розвиток та управління рекламними кампаніями – створення реклами, яка реагує на цільову аудиторію, та планування розповсюдження реклами на рекламних платформах є ключовим для успішної рекламної кампанії.

- Визначення ціни та розподілу – вивчення того, як продають продукцію, та визначення місця, де і за якою ціною продукти повинні продаватися [1].

Термін «промоція» походить від старофранцузького, *promocion* означає «рухатись вперед», «просуватися вперед» або «просуватися в ранзі чи посаді», що, в свою чергу, походить від латинського, *promotionem* означає «рух вперед». Слово увійшло до англійської мови у XIV ст. [2].

Використання терміна промоція для позначення «реклами або пропагування» є дуже сучасним і вперше зафіксовано в 1925 р. Терміни, просування (промоушн, промоція) та маркетингові комунікації можна використовувати синонімічно, але на практиці останній використовується більш широко [4].

У фешн маркетингу під промоушеном (просуванням) розуміється будь-який тип маркетингової комунікації, який використовується для інформування або переконання цільової аудиторії про відносні достоїнства товару, послуги, бренду. Метою просування є підвищення рівня обізнаності, створення інтересу, генерування продажів або створення лояльності до бренду. Це один з основних елементів ринкового поєднання, який включає чотири Пі (англ. 4P: Product, Price, Place, Promotion), тобто товар, ціну, місце та просування [5].

Промоушн також є одним із елементів рекламного міксу чи рекламного плану. Це персональні продажі, реклама, стимулювання збуту (знижки та акції), рекламна діяльність у директ маркетингу, також може включати маркетингові події та виставки [1]. Промо-план визначає, скільки уваги потрібно приділити кожному з елементів рекламного поєднання та яку частку бюджету слід виділити кожному елементу.

Просування охоплює методи комунікації, які маркетинголог використовує для надання інформації про свій товар. Інформація може бути як вербальною, так і візуальною.

Можна визначити основні задачі фешн промоушену:

- представлення інформації споживачеві та ін.;
- збільшення попиту;
- розмежування продукту.

Призначення промоушену може мати широкий діапазон, включаючи: збільшення продажу, сприйняття нового продукту, створення власного бренду, позиціонування, конкурентні репресалії або створення корпоративного іміджу [3].

Існують різні способи просування модного бренду особисто або за допомогою різних засобів масової інформації. І особистість, і медіа можуть бути фізично реальними або віртуальними / електронними.

Акції промоушену можуть проводитись у фізичному середовищі на спеціальних заходах, таких як модні покази, концерти, фестивалі, виставки, а також на зазначених для них локаціях, наприклад, у бутиках чи шоурумах, магазинах чи шопінг-молах. Взаємодія на конкретних локаціях дозволяє негайно придбати фешн-об'єкт. Купівля товару може бути стимульована знижками, подарунковими (додатковими) предметами або конкурсом. Цей метод використовується для збільшення продажів даного товару [4]. Взаємодія між брендом і замовником здійснюється завдяки амбасадору бренду або моделлю, які є «обличчям» бренду та представляють товар у фізичних умовах

(Наприклад Шарліз Терон для J'ador Dior, Ріана, Селена Гомез для Puma, Кендал Дженнер для Reserved). Амбасадори або рекламні моделі наймаються маркетинговою компанією, яка, в свою чергу, наймається брендом для представлення товару або послуги [2].

Масова комунікація призвела до того, що сучасні маркетингові стратегії продовжують зосереджуватись на поінформованості про бренд, великій дистрибуції та великій рекламі. Навколишнє середовище цифрових медіа представляє нові методи просування для використання нових інструментів, доступних завдяки технології. З ростом технологічного прогресу можна просувати рекламу поза місцевим контекстом і через географічні кордони, щоб досягти більшої кількості потенційних споживачів. Мета фешн промоушена полягає в тому, щоб охопити більше людей на економічно вигідних умовах за короткий проміжок часу [5].

Соціальні мережі, як сучасний маркетинговий інструмент, пропонують можливості охопити більшу аудиторію інтерактивним способом. Ці взаємодії дозволяють спілкуватися, а не просто «навчати» замовника. Facebook, Snapchat, Instagram, Twitter, Pinterest, Google Plus, Tumblr, дозволяють користувачам взаємодіяти та просувати модний одяг в інтернеті без особливих витрат. Сьогодні є можливість купувати рекламний простір, а також потенційні магазини взаємодії з клієнтами, як «Подобається», «Підписники» та кліки на вашу сторінку із застосуванням третіх сторін. Як медіа-культура, що бере участь, соціальні медіа-платформи або соціальні мережі – це форми масової комунікації, які за допомогою медіа-технологій сприяють розповсюдженню контенту та охопити якомога більшу аудиторію.

Список використаних джерел:

1. *Graham Barbara, Anouti Caline. Promoting fashion / Barbara Graham, Caline Anouti. – London : Laurence King Publishing, 2018. – 224 p.*
2. *Cope Jon, Maloney Dennis. Fashion promotion in practice/ Jon Cope, Dennis Maloney. New York : Fairchild Books, 2016. – 226 p.*
3. *Bendoni K. Wendy. Social media for fashion marketing / Wendy K. Bendoni. London : Bloomsbury Visual Arts, 2017. – 341 p.*
4. *Mulhern, Frank. Integrated marketing communications: From media channels to digital connectivity// Journal of Marketing Communications. – 2009. – № 15, P. 2–6*
5. *Ashley, C., Tuten, T. Creative Strategies in Social Media Marketing: An Exploratory Study of Branded Social Content and Consumer Engagement // Psychology & Marketing, . – 2015. – № 32, P. 15–27.*

КУЛЬТУРНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ДЕРЖАВИ ЯК НАСЛІДОК ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ДЕРЖАВОТВОРЧИХ ПРОЦЕСІВ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

XX століття, а особливо його друга половина, стали періодом значного зростання кількості незалежних держав. Якщо в 1945 році, після закінчення Другої світової війни їх нараховувалось 74, більшість із яких виникли як наслідок Першої світової війни, то до кінця XX та початку XXI століття налічувалося більше 190 держав. Цілком зрозуміло, що пояснити цю тенденцію можна процесами деколонізації, розпадом Радянського Союзу та Югославії. Нині державотворчі процеси проходять набагато активніше і саме тому, деякі вчені прогнозують кардинальне зростання кількості появ нових держав. Проте, виникає запитання чи будуть нові держави визнаними. Виникнення подібного запитання пов'язане з тим фактом, що у всьому світі відбуваються зворотні процеси і поява нових держав та державотворчі процеси в них значно сповільнились: лише три незалежні країни в XXI столітті увійшли до складу ООН і, таким чином, були визнані міжнародною спільнотою. Все більше обертів набирає феномен невизнаних держав, оскільки кількість невизнаних держав нині налічує значно більшу кількість, ніж зокрема в середині XX століття.

Зважаючи на тенденцію збільшення кількості невизнаних держав, сепаратистські та сецесійні настрої не вщухають. Сепаратизм наростає всюди – від Середземноморського узбережжя Північної Іспанії до острівних держав південної частини Тихого океану. У 1915 р. за власні незалежні держави боролось 8 рухів. У 2015 році їх було вже 59. Пояснити це можна тим, що нині у світі у значній кількості держав співіснують народи та етноси, які через певні історичні умови та задля збереження культури прагнуть відновити власну державу. За останні 100 років рівень сепаратизму виріс більш ніж удвічі. Мається на увазі, незважаючи на загальносвітову тенденцію глобалізаційних процесів, все частіше зустрічаються протилежні випадки. Як підтвердження, полярним до глобалізаційних процесів виступає відцентровий процес глокалізації. Як відомо, глокалізація це напруга між локальними та глобальними культурами. Глокалізація, як процес, представляє собою глобалізацію локального та локалізацію глобального. Тобто, замість уніфікації виникають і набирають силу явища іншої спрямованості: сецесія, загострення інтересу до локальних відмінностей, зростання інтересу до традицій глибокої давнини і відродження діалектів. Процеси глобалізації посилюють прагнення народів захистити власну культуру та ідентичність. Без збереження традиційної культури етнос не зможе вижити в процесі глобалізації.

Дійсно, на думку вітчизняного дослідника О.Г. Рябеки, у культурних регіонах, які володіють значно меншими за площею територіями ніж сучасні держави виникає певна суперечливість. Вона з кожним роком проявляється чіткіше і виявляється у вигляді сецесійних рухів, у результаті яких деякі держави розпалися або продовжують розпадатися на інші держави/державоподібні утворення. В інших державах, які ще в процесі розпаду, активно діють угруповання, що виступають за відокремлення. Ці тенденції, як зазначає О.Г. Рябека тільки на перший погляд суперечать загальному прагненню до глобалізму. Насправді, дрібні регіони отримують «право на самовизначення» тільки в глобальній трансфедерації, в яку спочатку будуть входити держави, а потім просто регіони. Слушною є теза О.Г. Рябеки, що можливо, держава, як політичний інститут збережеться, але буде значно ослабленою з точки зору політичної ваги. Глокальне (глобальне плюс локальне) людство в будь-якому випадку буде жити разом, але по-різному [1]. Тобто, світове співтовариство, будучи об'єднаним не матиме універсальних єдиних законів. Це пов'язано з відсутністю універсальних норм міжнародного права, згідно з якими будь-яке державоподібне утворення було б «поза законом», з точки зору загальноприйнятих міжнародно-правових норм.

Ще один західний дослідник Дж. Коен у своїй праці «Глобалізація та суверенітет» прогнозує можливий майбутній світовий порядок. Він слушно акцентує увагу на зв'язку концепції суверенітету держав зі світовими процесами глобалізації та трансформованою політичною системою [2].

У глобалізованому світі у політики держави складна позиція. З одного боку, політика повинна дати відповідь на вимоги прогресу глобалізації, що надходять ззовні, повинна враховувати побажання і пропозиції інших урядів, міжнародних організацій, транснаціональних корпорацій, світового ринку і відповідно до цього ініціювати і здійснювати політичні, економічні, соціальні та культурні перетворення. З іншого боку, вона повинна надати своїм громадянам можливості на підвищення добробуту, захистити їх від негативних аспектів глобалізації, від втрат, пов'язаних з адаптацією до світового ринку, тобто забезпечити їм передбачуваність і безпеку.

Між тим, варто наголосити, що ефективність функціонування держави залежить від того чи усі групи населення держави погоджуються із територіальною організацією держави, як політичної державної одиниці й розуміння своєї тотожності з нею. На думку дисертанта, такого роду причини можна зарахувати до перманентних, але їх дію можна дещо зменшити, впроваджуючи ефективну етнонаціональну політику в середині держави.

У зв'язку з розвитком Європейського Союзу, проблема самовизначення все більше стає не тільки питанням внутрішньої політики, а ще й важливою темою для загальноєвропейської політики.

Підсумовуючи, необхідно зазначити, що процеси глобалізації посилюють прагнення народів захистити власну культуру та ідентичність. Без збереження традиційної культури етнос не зможе вижити в процесі глобалізації.

Необхідно ще раз наголосити, що сучасний світовий процес неоднозначний. З одного боку, він веде до збільшення взаємозалежності різних

народів і держав, а з іншого – загострює протиріччя між ними. Таким чином, процеси глобалізації в усьому своєму протиріччі є реальністю сучасного світу, з якою варто рахуватися.

Таким чином, аналіз процесів розвитку культурної ідентичності як наслідку глобалізаційних та інтеграційних процесів, які нині панують у світі та продовжують набирати обертів, є вкрай важливим, адже допомагає зрозуміти можливі причини виникнення нових невизнаних держав.

Список використаних джерел:

1. Рябека О.Г. Глокалізація планетарного світу як продукт сучасного глобалізаційного процесу. Гуманітарний вісник ЗДІА. 2014. № 58. С. 41-52.

2. Cohen J.L. Globalization and Sovereignty : Rethinking Legality, Legitimacy, and Constitutinalism. Cambridge : Cambridge University Press. 2012. 453 p.

*КИРИЧЕНКО О.С.
к. е. н., ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»*

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ КОНЦЕПЦІЇ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПРОМИСЛОВОСТІ КРАЇНИ НА ЗАСАДАХ «ІНДУСТРІЇ 4.0»

В сьогоденнішніх економічних умовах особливої актуальності набуває питання відновлення промислових потужностей, забезпечення ефективного використання природного, ресурсного, інтелектуального, технологічного потенціалу країни, зростання конкурентоспроможності вітчизняного виробництва із впровадженням комплексної модернізації промисловості, що стає необхідною умовою функціонування та розвитку виробництва країни в умовах переходу до технологій Четвертої промислової революції.

Основою модернізації промисловості є впровадження революційних технологій та «Індустрії 4.0.» розумного виробництва із масовим використанням цифрових технологій та автоматизації процесів виробництва і реалізації продукції, створення кіберфізичного простору розбудови та використання Промислового Інтернету. Відтак, застосування цифрових технологій та використання інтелектуального ресурсу є основою модернізації та розбудови високотехнологічних виробництв, що дозволить вітчизняній економіці інтегруватися та взаємодіяти в світовому економічному просторі в умовах впровадження технологій Четвертої промислової революції.

Модернізація промисловості є основою її техніко-технологічного відновлення, подолання наслідків деіндустріалізації та зростання її конкурентоспроможності, ефективності і забезпечення ефективного майбутнього розвитку.

Зазначимо, що метою стимулювання впровадження процесів модернізації промисловості є в першу чергу створення умов за яких науково-технічне середовище, науковці та компанії-новатори будуть зацікавлені у створенні чи адаптації, інтеграції інновацій, а бізнес середовище, промисловці будуть зацікавлені у комерційному впровадженні інновацій, техніко-технологічного оновлення виробничих потужностей своїх підприємств, а суспільство, внутрішній ринок будуть зацікавлені в придбанні нових технологічних продуктів вітчизняного виробництва, зростанні їх інноваційності, конкурентоспроможності та якості.

Важливими аспектами Концепції модернізації промисловості є визначення принципів модернізації як основних засад, дотримання яких є визначальним у здійсненні впровадження процесів модернізації промисловості на засадах технологій Індустрії 4.0. та Четвертої промислової революції.

Принцип 1. Комплексності. Відповідно до цього принципу модернізуватися повинні всі елементи промислового комплексу: технічна база, технології виробництва процеси постачання та збуту, продукція, її якість та технологічність, управлінські, маркетингові процеси та системи комунікації,

інфраструктура створення інновацій, інститути фінансового, інвестиційного забезпечення та інші складові.

Принцип 2. Цілеорієнтованості. Впровадження модернізації промисловості повинно здійснюватися відповідно до визначених та поставлених цілей і завдань, із конкретними цілями, засобами інструментами механізмами їх досягнення та окресленими очікуваними результатами.

Принцип 3. Плановості. Впровадження модернізації промисловості на засадах технологій Індустрії 4.0. та Четвертої промислової революції повинно здійснюватися планово, відповідно до розроблених й прийнятих цільових програм модернізації промисловості з визначеними цілями, відповідальними, ресурсною базою інноваційно-інвестиційного забезпечення та відповідними термінами виконання. Так, доцільним є стратегічне планування а також впровадження короткострокових та середньострокових планів та програм.

Принцип 4. Інноваційності. Впроваджені в процесі модернізації промисловості, оновлення та зміни мають враховувати останні найбільш нові інноваційні здобутки світового науково-технічного прогресу, а тому важливим є не лише створення та впровадження власних розробок але й активне придбання, залучення провідних світових технологій.

Принцип 5. Пріоритетності національних інтересів. В створенні нових інноваційних технологій та впровадженні процесів модернізації промисловості пріоритетним є важливість зростання національної промисловості. Відповідно підтримка та стимулювання зростання її конкурентоспроможності та розвитку потребують створення рівних конкурентних умов на внутрішньому ринку та визначення вимог до якості, безпеки та ціни імпортованого обладнання та продукції, аналоги якої випускаються вітчизняними виробниками, технологічності та рівня якості імпортованого обладнання.

Принцип 6. Випередження. Процеси модернізації промисловості передбачають створення та впровадження в промисловості нових технологій, інновацій, запуск у виробництво нових видів продукції та послуг і важливого значення набуває час здійснення таких інновацій які мають відбуватися так, що б зміни які впроваджуються в процесі модернізації не застріли вже за час їх впровадження а навпаки забезпечували техніко-технологічний прорив та конкурентні переваги підприємства та галузей, були новими не лише для підприємства але й для національного та світових ринків.

Принцип 7. Проектованості. Процеси впровадження модернізації промисловості потребують детального планування та визначення необхідних матеріальних, кадрових, фінансових, інвестиційних ресурсів, прорахунку очікуваних фінансових результатів та ризиків і відповідно повинні впроваджуватися й реалізовуватися через інноваційно-інвестиційні проекти та механізми проектування.

Принцип 8. Керованості. Незважаючи на те, що саме промислове бізнес-середовища, має значну роль у впровадженні, модернізації промисловості оскільки генерує та проваджує інновації, роль неформальних суспільних та ринкових інститутів суспільних, громадських об'єднань в впровадженні модернізації промисловості, повинна бути скоригованою, підтриманою та

спрямованою вираженою, плановою, реалізованою згідно із засадами концепції модернізації промисловості державною промисловою політикою відповідно до мети, напрямів модернізації та прийнятих цільових державних програм її реалізації і відповідного законодавчого, інституційного, інвестиційно-інноваційного забезпечення. А державні формальні інститути повинні здійснювати державне регулювання та стимулювання процесів модернізації промисловості, відповідно до прийнятої концепції, Стратегії та цільових програм модернізації промисловості.

Принцип 9. Інтегрованості. Процеси впровадження модернізації промисловості повинні бути зорієнтовані на впровадження таких процесів, технологій, матеріалів та використання цифрових програм, що забезпечуватимуть їм максимальну сумісність техніко-технологічної та ринкової інтеграції з іншими підприємствами в логістичних мережах, кластерах, інтеграції із ринковими суб'єктами та інтеграції на зовнішні економічні ринки. Відповідно, мова йде про сумісність технологій, що використовуватимуться із аналогами та технологіями, що застосовуються у світі. Процеси модернізації повинні впроваджуватися із орієнтацією на міжнародне європейське та регіональне співробітництво і прискорювати, забезпечувати інтеграцію України на європейській та світовий ринок.

Принцип 10. Стандартизації. Модернізація промисловості країни на засадах технологій Індустрії 4.0. та технологій Четвертої промислової революції потребує розбудови системи виробництва, виробничих процесів із застосуванням відповідних стандартів та дотримання цих стандартів у процесі виробництва продукції та її якості. Відповідно, розбудова має здійснюватися згідно із загально прийнятими у ЄС та світі стандартами виробництва та якості.

Список використаних джерел:

1. Онопрієнко М. В. *Технічні знання і науки в контексті промислової революції: методологічний аспект.* Центр досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Дуброва НАН України. 2013. №3. С. 199-209
2. Жданова Л. *Промислова революція та індустріалізація: розвиток продуктивних сил та перетворення інститутів.* Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. 2015. URL: <http://dspase.oneo.edu.ua/ispui/handle/123456789/3917> (дата звернення: 20.10.2019).
3. Норт Д. *Институты институциональные изменения и функционирование экономики.* Москва: Начала. 1997. 190 с.
4. Рифкін Дж. *Третья промышленная революция. Как горизонтальные взаимодействия меняют энергетику, экономику и мир в целом.* Москва: Альпина, 2014. 410 с.
5. Матющенко І. Ю. *Розробка і впровадження конвергентних технологій в Україні в умовах нової промислової революції: організація державної підтримки: монографія.* Харків: ФОП Александрова К. М., 2016. 556 с.

ФУНКЦІЇ ВХІДНИХ ГРУП ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ РОЗТАШОВАНИХ В ПЕРШИХ ПОВЕРХАХ ЖИТЛОВИХ БУДИНКІВ

Актуальність в сучасних багатофункціональних житлових будинків за останні роки зростає. Так як використовуються не тільки як житло. В багатофункціональних житлових будинках часто розташовують підприємств обслуговування та торгівлі. Вбудовані в перші поверхи житлових будинків підприємства торгівлі відносяться до традиційних культурно-побутових закладів, будівництво яких забезпечує економію міських територій, максимальне наближення підприємств торгівлі до населення, підвищення щільності та архітектурної виразності забудови. Їх застосування сприяє формуванню повноцінних у функціональному та естетичному відношеннях житлових утворень, магістралей, торгівельно-пішохідних вулиць та комплексів обслуговування. Специфіка розміщення та композиційна структура вбудованих і вбудовано-прибудованих підприємств торгівлі залежить від багатьох чинників і умов, головними з яких є типологія підприємств обслуговування, конструктивно-планувальна структура житлових будинків та містобудівні умови їх місця розташування [1].

За останні роки питання науки та науково-дослідні роботи в області формування вбудованих підприємств обслуговування та торгівлі, в перших поверхах житлових будинків не проводились. Таким чином можна спостерігати, безконтрольність у формуванні та розташуванні підприємств торгівлі на перших поверхах житлових будинків. Це на пряму впливає на функціональність вбудованих підприємств торгівлі.

Вхідна група є невід'ємною частиною будь-якої будівлі, будь-то офіс, бізнес-центр, промисловий комплекс, магазин чи приватний будинок. Поняття вхідна група об'єднує всі архітектурні, декоративні та будівельні елементи, що мають пряме чи побічне відношення до входу в будівлю. В той же час вхідна група – це не просто оформлення основного входу. Майже кожне вбудоване підприємство торгівлі потребує відповідної архітектурно-просторової організації вхідної групи, що безперечно впливає не тільки на загальний вигляд будівлі, але й на оточуюче середовище як образно-функціональний перехід з вулиці до приміщення [2].

Існує загальна логіка процесу проектування архітектурного середовища, яка передбачає певну низку кроків, що складається з наступних операцій: перед проектний аналіз; розробка дизайн-концепції; власне проектування; реалізація розробки [3]. Поряд з цією логікою та відповідним змістом заходів, що здійснює дизайнер, алгоритм проектування вхідних груп підприємств, вбудованих в перші поверхи житлових будинків, доцільно розглядати на засадах середовищного та системного підходів. При системному підході,

сутність якого складається з реалізації вимог загальної теорії систем, об'єкт вивчення розглядається як сукупність взаємозалежних елементів і компонентів, що утворюють систему, яка зв'язує компоненти загальною метою. Тому при формуванні дизайну входних груп підприємств обслуговування процес їх проектування варто поділити на відповідні ієрархічні рівні - етапи організації архітектурного середовища [2]. Наявність елементів і компонентів з яких формують входні групи підприємства торгівлі, відіграють естетичну та практичну функцію. Склад компонентів входних груп, залежить від місця розташування підприємства торгівлі. В залежності від відношення підприємства торгівлі до житлового будинку можуть бути:

- вбудовані, вбудовані частково (Рис1);
- вбудовано-прибудовані, прибудовані(Рис2) ;

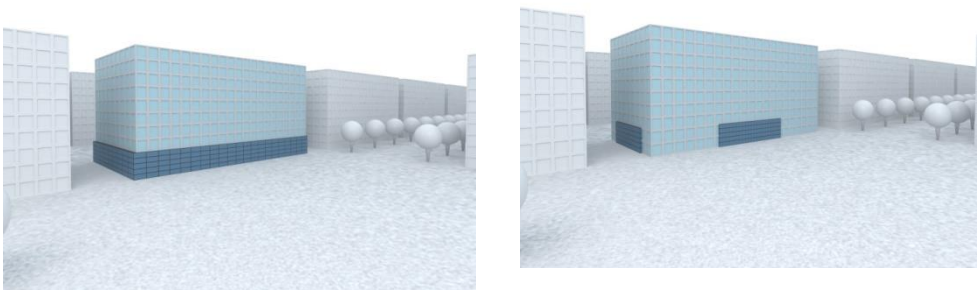


Рис 1. Вбудовані, вбудовані частково

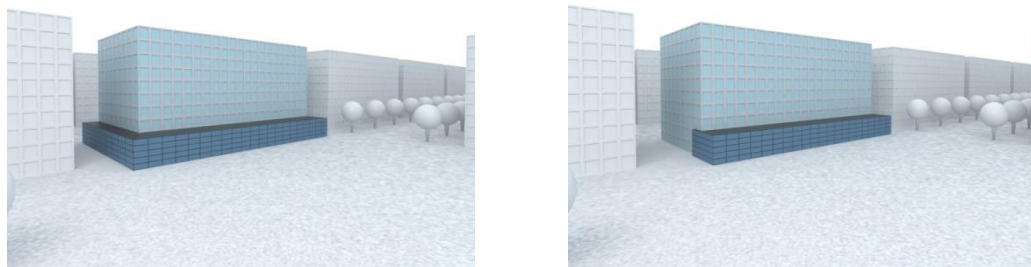


Рис 2. Вбудовано-прибудовані, прибудовані

Тобто, слід зазначити, що *вхід у будівлю* – це і є входна позиція функціонального процесу. Його місцезнаходження зумовлює характер просторової організації архітектурного об'єкта та оточуючого середовища. В цьому унікальна не лише утилітарна, а й композиційна значущість входу. Розглянувши типологію входних груп треба зупинитися на елементах та обладнанні, що створюють композицію входної групи.

Вхід завжди починається з *дверей*. Дверний блок звичайно складається з дверної коробки, що щільно встановлена в отвір стіни, та дверного полотна, що вільно підвішене за допомогою дверних петель. З часом двері змінювались, крім звичайних дверей створюються різні види дверей за формою та констру-

кцією. Вони можуть бути прямокутними чи у вигляді арки. Вхідні двері виконуються із різних матеріалів. Це можуть бути звичайні дерев'яні двері з однією або двома стулками, можуть бути металеві, які останнім часом найбільш розповсюджені для невеличких підприємств та квартир.

З розвитком технологій виробництва виробів зі скла та його різновидів все більше застосовуються скляні двері з металевим обрамленням чи без нього. Це робить більш привабливим вигляд підприємства торгівлі, але створює додаткові витрати на охорону.

В залежності від чинників, які впливають на композицію вхідної групи можуть використовуватись різні елементи. Необхідність того чи іншого елемента виходить з потреби функціонального характеру.

Необхідність піднятися на рівень вищій від рівня землі створює необхідність, наприклад, у *сходах*.

Сходи можуть виконуватись із різних матеріалів: з бетону, залізобетонні сходи, металеві, дерев'яні.

Сходи – це важливий елемент приміщення, тому вони повинні відповідати ряду нормативних вимог:

- сходи повинні добре освітлюватися, особливо перша та остання сходинка; вимикачі повинні бути легко доступні;

- ширина сходового маршу допускається не менш як 0,8м.

- всі сходи, що мають кількість сходинок більше трьох (крім приставних), повинні обладнуватись міцними та надійними перилами, висота яких повинна бути не менш ніж 90см, вікна, суміжні зі сходами, повинні бути обгороджені;

- розміри сходинок повинні підбиратись таким чином, щоб переміщення людей по сходам було безпечним; рівень останньої сходинки повинен співпадати з рівнем полу поверху, на який ці сходи встановлені;

- у місцях скупчення дітей відкриті огороження сходів будують таким чином, щоб відстань у світлі між сходинками та елементами огороження не перевищувало 12 см, а між стійками перил не повинно бути більше 10см.

- сходи повинні мати вільний прохід, а у випадку розташування сходів безпосередньо за дверима повинен облаштуватись майданчик з шириною не менше ширини дверей;

- сходи повинні витримувати навантаження не менше 180-220кг, а перила сходів – не менше 100кг;

- матеріали, що використовуються для будівництва сходів, повинні відповідати стандартам. Для спорудження сходів не можна використовувати матеріали з низьким коефіцієнтом тертя (слизькі). [5] У протилежному випадку повинні використовуватись покриття сходинок, що перешкоджають ковзанню. С цією метою на передні кромки сходів набивають спеціальні профільні накладки.

Основним елементом декоративного оздоблення сходів є *перила*. Від конструкції та форми перил залежить вигляд сходів, архітектура будівлі та підходів до неї.

На сьогоднішній день при створенні вхідної групи потрібно турбуватися про малорухоме населення міста, інвалідів. Тому створення *пандусів* або інших

пристосувань для руху інвалідів по сходам є обов'язковим [6]. Для переміщення інвалідів можуть використовуватися рейкові накладки на сходи або створюватися пандуси з бетону, металу або інших будівельних матеріалів. Такі пристосування можуть використовуватися як інвалідами, так і мамами з дітьми у колясках [7]. Але існують і більш сучасні навісні пристосування для переміщення інвалідів. Вибір пристосування залежить від типу підприємства, міста розташування, розміру прилеглої території та інших факторів.^[5]

Ганок – відкритий, відносно невеликого розміру майданчик перед входом у будівлю. Головним чином призначений для захисту входу від атмосферних опадів. З часом ганок здобув декоративну функцію: він став прикрасою будинку. Розташовані перед входом сходи, їхня опорна частина, навіс над ними, огороження з підтримуючими навіс стовпами або кронштейнами – створюють ганок.

*Кожна будівля потребує спеціального укриття від дощу та снігу. У ганку це покрівля - *навіс*. Навіс створюється таким чином, щоб повністю закривати майданчик ганку. Навіс може бути виконано з матеріалів покриття покрівель або у вигляді маркіз, а також з пластиків, деревини, скла, композитів.*

*Замість ганку можуть створюватися *тераси*. Вони слугують, як і ганок, ланкою, що зв'язує будівлю та оточуючий простір. Її основна функція – бути затишним кутком для відпочинку на свіжому повітрі.*

*Сучасне місто не може існувати без *штучного освітлення*. Для єднання підприємства обслуговування з загальним фасадом сьогодні часто освітлюють фасад будинку. Це цікаве і привабливе рішення. Але використовувати освітлення потрібно дуже обережно, щоб воно не вплинуло на психологічний стан мешканців цього або прилеглих будинків.*

*В темний час доби також потрібне освітлення всього міста та окремих вулиць. Крім того освітлення в наш час грає ще й рекламну функцію. *Світлова реклама* надає місту неповторний колорит. Саме тому кожне підприємство має потурбуватися про освітлення своєї вхідної групи, а в умовах історичної забудови і про освітлення фасаду будівлі.*

Опис основних елементів вхідних груп може доповнюватися або зменшуватися з плином часу та потреб людини. Він є орієнтовним, але більшість з елементів необхідні і від них відмовитися неможливо так як несуть важливі функціональні ролі.

Сьогодні більшість міст України - це рядова житлова забудова з відкритими системами вбудованих підприємств обслуговування та торгівлі. Більшість з них не дотримуються правил проектування. Тому, проектуючи вхідну групу вбудованого підприємства торгівлі, потрібно розуміти який елемент для чого потрібен і яку функцію він виконує!

Список використаних джерел:

1. Abyzov V. Modern Conditions and the Impacts of the Creation of Architectural Environment / Vadym Abyzov // "Materials Science & Engineering – IOP" (Volume 245) World Multidisciplinary Civil Engineering-Architecture-Urban Planning Symposium - WMCAUS 12–16 June 2017, Prague, Czech Republic Published online: 4 November, Bristol, 2017. – P. 1-11.

2. *Compositional and spatial structure of the entrance groups of the public service establishments built-in into the apartment houses* V Abyzov, A Kulyk *Środowisko Mieszaniowe*, 88-93
3. *Основи дизайну архітектурного середовища: Підручник* / Тімохін В.О., Шебек Н.М., Малік Т.В. та ін. К.: КНУБА, 2010. - 400с.
4. *Нормы архитектурно-планировочных элементов жилых и общественных зданий с учетом использования их инвалидами. Пособие по проектированию* / Под ред. В.В.Куцевича. - К.: КиевЗНИИЗП, 1999 (Норми архітектурно-планувальних елементів житлових та громадських будинків з розрахунку їхнього використання інвалідами. Посібник з проектування / За ред. Куцевича В .В.)
5. *Технічна енциклопедія TechTrend*. <http://techtrend.com.ua/index.php?newsid=20407>
6. ДБН В.2.3-5. Сходи повинні дублюватися пандусами, а за необхідності - іншими засобами підйому та відповідати вимогам
7. Програма забезпечення безперешкодного доступу інвалідів з обмеженими фізичними можливостями до об'єктів житлового та громадського призначення. Постанова Кабінету Міністрів України від 4 червня 2003 р., № 653

ДИНАМІКА КУЛЬТУРНО-МИСТЕЦЬКИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ В УКРАЇНІ У 1920-Х РР

Революційні події 1917 р. розпочали новий етап еволюції українського модерного мистецтва: на першій стадії – надали потужного імпульсу для його розвитку але за короткий час, на початку 1930-х рр., перетворилися на причину його знищення. Зазначений період розпочинається блискавичною історією існування УНР, що фактично лише задекларувала українську державність, але, разом з тим, встигла закласти підвалини усвідомлення української культури як самостійного явища. Серед знакових подій цієї доби – заснування Української академії мистецтва (УАМ) – першого в історії України вищого художнього закладу.

Революційні події, що кардинально змінили соціальний устрій і систему культурно-мистецьких цінностей, на початковому етапі виявилися своєрідним каталізатором дієздатних художніх сил України. В драматичній атмосфері тих років особливо чітко проявився факт існування цілком сформованого мистецького середовища, яке складалося з представників різних модерних течій. Саме вони виявилися єдиною реальною силою, здатною втілити революційний зміст доби в не менш революційній мистецькій формі. В порівнянні з художниками-авангардистами представники мистецьких напрямків традиційного спрямування виявилися неспроможними до того, щоб увійти в діалог з новою владою і очолити художній процес в нових умовах.

Спробу сформулювати завдання митців в умовах незалежної української держави було зроблено у червні 1918 р. на Першому всеукраїнському з'їзді художників. У роботі з'їзду взяли участь художники і мистецтвознавці, що представляли різні напрямки в українському мистецтві. Серед них Ф. Красицький, О. Мурашко, А. Середя, К. Трохименко, В. Антонович, Г. Павлуцький, М. Козик, Д. Щербаківський, Ю. Михайлів. Натомість, позиції більшості учасників з'їзду були суперечливі, не мали чітко усвідомленої мети, відгнали еkleктизмом і назадництвом.

Найчіткішу модель подальшого розвитку українського мистецтва представили художники авангардного табору, зокрема, О. Богомазов і В. Меллер. У своєму виступі «Основні завдання розвитку мистецтва живопису в Україні» О. Богомазов проаналізував об'єктивні умови, що мали сприяти формуванню самобутньої школи українського живопису.

Він висловив конкретні пропозиції щодо організації викладання в українських художніх школах:

1. Викладання має поділятися на дві частини – творчу і технічну;
2. Боротьба з духом академізму має провадитися через вивчення усіх інших напрямків у мистецтві;

3. Важливою складовою навчальної програми мають бути лекції з історії розвитку живописних елементів і заснований на цьому аналіз стилів;
4. Обов'язкове вивчення історії українського мистецтва;
5. Порівняльний аналіз пластичного багатства української природи з іншими місцями з метою визначення змістовності живописних елементів;
6. Видання шкільного журналу [1].

Відчуваючи масштаб зрушень, що переживала країна, О. Богомазов резюмував свою доповідь оптимістичним сподіванням: «Ті багаті дані, що їх має Україна, не повинні знаходитися у занепаді, і мистецтво, справжнє рідне мистецтво України має зростати й квітнути разом з її культурним зростанням. Завдання з'їзду визначити і втілити у життя заходи, що сприятимуть розвитку творчого імпульсу у напрямку розуміння власного багатства, з'ясування його характерних рис і якісних особливостей».

В. Меллер у своїй промові «Шляхи нової школи в мистецтві» вбачав майбутнє розвитку художніх напрямків в Україні, як «вертикаль у мистецтві», безкомпромісний прямий шлях, без розрізнення чистого і прикладного мистецтва. Він пропонував широку програму дослідження формальних аспектів мистецтва: конструкції форми, простору, кольору і світла. Розуміння професії художника В. Меллер виводив за межі традиційних видів мистецтва: живопису, скульптури й архітектури, пропонуючи глибше впровадження її у життя. На його думку вона мала бути тісно пов'язаною з «організацією об'єкта в цілому, його доцільності, лаконізму і вдосконалення» [2].

Співмірною за своїм мистецьким значенням подією цього часу стала студія О. Екстер. Коло знайомств художниці, особистий авторитет і прагнення до подолання провінціалізму українського мистецтва привели до студії не лише учнів, серед яких було чимало самобутніх, майже сформованих майстрів, але й цілу низку талановитих фахівців з найрізноманітніших сфер культури. У Києві на той час перебувало чимало втікачів з Москви і Петрограду – письменників, режисерів, акторів, критиків. Вони охоче виступали перед аудиторією студії. Ось лише деякі з доповідачів і тем доповідей: І. Еренбург «Про цінність сучасного мистецтва», Я. Тугендхольд «Мистецтво завтрашнього дня», О. Таїров «Роль художника у театрі», М. Євреїнов «Театр і ешафот», Л. Виготський «Театр і революція». В. Чекригін розмірковував про сучасний живопис і філософію Ніцше, В. Шкловський – про поезію [3].

Разом з встановленням у Києві радянської влади розвиток модерного мистецтва вступає у стадію співробітництва з більшовиками і набирає виразний авангардний характер. 1919 р. УАМ фактично залишається без державного фінансування, виживаючи лише завдяки ентузіазму викладачів і студентів, припиняє існування студія Екстер. Втім, художній авангард несподівано знаходить тимчасову підтримку у нової влади. Ненадовго він перетворюється на головного виконавця ідеологічних замовлень радянської пропаганди. Деякі «агітки» того часу перетворилися на світові шедеври. Здебільшого байдужі до ідеологічного змісту соціальних перетворень, художники-авангардисти чутливо відгукувалися на темп, ритм, напругу часу, що стрімко змінювався. Революцію вони, передусім, переживали як домінанту вибухових кольорових сполучень,

пульсацію динамічних композиційних ритмів, переважання спрощено-брутальних форм. Агітаційне мистецтво перших років революції набуло яскраво вираженого компромісного характеру, де провідну роль грало вирішення формально-естетичних завдань, сформульованих у попередні роки існування модерного мистецтва.

В якості ілюстрації того, як представники різних шкіл і напрямків мали змогу апробувати свої авангардні ідеї, можна навести приклад оздоблення Києва до святкування дня Червоної армії 3 березня 1918 року. Колишні учні студії О. Мурашка і Київського художнього училища, студенти УАМ і студійці О. Екстер, професори, наставники, маститі майстри – всі отримали можливість представити власну модель монументального оформлення вулиць міста. Це був справжній живописний ярмарок з елементами самореклами і конкуренції. Місто буквально було поділено на райони, оформленням яких опікувалися М. Бойчук, О. Богомазов, Ф. Кричевський, Г. Нарбут, І. Рабинович, В. Чекригін, П. Челіщев, Н. Шифрін, С. Никритін та ін. «Центральна вулиця – Хрещатик, під владою найбільш передового авангарду живописців. Тут, на противагу Софійській площі, майже немає сюжетних елементів. Упоперек вулиць паралельними рядами висять різнокольорові в оригінальних формах скомпоновані прапори. Естетика абстрактних форм. Елементи кубізму, але не машинна динаміка футуризму. Це оформлення було виконано групою під керівництвом художниці Екстер і Меллера» [4].

Таким чином, динаміку процесів на початковому етапі революційної доби здебільшого визначали митці модерного спрямування, ставлячи проблеми мистецтва на рівні з соціальними і політичними перетвореннями. Разом з політиками і діячами культури митці брали участь у формуванні сучасного світогляду, скерованого на глобальну переоцінку цінностей. Це сприяло розвитку авангардних ідей і розширювало діапазон напрямків, в межах яких ці ідеї реалізувалися.

Список використаних джерел:

1. *Українські авангардисти як теоретики і публіцисти : зб. статей / упоряд. Д. Горбачов, О. Папета, С. Папета. – К. : Тріумф, 2005. – 384 с.*
2. *Меллер В. Шляхи нової школи в мистецтві / В. Меллер // Неопублікований текст промови на Першому всеукраїнському з'їзді художників. – Інститут археології НАН України. Фонд Д. Щербаківського. Ф.9, од. зб. 226.*
3. *Коваленко Г. Александра Экстер. Первые киевские годы / Г. Коваленко // Искусствознание. – М. : Государственный институт искусствознания. – 1/05. – С. 537–574.*
4. *Папета С. Климент Редько і його автобіографічна повість «Зіниці сонця» / С. Папета // Студії мистецтвознавчі : Архітектура. Образотворче та декоративно-вжиткове мистецтво / [ред. Г. Скрипник]; НАНУ, ІМФЕ ім. М.Т. Рильського. – К., 2010. – Чис. 2(30) С. 81–130.*

ДЕКОРАТИВНІ ЕЛЕМЕНТИ ІНТЕР'ЄРУ ЖИТЛОВИХ ТА ПРИБУТКОВИХ БУДИНКІВ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ XIX – ПОЧАТКУ XX СТ.

Основною складовою розвитку національної культури України та збереження матеріальних об'єктів для візуального відтворення стилю життя та світосприйняття для нащадків, є охорона культурної спадщини. Культурна спадщина України являє собою об'єднання об'єктів культурної спадщини, які мають археологічну, естетичну, історичну, наукову, культурну, соціальну, політичну, духовну та іншу цінність, які передалися нам з минулих років, століть, поколінь і зберегли свій первісний вигляд повністю чи частково [1,5].

На території України та м. Києві серед збережених будівель досить мала частка зі збереженим автентичним інтер'єром. Причиною є активне втручання нового будівництва в забудову м. Києва, зміни функціональності будівель, модернізація чи занедбання будівель другої половини XIX – початку XX ст., які несуть архітектурну, мистецьку та культурну цінність. В зв'язку з цим велика частина будівель змінені зовні або ж втрачені, що призводить до зміни історичної початкової забудови, архітектурного простору, планування міста та будівель.

Вивчення київської забудови другої половини XIX – початку XX ст., зокрема житлових та прибуткових будинків і їхній інтер'єр, дає змогу краще вивчити історію Києва, дослідити стильові рішення, визначити прийоми адаптації будівель до сьогодення та грамотно розподілити функції будівлі для її використання в майбутньому.

Інтер'єр більшості будинків м Києва XIX-XX ст. втрачено і майже не можливо відновити досконало (повністю чи частково), навіть, при умові збереження конструкції та планування через відсутності автентичних матеріалів та елементів. Мова йде про: ліпний декор, вітраж, шпалери, кахель.

У житлових та прибуткових будинках Києва XIX – XX ст., які несли архітектурну цінність інтер'єр існував окремо від інтер'єру, від художнього, архітектурного стилів, від об'єму будівлі. Натомість в інтер'єрі кожної будівлі існує значна кількість художніх стилів [4].

В другій половині XIX ст.. змінюються ідеали краси, норми архітектурної естетики. Замість ордера, єдиного кодифікованого мірила краси в класицизмі, тепер прагнуть використовувати і вільно трактувати форми всіх відомих історичних епох і стилів [3]. Замість зовнішньої імпазантно побудови і цілісності заповнює декоративізм, який стає присутній не тільки на фасадах, а і інтер'єрах будинків.

Архітектура «відходить» від панування норм і єдиного ідеалу прекрасного - класичної архітектури. Архітектори починають звертатися до краси архітектури Візантії, Київської Русі, по-новому ставитися до української

архітектури XVII-XVIII століть, народного надбання. З'являються проекти в готичному, грецькому, класичному, англійському, італійському стилі які повинні були відповідати вимогам зручності і можливості створення.

Як реакція на еkleктицизм і наслідування в архітектурі початку ХХст.. виникає стилістичний напрямок, який одержав назву модерн, який підтверджував новизну і право на творчу оригінальність [2].

У будівлях стилю модерн видно нове художнє трактування та наданні їм декоративної якості та виразності в створенні елементів - сходові клітини, еркери, пілястри, декоративна лиштва, балкони, лоджії і т. д. Інтер'єр доповнюється графічним лінійним або рельєфним орнаментом, скульптурою, живописом або майолікою.

Для стилю модерн характерні кручені решітки, вертикальні, чітко виділені лінії. Цим можна пояснити наявність кованих елементів в оформленні фасадів, будь то решітки балконів або прикраса інтер'єру.

Також для стилю модерн характерна фактурна обробка стін, а в оформленні мебелі та декоративних елементів використовувалися поліроване або лаковане дерево. В даних будівлях не використовувалися: металеве лиття, мозаїка і настінний розпис, це обумовлено стилем даних будівель.

Орнамент на вікнах та їх членування створювали ритм деталей які об'єднані в одне ціле, в завершену композицію.

Прикладом збережених інтер'єрів будівель м Києва XIX-XX ст. є: «Шоколадний будинок» на вул. Шовковичній, 17.

Маєток, був побудований у в садибі барона В. Іскюль-Гільдебрандта в 1898–1901 рр. У будівництві брав участь відомий київський архітектор В. Ніколаєв. Інтер'єри кожного приміщення маєтку мають виразне декорування, у них використано стилізуючі принципи готики, бароко та стилю модерн.

Одна з кімнат: «кімната з вітражами» створена в стилі модерн, який ставав популярним на той час в Києві. Іриси, зображені в склі, були символом і улюбленими квітами цієї течії. Також в будинку поєднувалися готика, бароко і мавританську естетика.

Кабінет виконано в візантійсько-руському стилі. З використанням багатого декору, різьблення, інкрустації, розпису, ліпнини та ін.

В інтер'єрах збереглося архітектурно-художнє оздоблення виконане в різних стилях, багатий ліпний декор на стінах та стелі, вітражі, фрагменти монументального живопису, карнизи, різьблені двері, унікальні кахляні печі, мармурові підвіконня, латунна віконна та дверна фурнітура, інкрустований паркет, інше. Розпис виконано в техніці олійного живопису з використанням прийомів стилізації модерну, ренесансу, мавританських мотивів.

Збереглися елементи первісного вмеблювання, дзеркало, різьблене дерево, частково розпис та ліпнина.

Будинки другої половини XIX – початку ХХ ст., збереглися у значній кількості, але, при сучасних реконструкціях більшість інтер'єрів будівель знищуються і досі.

Проблемою інтер'єрів, є матеріали, які не можна відновити. Приклад: ліпнина, вітраж та ін.

Інтер'єри об'єктів культурної спадщини повинні вивчатися як зразки різних архітектурних стилів і стильових напрямів, а також розглядати адаптацію їх простору, наповнення, конфігурації для функціонального використання.

Список використаних джерел:

1. Концепція національної політики щодо культурної спадщини в Україні (Проект) / Під ред. О. П. Олійник. Київ: Архитектура и престиж, Середняк Т. К., 2014. 134 с.
2. Логвин Г. Н. Киев. По архитектурным памятникам Киева. Очерк. – М., 1982.
3. Скібіцька Т. В. Київські прибуткові будинки: умови і основні напрямки творчості // Фонд відродження культурного середовища Києва / Образ Епохи. Культурне середовище Києва кінця ХІХ – початку ХХ ст. – К., 1995. – С. 15-17.
4. Сердюк О. Особливості формування кийвського житла наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. // Українська академія мистецтва: дослід. та наук.-метод. праці. – Вип. 12. – К., 2005. – С. 157 – 167
5. <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2778-17>

СЕКЦІЯ 7. ТУРИСТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ, РЕГІОНІВ, ПІДПРИЄМСТВ ТА БІЗНЕСУ

УДК 615.874.2

АРХІПОВ В.В.

к.т.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ІСТОРИЧНА ЕВОЛЮЦІЯ КУРОРТНОЇ ДІЄТОТЕРАПІЇ

Оскільки послуги харчування відносяться до базових курортних послуг, без споживання яких неможливе саме перебування на курортах, історична еволюція підходів до їх надання завжди відповідала зміні організаційної та управлінської діяльності в курортній сфері в цілому.

У дореволюційні часи функціонувало 60 санаторіїв загальною місткістю 3 тис. місць. Структура цих курортів зазвичай виглядала наступним чином: кілька готелів досить високого рівня, десятки приватних дач і особняків, будинки і кімнати для здачі внайми, загальнокурортні парки, купальні та інші рекреаційні об'єкти, ресторани, магазини і підприємства інфраструктури, а також об'єкти курортної медицини. У цей період заклади харчування нерідко були відокремлені від баз розміщення та функціонували незалежно від них в курортних регіонах на комерційній основі за типом ресторанів для всіх бажаючих. У ряді випадків ресторани відкривалися і в структурі курортних готелів для забезпечення повного пансіону, що, втім, суттєво не змінювало організаційної і економічної суті їх діяльності [1].

Оскільки вітчизняні дореволюційні курорти того часу копіювали модні закордонні, то на додаток до медичних послуг, практикувалися і елементи дієтичного харчування, особливо в умовах питних курортів.

З точки зору концепцій управління курортні організації того часу були комерційними підприємствами на індивідуальній або акціонерній основі, призначені для задоволення потреб у курортному відпочинку і лікування з використанням природних лікувальних факторів досить забезпечених груп населення. Бурхливе зростання більшості курортів на межі ХІХ-ХХ століть пояснюється, в першу чергу, вигідністю вкладення коштів в курортний бізнес. Попит перевищував пропозицію, що іноді негативно позначалося на якості надаваних послуг і рівню цін. Це стосувалося також і послуг харчування; за свідченням очевидців «стіл був часто несмачний і непоживний» [2].

Після Жовтневої революції з передачею всіх курортів в державну власність, почали закладатися основи радянської курортологічної школи, важливим елементом якої було лікувальне дієтичне харчування. Його суть полягала в тому, що дієтичне харчування було обов'язковою та невід'ємною частиною санаторного лікування і входило в пакет послуг, документований санаторно-курортною путівкою.

Війна завдала курортному господарству країни величезної шкоди.

У післявоєнний період багато санаторіїв спеціалізувалися на доліковуванні поранених та інвалідів. В цей час починається відновлення курортів і новий етап їх розвитку. Аж до 1990 року йде нарощування потужностей санаторно-курортного комплексу. У 1990 році він включав 7431 закладів на 1 млн. 299 тис. ліжок, де щорічно могли поправити здоров'я 6,5 млн. осіб [3].

Сформувався своєрідний (радянський) тип санаторно-курортного обслуговування. За своїм завданням він був невід'ємною ланкою системи охорони здоров'я і базувався на чотирьох основних принципах: безперервність, доступність, профілактична спрямованість і комплексний підхід.

До того часу у вітчизняній охороні здоров'я сформувалася концепція збалансованого харчування. Згідно з цією концепцією в здравницях було організовано приготування страв по 15 лікувальних дієтах, в залежності від профілю захворювання [4].

Розпад СРСР серйозно загальмували розвиток вітчизняного курортного комплексу. Кількість здравниць і їх ліжкова ємність значно скоротилися, їх заповнюваність знизилася і стала носити сезонний характер. Змінилися також форми власності та організаційно-правові форми здравниць.

У нових економічних умовах почалося формування ринку санаторно-курортних послуг і розвиток ринкових відносин у цій сфері.

На початок 1994 року на курортах України діяло понад 3600 санаторіїв, будинків відпочинку, пансіонатів і інших закладів, в яких одночасно могли відпочивати близько 700 тис. осіб.

За роки самостійності України санаторно-курортній системі практично не приділялася увага з боку держави. Відсутність бюджетного фінансування привела до згортання ряду державних програм [5].

Всі спеціалізовані санаторії перейшли, в основному, на сезонний характер роботи, при цьому багато з них згорнули свої лікувальні бази і почали переходити в розряд закладів відпочинку з низьким рівнем сервісного обслуговування. Через відсутність контролю почали з'являтися нові заклади (бази відпочинку з лікуванням, центри здоров'я і т.д.), що мають слабку медичну базу і некваліфікований персонал.

У системі санаторно-курортного харчування також спостерігається певна криза, що значно знижує терапевтичну ефективність дієтичного лікувального і дієтичного профілактичного харчування, і ось з яких причин:

Традиційні підходи до оцінки якості харчування, засновані на енергетичному балансі або дисбалансі (калорійності харчового раціону), абсолютно неінформативні для оцінки забезпеченості раціону харчування есенціальними мікронутрієнтами.

Ще однією проблемою санаторно-курортного харчування є варіант годування за принципом шведського столу. Пацієнтам важко подолати спокусу «харчової вседозволеності», особливо на тлі тривалих попередніх обмежень в харчуванні, а також розумно оцінити свої фізіологічні можливості на тлі низької інформованості «про корисності або шкідливості» певних страв.

Вийти з положення можна кількома шляхами. Наприклад, разом з технологами і лікарем-дієтологом розробити універсальне раціональне меню, яке відповідало б дієтичним принципам харчування, але при цьому мало б високі смакові якості та привабливий зовнішній вигляд.

З пацієнтами, яким показані особливі види дієт, треба організувати харчування в окремій зоні в цьому ж залі. Крім того, з ними по приїзді в санаторій повинна проводитися ретельна роз'яснювальна робота з основ здорового харчування, щоб вони не з'їли ті продукти, які протипоказані при їх захворюваннях.

Багато санаторіїв йдуть, на думку автора, правильним шляхом: для відпочиваючих, які приїжджають по базовій оздоровчій путівці, організовують харчування за типом «шведський стіл», а для пацієнтів, яким приписані номерні дієти, годують в окремому залі дієтичного харчування.

При організації дієтичного лікувального та дієтичного профілактичного харчування в санаторіях і профілакторіях слід враховувати також кліматичні, місцеві та національні особливості.

Крім того, в лікувально-профілактичні раціони треба включати національні і оригінальні авторські страви, що буде надавати раціонів харчування додаткову привабливість і робити їх різноманітними.

Список використаних джерел:

1. Худиев Т.В., Андрюха П.В. Курортная медицина. Учебное пособие . М.: НГС,1999. 116 с.
2. Бабинец А. Е., Гордиенко Е. Е., Денисова В. Р. Лечебные минеральные воды и курорты Украины. К.: Издательство АН УССР, 1963. 167 с.
3. Ветитнев А.М. Курортное дело. Учебник. М.: КНОРУС, 2007. 528 с.
4. Белая Н.А., Лебедева И.П. Курортное лечение. М.: Знание, 1978. 63 с.
5. Курорти України. Минуле та сучасність. Санаторно-курортні заклади ЗАТ «Укрпрооздоровниця». К.: ТЕМАД, 2002. 125 с.

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

В ринкових умовах економічне зростання туристичних підприємств забезпечується насамперед науково-технічним прогресом та інтелектуалізацією основних чинників обслуговування. Тому стійкі конкурентні переваги мають ті підприємства, що створюють сприятливі умови для інноваційної діяльності.

Туристичним підприємствам для утримання постійних споживачів і залучення нових вже недостатньо пропозиції екзотичних турів та стильного інтер'єра офісу. У зв'язку з чим виникає потреба в інноваціях - різноманітних нововведеннях, завдяки яким клієнти прагнуть скористатись послугами даного туристичного підприємства.

У світовій економічній літературі немає однозначного визначення терміну «інновація». Ця категорія здебільшого трактується як перетворення потенційного науково-технічного прогресу в реальний, що втілюється в нових продуктах і технологіях. В науковій літературі виділяють два підходи до визначення інновацій: вузький і широкий. Згідно з першим підходом інновація ототожнюється з новою технікою, технологією, виробництвом. У широкому розумінні інновації розглядаються як прибуткове використання ідей, винаходів у вигляді нових продуктів, послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного характеру.

На нашу думку інновації в туристичних підприємствах - це новий продукт, процес або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом туристичного бізнесу у власну виробничо-продуктову діяльність із метою підвищення його конкурентоспроможності.

Під терміном новий продукт розуміють п'ять типів продуктів:

1. Принципово новий продукт, що задовольняє потреби споживачів, які раніше не задовольнялись (тури за новими напрямками, які раніше не пропонувались (наприклад, в Антарктиду, космічні тури).

2. Продукт принципової новизни по відношенню до існуючих продуктів, що задовольняли аналогічні потреби до появи нового продукту (електронні екскурсії видатними пам'ятками замість звичайних подорожей (наприклад, віртуальна екскурсія Музеєм археології в Батурині), музеї он-лайн).

3. Оновлені продукти з вдосконаленими по відношенню до традиційних продуктів характеристиками (створення музеїв нових профілів - музеїв хліба, горілки, льону, різних національних промислів; залежно від цільової аудиторії – дитячих музеїв, екомuzeїв; музеїв міського і сільського побуту, які включають в діючі екскурсії і дозволяють оновити туристичні маршрути).

4. Продукт, що є новим для конкретного ринку (пропозиція в Україні турів, популярних за кордоном, зокрема водні види екстремального туризму (дайвінг, каякінг, вейкбордінг), військовий туризм, SPA-туризм, маунтінбайкінг тощо).

5. Продукт нової сфери використання (пластикові картки при розрахунку за послуги).

Інноваційний менеджмент, перш за все, стосується товарів нових по відношенню до існуючих на ринку, а також принципово нових товарів.

В огляді консультаційної компанії «Booz, Allen and Hamilton» було встановлено, що 90% всіх нових продуктів – це «добре забуте старе», з 10% зовсім нових інновацій лише 1/5 припадає на нові продукти, а 4/5 складають нові способи застосування знайомих споживачам продуктів, новаторські підходи до обслуговування споживачів, нові ринки.

Роль інновацій значно підвищилася у сучасному туристичному бізнесі. Інновації є методом конкуренції, оскільки ведуть до зниження собівартості, цін і зростання прибутку, до створення нових потреб, підвищення іміджу виробника нових продуктів. Застосування інновацій може призвести до створення конкурентоспроможних товарів і послуг на національному та міжнародному ринках і стати запорукою виживання в умовах конкуренції [2].

Розглянемо основні напрями імплементації інновацій у підприємствах туристичного бізнесу в Україні.

1. *Інноваційні формати або концепції розвитку туристичних підприємств:* формат «віртуальне турагентство» (займає відносно нову нішу на ринку туристичних послуг України, що обумовлює перспективні можливості для зростання та ефективного розвитку).

2. *Інновації в управлінні господарсько-продуктовою діяльністю туристичних підприємств:* управління мережею підприємств на основі франчайзингу - створення під єдиною торговельною маркою туристичних підприємств із використанням бренду і системи франчайзера за певну винагороду (мережа турагентств «Поїхали з нами», «Join up» та ін).

- автоматизація системи управління туристичним підприємством (дозволяє скоротити час виконання операцій, підвищити ефективність обліку і контролю операцій та якість обслуговування).

3. *Продуктові інновації* передбачають впровадження товару або послуги, що є новими або значно поліпшеними за частиною їх властивостей або способів використання. Продуктові інновації в туризмі можуть бути представлені: новими видами туризму (парадорес, таймер);

новими туристичними продуктами; безкоштовним Wi-Fi на підприємстві.

4. *Інноваційні зміни в просуванні турпродуктів:* система знижок (наприклад, за днями реалізації продуктів (знижки у вихідні дні), для співробітників компанії, залежно від того, що і скільки купує споживач тощо); використання QR-коду (двомірного штрих-коду, в якому закодована інформація про турфірму).

Отже, туристичні підприємства в цілому схильні до найрізноманітніших інноваційних змін часом близьких до радикальних, абсолютно нових на ринку як, наприклад, формат «віртуальна турфірма», а часом таких, які мали місце в минулому, але забуті з певних причин - ретроінновацій, як, наприклад, організація SPA-турів. Водночас слід відзначити, що не всі інновації можуть бути реалізовані при обслуговуванні різних сегментів споживачів. Так, для

туристів старшого віку недоцільно реалізувати розважальну концепцію. Невиправданою при обслуговуванні соціальних груп туристів (студентів, пенсіонерів) є інновації, пов'язані з організацією екзотичних чи SPA-турів.

Туристичний бізнес характеризується низьким результативним показником інноваційної активності за значного наукового потенціалу. Є чимало причин, які гальмують розвиток інноваційної діяльності: висока вартість інноваційних розробок, необхідність адаптації до них працівників підприємства і, нарешті, те, що управлінці, як правило, зосереджені на отриманні прибутку з поточної діяльності, незважаючи на те, що інноваційні рішення дозволять отримати більший прибуток у майбутньому.

Розуміння суті інновацій і механізму здійснення інноваційної діяльності дає змогу туристичним підприємствам більш ефективно здійснювати свою діяльність та підвищувати конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

- 1. Гуцол А. Інноваційні технології в туризмі: Навчальний посібник. Северодонецьк: ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. 343 с.*
- 2. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. Москва: КНОРУС, 2010. 464 с.*

ГАВРІЛОВА Д.О.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
МЕЛЬКО Л.Ф.
к.пед.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД ЧЕХІЇ

Лікувально-оздоровчий туризм є одним із найпопулярнішим і найрозвиненіших видів туризму у світі, який полягає у сприянні оновлення здоров'я людини і передбачає відпочинок у рекреаційних зонах та санаторно-курортних закладах.

Серед країн Європейського макрорегіону, де історично сформувалась потужна курортологічна школа, Чехія займає одне із провідних місць як центр лікувально-оздоровчого туризму.

На сьогодні туристичні прибуття в Чехії складають понад 13 млн. осіб (2018), а прибуток від туризму у цілому перевищує 7,4 млрд. доларів [1, с.18]. Значна частина туристів відвідує Чехію з лікувально-оздоровчою метою.

Історія чеської спа-індустрії сягає декілька століть тому. Чехія була місцем відпочинку та лікування багатьох видатних особистостей, а чеські курорти вкінці ХІХ ст. досягли такої популярності, що їх називали «салонами Європи» [2]. На сьогодні Чеська Республіка є однією з найбільших курортних держав у світі, а лікувально-оздоровча індустрія стала справжнім туристичним брендом країни.

Виділимо чинники, які сприяють розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Чехії:

- 1) потужний природно-рекреаційний потенціал, (бальнеологічні та кліматичні ресурси, пелоїди);
- 2) високоякісне медичне обслуговування, прогресивні методи лікування та реабілітації;
- 3) розвинена інфраструктура;
- 4) помірна цінова політика;
- 5) історична традиція лікування;
- 6) вигідне географічне положення у Центральній Європі.

На території країни нараховується понад 30 санаторіїв, де лікують широкий спектр захворювань, серед яких хвороби пов'язанні з травним трактом і обміном речовин, систем кровообігу, серцево-судинні хвороби, захворювання опорно-рухового апарату, захворювання нервової системи, нирок, дихальних шляхів та ін.

Найбільше курортів розміщено на заході країни. У Чехії виділяють чотири туристичні райони: північний, західний, центральний та південний [3]. Розглянемо курорти відповідно до туристичного районування країни (табл.1).

Найпопулярніші центри лікувально-оздоровчого туризму Чехії

Туристичний район	Найпопулярніші курорти
Західний	Карлові Вари, Маріанське Лазне, Франтішкові Лазне
Північний	Теплице, Яхімов
Центральний	Подебради, Лазне-Тоушень
Південний	Лугачовіце, Годонін

Джерело: складено на підставі [2, 4]

Найбільша кількість курортів спостерігається на заході Чехії. Найвідомішими та найпопулярнішими курортами є: Карлові Вари, Маріанське Лазне та Франтішкове Лазне. Також історично користуються популярністю Теплице, Подебрати, Яхімов, Лугачовіце та ін., серед молодих курортів вирізняється Годонін.

Не дивлячись на значний розвиток лікувально-оздоровчого туризму в Чехії, існують певні проблеми, серед яких виділимо наступні: 1) конкурентні пропозиції сусідніх країн; 2) високі ціни на лікувально-оздоровчі послуги для певної категорії туристів; 3) переважання на курортах людей певної вікової категорії (особливо літнього віку).

Туризм в Чехії у цілому, і зокрема, лікувально-оздоровчий, продовжує розвиватись. Цьому сприяє підтримка на державному рівні, наприклад, діяльність Національного туристичного управління Czech Tourism та мережа його зарубіжних представництв в Європі та інших регіонах світу. Робота управління спрямована на модернізацію туристичної галузі в двох напрямках – на зовнішньому, зокрема європейському туристичному ринку, та розширення внутрішнього ринку. Нині внутрішній ринок туристичних послуг характеризується високим рівнем сформованості та конкурентоспроможності [5].

Величезну роль у розвитку і популяризації лікувально-оздоровчого туризму Чехії відіграє Асоціація медичних курортів Чеської Республіки, яка була заснована в 1995 році як професійна асоціація лікувальних курортів, щоб підтримувати і гарантувати їх терапевтичний стандарт [2].

Найбільша кількість туристів з лікувально-оздоровчою метою прибуває із європейських країн, особливо сусідніх, серед яких: Німеччина, Росія, Австрія, Україна та ін.

Чехія, як туристичний напрям, користується популярністю серед українських туристів, включаючи курорти, не дивлячись на власну значну лікувально-оздоровчу базу в Україні. Серед основних чинників виділимо наступні:

- 1) висока якість медичних послуг та відмінний сервіс;
- 2) цінова політика більш сприятлива, ніж на курортах Західної Європи;
- 3) сприятливе географічне розташування країни, її близькість;
- 4) безвізовий режим;
- 5) потужний природний та історико-культурний потенціал.

Хоча серед українських туристів переважає до Чехії туризм з культурно-пізнавальною метою, є значний попит на санаторно-курортне лікування.

Лікувально-оздоровчий туризм Чехії характеризується високим рівнем розвитку і може слугувати прикладом для України щодо організації високоякісного медичного обслуговування та прогресивних методів лікування. На сьогодні лікувально-оздоровчий туризм Угорщини динамічно розвивається і продовжує залишатися одним із найрозвиненіших секторів економіки країни.

Список використаних джерел:

1. UNWTO. *International Tourism Highlights*, 2019. 23 p.
2. Асоціація медичних курортів Чеської Республіки. URL: <http://www.lecebnelazne.cz/> (дата звернення: 03.11.2019).
3. Мальська М. П., Антонюк Н.В., Занько Ю.С., Ганич Н.М. *Країнознавство: теорія та практика* : підруч. К.: Центр учб. літ-ри, 2012. 528 с.
4. Ковтун Д.В. *Особливості розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Чеській Республіці* URL: http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/12213/1/Kovtun_Likuvalnyi_turyzm.pdf (дата звернення: 03.11.2019).
5. Уварова Г.Ш. *Туристське країнознавство: навч. посібник*. К.: Видавництво Національного авіаційного університету «НАУ-друк», 2009. 152 с.

ДОНЦОВА Т.А.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
МЕЛЬКО Л.Ф.
к.пед.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ПРОБЛЕМИ ЗБЕРЕЖЕННЯ ІСТОРИЧНОГО ЦЕНТРУ ЛЬВОВА ЯК ПОПУЛЯРНОГО ТУРИСТИЧНОГО ЦЕНТРУ

Львів – це місто з багатовіковою історією, архітектурне обличчя якого формувалося впродовж століть. Історико-культурна спадщина, гастрономічні традиції, популярні фестивалі, ярмарки, привітні мешканці, розвинута інфраструктура сформували свій неповторний туристичний образ. На сьогодні – це популярний туристичний центр, який щороку відвідує понад 2 млн. осіб.

Згідно з офіційними статистичними даними у 2018 році місто відвідали 2,2 млн. туристів. За підсумками звітності першого півріччя 2019 року Львів відвідало 1,2 млн. осіб, що на 16,5% більше, у порівнянні з першим півріччям минулого року. Туристичний збір за перших 6 місяців 2019 року становить 3,3 млн. грн. Середні витрати туриста за 1 день складають – 77 € [1].

Львів, як туристичний центр, входить до рейтингів популярних інформаційних туристичних видань та порталів. Пропонуємо розглянути деякі з них (табл. 1).

Таблиця 1

Львів у списку туристичних рейтингів

Інформаційний портал, видання	Назва рейтингу, місце
Британська міжнародна компанія Euromonitor	Світовий рейтинг «Топ-100 найпопулярніших туристичних міст» 2018 року. Львів – 80 місце у рейтингу
Британські сервіси Airbnb та Post Office Travel Money	Спільний рейтинг найпопулярніших європейських міст для проведення вікенду (серед користувачів порталу). Львів – 1 місце як найпопулярніше та найдешевше для подорожі
CNN	«Топ-11 туристичних місць України». Львів – перше місце
Zruchno.Travel	Список «10 найбільш туристичних міст України» за підсумками 2018 року». Львів – гастрономічна столиця

Виділимо чинники, які сприяють розвитку міста як найпопулярнішого туристичного центру України, серед яких:

- 1) потужний туристично-ресурсний потенціал (історико-культурна спадщина, гастрономічні традиції, численні події та фестивалі та ін.);
- 2) традиції гостинності, налагоджена сфера обслуговування;
- 3) прикордонне положення з Європою, що сприяє активному залученню європейських туристів;
- 4) діяльність органів місцевого самоврядування та туристичних організацій щодо розвитку туризму.

Серед чинників, які сприяють формуванню образу неповторної туристичної столиці – «Ансамбль історичного центру Львова» (XIII-XVIII ст.), який внесено до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО наприкінці 1998 року.

Історичний центр Львова складається з декількох частин, які репрезентують історичні етапи формування міста: 1) Високий замок і Підзамче; 2) Середмістя; 3) Ансамбль Собору Святого Юра. Надзвичайно цінними архітектурними ансамблями та пам'ятниками є: Площа Ринок (XV-XIX ст.), вулиці Вірменська (XIV-XIX ст.) та Руська, Успенська церква (XVI-XVII ст.), Святоюрський (XVII ст.) та Вірменський (XIV-XVIII ст.) собори, Домініканський костел (XVIII ст.), театр Крушельницької та ін. [2, 3].

Внесення до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО відбулось за двома критеріями: 1) критерій «іі»: Львів є видатним прикладом синтезу архітектурних і художніх традицій Східної Європи та Італії і Німеччини, завдяки своїй міській забудові та архітектурі; це унікальний зразок містобудівельного середовища, осередок архітектурно-мистецьких шедеврів найвищої якості, що зумовлено поєднанням стилів та традицій місцевої, східної та західноєвропейської архітектури; 2) критерій «v»: політична і торгівельна роль Львова завжди притягувала певну кількість етнічних груп з різноманітними культурними і релігійними традиціями, які створювали різноманітні але взаємопов'язані громади міста, доказом чого завжди був і є міський архітектурний ландшафт [2, 3].

Площа буферної зони об'єкта Спадщини ЮНЕСКО визначена межами історичного ареалу і складає понад 2000 га. Управління та збереження об'єкта здійснюється на основі стратегічних планів розвитку міста та, на місцевому рівні, щорічних планів реставрації пам'яток, благоустрою територій та реконструкції інженерних мереж об'єкта [2].

Проте актуальним залишається питання щодо збереження історичного центру Львова. Виділимо основні проблеми: 1) відсутність балансу між збереженням історичної частини та розвитком туризму; 2) неконтрольована забудова та реставрація; 3) невідповідність інфраструктури значним потокам туристів; 4) недостатнє фінансування з боку держави та ін.

Однією із основних проблем збереження історичної частини Львова є втрачання «історичного образу місцевості» та перетворення історичного центру у «туристичну Мекку». Центр перезавантажений туристами, тому туристичний бізнес, розвиваючись, витісняє мешканців в інші райони, враховуючи несприятливу екологічну ситуацію (наприклад, загазованість, шум тощо). Відбувається величезне навантаження на інфраструктуру, центр переповнений автомобільним транспортом, не вистачає місць для паркування. Відбувається забудова буферної зони без узгодження з усіма відповідними державними органами. Псується архітектурне обличчя міста під час реконструкції будівель. Проблемним стало питання захисту реставрованого майна від вандалів [4,5].

Слід зазначити, що проблеми міста влада та мешканці намагаються вирішувати. Насамперед, у тому, що Львів найбільше туристичне місто України – заслуга, насамперед, його мешканців та органів місцевого самоврядування.

На сьогодні розвиток Львова регулюється відповідними документами органів місцевого самоврядування, серед яких: «Комплексна стратегія розвитку Львова» (2012-2025). Туризмом опікуються Управління туризму Львівської міської ради та Львівське комунальне підприємство «Центр розвитку туризму м. Львова», одними із основним завдань яких є: створення умов для всебічного розвитку туризму у місті, підвищення рівня його туристичної привабливості, отримання прибутку та покращення соціально-економічного розвитку міста через впорядкування і розвиток туристичної діяльності як пріоритетного виду економічної діяльності та ін. [6].

Аналіз величезної кількості заходів, втілених проєктів дозволяє констатувати факт потужного розвитку туризму, що може бути прикладом для інших міст, у т.ч. у вирішенні проблем та сучасних викликів.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Львівської міської ради / Новини / Туризм. URL: <https://city-adm.lviv.ua/news/tourism/270389-za-pershe-pivrichchia-kilkist-turystiv-u-lvovi-zrosla-na-16-5protsent> (дата звернення: 02.11.2019).
2. Ансамбль історичного центру Львова. URL: http://mincult.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=245264259&cat_id=245264015 (дата звернення: 01.11.2019).
3. Львів у UNESCO. URL: <https://lviv.travel/ua/news/unesco> (дата звернення: 02.11.2019).
4. Конфліктні будівництва у Львові. URL: https://zaxid.net/konfliktna_zabudova_tag52314/ (дата звернення: 02.11.2019).
5. 10 проблем центру міста, які потрібно розв'язати щоби Львів не втратив обличчя. URL: http://tvoemisto.tv/exclusive/10_problem_tsentru_mista_yaki_treba_rozvyazaty_shchoby_lviv_ne_vtratyv_oblychchya_90978.html (дата звернення: 02.11.2019).
6. Офіційний сайт Управління туризму Львівської міської ради URL: <https://city-adm.lviv.ua/lmr/office/upravlinnia-turyzmu>

ЖИЛА Є.В.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
МЕЛЬКО Л.Ф.
к.пед.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

ТУРИСТИЧНІ РАЙОНИ ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ (ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ)

Велика Британія – потужна туристична країна світу, яка протягом багатьох років за міжнародними туристичними прибуттями та доходами від іноземного туризму входить до десятки найбільш розвинених країн.

За кількістю міжнародних туристичних прибуттів у 2018 р. Велика Британія зайняла десяте місце (36,316 млн. осіб), а за доходами від іноземного туризму – п'яте місце (51,882 млрд. дол.) [1, с.18]. Завдяки туризму формується 5% ВВП, забезпечується зайнятстю 7,5% економічно-активного населення [2]. Лондон продовжує залишатися одним найпопулярніших туристичних центрів у світі.

Проаналізуємо міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму за останні роки (табл.1).

Таблиця 1

Міжнародні туристичні прибуття та доходи від іноземного туризму у Великій Британії

Роки	Туристичні прибуття, млн. осіб	Доходи, млрд. дол. США
2010	28,3	33,9
2015	34,4	45,5
2016	35,8	47,9
2017	37,6	49,0
2018	36,3	51,8

Джерело: складено автором на підставі [1]

Аналізуючи представлені показники зазначимо, що в період з 2010 по 2017 роки потік туристів та доходи від туризму стрімко зростали. Але у 2018 році спостерігається спад міжнародних туристичних прибуттів на 1,5 млн. осіб, хоча дохід від іноземного туризму збільшився в порівнянні з 2017 роком на 2,8 млрд.дол. Причини спаду міжнародних туристичних прибуттів, на нашу думку, пов'язані з соціально-політичною кризою у суспільстві, з брексітом та проблемою мігрантів.

На сьогодні регулюванням туризму на державному рівні займається Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, у складі якого створений орган «VisitBritain», що складається з голови, п'яти членів та голів регіональних структур. Він займається як міжнародним, так і внутрішнім туризмом, здійснюючи координацію туристичної діяльності, маркетингової діяльності, займаючись просуванням туристичного продукту на міжнародні ринки тощо [3, 4].

Туристичне районування Великої Британії здійснюється відповідно до адміністративно-територіального поділу, в основі якого – історико-культурні області, а саме: Англія, Шотландія, Уельс та Північна Ірландія.

Розглянемо туристичні райони Великої Британії та найбільш розповсюджені види туризму (табл. 2).

Таблиця 2

Туристичне районування Великої Британії

Туристичні райони	Туристичні центри	Види туризму
Англія	Лондон, Бірмінгем, Брістоль, Ньюкасл, Лідс, Шеффілд, Ноттінгем, Кембридж, Манчестер і Ліверпуль	культурно-пізнавальний, освітній, рекреаційний, подієвий, діловий
Шотландія	Глазго, Единбург, Стерлінг, Данді, Абердін та Інтернесс	рекреаційний, культурно-пізнавальний, подієвий, спортивний
Уельс	Кардіфф, Ньюпорт, Брекон, Суонси, Чепстоу	культурно-пізнавальний, рекреаційний, спортивний
Північна Ірландія	Брайтон, Вертінг, Сіфорд, Маргіта	розважальний, рекреаційний, сільський, екологічний

Джерело: складено на підставі [4, 5]

Найпопулярнішим туристичним районом Великої Британії є Англія, який характеризується широкою туристичною спеціалізацією, з широким спектром видів туризму та різноманітних туристичних послуг. Регіону притаманна насиченість культурно-історичною спадщиною, освітніми закладами, діловими подіями.

Другий за популярністю туристичний регіон Великої Британії – це Шотландія, який пропонує потужний рекреаційний потенціал, унікальні ландшафти, культурно-історичну спадщину, що надає можливість розвивати відповідні види туризму. Уельс приваблює своїми краєвидами, природними парками та старовинними замками. Користується популярністю для любителів пішохідного туризму. Північна Ірландія є одним із центрів релігійного туризму. Район посідає одне з перших місць серед європейських країн за кількістю середньовічних замків. Також Ірландії притаманний потужний розвиток сільського туризму.

Велика Британія має потужний туристичний потенціал та відповідні історичні та економічні чинники для розвитку усіх видів туризму, але особливо розвинені культурно-пізнавальний, освітній, діловий, спортивний.

Але існують і проблеми у розвитку туризму, туристичних районів, серед яких: 1) правила в'їзду до Великої Британії; 2) географічне розташування та природні умови; 3) нерівномірний розвиток видів туризму; 4) диспропорції у розвитку туристичних районів; 5) цінова політика уряду щодо туризму, туристичних послуг.

Великобританія має суворі правила для в'їзду. Острівне розташування Великої Британії не дозволяє розвивати їй повною мірою транзитний туризм. Кліматичні умови в країні є несприятливими для великих потоків туристів. У

країні більша увага приділяється традиційно розвиненим видам туризму. На даний момент спостерігаються певні диспропорції в розвитку туризму в регіонах Великобританії. Англія – найбільш привабливий та популярний регіон, решта регіонів відстає у розвитку туризму, туристична спеціалізація яких є обмеженою. Ціни на тури до Великої Британії є досить високими.

На нашу думку, перспективи у розвитку туризму можуть бути пов'язані, насамперед: 1) з ліквідацією диспропорцій серед туристичних районів країни; 2) із подальшим розвитком привабливих видів туризму для країни, таких як, освітній, діловий та ін.; 3) із розвитком інших видів туризму, серед яких, сільський, екологічний тощо.

Велика Британія є привабливою країною для українських туристів. Найбільшим попитом користуються тури з освітньою метою, особливо серед дітей та молоді. Також популярні ділові поїздки. Серед туристичних підприємств, які пропонують тури до королівства: «Феєрія», «Travel UK», Освітня агенція «Вивчай», «Sitis travel», «Yana luxury travel» та ін.

Велика Британія потужна туристична країна світу, де туризм динамічно розвивається. Регулювання туристичної діяльності у країні може стати певним досвідом щодо розвитку туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. UNWTO. *International Tourism Highlights*, 2019. 23 p.
2. Галасюк С.С. Основні напрями розвитку туристичного ринку Великої Британії. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/galasjuk5.htm (дата звернення: 12.05.2019).
3. Давидова О.Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід. URL: <http://www.econotyu.nauka.com.ua/?op=1&z=1480> (дата звернення: 09.11.2019).
4. Уварова Г.Ш. *Туристське країнознавство: навч. посібник*. К.: Видавництво Національного авіаційного університету «НАУ-друк», 2009. 152 с.
5. Парфіненко А.Ю., Сідоров В.І., Любіцева О.О. *Туристичне країнознавство: підручник*. 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ: Знання, 2015. 551 с.

ІННОВАЦІЙНА СКЛАДОВА ПРИВАБЛИВОСТІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Привабливість туризму для кожної окремої країни формується під впливом багатьох факторів внутрішнього та зовнішнього середовища і в значній мірі залежить від ефективності функціонування національного ринку туристичних послуг. У цих умовах врахування специфічних показників ступеня впливу різних факторів, що є як стимулами, так і бар'єрами для зростання туристичної привабливості країни є необхідним етапом при побудові ефективної стратегії розвитку туризму та його адаптації до світових тенденцій.

Для порівняння рівнів конкурентоспроможності туризму України та розвинених європейських держав, нами була застосована міжнародна методика оцінки туристичної привабливості за допомогою індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (Travel and Tourism Competitiveness Index). Відповідно до розрахунків за цією методикою, Україна у 2017 році займала 88 позицію за рівнем конкурентоспроможності туризму серед 140 країн світу (табл.1).

Таблиця 1

Динаміка індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей України та Європейських країн у 2009-2017 рр.

№ п/п	Назва країни	2009		2011		2013		2015		2017	
		знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг
1	Австрія	5,46	2	5,41	4	5,39	3	4,82	12	4,86	12
2	Бельгія	4,92	22	4,92	23	5,04	18	4,51	21	4,54	21
3	Болгарія			4,39	48	4,38	50	4,05	49	4,14	45
4	Велика Британія	5,22	11	5,30	7	5,38	5	5,12	5	5,20	5
5	Греція	4,91	24	4,78	29	4,75	32	4,36	31	4,51	24
6	Данія	5,08	14	5,05	16	4,96	21	4,38	27	4,43	31
7	Естонія	4,83	27	4,88	25	4,82	30	4,22	38	4,23	37
8	Ірландія	4,99	18	4,98	21	5,01	19	4,53	19	4,53	23
9	Іспанія	5,29	6	5,29	8	5,38	4	5,31	1	5,43	1
10	Італія	4,78	28	4,87	27	4,90	26	4,98	8	4,99	8
11	Кіпр	4,92	21	4,89	24	4,84	29	4,25	36	4,02	52
12	Латвія	4,31	48	4,36	51	4,43	48	4,01	53	3,97	54
13	Литва	4,30	49	4,34	55	4,39	49	3,88	59	3,91	56
14	Люксембург	4,92	23	5,08	15	4,93	23	4,38	26	4,49	28
15	Мальта	4,77	29	4,88	26	4,92	24	4,16	40	4,25	36
16	Нідерланди	5,09	13	5,13	14	5,14	13	4,67	14	4,64	17
17	Німеччина	5,41	3	5,50	2	5,39	2	5,22	3	5,28	3
18	Польща	4,18	58	4,38	49	4,47	42	4,08	47	4,11	46

№ п/п	Назва країни	2009		2011		2013		2015		2017	
		знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг	знач. інд.	ранг
19	Португалія	5,01	17	5,01	18	5,01	20	4,64	15	4,74	14
20	Румунія	4,04	66	4,17	63	4,04	63	3,78	66	3,78	68
21	Словаччина	4,34	46	4,35	54	4,32	54	3,84	61	3,90	59
22	Словенія	4,53	35	4,64	33	4,58	36	4,17	39	4,18	41
23	Угорщина	4,45	38	4,54	38	4,51	39	4,14	41	4,06	49
24	Фінляндія	5,07	15	5,02	17	5,07	17	4,47	22	4,40	33
25	Франція	5,34	4	5,41	3	5,31	7	5,24	2	5,32	2
26	Хорватія	4,54	34	4,61	34	4,23	59	4,30	33	4,42	32
27	Чехія	4,86	26	4,77	31	4,78	31	4,22	37	4,22	39
28	Швеція	5,28	7	5,34	5	5,24	9	4,45	23	4,56	20
29	Україна	3,84	77	3,83	85	3,98	76	3,97	76	3,50	88

Джерело: складено автором за даними [1]

На нашу думку, першочерговими заходами щодо підвищення привабливості туризму та зміцнення конкурентних позицій на ринку, вітчизняним туристичним підприємствам слід вдаватися до інноваційних змін. Розвиток саме нецінової конкуренції для підвищення привабливості туризму в країні особливо чітко повинен простежуватися у сегменті духовно-історичних та культурно-оздоровчих турів, а також індивідуального обслуговування туристів. Перехід до інноваційної концепції діючих в Україні туристичних підприємств здатен забезпечити їм достатньо стійкі конкурентні переваги (завдяки унікальній продуктивній пропозиції) та, як наслідок, змогу ефективно функціонувати на ринку навіть в умовах економічної кризи (особливо, якщо такі підприємства були орієнтовані на демократичну цінову політику, забезпечуючи споживачів якісним сервісом одночасно з оптимізацією своїх витрат).

Зростання цін на послуги складові туристичних продуктів, енергоносії та збільшення інших витрат обумовили збільшення поточних витрат та необхідність підвищення цін на туристичні послуги в Україні, що призвело до зменшення середніх цін та тривалості турів (оскільки споживачі стали більш економічними) та падіння України в рейтингу конкурентоспроможності у сфері туризму з 76 на 33 позицію, а отже і часткової втрати привабливості у цій сфері.

Виходячи з цього, завданнями туристичних підприємств для досягнення високого рівня привабливості туристичної галузі є забезпечення стабільної діяльності та недопущення втрати клієнтів, що частково може бути досягнуто за рахунок впровадження інновацій у вітчизняний туристичний бізнес.

На нашу думку інновації в туристичному бізнесі – це новий продукт, процес або будь-яка зміна, яка вноситься суб'єктом туристичного бізнесу у власну діяльність із метою підвищення його конкурентоспроможності.

Виходячи із специфічних властивостей туристичного продукту та туристичної діяльності загалом, пропонуємо виокремити такі види інновацій у туризмі:

а) продуктивні інновації – це інновації, що спрямовані на зміну споживчих властивостей туристського продукту, його позиціонування, що дає можливість отримати додаткові конкурентні переваги;

б) маркетингові інновації – це інновації, що дозволяють, за допомогою комплексу маркетингових заходів, максимально охопити потреби цільових споживачів та залучити ще не охоплену частину клієнтів;

в) сервісні інновації – визначаються як нова концепція сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу й технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і потребують структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей фірми [2, с. 62];

г) торгівельно-посередницькі – це інновації, які направлені на модифікації в торгівельній діяльності туристичних компаній, на розширення системи збуту туристичного продукту, цінову політику, а також розширення пропозиції супутніх послуг;

д) навчальні інновації – це пошук ідеальних методик, їх творче переосмислення та впровадження у процес діяльності туристичних компаній з метою підвищення рівня знань та кваліфікації кадрів, що працюють у туристичній сфері;

е) правові інновації – це інновації, що виражені у нових та змінених законах і нормативно-правових документах, відповідно до яких визначається та регулюється діяльність у туризмі;

є) інформаційні інновації – основним завданням яких є організація і раціоналізація інформаційних потоків, залучення і використання достовірної і оперативної інформації у сфері інновацій та інноваційних продуктів, що стосуються туристичної галузі.

Таким чином, інноваціями у сфері туристичних послуг можуть бути нові концепції сервісу, нові канали зв'язку з клієнтами, нові системи розподілу і технологічні рішення, які найчастіше спільно змінюють пропозицію послуг на ринку, оновлюють функції фірми і вимагають структурно нових організаційних, технологічних і людських можливостей [3, с. 137].

Разом з тим, дослідники інновацій у туристичному бізнесі зазначають, що туристична галузь є активним споживачем техніко-технологічних інновацій, які виробляються у інших галузях економіки, наприклад, спеціального туристського спорядження із сучасних матеріалів, електронні гіді-путівники, системи клімат-контролю в готелях, супутникові навігатори, комп'ютерні системи управління бізнесом, електронна реклама тощо [4, с.50].

Україна молода держава, багата на рекреаційні ресурси, та відома на весь світ своїми лікувальними курортами та історико-культурними пам'ятками (7 з яких мають статус об'єкта Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО), з огляду на це, проблеми низького притоку іноземних туристів лежать в інших площинах, однією з яких є рівень використання інноваційного потенціалу у сфері туристичних послуг. Пошук та впровадження нововведень у вітчизняному туризмі, сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності, оскільки саме

інновації найчастіше являються фактором залучення споживачів, а також приносять на ринок нові ідеї, послуги та продукти.

Список використаних джерел:

1. *Travel and Tourism Competitiveness Report 2009-2017* [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/?doing_wp_cron=1551867814.9364829063415527343750
2. Молчанова В.А. *Інновації в туризмі: определение, особенности, классификация* // Матер. науч.-практ. конф. «Проблемы устойчивого развития рекреационных регионов». Сочи: РИО СНИЦ РАН, 2008. С.62-69.
3. Федулова Л.І. *Інноваційні контури розвитку туризму: [Основні світові тенденції розвитку інноваційної діяльності туризму]* // *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2. С.137-147.
4. Мазуркевич І. О., Дзюба Т.А. *Інноваційні підходи в діяльності туристичного бізнесу* // *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2016. № 3. С. 50-56.

ВСЕСВІТНЯ СПАДЩИНА ЮНЕСКО В УКРАЇНІ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ РЕСУРС: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ

Всесвітня спадщина ЮНЕСКО є одним із потужних здобутків світової цивілізації, а значення Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (ЮНЕСКО, 1972 р.) важко переоцінити. Кожний об'єкт, що охороняється, є неповторним і унікальним, який може стати дієвим чинником розвитку туризму.

Україна ратифікувала Конвенцію у 1988 році. На сьогодні в Україні до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО належить сім об'єктів, що становить 0,7% від загальної кількості об'єктів Всесвітньої спадщини (1121 об'єкт у 167 країнах-учасниках на 01.11.19 р.). Розглянемо табл.1.

Таблиця 1

Об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні

№ зп	Назва	Місце-знаходження	Рік внесення	Критерії
1.	Ансамбль Софійського собору та монастирський комплекс Києво-Печерської лаври	Київ	1990	Культурні – (i), (ii), (iii), (iv)
2.	Ансамбль історичного центру Львова	Львів	1998	Культурні – (ii), (v)
3.	Пункт геодезичної Дуги Струве	Хмельницька та Одеська області	2005	Культурні – (ii), (iv), (vi)
4.	Букові праліси Карпат	Карпати	2007	Природні – (ix)
5.	Резиденція митрополитів Буковини і Далмації	Чернівці	2011	Культурні – (ii), (iii), (iv)
6.	Херсонес Таврійський	Херсонес	2013	Культурні – (ii), (v)
7.	Дерев'яні церкви Карпатського регіону України	Карпати	2013	Культурні – (iii), (iv)

Джерело: складено на підставі [1]

Слід відзначити, що шість, із семи об'єктів, належать до культурної спадщини, а один – до природної. Окрім цього, один об'єкт, а саме – ансамбль Софійського собору та монастирський комплекс Києво-Печерської лаври внесений до Списку за критерієм «i» – «універсальна цінність». Об'єкт «Букові праліси Карпат» є транскордонним, окрім України, охоплює 12 країн Європи, а

об'єкт «Дерев'яні церкви Карпатського регіону» охоплює спадщину України та Польщі.

Кожен із об'єктів може активно залучатись до туристичної індустрії та стати складовою туристичного продукту. Найбільш популярними об'єктами у туризмі є монастирський комплекс Києво-Печерської Лаври, яким опікується Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник, ансамбль Софійського собору, що входить до складу Національного заповідника «Софія Київська», та ансамбль історичного центру Львова, управління та збереження якого здійснюється на основі стратегічного плану розвитку міста. Причинами такої активності є, насамперед, статус Києва та Львова, як туристичних центрів і те, що об'єкти є сформованими туристичними дестинаціями.

Також популярним туристичним об'єктом є Резиденція митрополитів Буковини і Далмації, у приміщенні якого розташований Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. Об'єкт одночасно виконує навчальну і наукову функції, що обмежує використання у туристичній діяльності. Управління ним здійснюється Центром управління об'єктом ЮНЕСКО при університеті. Екскурсійне обслуговування здійснюється згідно з графіком роботи екскурсиводів історико-музейного комплексу університету [2].

У процесі дослідження було проаналізовано ринок туристичних послуг України щодо надання туристичних пропозицій, пов'язаних з ознайомленням з об'єктами ЮНЕСКО. Найбільшою популярністю користуються оглядові екскурсії на території Софії Київської, Національного Києво-Печерського історико-культурного заповідника, Чернівецького національного університету імені Ю.Федьковича, які забезпечуються екскурсійними підрозділами самих об'єктів. Є пропозиції щодо відвідування інших об'єктів: історичного центру Львова – «Легенди старого Львова» («Чудо–Тур»), «Екскурсія по Старому Львову» («Христофор–Колумб»); екскурсійні маршрути «Праліси Карпат» («Добре поїхали», «I Go to World»), «Дерев'яні церкви України зі спадщини ЮНЕСКО» («Унікальна Україна») та ін.

Використання об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО з туристичною метою багато в чому залежить від умов її збереження. Серед проблем збереження об'єктів ЮНЕСКО в Україні виділимо основні: 1) недостатнє фінансування; 2) незаконна забудова буферної зони; 3) недостатня взаємодія державних органів з місцевими громадами; 4) недостатнє використання спадщини з туристичною метою усіх об'єктів та ін.

Варто зазначити, що не так давно існувала загроза виключення Софійського собору та Києво-Печерської Лаври зі списку об'єктів Всесвітньої спадщини через забудову буферної зони. Проте у липні 2016 року ЮНЕСКО було прийнято кілька рішень, які залишили об'єкти у списку [3].

Виділимо шляхи оптимізації використання Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО України у туризмі: 1) розробка стратегічного плану використання спадщини ЮНЕСКО у туризмі на рівні органів державної влади та місцевого самоврядування; 2) створення інформаційних туристичних центрів при об'єктах ЮНЕСКО; 3) удосконалення екскурсійних програм, розробка різноманітних заходів, нових програм з елементами інновацій; 4) популяризація

спадщини ЮНЕСКО шляхом проведення наукових та просвітницьких заходів, задіяння волонтерів; 5) підготовка кадрів для управління спадщиною у туризмі.

Надзвичайно важливим для популяризації спадщини ЮНЕСКО та розвитку туризму є проведення наукових заходів міжнародного рівня.

Восени 2018 року у Києві відбувся Міжнародний семінар керівників об'єктів всесвітньої спадщини ЮНЕСКО «Жива релігійна спадщина всесвітнього значення – спільне управління та стале використання», організатором якого виступив Національний Києво-Печерський історико-культурний заповідник за сприяння Міністерства культури України., Центру всесвітньої спадщини. На заході обговорювались питання захисту об'єктів релігійного призначення, їх управління та сталого використання [4]. До семінару, у якості волонтерів, були залучені студенти спеціальності «Туризм» Університету «КРОК», які отримали безцінний досвід як майбутні фахівці з туризму.

Отже, Всесвітня спадщина ЮНЕСКО є потужним стратегічним ресурсом для розвитку туризму, створення унікального туристичного продукту.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. URL: <https://whc.unesco.org/>
2. Порядок відвідування Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича (колишня резиденція Митрополитів Буковини і Далмації). URL: <http://www.chnu.edu.ua/index.php?page=ua/zaginf/06%20hist-kult/01%20porijadok>
3. ЮНЕСКО зберегла Софію Київську та Києво-Печерську лавру у списку об'єктів Всесвітньої спадщини. URL: https://ipress.ua/news/yunesko_zberegla_sofiyu_kyivsku_ta_lavru_u_spySKU_vsesvitnoi_spadshchy_ny_173514.html
4. Урочисте відкриття міжнародного семінару/мережевої зустрічі керівників об'єктів всесвітньої спадщини «Жива релігійна спадщина всесвітнього значення: спільне управління та стале використання» URL: <https://kplavra.kyiv.ua/ua/31-October-International-Seminar-Meeting-Leaders-Objects-World-Heritage-ukr>.

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Нормативним регулюванням прийнято вважати регулювання суспільних відносин правовими нормами, закріпленими в підзаконних нормативно-правових актах держави й актах об'єднань громадян. Відповідно до законодавства України регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму. Всесвітня Туристична Організація (ЮНВТО) трактує поняття сільський туризм, як «вид туристичної діяльності, в якому враження відвідувачів пов'язані з широким спектром продуктів та послуг, які пов'язані з природними видами діяльності, сільським господарством, сільським побутом і культурою, риболовлею, переглядом пам'яток та краєвидів» [1].

До законодавчих актів, які регулюють діяльність в сфері сільського туризму відносять загальні та спеціальні. До загальних входить Конституція України, Цивільний та Господарський кодекси України; Закони України, що мають широкий предмет регулювання та охоплюють як туристичні, так і інші суспільні відносини. До спеціальних в свою чергу відносять Закон України "Про туризм", Закон України "Про особисте селянське господарство", Указ Президента України "Про основні засади розвитку соціальної сфери села" тощо [2].

Тривалий час у нормативних документах поняття «сільський туризм» та «зелений туризм» ототожнювались і вживалось поняття «сільський (зелений) туризм». Відповідно до Закону «Про внесення змін до Закону України "Про туризм"» від 02.03.2015, ці поняття є різними, і тому вживати їх потрібно окремо [3].

Питання нормативного регулювання в сфері сільського туризму розглядаються і в Законі України "Про особисте селянське господарство" [4]. За законом така діяльність пов'язана з веденням особистого селянського господарства, не належить до підприємницької діяльності, позиціонується як один із різновидів робіт і послуг в особистому підсобному господарюванні та підлягає обліку, який здійснюють місцеві органи влади.

Створення організації, що має намір працювати в галузі сільського туризму повинна відповідати певній моделі, яка характерна обраному регіону. На сьогоднішній день склались декілька національних європейських моделей організації сільського туризму: британська, французька, німецька, італійська, чеська, польська та латвійська модель. Головними відмінностями між ними є специфіка надання послуг, місце проживання та розташування фермерських угідь або садиб.

Наразі в Україні офіційно зареєстровано близько трьох тисяч садиб, які надають послуги в сфері сільського туризму. Розташовані вони, здебільшого, в Карпатському регіоні та на півдні країни, хоча останніми роками активний розвиток спостерігається і в інших областях, в тому числі й на Київщині [5].

Насправді ж, надавати послуги у сфері сільського туризму можуть сільські родини, фермери, лісники, приватні підприємці, які мають садиби, облаштовані всіма зручностями. Об'єднати господарів садиб та туристів на найпотужніших комунікаційних та маркетингових платформах вирішила Всеукраїнська громадська неприбуткова організація «Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні», яка має на меті створити для туристів привабливу та якісну альтернативу при виборі відпочинку у вигляді сільського зеленого туризму і допомогти господарям садиб досягти сталого розвитку [6].

Кабінетом Міністрів України було затверджено план стратегії розвитку туризму (в тому числі сільського) та курортів на період до 2026 року, що в свою чергу повинен:

- підвищити конкурентоспроможність національного та регіональних туристичних продуктів;
- підвищити якість життя населення шляхом забезпечення економічного зростання, екологічної безпеки, консолідації суспільства, надання доступу до послуг у сфері туризму та курортів;
- створити нові робочі місця, розширити можливості населення щодо працевлаштування та самозайнятості;
- створити сучасну туристичну інформаційну інфраструктуру, а також забезпечити поширення інформації про туристичні ресурси України у світовому інформаційному просторі [7].

Отже, на сьогоднішній день в Україні створені певні організаційні та нормативно-правові підвалини для розвитку сільського туризму, але нормативна база потребує оновлення. Надання послуг сільської гостинності є органічним продовженням сільськогосподарської діяльності сільських садиб. Необхідно відмітити, що державне регулювання сільського туризму має певну особливість, котра полягає в тому, що дана галузь потребує координації та регулювання більшою мірою, ніж будь-яка інша галузь.

Розвиток сільського туризму сприяє забезпеченню сталого розвитку територій, сприяє розвитку місцевих громад та самозайнятості, підтримує місцеві ремесла та промисли. Але постійна регламентація та надмірне втручання держави можуть негативно позначитись на здійсненні системи державного регулювання туристичної сфери в сільській місцевості. Тому повинне бути чітко встановлене розмежування функцій і повноважень центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування [2].

Список використаних джерел:

1. *Rural and Mountain Tourism*. URL: <http://marketintelligence.unwto.org/content/rural-and-mountain-tourism> (дата звернення: 20.05.2019).

2. *Адміністративно-правове регулювання сільського зеленого туризму.* URL: http://tourlib.net/statti_ukr/telychkan2.htm (дата звернення: 20.05.2019).
3. *Про внесення змін до Закону України «Про туризм»:* Закон України від 28.06.2015 № 324/95-ВР . URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15> (дата звернення: 20.05.2019).
4. *Про особисте селянське господарство:* Закон України в редакції від 12.02.2015-ВВР, 2015, № 21. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/742-15> (дата звернення: 20.05.2019).
5. *Міністерство культури і туризму України, особливості розвитку зеленого туризму в Україні.* URL: <http://mincult.kmu.gov.ua/mincult/uk/publish/article/183838> (дата звернення: 20.05.2019).
6. *Спілка СЗТ України, візія, місія.* URL: https://www.greentour.com.ua/vision_mission (дата звернення: 04.11.2019).
7. *Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року:* Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 №168-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npras/249826501> (дата звернення: 20.05.2019).

НАЦІОНАЛЬНИЙ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ ЗАПОВІДНИК «ГЕТЬМАНСЬКА СТОЛИЦЯ» В БАТУРИНІ: ТУРИСТИЧНИЙ ОБ'ЄКТ ТА МІСЦЕ СИЛИ

В публікації розкривається привабливість та важливість Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця» і як туристичного об'єкта, і як місця сили – як для сучасного українця, так і для гостей нашої держави, які цікавляться її історичною спадщиною.

Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» без перебільшення можна назвати перлиною і життєдайним духовним джерелом України. Заповідник є культурно-освітнім та науково-дослідним закладом, створеним постановою Кабінету Міністрів України № 445 від 14 червня 1993 року «Про Державний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця» на базі комплексу пам'яток культурної спадщини та природи, пов'язаних з історією українського козацтва доби Гетьманщини, з метою здійснення їх комплексного наукового дослідження та охорони. Статус національного закладу надано Указом Президента України № 1102 від 16 листопада 2007 року «Про надання статусу національного Державному історико-культурному заповіднику «Гетьманська столиця». Заповідник є об'єктом державної власності і перебуває у сфері управління Міністерства культури.

«Гетьманська столиця» - це безцінні пам'ятки історії, архітектури, культури, археології і природи: палацово-парковий ансамбль К.Розумовського, Будинок генерального судді В.Кочубея, Музей археології Батурина, Воскресенська церква-усипальниця гетьмана К.Розумовського, парк «Кочубеївський», Микола-Крупницький монастир, Цитадель Батуринської фортеці, Пам'ятник жертвам Батуринської трагедії 1708 року, Могила П.І.Прокоповича - основоположника вітчизняної науки про бджільництво, винахідника рамкового вулика, інші.

Завдяки багаторічним археологічним дослідженням на території Батурина розгадано багато таємниць, що приховувала батуринська земля. Окрім безцінної наукової інформації, археологи поповнили фондове зібрання заповідника тисячами предметів музейного значення. Саме археологічна колекція заповідника стала основою для створення нового Музею археології Батурина, який з 22 січня 2009 р. відкрив свої двері для відвідувачів.

Яскраво ілюструє вигляд найбільш укріпленої частини міської фортеці 1669-1708 рр.. відтворений у 2008 році архітектурно-меморіальний комплекс «Цитадель Батуринської фортеці». Гетьманський будинок репрезентує реалії мурованої архітектури другої половини XVII ст., а також інтер'єри цього будинку, естетичні смаки перших батуринських гетьманів –

Дем'яна Ігнатовича, Івана Самойловича та Івана Мазепи. Важливим об'єктом Цитаделі є замкова дерев'яна церква Воскресіння Господнього, яка фактично є усипальницею героїв Батуринової оборони 1708 р., останки яких знайшли вічний спокій в її крипті. В церкві екскурсанти можуть помолитися за упокій душ невинно убієнних батуринців, запалити свічку пам'яті. З підвального приміщення церкви йде підземний хід, відтворений на автентичному місці, що досліджене археологами в травні 2008 року.

Першим вшануванням пам'яті 16 тисяч українців, загиблих оюючи право на незалежну державу в Батурині в 1708 році, став пам'ятний знак оборонцям та мирним мешканцям Батурина. Встановлення цього знака на Цитаделі в квітні 2004 року стало початком відродження Гетьманської столиці.

З оглядового майданчика (висота 29 м) на в'їзній вежі, над яким гордо майорить державний прапор України, відкривається неперевершено захоплюючий краєвид на заплаву ріки Сейм.

Мурована Воскресенська церква-усипальниця останнього гетьмана України К.Розумовського – є яскравим зразком класичної архітектури початку ХІХ ст., оновлена після реставрації 2005-2008 рр., радо приймає прочан і екскурсантів. Це одне з небагатьох поховань українських гетьманів, яке збереглося до наших днів.

Навпроти церкви - Майдан Гетьманської слави, смисловим акцентом якого є пам'ятник у вигляді скульптурної групи «Гетьмани. Молитва за Україну» (автори Микола та Богдан Мазури) - це п'ять постатей українських гетьманів: Дем'ян Ігнатович, Іван Самойлович, Іван Мазепа, Пилип Орлик, Кирило Розумовський, життя та діяльність яких пов'язана з гетьманським Батурином. Скульптурна композиція символізує єдність помислів гетьманів про соборність України.

Окрасою Батурина стала церква Покрови Богородиці, яка зведена за меценатські кошти (в основному української діаспори в Канаді та США) з благословення Патріарха Київського і всієї України-Руси Філарета у 2007-2008 рр. Окрасою інтер'єру церкви стала титульна однойменна ікона ХІХ ст. З дня відкриття і освячення храму 25 серпня 2008 року зцілює хворих, надає наснаги вірянам часточка мощей Св.Варвари, яка також є скарбом храму.

Палац останнього гетьмана України К.Г. Розумовського є перлиною «Гетьманської столиці». Блискуче відреставрований в 2003-2008 рр. при благодійній участі українських меценатів - С. Тарути, В. Пінчука, Р.Ахметова, Б.Тимонькіна, Ф.Шпиґа, Ю.Косюка, В.Богуслаєва, О.Омельченка, В.Матвієнка під егідою Президента України Віктора Андрійовича Ющенка (2005-2010 рр.). Палац є єдиним творінням видатного англійського архітектора Чарльза Камерона в Україні. В 2009 р. тут створено експозицію, яка надає відвідувачу ілюстровану інформацію про історію будівництва, запусіння і реставрації палацу, видатних українських гетьманів, з акцентом на постатях К.Розумовського, його родини, а також видатних діячів - сучасників К.Розумовського. Вдало, зі смаком відреставровані інтер'єри, підібрані меблі нікого не залишають байдужими. В переддень Дня незалежності України 2009

року в палаці К. Розумовського відбулись урочистості, що завершилися подією, на яку довгі десятиліття чекала вся Україна: палац був відкритий для відвідування та одразу ж став найпопулярнішим туристичним об'єктом в Чернігівській області.

Будинок Генерального суду Лівобережної України є єдиним автентичним свідком життя та діяльності гетьманів Д.Ігнатовича, І.Самойловича, І.Мазепи та руйнації Батурина меншиківськими військами в 1708 році. Яскравий зразок архітектури другої половини XVII ст. відреставровано в 2003 – 2005 рр. та в 2006 р. музеєфіковано під однойменний музей. Експозиція розповідає про історію судочинства ранньомодерної України, родини Кочубеїв, романтичне і трагічне кохання юної Мотрони Кочубей і гетьмана Івана Мазепи. В підвальному приміщенні музею особливе захоплення викликають воскові фігури в'язня та писаря генерального суду в майже реальній обстановці камери попереднього ув'язнення та камери слідства.

Пам'яткою природи місцевого значення, де можна відпочити тілом і душею, є парк «Кочубеївський». Парк створено на базі природної діброви. Саме його стежками ходили на побачення закохані Мотря Кочубей та гетьман Іван Мазепа. На сьогодні парк дбайливо доглянутий, тут створено діючу пасіку ім.П.Прокоповича, в 2007 р. посаджено яблуневий сад, який на здивування та радість всім в 2009 році дав перший щедрий врожай.

До охоронних зон заповідника належить і територія заміської резиденції гетьмана І.Мазепи на Гончарівці. З архівних документів відомо, що тут в 1692 році було зведено палац, церкву, господарчі споруди, оточені земляними укріпленнями з виступаючими бастіонами. Лагідна поліська природа, чистий, спокійний Сейм доповнюють рекреаційні можливості Батурина як привабливого туристичного об'єкту не тільки в масштабах України, але й зарубіжжя.

Вцілому заповідник «Гетьманська столиця» по праву належить до найважливіших та найпотужніших об'єктів історичної спадщини України і з точки зору туристичної привабливості, і як «місце сили», патріотизму та національної свідомості.

Список використаних джерел:

1. Батурин: сторінки історії: Збірник наукових документів і матеріалів / Чернігівський державний педагогічний університет ім. Т.Г. Шевченка та ін.; Редколегія: О.Б. Коваленко та ін. – Чернігів: КП «Видавництво «Чернігівські обереги», 2009. – 786 с., 30 іл.
2. Батуринська старовина. Збірник наукових праць, присвячений 300-літтю Батуринської трагедії / Упорядник В.Коваленко. – К.: Видавництво ім. Олени Теліги, 2008. – 512 с.; іл.
3. Батуринські читання. 2007: Збірник наукових праць / За ред. О.Б. Коваленка та ін. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. – 304 с.
4. Дивосвіт Батурина: Путівник державного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця» / Під заг. ред. Н.Б. Ребрової. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 80 с.
5. Дивосвіт історії і природи Батурина. – Чернігів, 2004. – 84 с.
6. Дробязко Н.В., Реброва Н.Б., Карпенко Ю.О., Графін М.В., Дадашева Т.Г.

7. *Матеріали міжнародної науково-практичної конференції з нагоди 295-ї річниці з дня смерті гетьмана Івана Мазепи та 10-річчя заповідника «Гетьманська столиця».* – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 188 с.
8. *Матеріали науково-практичної конференції «Культурно-релігійний розвиток Гетьманщини кінця XVII – початку XVIII століття».* – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. – 230 с.
9. *Реброва Н.Б. та ін. Батурин: історія в пам'ятках: Путівник Національного історико-культурного заповідника «Гетьманська столиця».* – Ніжин: ТОВ «Аспект-Поліграф», 2008. – 112 с.

СМОЯН Е.А.
студентка, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»
СОКОЛ Т.Г.
к.пед.н., доцент, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК»

КРАЄЗНАВЧІ ЕКСКУРСІЇ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

Краєзнавчі екскурсії є важливими складовими туризму, зокрема, туризму внутрішнього. Їх можна віднести до екскурсій тематичних. Тематичні екскурсії присвячуються конкретним темам [1]. По-перше, вони дають змогу вивчити деякі важливі, цікаві і малодосліджені сторінки історії нашої держави. По-друге, туристсько-краєзнавча діяльність є вагомим засобом у вихованні юнацтва на традиціях українського народу, національних і загальнолюдських духовних цінностях, значною мірою впливає на формування національної самосвідомості [2] та любові до рідного краю у молодого покоління.

Такі екскурсії можуть викликати значну цікавість у іноземних гостей України та Києва, але ще більшої ваги вони набувають у екскурсійній роботі з вітчизняними туристами. Адже дуже важливо добре знати свою державу і регіон, в якому живеш, для виховання патріотизму у молодих людей.

Завдяки підрахункам та статистикам внутрішній туризм розвивається достатньо швидко, а особливо привертає увагу екскурсійна діяльність, що надає змогу визначити потреби та привабливість дестинацій і в свою чергу сприяє розвитку туризму іноземного. За даними ЮНВТО у 2018 році Україну відвідали 14,207 млн. осіб, а дохід склав 1,445 млрд. дол. США, що є непоганим результатом серед країн сусідів [3]. З них послугами турфірм скористалися 72 941 особа.

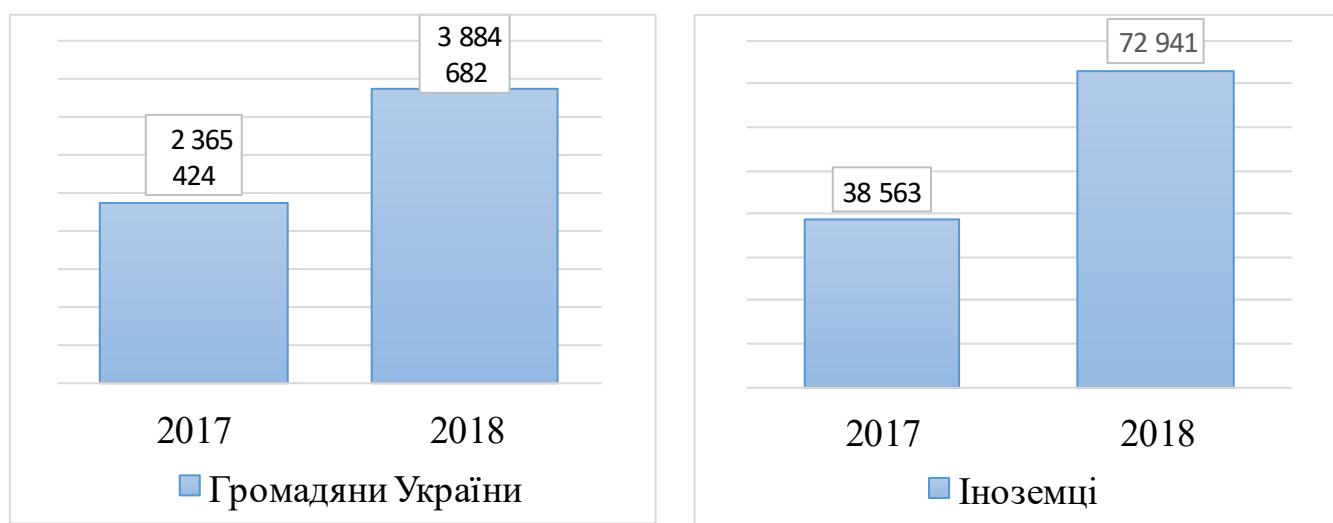


Рис.1 Чисельність громадян України та іноземців, обслугованих в Україні в 2017 – 2018 рр. [4]

Як бачимо за даними Держкомстату України чисельність вітчизняних туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у 2017 році, становила 2 365 424 особи, а от у 2018 році ця статистика становила вже 3 563 тис. осіб (див.рис 1). Отже чисельність туристів зростає, зокрема, за рахунок пізнавального (екскурсійного) туризму.

На сьогодні Україна стає популярною завдяки інноваційним екскурсіям краєзнавчого характеру. Наприклад, екскурсія створена за сюжетом серіалу про Чорнобильську катастрофу. Особливої популярності ця екскурсія набула в іноземних гостей Києва. Вітчизняна молодь більше зацікавлена в екскурсіях розважального характеру з краєзнавчо-інформаційною компонентою. Одним з видів донесення інформації у розважальному характері є екскурсія трамваєм, де туристи можуть спостерігати як архітектуру та інфраструктуру столиці, так і щоденне життя місцевого населення. Місто Київ вражає своїх туристів і жителів краєзнавчими сюрпризами. Одним з таких цікавих сюрпризів є транспортний маршрут протяжністю цілих двадцять кілометрів. Це трамвай під номером 12. Даний транспортний маршрут – найдовший у всьому місті. Окрім того, що трамвай до Пущі-Водиці має понад 100-річну історію, це трамвайне сполучення відіграє неабияку історичну роль у житті не лише Пущі-Водиці, а й Києва.

Київський трамвай – система електричного трамвая міста Києва, відкрита 1 (13) червня 1892 року, перша електрична трамвайна мережа на території колишньої Російської імперії і на території сучасної України, третя в Східній Європі (після Будапешта (1888) і Праги (1891)), шістнадцята в Європі. Також саме в Києві 30 грудня 1978 стала до ладу перша в тодішньому Радянському Союзі лінія швидкісного трамвая [5].

В Університеті «КРОК» студенти 4 курсу спеціальності «Туризм» вирішили розробити екскурсійний маршрут за участю трамваю під номером «12», де екскурсанти можуть спостерігати історико-архітектурні пам'ятки по маршруту «Контрактова площа – Пуща-Водиця». Під час поїздки екскурсводами були студенти – вихованці кафедри туризму.

Окрім, звичайного трамваю туристам дається нагода замовити кафе-трамвай, де вони можуть спостерігати красоти маршруту у супроводі розповіді екскурсвода сидячи, як у кафе, що залишає неймовірні враження, особливо у осінню або зимову пори року. Такий трамвай замовили студенти і для навчальної екскурсії 12 маршрутом «Один день з історії Київського трамваю» і влаштували легке частування для екскурсантів-студентів (соки і частка), що допомогло створити більш теплу і довірчу атмосферу.

За відгуками екскурсантів, ця екскурсія показала столицю з іншого, неочікуваного боку, і викликала цікавість до деталей київського побуту.

Таким чином, краєзнавчі екскурсії можна вважати одним з перспективних методів розвитку внутрішнього туризму та збагачення знань про державу і регіон.

Список використаних джерел:

1. Сокол Т.Г. *Основи туристичної діяльності: Підручник/ За заг. ред. В.Ф. Орлова.* – К.: Грамота, 2006. – 264 с.
2. Шоробура І.М., Бернадська Л.В. *Туристсько-краєзнавча діяльність: вимога сьогодення*, URL: http://ps.stateuniversity.ks.ua/file/issue_60/37.pdf (дата звернення: 03.11.2019)
3. *International Tourism Highlights. Madrid, 2019* URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (дата звернення: 04.11.2019)
4. *Державна служба статистики України. Київ, 2019* URL: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm (дата звернення: 03.11.2019)
5. *Енциклопедія сучасної України: у 25 т. Київ : 2005. Т. 4. 700 с.*

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІ КЛАСТЕРИ В УКРАЇНІ: ГЕОГРАФІЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Трансформація української економіки сприяла появі більш ефективних форм господарювання, якими є кластери. Кластерна модель розвитку рекреаційно-туристичної сфери в Україні набула особливої актуальності в останні роки. Це зумовлено насамперед тим, що вже існуючи в різних регіонах країни рекреаційно-туристичні кластери демонструють суттєві економічні і соціальні переваги, серед яких, більш раціональне використання ресурсів, зокрема, культурно-історичних, розширення асортименту рекреаційно-туристичних послуг та підвищення їх якості, створення додаткових робочих місць тощо.

У наукових публікаціях вітчизняних вчених проблемі формування рекреаційно-туристичних кластерів приділяється значна увага. Так, характеристика окремих рекреаційно-туристичних кластерів, чинники та особливості їх формування, оцінка ефективності кластерів висвітлені у працях Басюк Д.І. (2011), Войнаренко М.П. (2016), Ткаченко Т.І. (2009), Федорець Л.М. (2017), Шеглюк С.Д. (2016), Шпак Л.О. (2012) та ін.

Під рекреаційно-туристичним кластером розуміємо систему рекреаційно-туристичних підприємств і підприємств-постачальників додаткових послуг, які взаємодіють у процесі створення, просування і реалізації рекреаційно-туристичного продукту в межах певного регіону, що має сприятливі для розвитку рекреаційно-туристичної сфери ресурсні, економічні та інформаційні передумови. Переважна більшість регіонів України володіє значними рекреаційно-туристичними ресурсами, як природними, так й культурно-історичними, що є важливою конкурентною перевагою і водночас основою для формування кластерів різної спеціалізації: культурно-пізнавальних, лікувально-оздоровчих, пляжно-відпочинкових, активно-відпочинкових (гірськолижних), екологічних, розважальних тощо.

У багатьох регіонах України яскраво виражені національний колорит і українська гостинність, збереглися історичне середовище, місцеві традиції і самобутність народу, що населяє цю територію, що також виступає важливою передумовою формування рекреаційно-туристичного кластеру [1].

До важливих передумов розвитку кластерів рекреаційно-туристичного спрямування в Україні належать також продумана стратегія формування мережеских взаємодій учасників кластеру, створення адекватного механізму управління, включаючи його фінансово-економічні складові, а також ефективну політику органів державної влади [2].

Сукупність зазначених передумов вдало використані в багатьох областях України, де на сьогодні успішно функціонують рекреаційно-туристичні кластери різної спеціалізації. Лідером є Хмельницька область, в якій нині

успішно функціонують культурно-історичні кластери «Кам'янець» (м. Кам'янець-Подільський), «Подільська гільдія ремісників» (м. Кам'янець-Подільський) та «Кам'янецький дивокрай» (с. Колибаївка, Кам'янець-Подільський район), які крім надання культурно-пізнавальних рекреаційно-туристичних послуг, зосереджують свою діяльність на реконструкції та будівництві готелів, закладів харчування, на розвитку сувенірної промисловості. Популярним є також кластер «Оберіг», який базується на використанні рекреаційних та історико-культурних ресурсів території і спеціалізується на зеленому сільському туризмі.

Серед інших регіонів України, в яких в останні роки накопичено досвід створення рекреаційно-туристичних кластерів, слід згадати Івано-Франківську, Закарпатську, Запорізьку, Херсонську, Миколаївську, Чернігівську області. Свою ефективну інноваційну діяльність демонструють кластери «Буковель», «Сузір'я» (Івано-Франківська область), «Сім чудес України» (Закарпатська область), «Василівський» (Запорізька область), «Південні ворота України» (м. Херсонська область), «Коблеве» (Миколаївська область), «Козацьке коло» Чернігівська область тощо [3].

Цінність діючих рекреаційно-туристичних кластерів полягає у зниженні диспропорцій розвитку економічного простору регіонів України, покращення основних показників рекреаційно-туристичної діяльності, показників ефективності використання окремих ресурсів, підвищення рівня інноваційної активності підприємців, зниження ризиків [4].

На думку Басюк Д.І., метою діяльності туристичного кластеру є об'єднання можливостей та потужностей партнерів з метою створення інноваційних туристичних послуг, диверсифікації туристичного продукту, його покращення та удосконалення, спільної розробки та реалізації маркетингової політики, участі в інвестиційних проектах та державних програмах розвитку туристичного регіону та ін. [5]. Враховуючи вище зазначене, слід зосередити увагу на подальшій диверсифікації рекреаційно-туристичних кластерів, зокрема, у східних, центральних і північно-східних областях України, розробці їх брендів і посиленні інформаційної та інноваційної діяльності. Важливою проблемою, яка потребує наукового аналізу і розв'язання, є формування універсальних міжрегіональних рекреаційно-туристичних кластерів, які б відрізнялися надійністю функціонування на основі комплексного використання різноманітних ресурсів. Так, перспективним одразу для кількох областей може бути міжрегіональний Дніпровський рекреаційно-туристичний кластер. Розвиток цього кластера сприятиме більш інтенсивному використанню насамперед потужних водних ресурсів для організації круїзних маршрутів та пляжного відпочинку, а також за для активізації значного культурно-історичного потенціалу в басейні Дніпра. Іншими перевагами формування Дніпровського кластеру є можливість розширення рекреаційно-туристичних меж цієї території за рахунок освоєння дніпровських островів, а відтак, збільшення потоку відпочиваючих і надходжень до місцевих бюджетів, підвищення рівня атрактивності Дніпра.

Отже, для реалізації кластерного підходу щодо розвитку рекреаційно-туристичної сфери в регіонах України, необхідно місцевим органам влади сприяти розробці і реалізації регіональних інноваційно-інвестиційних проектів створення кластерів на основі державно-приватного партнерства, зменшити терміни кластерізації територій, підвищити їх привабливість за рахунок розбудови інфраструктури і поліпшення якості обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Шпак Л.О. Кластерний підхід до розвитку регіональних туристично-рекреаційних комплексів / Л.О.Шпак //Ефективна економіка, - №11, 2012.
2. Горецький А.І. Державні механізми формування кластерів у рекреаційній сфері. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Admin>.
- 3.Щербакова Н.А. Особливості формування і розвитку туристичних кластерів /Н.А. Щербакова // Економіка та управління на транспорті, Випуск 3, 2016, с. 92-96.
- 4.Щеглюк С.Д. Переваги кластерної організації туристичної сфери у регіоні. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_19/2/29.pdf.
- 5.Басюк Д.І. Науково-теоретичні підходи до класифікації туристичних кластерів. - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/4336/1>.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Розглядаючи досвід іноземних країн, можна констатувати, що динамічний розвиток туристичної сфери залежить від сприйняття на рівні держави важливості туризму та використання важелів державної підтримки.

Зарубіжний досвід показує, що успішний розвиток туризму нерозривно пов'язаний з активною участю держави в його функціонуванні. Для багатьох країн стало очевидним, що туризм - це високорентабельна галузь, додаткове джерело валютних надходжень (при активному розвитку в'їзного і внутрішнього туризму), фактор диверсифікації економічної структури.

Заданими світового економічного форуму, конкурентоспроможність туристичної галузі України є низькою. В рейтингу індексу туристичної конкурентоспроможності за 2008 рік Україна займала у 2007 р. 78 місце серед 124 тестованих країн, в 2017 р. – 88 [3].

Внесок туристичної індустрії України експертами оцінюється у 1,3 млн.дол. США або 1,4% ВВП, в українській сфері туризму зайнято 214 тис.осіб або 1,2 % від загального числа зайнятих. Для порівняння, у Польщі туристична сфера оцінена у майже 8 млн.дол.США або 1,7 % ВВП, зайнятість - 275 тис.осіб, або 1,7%; у Туреччині – 35,9 млн.дол. США або 5% ВВП, зайнятість – майже 600 тис. осіб або 2,3 % від зайнятого населення.

Як показує аналіз даних досліджень, в нашій країні бізнес-середовище не сприяє розвитку сфери туризму, про що свідчить 124 місце за цією складовою. Негативний вплив має рівень безпеки в країні – 127 місце. Нажаль, безпосередньо сфера туризму в Україні теж не розглядається як пріоритетна, зокрема, за показником «пріоритетність розвитку сфери туризму для уряду країни» експерти нам відвели 122 сходинку [2].

Конкурентними перевагами у цьому рейтингу, як і в багатьох інших, є оцінка людських ресурсів та ринку праці (41 сходинка) та охорона здоров'я і гігієна – 8 місце. Безперечно, в кожній із 14 укрупнених складових Індексу є показники, за якими ми маємо вищі або нижчі оцінки. Водночас, підсумковий результат дослідження засвідчив, що передумови для належного розвитку туризму в достатній мірі в Україні не використовуються.

Досвід зарубіжних країн демонструє нам основні напрямки участі держави в інвестиційному процесі, націлені на розвиток туристичної сфери:

- зниження ціни інвестицій в туристичні проекти, що включає позики за вигідними процентними ставками (уряд відшкодовує різницю між фіксованою процентною ставкою і ринковою);

- продаж, оренду землі або інфраструктури за ціною нижче ринкової;
- податкові пільги, захист від подвійного оподаткування за допомогою укладення угод з іншими країнами, зниження мита;

- прями субсидії або надання гарантій на інвестиції з метою залучення іноземних інвесторів.

В конкретних країнах використовують різні засоби державної інвестиційної політики у сфері туризму Так, в Австрії, Португалії і Греції надають переваги пільговим позикам, у Франції, Великобританії та Італії особливу увагу приділяють субсидіям, а в Іспанії - низькому податку на додану вартість. В Тунісі, Італії, Іспанії та Польщі потенційних інвесторів на певний період звільняють від податків на землю. До речі, в свої часи подібний закон діяв і на території сучасної України [4].

У Хорватії туристичні послуги звільнені від сплати ПДВ. Крім того, застосовуються додаткові стимули для капіталовкладень у відповідності з розміром інвестицій і рівнем забезпечення роботою певної кількості персоналу. Інвесторам, які здійснюють діяльність в зонах спеціального державного захисту, де корпоративний ПДВ складає від 5% до 15%, надаються спеціальні привілеї.

Польський туристичний бізнес має найнижчу ставку оподаткування в Європі - 7% при 22% для інших видів бізнесу. З 1993 року для деяких видів інвестицій була введена система прискореної амортизації. Як і в Хорватії, обсяг пільг диференціюється в залежності від місця розташування об'єкта та рівня зайнятості [3].

В Словаччині реалізується Програма підтримки розвитку туризму, яка передбачає часткову дотацію державою кредитів для реструктуризації туристичної інфраструктури та Кредитна програма підтримки на реалізацію проектів розвитку туристичної інфраструктури [3].

В деяких країнах розвиток сфери туризму зосереджено в руках державних відомств, наприклад, в Єгипті, Туреччині, Мексиці, Тунісі, де держава регулює туристичну галузь з допомогою відповідного міністерства, що контролює діяльність усіх підприємств даного спрямування. Для цього значні фінансові вкладення здійснюються в туристичну індустрію, зокрема в рекламну і маркетингову діяльність, туристичну інфраструктуру тощо [5].

Державі належить важлива роль у створенні і збереженні умов, необхідних для функціонування сучасної ринкової економіки. Сюди належить система законодавства, яка сприяє ринковій діяльності, в тому числі чітко обумовлені права власності і розвиток корпоративного права, закони по захисту прав споживачів, положення про фінансові ринки, трудове законодавство. В сучасних умовах невтручання держави в соціально-економічні процеси нереальне. Вже давно суперечки ведуться не про необхідність державного регулювання, а про його розміри, форми та інтенсивність. Потрібно навчитися вміло використовувати державні та ринкові економічні механізми в практиці господарювання в їх оптимальному поєднанні.[5]

Список використаних джерел:

1. Соловійов. Д.І. Аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та науково-методичні напрями вдосконалення її державного регулювання [Електронний ресурс] / Д.І. Соловійов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. - 2010. - №1(9). - С.70-73 . - Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vbumb/2010_1/14.pdf.

2. Рейтингові оцінки конкурентоспроможності українського туризму 2017 [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://edclub.com.ua/analitika/rejtingovi-ocinky>.
3. Мігущенко Ю.В. Напрями регулювання структурних диспропорцій в туристичній сфері країн Центрально-Східної та Південної Європи: Досвід для України в контексті розширеної зони вільної торгівлі [Електронний ресурс]/ Ю.В. Мігущенко. - Режим доступу: <http://niss.lviv.ua/analytics/79.htm>.
4. Мамчур І. „Індустрія без труб“ працює не тільки на імідж [Електронний ресурс] / І. Мамчур // Урядовий портал. - Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=2328916&cat_id=436214.
5. Стойка В. Зарубіжний досвід інвестиційної політики в туристичній галузі та можливості його застосування [Електронний ресурс] /В.Стойка. - Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/stojka.htm

НАУКОВА СЕКЦІЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ «НОВАЦІЇ СОЦІОГУМАНІТАРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ СЬОГОДЕННЯ»

*АДЖІЄВА Е.М.,
вихованка секції «Кримськотатарська гуманістика» відділення іноземної
філології та зарубіжної літератури КПНЗ «Київська Мала академія наук
учнівської молоді», учениця 10 класу спеціалізованої загальноосвітньої школи
№ 329 «Логос» імені Г. Гонгадзе
КОТ Т.Ю.*

*завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції
«Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

ЗБЕРЕЖЕННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ КРИМСЬКОТАТАРСЬКОГО НАРОДУ ЯК АСПЕКТ КУЛЬТУРНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Революція Гідності в Україні, після 25 років її незалежності, поклала початок масштабним процесам реалізації проєвропейського курсу в країні. Пострадянський конструкт, коли культура розглядалася як необов'язковий атрибут, певна надбудова життєво важливих секторів державної діяльності, ніяк не відповідає стратегії сталого розвитку одного з мега-трендів Європи. Якщо говорити про сталий розвиток – культура, з периферії суспільно-політичних інтересів, повинна трансформуватися в важливу складову суспільно-економічного розвитку України.

На думку експертів, ключовим етапом розпочатих у 2014 році перетворень, є процес формування української політичної нації, яка окрім іншого вимагає нових підходів у сфері гармонізації її культурного різноманіття. Це завдання ускладнюється тим фактором, що побудова нових відносин між різними етнічними групами відбувається на тлі найсерйозніших викликів для України (втрата Криму, військові дії на Донбасі, загроза посилення гібридної війни, продовження масштабних адміністративних і секторальних реформ в умовах політичної турбулентності, фрагментарність і патерналізм громадянського суспільства, високий рівень корупції).

«Демократія також спирається на спільний простір культури. Демократія передбачає можливість і здатність громадян набувати знання, рефлексувати свої цінності, виробляти розбіжні погляди на них, обговорювати та дебатовати. Саме в царині культури ми продумуємо, що для нас важливе, і стикаємося з поглядами інших людей». [Керівник дослідницького центру «Мистецтво в суспільстві» Університету Гронінгена (Нідерланди) Паскаль Гілен].

Після подій 2014 року, особливе місце займає задача формування нового, більш глибокого розуміння українським суспільством унікальної культурної та історичної спадщини, пов'язаної з Кримом і кримськими татарами.

2018 рік було оголошено роком культурної спадщини в Європі! Символічно, що на початку року кримськотатарський традиційний орнамент Орьнек включений до національного реєстру нематеріальної культурної спадщини. Це є наочним прикладом демонстрації Україною культурного розмаїття. Усвідомлення та визнання кримськотатарської культурної спадщини як яскравого елемента багатокультурної України – це ще один крок в консолідації громадського суспільства країни, що є дуже актуальним в кризовий час.

Культура і мистецтво вносять значний і унікальний внесок в добробут суспільства та окремих людей, покращують згуртованість суспільства, підвищують соціальну активність, зміцнюють довіру і діалог, створюють різноманітні і толерантні суспільства.

Успішність держави залежить не тільки від військової або економічної могутності, а й від здатності бути привабливим. Режими проходять, емоційна пам'ять залишається. Прекрасно, коли у дипломатії є неофіційні агенти – люди, які будують культурні відношення не за посадою, а за покликом серця!

Нематеріальна культурна спадщина є важливим фактором збереження культурного розмаїття в умовах зростаючої глобалізації. Елемент нематеріальної культурної спадщини України «Орьнек – кримськотатарський орнамент та знання про нього» – це побудова діалогу та партнерства, які сприяють гармонійному поєднанню проукраїнської позиції кримських татар, їх громадянського патріотизму, з одного боку, та активного збереження своєї культурної ідентичності, з іншого. Це яскравий приклад культурної дипломатії, коли розуміння нематеріальної культурної спадщини різних спільнот допомагає в міжкультурному діалозі і заохочує взаємну повагу до інших способів життя, сприяє соціальній інтеграції та згуртованості. Це заохочує почуття ідентичності і відповідальності, яке допомагає людям відчувати себе частиною однієї або різних громад і відчувати себе частиною суспільства в цілому.

Список використаних джерел:

1. <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/pascal-gielen> керівник дослідницького центру «Мистецтво в суспільстві» Університету Гронінгена (Нідерланди) Паскаль Гілен.

*АРУТЮНОВ Ю.М.,
вихованець секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 9 класу ЦТ «Шевченковець»*

*ГОНЧАРЕНКО К.С.
к.філ.н., керівник секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

ПРОЯВИ ДУХОВНОСТІ В ІСТОРІЇ ТА СЬОГОДЕННІ

Духовність є явищем, яке супроводжує людство, на протязі всього його існування. Моральний світогляд у тому або іншому вигляді, був характерний для людства, з незапам'ятних часів.

Духовність у своїй іпостасі змінювалась, з плином часу. У відповідності до культурного і цивілізаційного розвитку людства. Зокрема на ранньому (збиральницькому), етапі існування людської спільноти, панував матриархальний устрій, з часом людство перейшло до мисливської діяльності, що у свою чергу змінило ієрархічну і духовну складову в людському соціумі.

В часи давнього світу язичницька картина світогляду тодішнього соціуму, визначала відповідну духовну складову цього самого соціуму. Міфологічність уявлень того часу, є проявом цього самого світогляду.

В епоху середньовіччя світогляд визначався в першу чергу релігійним дискурсом того часу. Релігія була тим базисом якій цементував соціумтієї епохи. Будучі теократичним, суспільство повністю орієнтувалось на релігійні постулати.

Епоханового часу принесла людству комплексне наукове бачення. Як наслідок уявлення про духовність формується, на основі нових знань та бачень.

Наразі, в нинішні часи, розуміння цього явища не є однорідним. Є безліч теоретичних поглядів які різняться між собою, перетинаючись в сфері вивчення проблематики походження людини.

Таким чином можна побачити, що духовність як поняття не було сталим і змінювалось в уявленнях людської спільноти з часом. Аж поки не досягнуло сучасного рівня розвитку. Наразі ж, в нинішні часи, розуміння цього явища не є багатограним і синтезує в собі різні підходи, вироблені та сформовані в попередні історичні епохи.

Список використаних джерел:

1. Ващенко Г. Виховний ідеал. Полтава, 1994. - 320с.
2. Віндельбанд В. Історія давньої філософії. К., 1995.- 214с.
3. Горський В.С. Історія української філософії. К., 1996.- 406с.
4. Декарт Р. Метафізичні роздуми. – К., 2000.- 278 с.
5. Донцов Д. Історія розвитку української національної ідеї. К., 1991.-165с.
6. Кант І. Критика здатності судження //Твір. : В 6. т – м., 1963 – 1966. – т. 4. ч. 2. – 239 с.
7. Попович М.В. Нарис історії культури України. К., 1999.- 265с.
8. Сковорода Г. Пізнай в собі людину. Львів, 1995.- 176с.

*БАБЕНКО Є.К.,
вихованка секції «Педагогіка» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
студентка II курсу Коледжу економіки права та інформаційних технологій*

*КАРЧИНА Л.Я.,
завідувач відділу навчально-виховної роботи, керівник секції «Педагогіка»
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

НОВА УКРАЇНСЬКА ШКОЛА ТА РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ

Особливості розвитку особистості в шкільних чи позашкільних закладах є досить актуальною темою для обговорень та дослідження.

Насамперед, варто зауважити, що ми знаходимось на порозі реформаційних процесів в галузі освіти. Успіх реформи «нової української школи» залежить від різних факторів, в першу чергу таких, як навчально-виховне середовище спрямоване на всесторонній розвиток особистості кожної дитини[1]. Формування особистості в кожній людині проходить по різному. До кожної дитини потрібно знаходити свій індивідуальний підхід. Нова школа має стати середовищем для розвитку, де діти відчуватимуть себе вільно фізично та психологічно, будуть вчитися спілкуватися і не боятися висловлювати власні думки, матимуть рівну можливість для особистісного росту.

З точки зору педагогіки особистість – це соціально зумовлена система психічних якостей індивіда, що визначається залученням людини до конкретних суспільних, культурних та історичних відносин [2, ст.38].

Сама структура особистості досить багатогранна. Варто звернути увагу на чотири підструктури у структурі особистості[3, ст.37]:

Компонент підструктури особистості	Зміст компонента підструктури особистості
Спрямованість особистості	Моральні якості, установки, стосунки з іншими. Визначається суспільним буттям людини.
Підструктура досвіду	Знання, вміння, навички, звички. Набувається досвід у процесі навчання й виховання. Велику роль відіграє соціальний фактор.
Підструктура форм відображення	Індивідуальні особливості психічних процесів, що формуються протягом соціального життя і специфічно виявляються в пізнавальній та емоційно-вольовій діяльності людини.
Біологічні особливості особистості	Статеві та вікові особливості та їх патологічні зміни.

Всі ці компоненти в структурі особистості складають одне ціле та є неподільними. Слід зауважити, що жоден компонент не варто ігнорувати у вихованні особистості. Однак, саме на практиці, «розвиток» не часто виглядає як комплексний підхід. Можна згадати багато випадків, коли ми спостерігаємо суттєву різницю в ставленні вчителів в шкільних закладах освіти до

інтелектуального і особистісного дитини. Занадто часто питанням пов'язаним з розвитком не приділяється належної уваги в навчально-виховному процесі, що в свою чергу не може не вплинути на рівень знань учнів. Ця проблема має своєрідні психологічні коріння. Але школа завжди вважалася одним із чи не найголовніших соціальних закладів, які повинні готувати кожную дитину до реального життя, яке не є «типовим багажем знань» [4, ст.126].

Федяєва В.Л. вважає, що шкільний розвиток людини як особистості і суб'єкта діяльності має обов'язково включати розвиток [4, ст.126]:

- інтелекту;
- емоційної сфери;
- стійкості до стресових ситуацій;
- впевненості в собі і самосприйняття;
- позитивного відношення до світу і оточуючих;
- самостійності та автономності;
- мотивації та прагнення до самовдосконалення.

Варто погодитись, що саме ці компоненти і мають становити основу педагогіки комплексного виховання та навчання [5]. Лише навчання в школі зможе забезпечити розширення та поглиблення умінь та навичок, які діти отримують у дитячих садках та інших позашкільних закладах. За новим стандартом освіти вчителі початкових класів проходять перенавчання протягом 2018-2019рр. Добровільна сертифікація вчителів допоможе виявити педагогів, які володіють новими освітніми технологіями та бажають змінювати методику викладання.

Отже, таким чином, сьогодні головним пріоритетом в новій українській школі повинно стати створення таких умов дітям, які б розкривали можливість не лише для розвитку своїх здібностей, а й сприяли б новому формату міжособистісноспілкування між дітьми, між викладачамадитиною, між батькамавикладачами, між дитиною та батьками, а також допомагали суспільству виховувати людину, яка зможе приймати правильні самостійні рішення та буди гідним громадянином своєї країни.

Список використаних джерел:

1. Лист Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України «Щодо забезпечення взаємодії в освітній роботі з дітьми старшого дошкільного і молодшого шкільного віку» від 19.08.2011 р. № 1/9-634 // Інформаційний збірник Міністерства освіти і науки України. – 2011. - № 25.
2. Волкова Н.П. Педагогіка: навчальний посібник / Н.П.Волкова. – К. : Академвидав, 2007. – 616 с.
3. Максименко С.Д. Загальна психологія: навчальний посібник / С.Д.Максименко, В.О.Соловієнко; ред. І.В.Хронюк. – К. : МАУП, 2000. – 256 с.
4. Федяєва В.Л. Цілісний розвиток особистості учня як психолого-педагогічна проблема / В.Л.Федяєва. – Х. : Педагогічні науки: збірник наукових праць, 2015. – № 68. – С. 124-128.
5. Міністерство освіти і науки України. Нова Українська школа: концептуальні засади реформування середньої школи / Міністерство освіти і науки України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/reforms/ukrainska-shkola-compressed.pdf>.

*БОНДАРЕНКО В.В.,
вихованка секції «Педагогіка» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 11 класу школи I-III ступенів № 111 ім. С.А. Ковпака
КАРЧИНА Л.Я.
завідувач відділу навчально-виховної роботи, керівник секції «Педагогіка»
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

НЕЙРОЛІНГВІСТИЧНЕ ПРОГРАМУВАННЯ В ПЕДАГОГІЦІ ЯК СПОСІБ ВПЛИВУ НА МОТИВАЦІЮ УЧНІВ ДО НАВЧАННЯ

НЛП є потужним засобом впливу на мислення, емоції та поведінку людей, а тому використовується в психотерапії, рекламі, маркетингу, військовій сфері, бізнесі та політиці.[4] Сукупність технік нейролінгвістичного програмування можна використовувати і у педагогіці як спосіб впливу на мотивацію учнів до навчання. Наразі ці методи викладання не є поширеними в Україні, але вони б значно покращили якість впливу на бажання школярами виконувати поставлені завдання.

У сучасному світі, напевно, жодна інституція не встигає прослідкувати зміни способу мислення і почуття людей, а також характерні для них потреби чи прагнення. Навчальні заклади є традиційними, важко піддаються впливу різноманітних психолого-педагогічних інновацій. Вони знаходяться під впливом домінуючої багатолітньої традиції як структурно, так і в сфері педагогічної діяльності викладачів. Викладачі не так багато можуть зробити відповідно до домінуючих канонів, однак вони спроможні проявити свою інноваційну активність, а отже, виразити власну думку та перейняти ініціативу в дидактично-виховній роботі. Як педагогіка так і психологія пропонують викладачам безліч інноваційних думок і концепцій пов'язаних з педагогічним новаторством.[1]

Використання технік НЛП у педагогіці є одним з інноваційних методів викладання, бо тільки мала частина українських вчителів ознайомена з цим способом викладання матеріалу. Ідея запровадження НЛП у педагогіку зумовлена важливістю удосконалення методів ефективного впливу на мотивацію школярів та винайдення нових для нашого суспільства технік щодо формування відповідального ставлення до начального процесу.

Виходячи зі специфіки педагогічного процесу, Е.А. Петрова надає значну увагу жестовим способам комунікації, виділяючи візуальні, візуально-акустичні, візуально-тактильні і візуально-акустично-тактильні жести, вказуючи на їх автономність та «інформаційну спеціалізацію», а також представляє системи відображення жестів (візуальна, слухова, тактильно-кінестетична). Жест може сказати багато чого про бажання учня, про його стан. Жест не тільки несе інформацію про якість психічного стану, але також і про інтенсивність переживань, які відображають функціональну спрямованість і психологічну суть в контексті педагогічної діяльності.[2] Ці та інші техніки

НЛП можуть стати гарним способом вивчення української мови та літератури, історії, іноземних мов та зарубіжної літератури.

На відмінність від багатьох інших теорій чи напрямків розвитку науки, НЛП має винятково американське походження. А саме, якщо розуміти нейролінгвістичне програмування як інструмент дослідження, формування та спрямування людської діяльності особистості як усвідомлений чи неусвідомлений сторонній вплив на цю особистість. Аналогічні дослідження, які мали на меті можливість впливу на людську свідомість, поведінку, вивчення взаємодії людини з навколишнім середовищем та дослідження можливостей міжособистісного спілкування, були у Китаї, Чехословаччині, Болгарії, США і Німеччині.[5]

Мотивація учнів-це процес спонукання школярів до навчання, який передбачає використання мотивів поведінки дитини для досягнення особистих цілей. Розвиток позитивної мотивації навчання є однією з умов формування цілісної, всесторонньо розвиненої особистості. Відповідно, сучасна освіта орієнтована саме на розвиток успішної особистості учня. Саме програмування учнів на досягнення успіху у навчальній діяльності, з урахуванням їхніх індивідуальних особливостей та створення відповідних виховних ситуацій, сприятиме розвитку їхніх потенційних можливостей і бажання отримувати новий досвід у процесі навчання та формулюватиме позитивну мотивацію навчання. Для того, щоб навчальна діяльність учнів була успішною, вчитель має розвивати саме позитивну мотивацію навчання, формувати мотиви навчання, викликаючи при цьому в учнів не лише інтерес, а й бажання вчитися.[3]

Список використаних джерел:

1. Белявська О.О. Використання нейролінгвістичного програмування в навчанні. Ефективна комунікація між викладачем та студентом // Наукові записки. Серія «Психологія і педагогіка». -2010. -№15. –С. 7-13
2. Бреславець Н.О. Нейролінгвістичне програмування в контексті інтерактивного навчання // Науковий часопис НПУ імені М.П.Драгоманова. -2017. -№58. –С. 34-40
3. Докучина Т.О. Мотивація навчання як запорука стимулювання учнів до досягнення успіху // Збірник наукових праць. -2011. -№8. –С. 32-37
4. Іщук Т. Нейролінгвістичне програмування як ефективний метод навчання перекладу: аспект пізнавальної функції мови // Актуальні питання гуманітарних наук. -2014. -№8. –С. 242-248.
5. Петрик В.М. Еволюція НЛП// Історичні аспекти інформаційних технологій. -2009. - №2(5). –С.87-93

ВОЙТЮК Д.В.

вихованка секції «Правознавство» відділення філософії та суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді», ліцеїст 202 взводу юридичного ліцею імені Ярослава Кондрантьєва

КОТ Т.Ю.

завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції «Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ПОДАТКОВА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ ЯК ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ

Україна як незалежна держава наділена усіма відповідними атрибутами і кожен з них необхідний для її існування. Ознаки держави є також її складовими частинами і їх існування є обов'язковою умовою існування держави. Відповідно забезпечення національної безпеки в державі по своїй суті полягає у забезпеченні нормального і повноцінного функціонування усіх її елементів. Одним з таких елементів є фіскальна система, або система збирання податків і зборів. Відповідно до статті шостої Податкового кодексу України, податком є обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку. Збором (платою, внеском) є обов'язковий платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у тому числі внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій. Сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів, що справляються в установленому законодавством порядку, становить податкову систему України [1].

Податки необхідні державі для реалізації її функцій. Фактично це гроші які платить суспільство державі для того аби та могла виконувати завдання на неї суспільством і покладені. Ефективність податкової системи визначає як добробут держави так і її громадян. Рівень цієї ефективності визначається розміром податків і зборів, способом їх збирання і використання. При цьому розмір податків і зборів має бути добре вивіреном щодо кожної з верств населення аби громадяни мали можливість його сплатити без шкоди для свого майнового стану. Занадто високі і недостатньо обґрунтовані податки свідчать про невміле їх адміністрування, не виважену податкову політику держави і негаразди в політиці економічній. Крім того, завищені і необґрунтовані податки створюють у громадян відчуття соціальної несправедливості, недовіри до держави, а також підштовхують їх до думки про присвоєння коштів з податків її представниками з метою особистого збагачення. Це в свою чергу призводить до підвищення рівня соціальної напруги, підриває впевненість у компетентності державних посадовців, понижує рівень легітимності влади і, як результат, призводить до виникнення або загострення внутрішніх і зовнішніх загроз національній безпеці.

В цьому контексті видаються дивними ініціативи чинної влади, що посилення оподаткування представників малого та середнього бізнесу. Так Законами України «Про внесення змін до Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» та інших законів України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі та послуг» і «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо детінізації розрахунків у сфері торгівлі і послуг» на представників малого та середнього бізнесу покладається тягар з додаткового адміністрування платежів через реєстратори розрахункових операцій (РРО), або якщо простіше, через касові апарати та їх аналоги. Робиться це з метою покращення контролю за доходами малого та середнього бізнесу.

Представники податкових органів стверджують, що мін в сфері застосування РРО вже давно очікували як податківці, так і представники бізнесу. Адже це – один з кроків детінізації економіки та створення рівних умов ведення підприємницької діяльності. В даний час відповідно до чинного Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» в процес реєстрації та застосування РРО залучені виробники, центри сервісного обслуговування (ЦСО), підприємства, які контролюють органи [2].

Такий процес є обтяжливим для підприємців, адже крім витрат на придбання РРО доводиться витратити кошти на його технічне обслуговування, яке здійснює ЦСО, а також витратити час на укладання відповідних договорів з ЦСО і їх відвідування для введення РРО в експлуатацію, технічне обслуговування, опломбування РРО. При цьому відсутня альтернатива класичним РРО та технології Національного банку України щодо захисту і передачі даних про скоєних розрахункових операціях.

Новими змінами, зокрема, передбачається введення програмних РРО як альтернативи класичним, технології захисту даних розрахункових операцій, яка відповідає Закону України «Про електронні довірчих послуги», інших законодавчо дозволених технологій як альтернативи технології Нацбанку щодо захисту даних. Тобто держава начебто намагається полегшити життя підприємців. Разом з тим, ця обставина ніяк не применшує того факту, що витрати на використання РРО повністю ляжуть на плечі підприємців, а ті в свою чергу змушені будуть закладати їх у вартість товару. Тобто врешті за нові РРО для малого бізнесу доведеться заплатити звичайним громадянам.

Крім того можуть місце і витрати часу та коштів не прямого характеру. Наприклад, кількість перевірок легальних суб'єктів господарювання збільшиться. В першу чергу це пов'язано з введенням такого специфічного для України мотиваційного заходу, як контроль з боку суспільства за легалізацією розрахункових документів. Оскільки цілі цього контролю безпосередньо пов'язані з детінізацією готівкових розрахунків та обороту товарів, його реалізація, ймовірно, призведе до збільшення кількості камеральних та фактичних податкових перевірок.

Викликає певне занепокоєння і механізм суспільного контролю за використанням РРО. Такий механізм передбачає можливість отримання

матеріальної вигоди за скаргу про відсутність у підприємця РРО, у вигляді повернення вартості придбаного товару і винагороди у формі частини штрафу який може бути накладено на підприємця за те, що той не використовував РРО. Така система нагадує практику масових доносів радянської доби. Тому не виключено, що механізм «кешбеків» спровокує новий вид незаконної діяльності, основним напрямком якого буде отримання прибутку шляхом направлення скарг в сфері РРО.

У бізнес-середовищі вже відомі прецеденти частково схожих видів діяльності, наприклад, в сфері державних закупівель, коли спеціалізовані структури працюють виключно над створенням технічних перешкод певним учасникам торгів за допомогою систематичного направлення скарг на рішення замовників і здійснення інших дій, що дискредитують конкурентів або саботують процедури закупівель, про що не раз говорилося у засобах масової інформації. Крім того, існує загроза зайвого формалізму у реалізації норм згаданих вище законів.

Як показує практика проведення перевірок, в тому числі і щодо дотримання правил у сфері використання РРО, акцизного податку, реєстрації податкових накладних, контролюючі органи в багатьох випадках приходили як раз не до тіньового бізнесу, а до легального. Досить часто до відповідальності притягувалися саме компанії, великі платники, які мали на меті порушувати букву закону, а допускали формальні технічні помилки, які не привели до завдання збитків державі.

І нарешті основною загрозою для імплементації згаданих законів є корупція, про проблему якої не говорить тільки лінивий. Представники всіх форм бізнесу регулярно скаржаться на корупційні дії представників податкових органів і навіть якщо частина цих скарг необґрунтовані, їх загальна кількість свідчить про наявність такої проблеми, а отже і в сфері використання РРО недобросовісні представники податкової зможуть використовувати нові норми у своїх злочинних цілях, пропонуючи підприємцям уникнути відповідальності у вигляді значного штрафу за рахунок виплати дещо меншого хабара.

На завершення варто зазначити, що за останніми даними міжнародних фінансових і правозахисних організацій втрати національної економіки України від виведення коштів в офшори і порушень на митниці сукупно складають понад сто мільярдів доларів США, а втрати від недоотриманих податків через відсутність належного контролю за розрахунковими операціями у сферах малого та середнього бізнесу – близько двох з половиною мільярдів. Тому така розстановка пріоритетів органами влади викликає подив і змушує констатувати, що нерозумна податкова політика може завдати шкоди національній економіці і, як результат, національній безпеці.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2011, № 13-14, № 15-16, № 17, ст.112
2. Закон України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1995, № 28, ст.205

ДМИТРИШИН Р.А.
вихованець секції «Правознавство» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учень 9 класу спеціалізованої загальноосвітньої школи № 297
КОТ Т.Ю.

завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції
«Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРАВОВОГО МЕТОДУ РЕГУЛЮВАННЯ В АСПЕКТІ СПРОЩЕННЯ УМОВ ЗДІЙСНЕННЯ АКВАКУЛЬТУРИ

У роботі вперше здійснено спробу проаналізувати найбільш проблемні аспекти застосування на практиці правового методу регулювання сектору аквакультури. Надано практичні рекомендації щодо удосконалення правих аспектів у процесі надання в оренду гідротехнічних споруд рибогосподарських технологічних водойм.

Ключові слова: правовий метод, регулювання, договір, аквакультура, оренда, водний об'єкт, законодавство.

Здійснення господарської діяльності у секторі аквакультури на території України інколи унеможлиблює раціональну рибогосподарську діяльність через відсутність чітких визначень в питанні регулювання оренди водних об'єктів. Спрощення умов ведення аквакультури безпосередньо передбачає і проведення змін. Також трапляються випадки неоднозначного тлумачення норм законодавства України. Тому актуальним і практично необхідним є поліпшення правового методу регулювання в аспекті спрощення умов здійснення аквакультури як перспективного виду діяльності і важливої складової рибного господарства.

Як висвітлюють проведені дослідження, законодавством запроваджено можливість здійснення садкової аквакультури та надання в користування на умовах оренди частин рибогосподарських водних об'єктів. Водночас нині договорів ще не укладено, і, відповідно, нового садкового господарства в Україні ще не створено. Причиною такої ситуації є неузгодженість з положеннями статті 51 Водного кодексу України, якою передбачена заборона оренди водосховищ комплексного призначення та річок. При цьому, нині для здійснення садкової аквакультури в оренду береться не все водосховище, а лише частина його акваторії (водний простір). Тому вченим і практикам потрібно запропонувати зміни, які визначатимуть повний перелік водних об'єктів, частини яких можуть бути використані для цілей аквакультури, що спростить процедуру укладення договорів оренди. Орендодавці частин рибогосподарських водних об'єктів в процесі укладення договірних відносин іноді змушують орендарів надати паспорт водного об'єкту. Вказане не повною мірою відповідає чинним нормам законодавства України. Доповнення до статті 14 Закону України «Про аквакультуру» та статті 51 Водного кодексу України сприятимуть спрощенню процедури отримання в користування на умовах оренди частини рибогосподарського водного об'єкта, шляхом уточнення

положень щодо відсутності необхідності отримання паспорта водного об'єкта для здійснення садкової аквакультури та можливості оренди частин водосховищ комплексного призначення. Використання гідротехнічних споруд рибогосподарських водних об'єктів та рибогосподарських технологічних водойм суб'єктами аквакультури здійснюється на підставі договорів оренди державного майна відповідно до Закону України «Про оренду державного та комунального майна». Встановлено, що виключення становлять лише гідротехнічні споруди, що виконують захисну функцію, тобто захисні гідротехнічні споруди, які відповідно статті 4 згаданого вище закону не можуть бути надані в оренду суб'єктам аквакультури. Однак, законодавством не визначено термін «захисні гідротехнічні споруди», що призводить та фактично унеможлиблює укладання договорів оренди на гідротехнічні споруди рибогосподарських водних об'єктів, в тому числі і рибогосподарських технологічних водойм.

При цьому запровадження пропозицій до Водного кодексу України дадуть можливість визначити термін «захисні гідротехнічні споруди» та їх вичерпний перелік, а також порядок надання у постійне користування земель водного фонду для будівництва захисних гідротехнічних споруд. Вказане дозволить унормувати надання в оренду гідротехнічних споруд рибогосподарських технологічних водойм та спростить діяльність у сфері аквакультури. Для досягнення позитивних результатів у веденні діяльності у сфері аквакультури необхідним є створення таких умов, за яких суб'єкти аквакультури матимуть змогу вести свою діяльність без перешкод, та в свою чергу забезпечуватимуть населення якісною рибною продукцією. Відповідно, поступово збільшиться кількість рибної продукції на ринках України.

Саме на те, щоб спростити ведення діяльності у сфері аквакультури і направлене упорядкування укладання договорів користування на умовах оренди частин рибогосподарських водних об'єктів для цілей аквакультури, унормування питання надання в оренду гідротехнічних споруд рибогосподарських технологічних водойм та надання можливості суб'єкту аквакультури здійснювати господарську діяльність з вирощування об'єктів аквакультури у відповідності до законодавчої бази. Важливим підходом для поліпшення дії правового методу регулювання є розширення можливостей суб'єктів аквакультури для планування їх економічної діяльності та створення сприятливих умов для розвитку ефективного бізнес середовища. Усі подальші дії стосовно створення суб'єктів господарювання для ведення аквакультури стануть більш доступними, спрощеними та закономірними, як для виробників, так і для держави та споживачів риби у цілому.

Таким чином, маємо всі підстави зробити висновки що для спрощення умов ведення аквакультури практично необхідно: а) уточнити термін «рибогосподарська технологічна водойма» доповнивши його словами «рибницький ставок» з метою визначення приналежності до рибогосподарської технологічної водойми рибницького ставка та рибницького садка; б) урегулювати механізм надання в користування та умовах оренди частин рибогосподарських водних об'єктів, у тому числі комплексного призначення,

для цілей аквакультури та визначити повний перелік водних об'єктів, частини яких можуть бути використані для цілей аквакультури; в) визначити, що надання в оренду частини рибогосподарського водного об'єкту здійснюється без паспорту водного об'єкта; г) запровадити визначення терміну «захисні гідротехнічні споруди» та їх вичерпний перелік, а також порядок надання у постійне користування земель водного фонду для будівництва захисних гідротехнічних споруд.

Практичне запровадження висвітлених пропозицій сприятиме розвитку малого та середнього аквакультурного бізнесу, забезпечить всебічну державну підтримку, безперечне формування пропозиції на ринку якісної вітчизняної продукції аквакультури, поліпшення умов забезпечення населення такою продукцією, збільшення робочих місць в сфері аквакультури.

Список використаних джерел:

1. Вдовенко Н. М., Михальчишина Л. Г., Шарило Ю. Є. Дія організаційно-економічного механізму регулювання в умовах конкурентного середовища й інноваційного розвитку аквакультури і модернізації системи збору даних. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. № 18. 2019. С. 93–102.
2. Деренько О. О. Удосконалення інструментів регулювання ринку продукції аквакультури. *Науковий економічний журнал Інтелект XXI*. 2017. Вип. 6. С. 38–40.
3. Сіненко І. О. Організаційні та економічні механізми регулювання рибальства та аквакультури. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. № 4 (16). 2018. С. 55–62.

ЗІНЧЕНКО С.С.,
учениця 3 курсу (10 клас) Черкаського фізико-математичного ліцею
(ФІМЛП) Черкаської міської ради Черкаської області
ШУЛЬГА В.І.,
к.е.н., доцент, вчитель економіки Черкаського фізико-математичного
ліцею (ФІМЛП) Черкаської міської ради Черкаської області

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА НА РИНКУ СТРАХОВИХ ПОСЛУГ

Для з'ясування суті понять «фінансове посередництво» та «фінансовий посередник» розглянемо передумови їх виникнення.

1) **Макроекономічні:** стабільність розвитку національних економік (в умовах кризи, при високому рівні інфляції не має можливості визначити реальний рівень дохідності фінансових активів, і як наслідок, забезпечити динамічний розвиток фінансового посередництва); економічне зростання, що спричиняє зростання обсягу вільних грошових коштів у населення, і як наслідок, зростання попиту на послуги фінансових посередників;

2) **Інституційні:** збалансованість державного регулювання фінансових регуляторів та нормативно-правового забезпечення діяльності фінансового посередництва, що дає змогу захистити інтереси інвесторів; сформоване особливе інвестиційне середовище для діяльності фінансових посередників (інфраструктура фінансового ринку).

Історично виникнення фінансового посередництва пов'язується із процесом розподілу праці в сфері обслуговування обігу фінансових активів, що поступово набувало ознак самостійного виду економічної діяльності [1 с.40]. Значний внесок у теоретичне обґрунтування сутності фінансового посередництва здійснили такі економісти: А. Пігу, Й. Шумпетер, Р.Голдсмід, Дж. Стігліц та інші. Розглянемо еволюції ідей щодо сутності та ролі фінансового посередництва в господарській системі. Відомо, що однією з перших течій економічної теорії став меркантилізм. Його представники (Т.Мен, Д.Ло, Ж.-Б.Кольбер) доводили значну роль фінансових посередників, особливо банківських установ, у виробництві, торгівельних операціях, у тому числі і міжнаціональних [1 с. 40; 2 с. 84].

У працях вітчизняних науковців приведено чимало тлумачень термінам «фінансове посередництво» та «фінансовий посередник». Аналізуючи приведені тлумачення, можемо дати власне визначення фінансовому посередництву на ринку страхових послуг. *Фінансовий посередник страхових послуг – це юридична чи фізична особа, котра здійснює розміщення коштів третьої особи, на постійній, або тимчасовій (разовій) умові, щодо забезпечення мінімізації фінансових наслідків від непередбачуваних обставин та (або) з метою довгострокового накопичення коштів.*

Страхова індустрія використовує різні типи посередників та їх комбінації. Посередницькі функції можуть виконувати: персонал страхових компаній,

агенти, брокери, банки, туристичні агентства, відділення зв'язку, агентства нерухомості, автосалони тощо.

Закон України «Про страхування» дає таке визначення посередників: «Страховики можуть здійснювати страхову діяльність через страхових посередників (страхових агентів і страхових брокерів)».

Страхові агенти - громадяни або юридичні особи, які діють від імені та за дорученням страховика та виконують частину його страхової діяльності (укладання договорів страхування, одержання страхових платежів, виконання робіт, пов'язаних з виплатами страхових сум і страхового відшкодування). Страхові агенти є представниками страховика і діють в його інтересах за комісійну винагороду на підставі договору із страховиком. Страхові брокери - громадяни або юридичні особи, які зареєстровані у встановленому порядку як суб'єкти підприємницької діяльності та здійснюють посередницьку діяльність на страховому ринку від свого імені на підставі доручень страхувальника або страховика. Порівняльну характеристику діяльності страхового агента, страхового брокера та фінансового консультанта приведено у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика діяльності страхових посередників

	<i>Страховий брокер</i>	<i>Страховий агент</i>	<i>Фінансовий консультант</i>
Організаційно-правова форма	ТОВ, ЗАТ, ВАТ	Приватна особа, яка має договір з однією або декількома страховими компаніями.	Приватна особа, яка має договір з страховим брокером
Ліцензування	Потрібна ліцензія (ст. 15 ЗУ «Про страхування»)	Ліцензія не потрібна.	За ліцензією брокера.
Форма співпраці з страховиком	Брокер – незалежний експерт, що володіє інформацією про всі страхові компанії. Заключає договір страхування за дорученням від імені свого клієнта.	Агент – віддалений працівник страхової компанії. Діє в інтересах страховика.	Консультант – віддалений працівник (представник брокера), що володіє інформацією про всі страхові компанії. Діє в інтересах клієнта
Вид послуг	Брокер може бути вказаний в договорі в якості страхувальника. І саме він в такому випадку займається врегулювання питань зі страховою компанією.	Агент – лише посередник. В договорі страхування він не фігурує.	Зазначається у договорі як представник брокера
Компетенція	Брокер проводить оцінку ризиків клієнта і виділяє ті, які найбільше потребують хеджування.	В обов'язки агента не входить оцінка страхових ризиків.	Здійснює підбір найбільш оптимального для клієнта страхового продукту та страхової компанії, або фінансової чи парабанківської установи
Комісійні	Комісійні за брокерське обслуговування можуть досягати 40-50% від вартості страхового полюса.	Клієнт не платить за послуги агента. Комісійні виплачує страхова компанія.	Клієнт не платить за послуги консультанта. Комісійні виплачує брокер.
Відповідальність перед страхувальником	Брокер несе повну відповідальність перед страхувальником.	Відповідальність перед страхувальником несе страховик, а не агент.	Відповідальність перед страхувальником несе брокер.

Джерело: складено автором за [7]

У різних країнах світу співвідношення між кількістю агентів та брокерів, що діють на страховому ринку, помітно різні. На одних ринках переважають агенти, на інших - брокери. Наприклад, нідерландський страховий ринок називають «брокерським», У Франції 42% страхових продуктів зі страхування життя продається через банки. Брокери Великої Британії забезпечують 70% страхування, відмінного від страхування життя, та 44% страхування життя. У Німеччині 50% ризиків у промисловості страхується за посередництвом кептивних брокерів, а 65% страхування життя та автомобільного транспорту провадять страхові агенти. Має значення те, як історично розвивався страховий ринок у тій чи іншій країні, особливості законодавчої системи, національні традиції та деякі інші фактори. Ринок страхових послуг є частиною фінансового ринку країни, а тому підлягає жорсткому контролю та регулюванню з боку держави.

Увагу вітчизняних науковців, що працюють в таких галузях знань як фінанси, менеджмент, адміністративне та господарське право, постійно привертають проблеми функціонування ринку фінансів, в тому числі і надання страхових послуг, як юридичним особам, підприємцям так і пересічним громадянам. Багато науковців виділяють нинішню систему державного регулювання та контролю ринку страхових послуг як основну проблему його функціонування.

Ще до недавню у вітчизняній літературі не розглядалось питання державного регулювання страхового ринку, оскільки у період існування державної страхової монополії потреби в цьому не було. Державне регулювання страховим ринком підмінялося прямим державним управлінням галуззю.

Страховий ринок України є найбільшим і найпотужнішим сектором ринку небанківських фінансових послуг. Даний сектор постійно розвивається та нарощує не тільки економічні, комерційні та інвестиційні можливості, але й впливає на соціальний розвиток держави. Необхідність державного регулювання страхового ринку України зумовлена пріоритетом інтересів страховиків, що як наслідок, відображає дисбаланс з інтересами страхувальників, недостатнім розвитком страхової інфраструктури, монополізмом, недобросовісною конкуренцією та ін.

Ведучи мову про державне регулювання ринку страхових послуг, слід зазначити, що держава у сфері страхових послуг виступає [3]: 1. Страховиком (власником акціонерних державних страхових компаній); 2. Страхувальником (по страхуванні, що здійснюється на користь та/або від імені державних підприємств); 3. Гарантом (емітент державних гарантійних зобов'язань); 4. Держателем національних страхових резервних фондів; 5. Розпорядником та організатором коштів позабюджетних фондів соціального страхування та забезпечення; 6. Суб'єктом регулювання страхового ринку;

Держава впливає на страховий ринок через формування нормативно-правової бази діяльності учасників страхового ринку та передбачає вибір моделі державного регулювання страхового ринку. Зарубіжні та вітчизняні

дослідники віділяють такі моделі державного регулювання страхової діяльності (табл. 2).

Таблиця 2

Моделі державного регулювання страхового ринку

Ліберальна		Континентальна	Змішана
Централізована	Децентралізована		
<i>Велика Британія</i>	<i>США</i>	<i>Німеччина, Японія, Швеція</i>	<i>Франція</i>
Єдина система регулювання, страхові компанії дотримуються загальних правил і нормативів	Створюються різні умови, в яких працюють страховики	Заснована на суворій фінансовій регламентації і деталізації суб'єктів страхового ринку. Основні джерела регулювання – закони та кодекси.	Регламентація діяльності страховиків поєднує як нормативні так і гнучкі підходи, які забезпечують належний рівень конкуренції

Джерело: складено автором за [3; 4; 5]

Система континентального права існує в Італії, Франції, Німеччині, Іспанії, Швеції, Японії та в інших країнах. Вона базується на суворій регламентації діяльності, жорсткому регулюванні страхової справи, що полягає в контролі за дотриманням законодавства при здійсненні страхової діяльності (нагляд за поточними операціями, регулярній поведінці страхових компаній), детальній регламентації всіх учасників страхового ринку (затвердження форм договорів страхування, затвердження органами страхового нагляду тарифів, перевірка виконання бізнес-планів).

Основною ознакою ліберальної моделі регулювання страхування, що існує в США, Англії є те, що закон не є єдиним джерелом права, а поряд з ним важливу роль відіграє судовий прецедент. Більшість сторін господарського життя залишається не кодифікованим. Законодавство визначає найбільш загальні умови діяльності, без детальної регламентації. В цій моделі відсутня жорстока регламентація страхових тарифів, акцент робиться на контроль та аналіз звітності страхових компаній. Залежно від державного устрою країни ліберальна модель поділяється на централізовану та децентралізовану.

У ЄС система регулювання страхування поєднує державне регулювання і саморегулювання. Державне регулювання базується на прийнятті та виконанні Директив. Вони видаються окремо на кожен вид страхування. Директиви – це інструмент прямого регулювання, а непряме регулювання повністю здійснюється на рівні національних систем. Національні органи страхового нагляду мають право нагляду за національними та іноземними страховиками. В країнах ЄС страхові премії визнаються суспільно-необхідними витратами і включаються до складу витрат страхувальників-юридичних осіб [3].

У Франції серед західноєвропейських країн найбільш розвинена система державного нагляду. Державне регулювання здійснюється за допомогою податкової системи, цін, контролю за оплатою праці, кредиту та інших регуляторів. Модель державного регулювання страхового ринку України можна розмістити між змішаною та континентальною, про це свідчить неодноразова зміна центрального органу нагляду за страховою діяльністю, чіткі вимоги до

платоспроможності страховиків, отримання ліцензій на кожен вид страхування, захист державою інтересів страхових компаній, вільна конкуренція під час страхової діяльності. Вхідження України до глобальної фінансової системи потребує переходу до державного регулювання та нагляду за міжнародними стандартами, які визначаються відповідними директивами ЄС, стандартами міжнародних асоціацій та організацій.

Етапи розвитку системи державного регулювання в Україні зображено на рис.1.



Рис. 1. Розвиток системи страхового нагляду в Україні

Джерело: Узагальнено автором за [6]

Список використаних джерел

1. Полетаєв О.О. Економічна сутність фінансового посередництва/ О.О. Полетаєв // Наукові праці – 2013. – випуск 113. – т.126. – С.30-44.
2. Історія економічних учень: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. –К.: Знання, 2004. –547с.
3. Василенко А. В. Генезис державного регулювання страхового ринку України в контексті зарубіжного досвіду / А. В. Василенко // Актуальні проблеми економіки. – 2006. - № 8. – С. 14-22.

4. Жабинець О.Й. Державне регулювання страхової діяльності у контексті глобалізації світового страхового простору / О.Й. Жабинець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – Вип. 18.10. – С. 187–194.
5. Соболю Р.Г. Сутність державного регулювання страхової діяльності в Україні / Р.Г. Соболю – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbiara.kharkov.ua/>
6. Фурман В. Вплив державної політики і системи управління на діяльність страховиків в Україні / Фурман В // Економіст. – 2004. – № 10.
7. Фінансове посередництво: проблеми і перспективи розвитку : колективна монографія / за заг. ред. професора Васенка В.К. – Черкаси: Вид-во ПП Чабаненко Ю.А. – Черкаси, 2009 – 450 с.

*КАРАУЛЬНИЙ В.В.,
вихованка секції «Правознавство» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 8 класу НВК «Спеціалізована школа І-ІІ ступенів – ліцей» №157
КОТ Т.Ю.*

*завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції
«Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

ЗАХИСТ ПРАВ НА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНУ ВЛАСНІСТЬ, ЯК ОДИН З ВАЖЛИВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

У роботі досліджено можливість виваженого, вичерпного усвідомлення актуальності та необхідності захисту інтелектуальної власності.

Ключові слова: інтелектуальна власність, ринкові відносини, торгівельно-економічні відносини.

Наша країна є торговим партнером торгівельно-економічних відносин з розвиненими зарубіжними країнами, і це зобов'язує дотримуватися всіх норм і правил міжнародної спільноти. Наразі, саме дотримання всіх вимог дозволяє захистити наших виробників і споживачів від недобросовісних виробників та постачальників недоброякісної та підробленої продукції. Захист інтелектуальної власності є ознакою суверенної держави і найважливішим інструментом цивілізованого регулювання ринкових відносин.

У 1991 році Україна здобула статус суверенної держави і підтвердила свою участь у Всесвітній організації інтелектуальної власності, та відповідно свою співпрацю щодо виконання умов міжнародних договорів, таких як: Паризька конвенція про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року, Договір про патентну кооперацію (РСТ) щодо винаходів від 19 червня 1970 року, Мадридська угода про міжнародну реєстрацію знаків від 14 квітня 1891 року, Гаазька угода про міжнародну реєстрацію промислових зразків від 28 листопада 1960 р., Бернська конвенція про охорону літературних і художніх творів від 24 липня 1971 року. Визнання цінності охорони прав на об'єкти інтелектуальної власності підтверджується підписанням Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (англ. *Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*, скорочено TRIPS) у 1994 році. TRIPS адмініструється Світовою організацією торгівлі та встановлює мінімальні стандарти для визнання та захисту основних об'єктів інтелектуальної власності. Вступ України до Світової організації торгівлі (СОТ) зумовив необхідність вивчення Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності. Україна прагне стати повноправним членом Європейського Союзу, відповідно дотримання та виконання підписаних угод є обов'язковим.

Для того, щоб отримати права на об'єкти інтелектуальної власності (ІВ) в Україні заснована патентна система, розроблені і прийняті відповідні норми і правила.

Для набуття прав на об'єкти ІВ необхідно здійснити певні дії щодо державної реєстрації та отримати охоронний документ. Винятком є об'єкти авторського права, які не є обов'язковими для реєстрації, але саме реєстрація підсилює їх успішний захист.

Інтелектуальна власність – це результат творчої діяльності людини, втілений в таких об'єктах, як винаходи, корисні моделі, промислові зразки, товарні знаки, літературні твори, наукові праці, фільми і багато іншого, все найсучасніше і краще, чим ми користуємося. Все це є об'єктом захисту, після їх державної реєстрації.

Для чого потрібен такий захист фахівцями сфери ІВ? Приклад. Ми всі вже не можемо обійтися без улюблених «гаджетів» – комп'ютерів, телефонів, ноутбуків. І намагаємося купувати їх у найсучасніших і найнадійніших фірм. Але на ринку дуже багато підробок. Перегріваються, вибухають тощо. Підробки в сфері продовольчої, легкої, фармацевтичної галузях промисловості можуть зашкодити здоров'ю і навіть життю споживачів. Закони, що діють в Україні, дозволяють в досудовому та судовому порядку забороняти і навіть притягати до кримінальної відповідальності порушників прав і власників інтелектуальної власності.

Серйозне юридичне забезпечення свідчить про високий ступінь важливості даної теми. Якщо очистити ринок України від підробок (контрафакту), а це повинні здійснювати власники прав на об'єкти інтелектуальної власності за допомогою законодавчої бази і відповідних державних структур, це відкриє великі можливості для сумлінних виробників. Забезпечить вітчизняних і зарубіжних споживачів безпечним і якісним товаром. В липні 2019 року, українська митниця призупинила контрафактний товар, вузли та деталі для машин TOYOTA на суму понад 23,5 млн грн. Рішенням суду підроблений товар, позначений чужим знаком для товарів і послуг, не пропущений на територію України. В результаті наші споживачі будуть захищені від негативних наслідків при використанні контрафактного товару.

Таким чином, ця правова сфера дуже актуальна і необхідна у нашій державі. Вона охороняє наших громадян від недобросовісних виробників і торгових посередників, тобто робить нашу країну цивілізованою і конкурентоздатною на світовому рівні.

Список використаних джерел:

1. <https://ubr.ua/ukraine-and-world/society/v-ukrainu-pytalis-vvezti-poddelnykh-tovarov-na-25-mln-hrn-3882668>.

*КИРИЛОВ С.К.,
вихованець секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учень 11 класу СШ I-III ступенів №106 з поглибленим
вивченням англійської мови*

ГОНЧАРЕНКО К.С.

*к.філ.н., керівник секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

ГЕНЕТИЧНИЙ ДЕТЕРМІНАЗМ ТА ЙОГО СОЦІАЛЬНЕ ЗНАЧЕННЯ: ІНТЕРПРЕТАЦІЯ БІОЛОГІЧНИХ КОНЦЕПЦІЙ З ТОЧКИ ЗОРУ ШОПЕНГАУЕРІВСЬКОГО ВОЛЮНТАРИЗМУ

Німецький філософ А.Шопенгауер у своїх роботах переосмислює та значно розширює таке поняття, як «воля». Він стверджує, що поняття волі є абсолютно фундаментальним і універсальним, оскільки включає в себе, будь-які об'єкти, які ми взагалі можемо спостерігати. Так, носіями волі в рівній мірі є камінь, дерево і людина. Різниця між людиною та каменем, або деревом у цьому відношенні полягає лише в тому, що людина наділена ще й уявленням, тобто по –перше: для людини існує навколишній світ з яким вона взаємодіє; по-друге: її відношення з цим світом в значній мірі визначаються діями за мотивами. Проте, як стверджує А.Шопенгауер, немає принципової різниці між діями, що відбуваються під впливом мотивів, як у людини, звичайних подразників, як у рослин, чи будь-яких інших сил природи, що діють на неорганічні тіла. Мислитель зазначає, що «хоча кожен окремих вчинок, за умови певного характеру, необхідно впливає з даного мотиву і хоча зростання, процес харчування і вся сукупність змін тваринного тіла відбуваються по необхідно діючим причинам (подразникам), тим не менш весь ряд вчинків, а отже, і кожен окремо, а також їх умова, саме тіло, яке їх виконує, отже, і процес, за допомогою якого воно існує і в якому воно складається, - все це є не що інше, як прояв волі...» [3]. Більше того, у системі А. Шопенгауера, весь світ, який ми здатні спостерігати навколо себе являється об'єктивацією волі, тобто волею, яка пройшла через наше сприйняття та стала уявленням.

Щодо останньої тези, маємо зазначити, що відповідно до даного погляду, філософом власне ставиться знак рівності між суто механістичним та телеологічним (цілепокладаючим) поясненням світобудови. При цьому, А.Шопенгауер наполягає на врегулюванні взаємозв'язку виключної необхідності та правомірності такого розширення поняття: «Пізнання тотожного в різних явищах і різного в подібних і служить, як часто зауважує Платон, умовою філософії. Але до сих пір тотожність сутності кожної прагнучої і діючої сили в природі з волею не було пізнано, і тому різноманітні явища, що являють собою тільки різні види одного і того ж роду, що не вважалися такими, а розглядалися як гетерогенні: ось чому і не могло бути слова для позначення поняття роду. Тому я називаю весь рід по самому видатному з його видів, пізнання якого, найбільш нам близьке і безпосереднє,

веде до непрямого пізнання всіх інших. Таким чином, у владі безвихідного непорозуміння опинився б той, хто не зміг би виконати необхідне тут розширення поняття і під словом воля передбачав би завжди лише один вид, що так до сих пір називався, тобто Волю, яка супроводжується пізнанням і виявляється виключно в силу мотивів, і навіть в силу тільки абстрактних мотивів, тобто під керівництвом розуму; між тим, як уже говорилося, це тільки найясніший прояв волі. Безпосередньо відому нам внутрішню сутність саме цього прояву ми повинні подумки виділити і перенести її потім на все більш слабкі, менш виразні прояви тієї ж сутності, і цим ми виконаємо потрібне розширення поняття волі» [3].

Кожна природнича наука, яка займається створенням внутрішньо логічної та не суперечливої описової моделі для певного класу об'єктів та явищ, створює специфічну мову завдяки якій намагається у власних поняттях виразити так звану об'єктивну дійсність. Цілком правомірною буде спроба провести ревізію та розширити ці описові моделі поняттями з певних філософських систем. Так, з логіки шопенгауерівських розмірковувань та термінології впливає, що наука займається створенням внутрішньо логічної та несуперечливої описової моделі для різних проявів волі, що можуть знаходитися на різних рівнях об'єктивації. Таким чином, ми бачимо, що є всі підстави для того аби розглянути деякі аспекти природничих наук з точки зору шопенгауерівського понятійного апарату та в контексті його філософської системи. Звісно, що може виникнути логічне запитання стосовно доцільності застосування шопенгауерівської термінології, аби досягти поставленої мети, оскільки реалізація останньої можлива і за межами філософських розмислів. Але, все ж завдяки концепції даного мислителя певні типи наукових висновків стають очевиднішими та простішими для розуміння.

На нашу думку, існує момент, який вартий зауваження, а саме, що поняття волі у шопенгауерівській системі набуло навіть більшого розширення, ніж зазначено вище. Для А. Шопенгауера воля – це перш за все метафізичне поняття, яке означає внутрішню сутність будь-якого об'єкту та явища(за кантівською термінологією – річ-у-собі), те, що саме в собі безпричинне та безосновне. Однак, оскільки через розширення понять пропонується розгляд саме природничих наук, то ми при цьому маємо залишатися в рамках того, що А.Шопенгауер називав етіологією (наук, що встановлюють причинно-наслідкові зв'язки), а відповідно, метафізична складова даного питання має залишитися в даному випадку в стороні.

Тож, з вище зазначеного впливає те, що ми можемо подумки редукувати людину, перенести вже розширене поняття волі на складові частини, та побачити, що є її носієм на нижчому рівні об'єктивації. При цьому стає очевидним, що цим самим носієм волі, проявом якої на вищому рівні об'єктивації є людина являються її гени. Таким чином, ми маємо нове, дещо відмінне від звичних уявлень виведення поняття про генетичний детермінізм, яке має значення в першу чергу для вирішення питання про свободу волі у людини.

В контексті біологічної науки існує питання про те, що слід розглядати як суб'єкта еволюційного процесу. В структурі класичної еволюційної біології прийнято вбачати в якості агента еволюції кожен окремий організм, або певну популяцію особин одного виду. У своїх роботах «Егоїстичний ген» [2] і «Розширений фенотип» [1] Р. Докінз пропонує розглядати в ролі агента кожен окремий ген. Кожен ген, як суб'єкт еволюції і учасник природного добору, що прагне зберегти себе і примножити. «Одна з особливостей життя в нашому світі, яку, як і явище статі, ми приймаємо, як щось само собою зрозуміле, хоча, можливо, і не мали б, це те, що жива матерія розфасована по окремим упаковкам, званим організмами. Зокрема, біологи, зацікавлені в функціональному поясненні, вважають зазвичай індивідуальний організм вартою одиницею для обговорення. Для нас «конфлікт» зазвичай означає конфлікт між організмами, кожен з яких намагається максимізувати свою власну індивідуальну «пристосованість». Ми розпізнаємо більш дрібні одиниці, такі як клітини і гени, і більші, такі як популяції, спільноти і екосистеми, але немає сумнівів, що індивідуальне тіло як окрема діюча одиниця має найпотужнішу владу над умами зоологів, особливо тих, які вивчають пристосувальне значення поведінки тварин. Одна з моїх цілей в даній книзі – зруйнувати цю владу. Я хочу змістити акцент, який під час обговорення біологічних функцій робиться на індивідуальному організмі. Моя мінімальне завдання – показати, як багато ми беремо на віру, коли розглядаємо життя як набір дискретних індивідуальних організмів. Думка, яку я буду захищати, така. Говорити, що адаптації існують для чієїсь вигоди – законно, але в ролі того, чия це вигода, набагато краще виглядає не індивідуальний організм, але дрібніша одиниця, названа мною активний реплікатор зародкового шляху. Найбільш важливий тип реплікатора – це «ген»[2].

Існує деяка особливість, що Р. Докінз у своїх роботах такі слова, як: «прагне», або «намагається», що вживаються стосовно генів, бере в лапки, вказуючи тим самим, що це метафора, проте, як було з'ясовано, згідно шопенгауеровського розширення поняття, всі твердження про волю окремого гена є абсолютно легітимними та повноправними. Крім того, як вже вказувалося в структурі філософського вчення А. Шопенгауера, вище означені питання біології є питаннями про рівень об'єктивації волі, і здатні вирішитися, вказаними Р. Докінзом способом.

Список використаних джерел:

1. Докінз Р. *Расширенный фенотип: длинная рука гена.* – М.: АСТ, 2010. – 512 с.
2. Докінз Р. *Эгоистичный ген.* – М.: АСТ, Corpus, 2013. – 224 с.
3. Шопенгауэр А. *Мир как воля и представление. Т. 1.* // Шопенгауэр А. *О четвероном корне.* – М.: Наука, 1993. – 672 с.

*КОВАЧ О.В.,
вихованка секції педагогіки, відділення філософії та суспільствознавства
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 10-А клас СШ №200
КОВГАНІЧ Г.Г.,
методист Центру позашкільної роботи Святошинського району*

ІНКЛЮЗИВНА ОСВІТА В УМОВАХ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ

Сьогодні, питання інклюзивної освіти набуває не аби якої значущості у процесі реформування й модернізації сфери освіти в Україні. У всьому світі, інклюзивна освіта є важливим елементом сучасного навчання, соціального розвитку та соціалізації осіб з особливими освітніми потребами, як загального прагненням до соціальної справедливості [1].

Інклюзивне навчання (освіта) – це система освітніх послуг, що забезпечує реалізацію права на освіту осіб з особливими освітніми потребами, а також їх соціалізацію та інтеграцію в суспільство [2].

Перш за все, це введення учнів з особливими потребами до загального освітнього середовища. Департамент освіти і науки Київської міської державної адміністрації зазначив, що інклюзивне навчання: ґрунтується на правах людини і принципах рівності; спрямоване на всіх дітей і дорослих, особливо тих, хто є виключеним з загальної системи навчання; це процес усунення бар'єрів в системі освіти та системі підтримки[3].

В останні роки нормативно-правова база, що стосується упровадження інклюзії в початковій школі, відчутно вдосконалена, наприклад: у новому Законі про освіту виокремлено спеціально статтю 20 «Інклюзивне навчання», згідно з якою інклюзивні класи утворюють обов'язково у разі звернення батьків дітей з особливими освітніми потребами затвердили: положення про інклюзивно-ресурсний центр; положення про ресурсний центр підтримки інклюзивної освіти; типову освітню програму спеціальних закладів загальної середньої освіти I ступеня для дітей з особливими освітніми потребами (наказ МОН від 25.06.2018 № 693) [4].

Як свідчать дослідження, в інклюзивних класах наголошується на розвиток сильних якостей і талантів учнів, а не на їхні фізичні або розумові проблеми. Взаємодія з іншими дітьми сприяє когнітивному, фізичному, мовленнєвому, соціальному та емоційному розвитку дітей з особливими освітніми потребами. При цьому діти з типовим рівнем розвитку демонструють відповідні моделі поведінки дітям з особливими освітніми потребами і мотивують їх до цілеспрямованого використання нових знань і вмінь.

В інклюзивних класах взаємодія між учнями з особливими освітніми потребами та дітьми з типовим рівнем розвитку сприяє налагодженню між ними дружніх стосунків, завдяки чому діти вчаться природно сприймати і толерантно ставитися до людських відмінностей, стають більш чуйними,

готовими допомогти[2]. Такі засади розвитку молодих особистостей сприяють поширенню поваги у суспільстві та розуміння між оточуючими.

Організація інклюзивного навчання передбачає надання дитині з особливими освітніми потребами психолого-педагогічної корекційної допомоги. Корекційно-розвивальні заняття проводяться в окремому приміщенні, в якому можуть бути створені навчальна, ігрова, сенсорна зони, зона релаксації [2].

У Новій українській школі заохочується інклюзивна освіта. Для учнів з особливими потребами створюються умови для навчання спільно з однолітками [2].

Інклюзія означає розкриття кожного учня за допомогою освітньої програми, яка є достатньо складною, але відповідає його здібностям. Вона враховує потреби, а також спеціальні умови та підтримку, яка забезпечується медико-соціальним та психолого-педагогічним супроводом. Але найголовніше – дитина вчиться життєдіяльності в оточенні здорових дітей, що формує спрямованість до повноцінного життя, до усвідомлення власної спроможності, підвищення якості власного буття. Такі концептуальні положення є основою інклюзивного навчання у Новій українській школі [2].

Крім того, на сьогодні в Україні активно розвиваються та збільшується кількість інклюзивно-ресурсний центр (ІРЦ) - це установа, яка створена з метою реалізації права дітей з особливими освітніми потребами віком від 2 до 18 років на здобуття дошкільної та загальної середньої освіти, в тому числі, у закладах професійної (професійно-технічної) освіти та інших навчальних закладах, які забезпечують здобуття загальної середньої освіти, шляхом проведення комплексної психолого-педагогічної оцінки розвитку дитини, надання психолого-педагогічних, корекційно-розвиткових послуги та забезпечення їх системного кваліфікованого супроводу [5]. Наразі в Києві налічується 10 інклюзивно-ресурсних центрів.

Отже, інклюзивний підхід до навчання дає можливість усім учасникам освітнього процесу отримати досвід і знання, а також допоможуть подолати упередження й дискримінацію та навчитися взаємодіяти з людьми з особливими потребами на одному рівні. Це можливість розвинути суспільство з іншого боку, показати суспільству унікальність та рівність кожної особистості. Навчання в інклюзивних класах закладів загальної середньої освіти є корисним як для дітей з особливими освітніми потребами, так і для дітей з типовим рівнем розвитку, членів родин та суспільства в цілому.

Список використаних джерел:

1. Гуменюк Д. О. Участь держави у формуванні інноваційно-інвестиційного потенціалу. *Фінанси України*. 2005. № 10. с. 51-54.
2. Соціальна інклюзія в Новій українській школі. URL: <https://vseosvita.ua/webinar/socialna-inkluzia-v-novij-ukrainskij-skoli-9.html>
3. Основи інклюзивної освіти в Новій українській школі. Інклюзивне навчання: рівні можливості для кожного. URL: <http://www.zakinppo.org.ua/centri/oblasnij-resursnij-centr-z-pidtrimki-inkluzivnoi-osviti/zagalni-materiali/5030-osnovi-inkluzivnoi-osviti-v-novij-ukrainskij-shkoli-inkluzivne-navchannja-rivni-mozhlivosti-dlja-kozhnogo>

4. Що таке інклюзивне навчання. URL:<http://kyiv-oblosvita.gov.ua/osvitnya-diyalnist/kormpk/98-kormpk-materiali/3239-shcho-take-inklyuzivne-navchannya>
5. Інклюзивна освіта в початковій школі НУШ. URL:<https://www.pedrada.com.ua/article/2593-inklyuzivna-osvta-v-rochatkovu-shkol-nush>
6. Про затвердження Положення про інклюзивно-ресурсний центр. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/545-2017-%D0%BF>

КРАВЧЕНКО С.В.,
вихованка секції «Філософія» відділення філософії та суспільствознавства
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді», учениця 9 класу школи
I-III ступенів №308 Деснянського району м. Києва

ГОНЧАРЕНКО К.С.,
к.філ.н., керівник секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ЛЮДИНА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ: ТРАГЕДІЯ СУБ'ЄКТА

Сучасний світ, це світ тотальної та всебічної інформатизації. Звісно, що оцінка даного явища, здебільшого тяжіє до позначки плюс та носить позитивний характер. Оскільки, інформатизація – це не лише свідчення технічного прогресу, але й додаткових можливостей для людини, а саме спрощення умов її життя, поліпшення умов доступу до інформації, створення додаткових можливостей для навчання.

Наприклад, зв'язок та комунікація з іншими людьми в сучасному світі є не просто доступними, але й швидкими та максимально зручними. Попри те, що інформатизація носить позитивний характер, вона містить ще й ряд проблемних питань, які пов'язані з місцем самої людини з-поміж цих технологій. Зокрема, однією з таких проблем є питання ідентифікації та самоідентифікації людини, а відповідно питання про трагізм ситуації в якій опинився суб'єкт.

Якщо, в якості маркеру взяти комунікацію, то ми можемо помітити, що традиційна форма спілкування та зв'язку носила інший характер та по-іншому впливала на процес ідентифікації людини. Для того аби поспілкуватися з іншою людиною потрібно було, або ж безпосереднє спілкування, або ж встановлювати канали зв'язку, як то паперові листи, дотовий телефон та ін. Відповідно людина формувала себе та уявлення про себе, завдяки тісному взаємозв'язку з Іншим. Сучасні ж комунікативні процеси вносять свої корективи у формування суб'єкта (чи його деформацію).

Світ інформатизації, привносить в розуміння людського те, що вона вже не є цілісною структурою. Оскільки, вона постійно корегує свій контент та дії в залежності від аудиторії, котра її читає. Це часто йде в протиріччя зі справжньою суб'єктністю і руйнує особливість та унікальність особистості. Тоді можемо собі поставити питання: «Чи є людина справжньою, чи вона вже стала фейком? Фейком, який заплутався та втратив себе у черзі створених нею образів, аватарів, сторінок, думок etc».

Свого часу Ф Ніцше, а згодом Р. Барт, які говорять про смерть бога, чи суб'єкта, вбачають в цьому процесі руйнацію центристської фігури, яка власне найбільше розпорошується в постмодерністському дискурсі. Коли мова йде про зникнення центральної фігури, перевага віддається периферії. Наприклад, не автору, а його текстам чи варіаціям гри з текстом тощо. Втрата суб'єкта в умовах інформатизації носить дещо інший характер.

Весь трагізм сучасного суб'єкта, полягає в тому, що він власне втрачає будь-які можливості відчутти, не лише центр в якості себе, але й самому знайти

свій центр в якості ідентичності. Постійні намагання зафіксувати себе в інформаційному прості, намагання виправдання свого існування чи фіксація себе – це все те, що змушує людину відходити від своєї сутності і бути в оптиці постійного мімікрування щодо зовнішніх вимог/потреб.

Список використаних джерел:

1. Бодрийяр Ж. *Общество потребления. Его мифы и структуры: пер. с фр.* – М.: Республика: Культурная революция, 2006. – 270 с.
2. Белл Д. *Грядущее постиндустриально еобщество. Опыт соціального прогнозирования / Пер. с англ. под ред. В.Л.Иноземцева.* – М.: Academia, 1999. – 956с.
3. Кастельс М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура/ Пер. с англ. под науч. ред. О.И.Шкарутана.* – М.: ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.

*КУШНІР Я.В.,
вихованка секції «Етнологія» відділення історії,
учениця 9 класу гімназії «Троєщина»
ФІРСОВ М.Ю.,
керівник громадської організації «БОРТНИКИ УКРАЇНИ»*

БОРТНИЦТВО ЯК ТРАДИЦІЙНИЙ ПРОМИСЕЛ УКРАЇНСЬКОГО ПОЛІССЯ

Бортництво, один із промислів бджільництва, пройшло довгий шлях еволюції «одомашнення» від дикого до промислового. В давнину люди добували із бджолиних помешкань в скелях та лісових заростях бджолиний продукт дуже жорстокими способами, заливаючи водою або випалюючи. Через таке варварське відношення кількість бджолосімей різко скорочувалась. З часом, піклуючись про бджіл селянин перетворився з мисливця за медом в свідомого бджоляра-бортника. З бортним промислом було пов'язано багато обрядів, звичаїв та повір'їв. Загалом люди виражали своє ставлення до бджіл звертаючись до комах: пташка Божа, медова комашка, Божа комаха, Божі мухи і т.п. [1].

Найсприятливішою для бортництва територію України було Полісся, багате на незаймані лісові угіддя, вересові поля (вересовища) та велику кількість медоносів. Основні положення бортного права були узаконені «Руською правдою» Ярослава Мудрого, де відзначалось, що бортне дерево або колода зі знаком (клеймом або міткою) вважають власністю того бортника, який його віднайшов і лісі або зробив. Литовським статутом 1655 року ніхто не мав права пошкоджувати бортне дерево або колоду. Але згодом офіційні закони стали змінюватись не на користь бджолярів. Проте бортники далі продовжували займатись цим ремеслом із поваги до комахи. З часом бортництво стало самостійним суспільний пластом людського життя, який і досі формує побут і повсякденні стосунки людей [1], [3].

Людям, щоб добути мед, потрібний був час і зусилля. Важко було відшукати дерево з дуплом та підготувати його для заселення бджолами, тому було винайдене штучне бортництво (колодне бджільництво). Колода (борт) закріплювалась на дереві на висоту від 6 метрів [2]. Для того, щоб виготовити колоду треба було прикласти неабияких зусиль. Зазвичай використовували для виготовлення колоди частину стовбура порохнявої сосни, липи або дуба. У діаметрі колода має бути 50-80 см, а у висоту 1,2-1,5 м. За допомогою масивного гострого леза з довгою дерев'яною ручкою, що має назву «пішня», бортник вибиває порожнину в середині колоди та отвір, через який дістається стільник з медом та вічко для проникнення бджіл у борт. При виготовлення камери колоди, де заселиться бджолина сім'я, всередині вичищається деревина, а щоб підняти колоду на дерево на висоту 5-9 м бортники використовують колесо [3].

Для догляду за колодами та вибиранням стільників з медом потрібно було мати спеціальне знаряддя. Бортник підіймався до місця кріплення колоди-борті

на дерево по тонкій гіллястій деревині з сучками при стовбурі, що має назву «острог». Крім острога та драбини люди застосовували більш зручний та досконалий пристрій – «лезиво». Це довга від 25 до 30 метрів плетена шкіряна мотузка з дерев'яним гаком, а на іншому кінці спеціально зроблена з дерева лавка, в яку сідав господар і, підтягуючи кінець, піднімався петлями на зручну висоту і закріплювався біля колоди. Таким чином він мав вільні руки, щоб вибирати мед і доглядати борт. Стільники з медом складали в лазбень – коробку із кори липи. Зазвичай бортники «глянуть пчюл» 2 раз на рік (навесні та восени). Збираючи восени мед господарі завжди турбуються про бджіл, тому зрізують стільник на рівні вічка або верхнього краю довжі, а все вище залишають бджолам на зиму. Навесні бортники вичищають мертвих бджіл, які замерзли та загинули взимку, перевіряють чи не завелася воскова міль та підрізають порожні стільники [5], [4].

Загалом промисел бортництва передається з покоління в покоління, але наразі існують випадки, коли молоді люди зацікавлюються цим промислом, продовжують виготовляти колоди і займатись лісовим бджільництвом [5].

Культура цього промислу важлива і тим, що містить елементи українських традицій та обрядово-побутові звичаї щодо добування, використання меду. Бортництво має великий етнографічний і культурний досвід, тому потребує більш глибокого та ґрунтовного вивчення усіх його аспектів прояву: способів виготовлення колод і бортних інструментів, догляд за бджолами, добування меду та традиції його частування.

Список використаних джерел:

1. Скуратівський В.Т. Кухоль меду, Львів : «Гердан Графіка», 2000. 304 с.
2. Жила С.М. Свята земля дерев: історія, звичаї, бортництво, природа. Київ : Фітосоціоцентр, 2006. 228 с.
3. Несен І. Поліське бортництво як галузь традиційних чоловічих знань (друга половина XIX – XXI ст.). Вісник Львів університету. Сер. історична. 2012. Вип. 47. С. 174–192.
4. Дмитренко А. Лісове бджільництво Правобережного Полісся України. матеріали до української етнології. 2016. Вип. 15. С. 69–82. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/mdue_2016_15_10. (дата звернення: 10.10. 2019).
5. Готун І.А., Коваль О.А., Петраускас А.В. Експериментальне вивчення бортництва у Північній експедиції. Життя бджіл та сутність бортного промислу. Археологія. 2008. № 4. С. 76–86.

*КУЗЬМЕНКО В.А.,
учень 3 курсу (10 клас) Черкаського фізико-математичного ліцею (ФІМЛП)
Черкаської міської ради Черкаської області*

*ШУЛЬГА В.І.,
к.е.н., доцент, вчитель економіки Черкаського фізико-математичного
ліцею (ФІМЛП) Черкаської міської ради Черкаської області,
кандидат економічних наук, доцент*

СВІТОВИЙ ДОСВІД БУДІВНИЦТВА ДОРІГ З АЛЬТЕРНАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

Автомобільні шляхи та енергетична інфраструктура – це основні артерії економіки будь-якої країни. Яскравий приклад цьому нацистська Германія. Прийшовши до влади, Гітлер, перш ніж збільшувати армію, розпочав зміцнення економіки. Він чітко розумів значення якісних автомобільних шляхів для розвитку економіки. Окрім того, в умовах гітлерівського режиму, прояви корупції, або ж обкрадання держави, були просто неможливі. В кращому випадку на винуватця чекав смертний вирок, в гіршому страчувалась родина.

На сьогодні, практично всі цивілізовані країни світу, основним напрямком діяльності вважають - розвиток транспортної інфраструктури. Більшість провідних країн вкладають величезні кошти в якісні, безпечні та довговічні дороги. [1]

Враховуючи темпи розвитку технологій, зараз це не просто будівництво доріг, а комплексні проекти.

Тихі дороги з гуми.

Експерименти зі створення дорожнього покриття з гуми проводилися давно. Перші - близько ста років тому у Великобританії, коли на бруківку зверху "одягали" гуму, щоб знизити рівень шуму. Така практика не прижилася, хоча ідея була правильна. Через сторіччя про цю ідею згадали поляки. У 2015 році місцеві виробники асфальту придумали спосіб виробництва бітуму з додаванням гуми. Інакше кажучи, розробили та впровадили масове будівництво гумових доріг.

При виробленні бітуму, матеріалу для будівництва верхніх шарів дорожнього покриття, додається гумова крихта, отримана при переробці автомобільних шин. Шини розбирають, подрібнюють і в рідкому стані додають до бітуму. Так виходить гумово-бітумна в'язуча речовина для будівництва доріг. Для вироблення суміші на один кілометр дороги потрібно 400-1200 використаних шин. Цей метод має кілька очевидних переваг, на яких наголошують поляки.

По-перше, це екологічно корисно: під час переробки гуму не спалюють, що шкідливо для природи, а переробляють з мінімальною кількістю відходів.

По-друге, цей компонент додає суміші в'язкості, тому покриття стає стійкішим до розтріскування, старіння і низьких температур. Це підвищує термін експлуатації доріг та економить кошти на їх утримання і ремонт.

Додавання 15% крихти до складу асфальту збільшує довговічність покриття на 15-20 років.

По-третє, додана до асфальту гума зменшує шум від руху автомобілів на 3-6 децибел порівняно з традиційними дорогами, що робить більш комфортним проживання людей в населених пунктах, розташованих удовж трас.

Поляки вже побудували понад 200 км тихих доріг. В Україні проблему шуму все ще намагаються вирішувати встановленням недешевих звукоізоляційних екранів.

Суцільні пластикові шляхи

Інша європейська країна - Голландія - планує використовувати у дорожньому будівництві відходи пластику. Інноваційний концепт PlasticRoad запропонувала компанія VolkerWessels. Вона пропонує будувати суцільні блоки з отворами для комунікацій, які потім будуть укладати в підготовлені траншеї як конструктор. [2]

Це дозволить повністю відмовитися від шарово-насіпного методу будівництва і суттєво полегшить подальший ремонт та експлуатацію доріг. Виготовлятимуть плити з переробленого пластикового сміття. Компанія не забуває про екологічну ситуацію і пропонує використовувати матеріал зі звалищ. Розробники обіцяють, що нові дороги будуть більш витривалими, ніж звичайні. Вони витримуватимуть температуру від -40 градусів до +80 градусів і підходять для прокладання на будь-якому типі ґрунту. Також пластикові траси будуть менш чутливими до корозії та пошкоджень і зможуть служити утричі довше, ніж звичайні асфальтовані дороги.

"Укравтодор" нічого подібного наразі не планує, бо, кажуть його представники, фінансування не вистачає навіть на ямковий ремонт.

Бетонні автомагістралі

Американські хайвеї - чудовий приклад довговічності доріг. У США бетонні шляхи становлять 60% всіх автомагістралей в країні, в Європі - близько 40%. У США досі існує перша бетонна траса, побудована в 1930-х роках у штаті Індіана.

Зараз технологія прокладання бетонних доріг настільки популярна, що її використовують для масового будівництва в усьому світі. Прокладати "бетонки" непросто, але великі затрати окуповуються завдяки довговічності цих шляхів.

Процес будівництва виглядає так.

Спочатку копають траншею глибиною 1 метр. Далі вкладають подушку з гравію, піску чи глини, щоби ґрунт не розповзався. Потім кладуть комунікації.

Кожен покладений шар поливають водою і вапняним розчином. Бульдозери переорюють покладений шар, після чого його знову втрамбовують. Так вдається запобігти просіданню дороги через випаровування води.

Після цього кладуть два шари асфальту шириною 5-7 см кожен і тільки потім - сталю арматуру, яку заливають 30-сантиметровим шаром бетону від одного термічного шва до іншого - бетон повинен бути монолітним.

Повну міцність він отримує через 28 днів. Після проходки укладач бетону малює шорстку поверхню, яка допомагає збігати воді під час дощу і підвищує

коефіцієнт зчеплення коліс автомобілів з дорожнім покриттям. Іноді шорсткості відразу не роблять, а нарізають її пізніше за допомогою спеціальної машини.

Попри складність технології, така траса має низку переваг:

По-перше - довговічність: бетон витривалий до великих навантажень, перепаду температур та різного рівня вологи.

По-друге - простота експлуатації: навіть коли дорога потребує ремонту, то він простіший і дешевший, ніж ремонт асфальтних шляхів.

Залежно від якості бетону і варіацій вкладання дороги можуть служити до 40 років без капітального ремонту. У двох містах США - Х'юстоні і Далласі - є залиті в 1960-х роках дороги, які жодного разу не ремонтувалися, бо знаходяться в доброму стані. Нині їх досліджують з метою підвищення якості прокладання нових доріг.

Досвід будівництва бетонних доріг переймають Китай, Японія, Австралія, деякі країни Європи. Україна теж долучається до світових тенденцій - обговорення будівництва бетонних доріг ведеться в державі з 2013 року. Тоді "Укравтодор" навіть проводив наукові конференції щодо "бетонних" інноваційних технологій.

У лютому 2015 року заступник міністра інфраструктури Володимир Омелян заявив, що його відомство розраховує здешевити будівництво автошляхів та збільшити їх міцність за рахунок прокладання бетонних доріг.

За словами чиновника, одна з головних переваг - використання вітчизняної складової. "Асфальтові дороги - це мінімум 70% імпортової складової, а в бетонних доріг пропорція буде дзеркально іншою", - сказав він.

Експерти галузі кажуть, що крім складності технології є ще проблема відсутності обладнання для такого будівництва. На його закупівлю чи оренду потрібен не один мільярд доларів, тому перспектива прокладання бетонних шляхів - туманна.

Дороги та енергія сонця

Французи вирішили поєднати приємне з корисним. Вони розробили проект будівництва автобанів із сонячних батарей, і уряд країни цей проект затвердив. До 2021 року фотоелектричними панелями буде покрито 1 тис. км. доріг Франції.

Розробники пояснюють скептикам, що технологія максимально проста й ефективна. Дороги будуватимуть з панелей Wattway. Вони мають укріплену конструкцію і фотоелектричні блоки з тонкою плівкою полікристалічного кремнію на вкритій смолою підкладці. Товщина Wattway становить всього 7 мм.

Головні переваги цих шляхів - генерування енергії, велика зносостійкість, автоматична адаптація до зміни температур. Така дорога витримає без деформації вагу до 115 тонн, тож її не зруйнує навіть найважча фура.

Проект забезпечить енергією 5 млн. осіб або 8% населення Франції. За розрахунками авторів, "сонячні" дороги будуть зайняті автомобілями лише 10% часу, причому лише 20 кв. м. покриття забезпечать електрикою одну сім'ю.

Також дослідники відзначають максимальну екологічність таких доріг, що в перспективі сприятиме покращенню кліматичної ситуації у світі.

У 2010 році аналогічний проект почали розробляти американці Джулія і Скотт Брюсоу. Їх грандіозна розробка передбачає покриття всіх національних доріг сонячними панелями. Проект вже просунувся до створення промислових зразків, тож є всі шанси реалізувати його попри критику багатьох експертів.

В Україні такі проекти навіть не розглядаються, тим паче в національних масштабах. Як заявили в "Укравтодорі", "про витребеньки ніхто не думає". Залишається сподіватися, що західні країни доведуть ефективність проекту і переконують українських чиновників, що це не витребеньки, а майбутнє.

Технологія створення доріг з пластику професора Раджагопалана Васудевана.

В Індії побудували з переробленого пластику понад 100 000 км доріг.[3]

Станом на 01.01.2017 мережа автомобільних доріг загального користування України становила 169652,2 км, у т.ч. доріг державного значення – 49192,9 км. [4] Тобто Індія, вродовж 2015-2017 років, замінила пластиковими дорогами майже 60% загальної довжини усіх Українських доріг.

У якості сировини для дорожнього покриття використовують в основному пляшки з-під води або газованих напоїв, які після сортування очищують, висушують і подрібнюють.

Пластик більш міцний, ніж звичайний асфальт, безпечний для навколишнього середовища і дозволяє заощадити на бітумі.

Індія — світовий лідер з технології створення «пластикових» доріг. За даними доповіді Всесвітнього економічного форуму за 2015 рік, у Індії проклали понад 33 796 км доріг. Однак у більш пізній доповіді йдеться про те, що фактична довжина індійських доріг із використанням інноваційної технології вітчизняного виробництва вже більша 100 тис. км (станом на жовтень 2017 року).

Використання переробленого пластику для будівництва доріг не тільки допомагає зменшити кількість сміття, але й створює робочі місця для тисяч людей, які займаються прокладанням доріг. [5]

Відповідно до нових досліджень, «пластикові дороги» в Індії є не тільки більш екологічними, але і більш міцними, вони вимагають меншого обслуговування і в порівнянні зі звичайним покриттям довговічніші у 3—5 разів.

У якості сировини для дорожнього покриття використовують майже всі види пластикових відходів, але в основному це пляшки з-під води або газованих напоїв. Спочатку їх сортують, після чого очищають, висушують і подрібнюють. Подрібнений пластик змішують і плавлять при температурі близько 170 °С. Потім у розплавлений пластик додають гарячий бітум. Після змішування суміш укладають, як звичайний асфальт.

Аналітики упевнені, що цю недорогу технологію можна використовувати для глобального відновлення доріг.

«Пластикові дороги вирішують проблему утилізації пластику, який не підлягає вторинній переробці», — говорить Ішера Джадж Ахлувалія (Isher Judge Ahluwalia), колишній голова урядового комітету з міської інфраструктури.

Фахівці з управління твердими відходами повідомляють, що на кожен кілометр односмугової дороги потрібна 1 тонна пластикових відходів. І цей пластик може подвоїти або навіть потроїти довговічність дороги.

Технологія створення доріг із пластику — це інноваційне, наукове, більш екологічне, доступне і запатентоване технологічне рішення для переробки пластикових відходів шляхом їх повторного використання для асфальтування доріг. Її розробив Раджагопалан Васудеван (Rajagopalan Vasudevan), професор хімії Інженерного коледжу Тіагараджара в південному місті Мадурай.

Васудевана з любов'ю називають «пластиковою людиною Індії». Він запатентував технологію перетворення звичайного сміття на дорожнє покриття, яке частково заміняє бітум — основний компонент асфальту.

Хоча основною сировиною є пластикові пляшки, пластикові відходи можуть включати в себе все, від цукеркових обгортки до пакетів. Суміш скорочує кількість необхідного бітуму на 8—10%.

Список використаних джерел:

1. Інтернет-видання «Економічна правда» 20.04.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2016/04/20/588913/>
2. Інтернет-видання «Спектр новин» 15.06.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.spektrnews.in.ua/news/gollandcy-nachinayut-stroit-vechnye-plastikovye-dorogi/24148>
3. Інтернет-видання «Gulf News» 30.03.2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.gulfnews.com/world/asia/india/watch-building-roads-from-plastic-waste-in-india>
4. Звіт рахункової палати України «Про результати аудиту ефективності використання бюджетних коштів на будівництво, реконструкцію, капітальний та поточний ремонт автомобільних доріг загального користування» Рішення від 09.04.2019 № 8-4. 45с. с.5
5. Інтернет-видання «Велика епоха» 30.03.2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.epochtimes.com.ua/novyny-svitu/v-indiyi-ponad-100-tysyach-kilometriv-dorig-zrobleno-iz-plastyku-126912>

*КУРІННА А.Є.,
учениця 10 класу, Київська гімназія східних мов №1,
МАСЛОВСЬКА Л.Г.,
вчитель – методист української мови та літератури,
Київська гімназія східних мов №1*

СХІДНІ СТЕЖИНИ ЛЕСІ УКРАЇНКИ

Твори Лесі Українки несуть у собі ідеї й думки, дуже близькі українському народові, нашому часові. Вони будуть такими завтра й післязавтра. Більше того, вони ще довго хвилюватимуть людство майбутнього.

Високий рівень знання мовно-літературного світового процесу, широке використання оригінальних джерел, уперше перекладених та введених в обіг – усе це надає творам Л. Українки незаперечної цінності, яка відповідає потребам не лише тих часів, коли вони були написані, а й залишається актуальною в наші дні.

Головна мета полягає в тому, щоб на матеріалі творів Лесі Українки показати вплив східної літератури на творчість українських письменників, наближення естетики, символіки Сходу до розуміння українського читача, гімназистів, що вивчають творчість Л. Українки китайською мовою.

Інтерес до життя і творчості Лесі Українки зростає не лише в нашій країні, але й за її межами. Мовами народів світу перекладаються як окремі вірші, так і цілі цикли творів поетеси. Свідчення цьому – бандероль із Китаю, яку нещодавно отримав обласний краєзнавчий музей. Її прислав відомий китайський перекладач, дослідник, професор Ге Баоцюань. Його перекладацька та пропагандистська діяльність у справі ознайомлення багатомільйонного китайського народу з найкращими досягненнями нашої вітчизняної культури високо оцінена радянським урядом – орденом Дружби народів.

У бандеролі, що надіслана до музею, – переклади творів Лесі Українки китайською мовою, зроблені професором у 1948 році та в наші дні. «Майже 40 років тому, з нагоди 35-річчя з дня смерті Лесі Українки, я вперше переклав п'ять її віршів, зокрема «Мій шлях», «Надія», «Повсюди плач», «Вечірня година», «Грай, моя пісню», - пише в листі професор. Переклади разом із статтею були надруковані в журналі «Сулянь вень і» («Література та мистецтво у СРСР») під редакцією Ге Баоцюаня (Див. дод. Е). Особливо приємно відзначити, що у число перекладів увійшов і вірш «Сіван» («Надія») – перший вірш у творчому житті Лесі Українки, написаний на Волині.

Імовірно, що знайомство перекладача з особистістю поетеси, її творчим шляхом, способом життя, по-перше, окреслило контури непорозуміння, яке виникає при зіткненні з іншою культурою і яке є першим кроком до входження в іншу культуру; по-друге, виявило деякі спільні риси з каноном життя китайського митця – моделлю, за якою він будував побут, творив середовище і оточення. По-третє, слід зважати на специфіку часу, коли ім'я Лесі Українки вперше стає відомим у Китаї, – початок 20-х років ХХ століття.

Твори традиційної східної літератури вміщують у собі світ і незнайомий, і далекий, що живе за своїми особливими і, до речі, не завжди зрозумілими для

представника іншої культури законами. Такою ж закритою для сприймання є і творчість західних митців у країнах Сходу. Тому саме перекладач – той місток, що з'єднує два світи. При виборі тексту для перекладу основним критерієм була, як правило, естетична й ідеологічна потреба в тому чи іншому творі.

При цьому вирішальну роль відігравала й відіграє особистість перекладача. Від його естетичної орієнтації, його ідейних переконань, не кажучи про талант, залежало – чи стане твір явищем літератури, чи викличе подив або розчарування психологічною та етнічною несумісністю з літературою-сприймальницею. Присутність в тексті особистості перекладача неодмінна й неминуча [16, с.184-203]. Головне не спотворити думки й образу оригіналу, відтворити їх засобами іншої мови з поправками на іншу реальність, інше сприймання. Тож зрозуміло, що в свій переклад Ге Баоцюань намагався вмістити й образи, і настрої, і зміст оригіналу, ввести ці твори в систему китайської поетичної традиції. Тому перекладачеві завжди важко знайти слова, близькі оригіналові, важко передати думки й почуття автора непошкодженими, а ще важче явити світ героя повністю. Адже багато чого в мистецтві й літературі не промовляється, а тільки натякається. Зв'язок рядків та образів виникає не на граматичному і навіть не на логічному рівні – він асоціативний, напівсвідомий. Саме з цими проблемами зіткнувся Ге Баоцюань при перекладі китайською мовою поезій Лесі Українки [11]. Саме на прийоми прихованої асоціації, внутрішнього паралелізму, які завжди вважалися найвищим щаблем поетичності, спирався перекладач як при відборі віршів, так і в роботі над ними. Образи природи завжди були таким багатим матеріалом.

Коли майстер-перекладач входить у систему образів автора, якого перекладає, він, природно, ніби перевтілюється, стає тим, кого перекладає. Але потім починається зворотний процес. І тоді перекладачеві потрібні вказівки, які дозволять благополучно повернутися на умовно тверду поверхню здійсненого перекладу в стихії рідної культури.

Але як саме здійснювався переклад? Тут слід удатися до вірша «Вечірня година» як найбільш інформативного: він має присвяту, він єдиний має коментар [10].

Ге Баоцюань прагнув вмістити у свій переклад й образи, і настрої, і зміст оригіналу, ввести ці твори в систему китайської поетичної традиції. Розгорнута зорова картина української ночі з місяцем, весняним садом, білими хатами завдяки хистові перекладача певною мірою накладається на близький шар китайської поезики; це мало полегшити сприймання твору не тільки іншого культурного середовища, а й зовсім іншої писемності.

Традиційна китайська поезія – це не лише мистецтво слова, це й образотворче мистецтво. І тому текстові передують зорова картина, зоровий образ ситуації, її колорит. Практично, вся перша строфа « Вечірньої години» пронизана світлом, кожен з трьох перших рядків починають у перекладі ієрогліфи: 太阳 tàiyáng «сонце», 月亮 yuèliàng «місяць», 星星 xīngxīng «зірки», які переливаються, сяють сяйвом, променями – тобто вся перша строфа насичена світлом, його відтінками, переходами від заходу сонця до сходу місяця на тлі зоряного неба. У другій строфі з'являється ієрогліф «ніч», але в

значенні «нічні пахощі». У третій строфі присутність місяця передається асоціативно, через порівняння з блиском снігу в першому рядку.

Місяць у традиційному письменстві Китаю – джерело постійної поетичної насолоди, об'єкт піднесеного покоління. Люди з поетичним складом часто прогулювалися на самоті тихої ночі й милувалися ясным місяцем та осяяним ним краєвидом. У жанрі пейзажної лірики творили такі видатні китайські поети, як Лі Бо, Вей Чжуан, Оуян Сю, Се Ліньюнь та інші. Простежується цікава паралель «Вечірньої години» з віршем Лі Бо «Думи тихої ночі». І той, і той вірш багато в чому схожі за настроєм, змістом і образами. Для китайця в справжніх поетичних творах завжди є підтекст. Прихована асоціація, внутрішній паралелізм вважалися у вірші найвищим ступенем поетичності, а черпалися вони переважно з образів природи та її явищ. У китайській поетичній традиції поєднання місяця й паморозі, місяця й снігу символізує самотність, смуток за родичами, розлуку з вітчизною та друзями. Місячної ночі годилося самому або з друзями прогулюватися, сходити в гори, споглядати краєвид, згадувати відсутніх. У віршах і Лі Бо, і Се Ліньюня поєднання місячної ночі й паморозі чи снігу передає самоту поета, смуток, тугу від розлуки – цю ж традицію продовжили й поети китайського середньовіччя.

Підсумовуючи досліджене та написане, я з упевненістю можу сказати, що завдяки професору з далекого Китаю перегорнута ще одна сторінка в історії творчості геніальної української поетеси – Лесі Українки.

Список використаних джерел:

1. Ге Баоцюань. Українська література в Китаї // *Всесвіт*. – №8. 1987. – С. 139-141.
2. Драгоманов М.П. *Вибране*. – К., 1991. – С.276-282.
3. Огнева О. Канон фенлю і особистий шлях Лесі Українки // *Східний світ*. – №2. – Київ. – 1998.- С. 76-78.
4. Огнева О. *Леся Українка і Схід* // *Східний світ*. – №1. – 1995. – с. 76-82.
5. Огнева О. *Образи Рігведи в «Лісовій пісні» Лесі Українки* // *Сходознавство*. – №2. – 1998. – с. 49-60.
6. Огнева О. Д. 1991а. *Вечірня година в Китаї* // *Молода Волинь*. – 31-32 (3.794 – 3.795). – Луцьк.
7. *Леся Українка. Зібрання творів у дванадцяти томах*. – т. 12. – Київ, 1979. – С. 324-376.

*ЛАВРІНЧУК І.О.,
вихованець секції «Етнологія» відділення історії, учень 9 класу середньої
загальноосвітньої школи № 160
ЛАВРІНЧУК О.П.,
вчитель історії середньої загальноосвітньої школи № 160, м. Києва*

ЗВИЧАЄВО-ПРАВОВА КУЛЬТУРА УКРАЇНСЬКОГО КОЗАЦТВА

Сучасне українське суспільство знаходиться в стадії активного історико-культурного розвитку, період козацтва складає невід'ємну частину в історії України, що робить його звичаєву складову та правові інстанції надзвичайно цікавими і актуальними для сучасних досліджень.

Специфічні історичні умови та обставини життя запорожців помітно вплинули на процес самоорганізації козацтва, зумовивши неповторний імідж козацької державності. Вищим законодавчим, адміністративним і судовим органом Січі була січова рада. Її рішення були обов'язковими до виконання. Як правило, рада розглядала найважливіші питання внутрішньої та зовнішньої політики, проводила поділ земель та угідь, судила злочинців, що вчиняли найтяжчі злочини та ін. Важливою функцією ради було обрання уряду Січі – військової старшини, а також органів місцевої влади – паланкової або полкової старшини. У різні часи чисельність козацької старшини була не однаковою й інколи становила понад 150 осіб. До цієї групи козацтва входили: військова старшина – кошовий отаман, військовий суддя, військовий осавул, військовий писар та курінні отамани; військові служителі: хорунжий, бунчужний, довбиш, канцеляристи та ін.; похідні та паланкові начальники – полковник, писар, осавул та ін. Старшина зосереджувала у своїх руках адміністративну владу та судочинство, керувала військом, розпоряджалася фінансами, представляла Січ на міжнародній арені. Крім власних органів державного управління, в Січі функціонувало також власне козацьке право, яке було не писаним законом, а «стародавнім звичаєм, словесним правом і здоровим глуздом». Це пояснюється відсутністю традиції, оскільки козаки мали того часу порівняно коротку історію; перманентною воєнною конфронтацією, яка не давала змоги зосередитися на внутрішньому житті; побоюванням запорозьких козаків, що писані закони змінять та обмежать їхні свободи [1].

Отже, ми маємо своєрідну оригінальну форму державності, суть якої фахівці вбачають у самоврядній структурі народної самооборони і господарській формі самовиживання за вакууму державної влади та постійної воєнної небезпеки. М. Костомаров назвав Січ «християнською козацькою республікою», і це визначення стало класичним, адже Війську Запорозькому Низовому справді були притаманні певні риси демократичної республіки. Тут не існувало ні феодальної власності на землю, ні кріпацтва; панувала формальна рівність між усіма козаками (права користування землею та іншими угіддями, брати участь у радах та ін.). У Січі пануючою була виборна система органів управління, контроль за діяльністю яких здійснювала козацька рада. Для козацтва не існувало жодного авторитету: всіх своїх ватажків та отаманів

вони сприймали винятково через призму усталених звичаїв та традицій. Невідповідність лідера козацьким нормам могла стати причиною не тільки усунення з посади, а навіть смертної кари. Сам обряд обрання старшини свідчив про глибоко укорінений демократизм козацької громади [2, с. 11-17].

Глибока релігійність, ревний захист православної віри – характерні ознаки духовного життя Запорожжя. Достатньо сказати, що вступ до запорозького товариства починався з питання: «У Бога віруєш?».

Список використаних джерел:

- 1. Яворницький Д. І. Історія запорізьких козаків (у трьох томах). Львів, 1990.*
- 2. Козацькі Січі (нариси з історії українського козацтва XVI – XIX ст.). Київ-Запоріжжя, 1998.*

МУЛЯР Е.О.

вихованка секції «Правознавство» відділення філософії та суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 9 класу Києво-Печерського ліцею «Лідер»

КОТ Т.Ю.

завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції «Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ДО ПИТАННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТАТТІ 4 «КОНВЕНЦІЇ ПРО ОХОРОНУ ВСЕСВІТНЬОЇ КУЛЬТУРНОЇ І ПРИРОДНОЇ СПАДЩИНИ» ЮНЕСКО В НАЦІОНАЛЬНОМУ ЗАКОНОДАВСТВІ

У роботі здійснено спробу проаналізувати найпроблемніші питання збереження культурної спадщини в Україні у контексті реалізації «Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини» ЮНЕСКО та відшукати можливі шляхи їх вирішення.

Ключові слова: збереження культурної спадщини, «Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини» ЮНЕСКО, пам'ятки всесвітнього культурного значення.

Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини була прийнята ЮНЕСКО в 1972 році. Вже сама назва цього міжнародного договору містить дотримання вимог щодо забезпечення охорони міжнародної культурної спадщини, як світового надбання.

Ратифікація Конвенції про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (надалі – Конвенція) відбулася у 1988 році, ще за часів СРСР, що позначилось на зобов'язанні Україною збереження на своїй території пам'яток всесвітнього культурного значення.

З прийняттям Конституції України було закладено основні засади щодо охорони культурної спадщини. Так, відповідно до статті 54 Конституції України, культурна спадщина охороняється законом; держава забезпечує збереження історичних пам'яток та інших об'єктів, які становлять культурну цінність, вживає заходів для повернення в Україну культурних цінностей народу, що перебувають за її межами.

У 2000 році було прийнято Закон України «Про охорону культурної спадщини», в якому імплементовано основні засади Конвенції щодо збереження культурної і природної спадщини.

Однак, як показав досвід, низка положень вказаного Закону в Україні мали декларативний характер, щодо забезпечення реалізації стандартів Конвенції на практиці.

Так, як відзначають науковці з питань охорони та збереження національної культурної спадщини, за останні роки в Україні значною мірою загострилися питання щодо збереження культурної спадщини.

Головною причиною існуючих недоліків та проблем є тотальне недотримання діючого законодавства про охорону культурної спадщини в

цілому, окремих законів, які стосуються різних її видів та типів. Визначені міжнародними зобов'язаннями та внутрішнім законодавством України чинні норми не виконуються на різних щаблях державної влади України та органів місцевого самоврядування, церковними громадами. Відбувається безкарне доведення до важкого стану, руйнування та знесення пам'яток та будівництво на їх місці нових споруд, ігнорування і порушення вимог щодо охоронних зон пам'яток, зон регульованої забудови.

За висновками юриста-науковця Ю.Л. Юринець, в Україні не забезпечується надійного запобігання будь-якому плану зміни території, функціонально прив'язаної до об'єктів спадщини, що охороняються статтею 4 Конвенції. Класичним прикладом таких порушень є видача дозволів на будівництво в буферній зоні Лаври і Софії Київської.

Таким чином, виконання міжнародних зобов'язань та вимог вітчизняного законодавства щодо охорони культурної спадщини, передусім органами державної влади є частковим. Хоча, відповідно до статті 4 Конвенції, обов'язком держави є забезпечення виявлення, охорони, збереження, популяризації й передачі майбутнім поколінням культурної і природної спадщини.

Культурознавці та громадські діячі говорять, що така ситуація стала можливою через те, що станом на червень 2018 р. в українському законодавстві відсутнє визначення понять: «об'єкт світової спадщини» та «буферна зона».

В червні 2018 року Верховною Радою України було прийнято Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про охорону культурної спадщини» щодо збереження пам'яток культурної спадщини, включених до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО», де питання щодо правового статусу пам'яток ЮНЕСКО було вирішено.

Як і будь-який нормативно-правовий акт, цей Закон має свої переваги та недоліки. На нашу думку, істотним недоліком цього нормативно-правового акту є те, що він не встановлює належних санкцій до порушників законодавства щодо охорони культурної спадщини. Передбачена статтею 44 Закону України «Про охорону культурної спадщини» відповідальність юридичних осіб за порушення законодавства про охорону культурної спадщини у вигляді фінансових санкцій, на нашу думку, не є ефективною.

Наприклад, забудовникам може бути вигідніше сплатити штрафні санкції державі за порушення режиму історико-культурного заповідника чи історико-культурної заповідної території, ніж дотримуватись законодавчих вимог. Відтак, існують передбачувані ризики, щодо реалізації статті 4 Конвенції у майбутньому.

Стаття 66 Конституції України, наголошує, що кожен громадянин зобов'язаний не заподіювати шкоду природі, культурній спадщині та відшкодовувати завдані ним збитки.

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що подальша співпраця України і ЮНЕСКО у сфері охорони культурної спадщини нашої країни, за умови виконання всіх положень і рекомендацій «Конвенції про охорону

всесвітньої культурної і природної спадщини» ЮНЕСКО, може зберегти не одну унікальну пам'ятку України для майбутніх поколінь.

Список використаних джерел:

1. Кот С. І. Про стан збереження культурної спадщини України: Інформаційно-аналітичні матеріали до парламентських слухань «Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні» 18 квітня 2018 р. / Відп. ред. В. М. Даниленко. НАН України. Інститут історії України, Центр досліджень історико-культурної спадщини України. – К.: Інститут історії України. – С. 20.
2. Міжнародно-правова охорона культурної спадщини в контексті міжнародних зобов'язань України / Ю. Л. Юринець // Правничий вісник Університету «КРОК». - 2011. - Вип. 8. - С. 53-62.

НАВРОЦЬКА Я.Б.
вихованка секції педагогіки, відділення філософії і суспільствознавства
КПНЗ “Київська Мала академія наук учнівської молоді”,
учениця 10 класу гімназії НПУ імені М.П.Драгоманова
ПАРХОМЕНКО С.М.
заступник директора з науково-методичної роботи гімназії
НПУ ім. М. Драгоманова

ВПЛИВ СТИЛЮ СПІЛКУВАННЯ ПЕДАГОГА І УЧНІВ НА РЕЗУЛЬТАТ НАВЧАННЯ

Я вибрала тему «Вплив стилю спілкування педагога і учнів на результат навчання» тому, що мене зацікавило питання: Чи залежить прагнення учнів вивчати предмет від манери викладання і від того як вчитель спілкується з ними?

Проблема спілкування має широке значення. Хоча спілкування стало предметом інтенсивних розробок останніх десятиліть, воно не є новою проблемою для вітчизняної психології. Дослідження в цій царині ведуть свою історію від В.М. Бехтерева, В.Н. М'ясищева, Б.Г. Ананьєва до Г.М. Андрєєвої та інших психологів, котрі розробляють проблеми спілкування сьогодні [1].

Стиль педагогічного спілкування - усталена система способів і прийомів, які використовує вчитель під час взаємодії з учнями [2].

Сфера діяльності педагога відноситься до такого виду професійної діяльності, в якому головну роль відіграє процес спілкування. Воно виступає головним засобом, через який здійснюється реалізація завдань навчання та виховання [3].

Стиль педагогічного спілкування залежить від особистих якостей педагога і комунікативної ситуації. До особистісних якостей, які визначають стиль спілкування, належать ставлення вчителя до дітей (активно-позитивне, пасивно-позитивне, ситуативно-негативне, стійке негативне) [2].

За активно-позитивного ставлення педагог виявляє ділову реакцію на діяльність учнів, допомагає їм, реалізує інші потреби в неформальному спілкуванні. Вимогливість, поєднана із зацікавленістю в учнях, викликає взаємодовіру, розкутість, комунікабельність. *Пасивно-позитивне ставлення* фокусує увагу вчителя на вимогливості та суто ділових стосунках. Таке спілкування характеризується сухим, офіційним тоном, який гальмує творчий розвиток вихованців. *Ситуативно-негативне ставлення* залежить від зміни настрою вчителя і породжує в дітей недовіру, замкненість, нерідко лицемірство, тощо. Викликаючи негативне ставлення до себе, учитель працює і проти предмета, який викладає, і проти школи. *Стійке негативне ставлення* характеризується виявом грубості, використанням образливих, принизливих висловів, постійним недотриманням правил професійної етики, педагогічного такту [2].

Ставлення до дитини визначає загальний стиль спілкування вчителя, який може бути авторитарним, ліберальним і демократичним [2].

Авторитарному стилеві властивий диктат, який перетворює одного з учасників комунікативної взаємодії на пасивного виконавця. Авторитарний вчитель самочинно визначає спрямованість діяльності групи. Це гальмує ініціативу, пригнічує учнів. Головні форми взаємодії за такого стилю спілкування - наказ, інструкція, догана. Реакцією на помилки учнів часто бувають висміювання, різкі слова. Вчитель нетерпимий до заперечень. Усе це породжує несприятливий психологічний клімат, пригнічує ініціативу і відповідальність, розвиває у дітей невпевненість [3].

Так, С.О.Рябченко стверджує, що авторитарний стиль педагогічного спілкування має суто негативні наслідки для особистості вихованців: невротизація, ідентифікація учнів з авторитарним педагогом і засвоєння відповідних способів поведінки, зниження внутрішньої мотивації учіння, послаблення пізнавального інтересу [4].

Ліберальний (поблажливий) стиль спілкування характеризується прагненням педагога не брати на себе відповідальності. Формально виконуючи свої обов'язки, учитель, що обрав такий стиль, намагається самоусунутися від керівництва колективом школярів, уникає ролі вихователя, обмежується виконанням лише викладацької функції. Ліберальний стиль є засобом реалізації тактики невтручання, яка ґрунтується на байдужості і незацікавленості проблемами шкільного життя. Наслідки такої позиції вчителя - втрата поваги школярів і контролю над ними, погіршення дисципліни [2].

Демократичний стиль спілкування передбачає зорієнтованість учителя на розвиток активності учнів, залучення кожного до розв'язання спільних завдань. В основі керівництва - опора на ініціативу класу. Демократичний стиль є найсприятливішим способом організації взаємодії педагога і школярів [2].

Основними способами взаємодії є заохочення, порада, інформування, координація, що розвиває в учнів впевненість в собі, ініціативність. З усвідомленням відповідальності, підвищенням зацікавленості, розвивається здатність свідомо, самостійно і творчо працювати, що закладає надійний фундамент в розвитку особистості [3].

Педагогічне спілкування має свою систему стилю, особливості яких залежать від обставин та індивідуальних характеристик його учасників. Запорукою продуктивного стилю педагога є його спрямованість на дитину, захопленість своєю справою, делікатність у стосунках [3].

Відомо, що не професійне педагогічне спілкування породжує страх, невпевненість, спричинює зниження працездатності, порушення динаміки мовлення, небажання думати і діяти самостійно, відчуженість, стійке негативне ставлення до вчителя, навчання. Почуття пригніченості від вивчення певного предмета (а не рідко від спілкування з учителем) у деяких учнів триває впродовж багатьох років [5].

Американський психолог К.Роджерс, наприклад, стверджує, що розвивальний потенціал педагогічної взаємодії, особисте зростання вихованців визначається здатністю педагога формувати в спілкуванні з ними особливий тип між особистих стосунків, які він називає «допомагальними». Для створення такого роду стосунків спілкування педагога повинно відповідати трьом

вимогам: конгруентність переживань і поведінки, безумовне позитивне ставлення до вихованців та емпатія [4].

Я провела опитування серед своїх однолітків у соціальних мережах. Виявилося, що від стилю спілкування учителя з учнями залежить ставлення до предмета, бажання вивчати його, відвідувати уроки. За результатами лише 7% опитаних особливо не переймаються манерою спілкування педагогів. А от для інших 93% дуже важливо, як педагог взаємодіє з ними і з їхнім класом загалом [5].

Отже, проаналізувавши всі стилі спілкування вчителя з учнями, я виявила, що найефективніший для навчання демократичний стиль. Мені здається, що такий педагог завжди матиме підтримку своїх вихованців завдяки своїй щирості, привітності, комунікабельності і бажанню допомогти розкрити потенціал кожного [6].

Список використаних джерел:

1. <https://works.doklad.ru/view/vcVDDiamPC0.html>
2. https://pidruchniki.com/17340501/pedagogika/stili_pedagogichnogo_spilkuvannya
3. <https://works.doklad.ru/view/t88eK8MiK-A.html>
4. <http://library.vspu.net/bitstream/handle/123456789/1077>
5. <http://www.horting.org.ua/node/1437>
6. *Робота автора*

НАУМЕНКО Р.В.
вихованець секції «Етнологія» відділення історії,
учень 9 класу НВК «Оболонь»
БУЛАТЕЦЬКА Ю. М.
вчитель історії НВК «Оболонь» Оболонського району м. Києва

МУРАЛ-АРТ ЯК ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТРАДИЦІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ НАРОДУ

Починаючи з 2014 року, художники з України, Німеччини, Британії, Аргентини, Іспанії, Австралії, Португалії та інших країн прикрасили мурами більше ста будинків та цей тренд продовжується. Мурали вже стали справжньою прикрасою Києва та мають всі шанси стати його новою візитною карткою. Наразі Київмурал налічує 161 стінописа. За останні роки художники цього виду мистецтва вийшли на новий рівень творення образу, освоєння технічних особливостей, засобів зображальності, що свідчить про актуальність дослідження цієї теми.

Настінні розписи в Україні були дуже поширені в XVIII сторіччі майже всюди, де будівлі обмазували глиною і білили. Господині розмальовували здебільшого стіни хат та печі. При цьому хатні розписи мали свої особливості, орнаменти в окремих областях були досить дрібними, з великою кількістю деталей. Образи настінного розпису мають в своїй основі аграрно-космологічну ідею про те, що життя людини та природи пов'язані та переплетені між собою. Час малювання нових розписів чи поновлення старих відбувається напередодні свята Великодня, яке ще з язичництва є символом воскресіння, оживлення природи, життя, краси та життєвої сили [1].

У сучасному мистецтвознавстві мурал-арт – це напрям стріт-арту, легальний художній розпис зовнішніх стін будинків у міському просторі з метою естетизації [2, с. 34]. Муралісти у своїх роботах прагнуть висловити за допомогою художнього образу певну символіку, досить часто в настінних зображеннях наявний певний прихований зміст, персонажі, образи, чіткі послання, настрої. Художник, відображаючи на стіні навколишній світ, виражає своє ставлення до нього, порушує соціальні проблеми свого часу. Зображаючи видатних постатей, моралісти прагнуть розповісти людям про їх роль у світовій та національній історії, значимість у формуванні культурного життя країни. Особливо багато сюжетів для муралів були взяті після Революції гідності. Настінним розписам властиве філософське розуміння дійсності, суспільно важливий зміст, масштабність задуму творів, образність, звернення до великої аудиторії.

Сьогодні провідними українськими майстрами мурал-арту слід назвати: творчі групи «Інтересні казки», «Kailas-V», «KickitArt Studio», «Uptown Team»; Олександр Корбан, Олександр Грабенюк, Олексій Кислов.

Кияни по-різному ставляться до муралів. Деякі місцеві жителі вважають, що такі малюнки виправдані лише на старих радянських спорудах. Інші висловлюють думку, що доречність муралів залежить від того, де, на якій

будівлі та в якому форматі вони виконані. Вони вважають, що розмальовувати стіни будівель, що мають історичну цінність, має бути категорично заборонено владою. Якщо це житловий непоказний будинок, то настінний живопис прикрасить його.

Мурал-арт стає популярним видом сучасного мистецтва в Україні. Це альтернативний спосіб комунікації між митцем і суспільством, де можна радикально доносити культурні та політичні ідеї до різних груп населення. Він спонукає українських художників до постійної інтеграції, подорожей, пошуку нових способів самовираження.

Список використаних джерел:

- 1. Дзюба І. Українська культура як майбутнє нації. Біблія і культура. Чернівці, 2001. Вип.3. С. 9–18.*
- 2. Історія української культури: термінологічний словник / Уклад. С.О. Костишева. К., 2010. 60 с.*

*НАЗАРЕНКО А.С.,
учениця 3 курсу (10 клас) Черкаського фізико-математичного ліцею
(ФІМЛП) Черкаської міської ради Черкаської області
ЛИТВИН В.А.,
к.хім.н., доцент Черкаського національного університету
ім. Б.Хмельницького,*

МЕТОДИКА СИНТЕЗУ ФУЛЬВОКИСЛОТ З ОПЛОДНЯ ГРАНАТУ

Шкірку гранату висушуємо при 40°C і подрібнюємо в лабораторному млині до однорідного порошку. На технічних терезах у політеленевому бюксі зважуємо 3 г одержаного порошку шкірки гранату. Бюкс з наважкою вносимо у колбу К'єльдаля і обережно по стінці колби доливаємо 60 мл 1М розчину NaOH і 40 мл дистильованої води. Після герметизації системи пропускаємо крізь колбу чистий кисень і вмикаємо механічне струшування колби-реактора, внаслідок чого відбувається змішування реагентів і починається процес окиснення. Контроль за ходом процесу здійснювали шляхом вимірювання об'єму кисню, що витратився для реакції. Припинення споживання кисню свідчить про завершення реакції. Одержану суміш фільтруємо, а потім фільтрат, що містить натрій фульват пропускаємо через катіонообмінну колонку в Н-формі.

Елементний склад синтетичних ФК визначали на CHN-аналізаторі Carlo Erba 1106. Прилад працює за принципом "динамічного спалаху": проба спалюється на каталізаторі в атмосфері кисню. Гази, що утворюються, проходять через систему реакторів, потім розділяються на хроматографічній колонці і детектуються на катарометрі. Вміст Оксигену у досліджуваних препаратах розраховували за різницею: $O(\%) = 100 - (C(\%) + H(\%) + N(\%))$.

Спектри поглинання синтетичних ФК знімали на спектрофотометрі СФ-26, в діапазоні 300-700 нм в кюветах з довжиною оптичного шляху $l = 1$ см.

ІЧ-спектри знімали на Фур'є-спектрометрі Perkin Elmer Spectrum One. Зразки готували у таблетках KBr і знімали у діапазоні частот 500-4000 cm^{-1} .

Дифрактограми синтетичних ФК одержували на рентгенівському дифрактометрі ДРОН-2 з $\text{Fe}_{K\alpha}$ -випромінюванням ($\lambda_{\text{Fe}} = 0,19360$ нм) в діапазоні кутів $2\theta = 20-120^\circ$. Підготовку зразку проводили наступним чином: синтетичні фульвокислоти висушували в чашці Петрі при 80°C, одержаний порошок змішували з водною емульсією полівінілацетату і поміщали на підкладинку забезпечуючи гладку поверхню зразку.

Електронно-мікроскопічне дослідження поверхні синтетичних ФК проводили на растровому електронному мікроскопі РЕМ-100. Пробопідготовка включає висушування ФК, фіксація одержаного порошку на струмопровідній стрічці та розміщення зразку в камері мікроскопу. Вибір оплодня гранату в якості попередника у синтезі аналогів фульвокислот обумовлено тим, що до його складу входить велика кількість різноманітних фенольних сполук (в основному елаготанінів) та вуглеводневі фрагменти, які завжди присутні у структурі природних фульвокислот. Крім того, шкірка гранату є відходами

промисловості виробництва гранатового соку, тому запропонована в даній методиці їх переробка на цінний продукт дозволить мінімізувати відходи, які потрапляють в навколишнє середовище.

Окиснення елаготанінів молекулярним киснем в умовах надлишку луку приводить до утворення суміші синтетичних гумінових речовин. Процес окиснення проводили при кімнатній температурі та нормальному атмосферному тиску. В процесі синтезу розчин набував темно-коричневого забарвлення. Контроль за процесом окиснення проводили волюмометрично, вимірюючи об'єм кисню, який витрачався в ході реакції. За даних умов реакція тривала протягом 60 хвилин. Проведення процесу в сильнолужному середовищі (рН=12) сприяє прискоренню процесу окиснення, а це в свою чергу зменшує загальний час синтезу. Одержану суміш синтетичних фульватів профільтрували для відокремлення нерозчинного залишку. Для того, щоб перевести отримані фульвати у стан кислоти, суміш пропускали через катіонообмінну колонку у Н-формі. В даному процесі катіони натрію (Na^+) замінювалися на катіони гідрогену (H^+), тому на виході колонки ми отримували власне синтетичні фульвокислоти. Одержаний розчин синтетичних фульвокислот має рН = 2. Розчинність даного продукту при будь-якому значенні рН є одним із підтверджень того, що було отримано саме фульвокислоти, а не гумінові кислоти, які випадають в осад при рН < 2.

Масову концентрацію одержаних синтетичних фульвокислот визначали гравіметрично. Вона становить 6,79 г/л. Для підтвердження подібності будови та властивостей одержаного продукту з природними фульвокислотами було проведено комплексне дослідження фізико-хімічних властивостей одержаного продукту. Встановлений елементний склад одержаних синтетичних фульвокислот цілком узгоджується з даними одержаними для фульвокислот, вилучених з природних джерел (табл. 1).

Таблиця 1

Елементний аналіз синтетичних фульвокислот з оплодня гранату в порівнянні з природними фульвокислотами

Речовина	С	О	Н	N
Синтетичні ФК	44,2±0.2	47,7±0.5	4,3±0,1	2,8±0,2
Природні ФК	33–48	44–60	3–5	2–4

Вміст Оксигену, Карбону, Гідрогену та Нітрогену (%) в синтетичних фульвокислотах знаходиться в діапазоні характерному для природних фульвокислот.

Однак відсотковий склад синтетичних ФК, безпосередньо встановлений в аналізі, не дає наочного уявлення про роль окремих елементів в побудові молекул. Для з'ясування цієї ролі було обчислено атомні відношення Н/С, О/С і N/С, які показують скільки атомів Гідрогену і Оксигену припадає на один атом Карбону (табл. 2). Величини атомних відношень Н/С дозволяють зробити висновок про співвідношення в молекулах синтетичних ФК аліфатичних та ароматичних структур.

Відношення Н/С, О/С та N/С для синтетичних та природних фульвокислот

Речовина	Н/С	О/С	N/С
Синтетичні ФК	1,17	0,81	0,05
Природні ФК [12]	0,75-1,80	0,69-1,36	0,04-0,10

Д.С. Орлов [1] запропонував сполуки з величиною Н/С більше двох відносити до парафінів, від 1,5 до 2 – до циклопарафінів, а менше 1,5 – до ароматичних вуглеводнів. Згідно цьому підходу, в одержаних синтетичних ФК переважає ароматична складова.

Величина атомного відношення О/С залежить від ступеня окисненості і збільшується зі збільшенням числа гідроксильних, фенольних та карбоксильних груп.

Для відношень N/С характерні самі низькі значення порівняно з Н/С і О/С. Зменшення значень Н/С, О/С і N/С свідчить про збільшення ролі атомів Карбону в побудові молекулярної структури по відношенню до атомів Гідрогену, Оксигену та Нітрогену.

Для отримання електронного спектру поглинання синтетичних фульвокислот 1 мл розчину препарату вносили у мірну колбу на 25 мл і доводили до мітки дистильованою водою. У якості розчину порівняння використовували дистильовану воду. Для побудови графіку вимірювали оптичну густину розчину при різних довжинах хвиль. Отриманий спектр має вигляд пологої кривої з поступовим зменшенням оптичної густини в міру збільшення довжини хвилі. Встановлене безструктурне поглинання є типовим і для природних фульвокислот, що підтверджує однотипність їх хімічної будови (Рис. 1).

Більш повну інформацію про будову фульвокислот можна отримати з ІЧ-спектрів (Рис. 2). Широка смуга поглинання при 3440 см^{-1} свідчить про наявність ОН-груп, зв'язаних міжмолекулярними водневими зв'язками. Смуга поглинання при $2960\text{-}2840\text{ см}^{-1}$ зумовлена валентними коливаннями -CH_2 і -CH_3 аліфатичного ланцюга, а поглинання при 1374 см^{-1} свідчить про деформаційні коливання С-Н в насиченому аліфатичному радикалі. Смуга поглинання при 1710 см^{-1} характерна для карбоксильних груп. Три смуги близько 1610 , 1494 і 1450 см^{-1} характерні для коливань ароматичного кільця. Піки при 1210 см^{-1} відповідають коливанням С-О зв'язків карбоксильних і фенольних груп, а в діапазоні $1025\text{-}1066\text{ см}^{-1}$ – коливанням С-О зв'язків спиртових груп.

Порівняння ІЧ-спектрів синтетичних і природних фульвокислот [1] можна зробити висновок про однотипність їх хімічної структури.

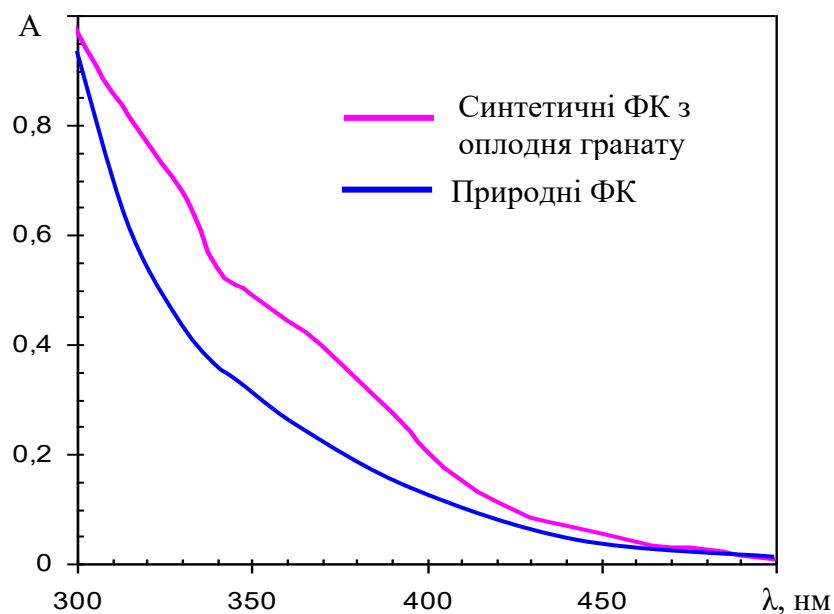


Рис. 1. Спектр поглинання синтетичних фульвокислот, одержаних з оплодня гранату в порівнянні зі спектром природних фульвокислот

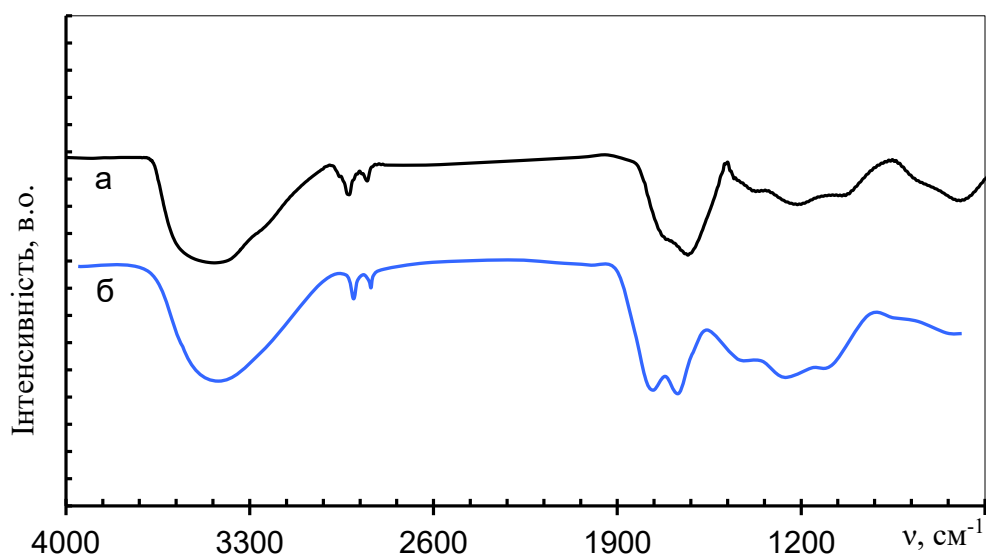


Рис. 2. ІЧ-спектр синтетичних фувокислот, отриманих з оплодня гранату (а) та природних фульвокислот (б)

За даними рентгенодифракційного аналізу синтетичні фульвокислоти не мають кристалічної структури, що є типовим для природних гумінових речовин (Рис. 3).

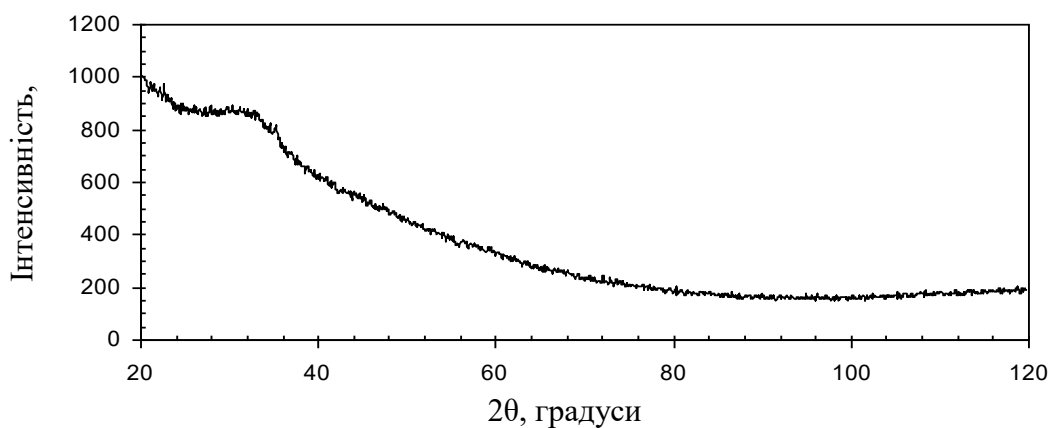


Рис. 3. Дифрактограма синтетичних фульвокислот

Рельєф поверхні синтетичних фульвокислот, одержаних з оплодня гранату, досліджували методом растрової електронної мікроскопії.

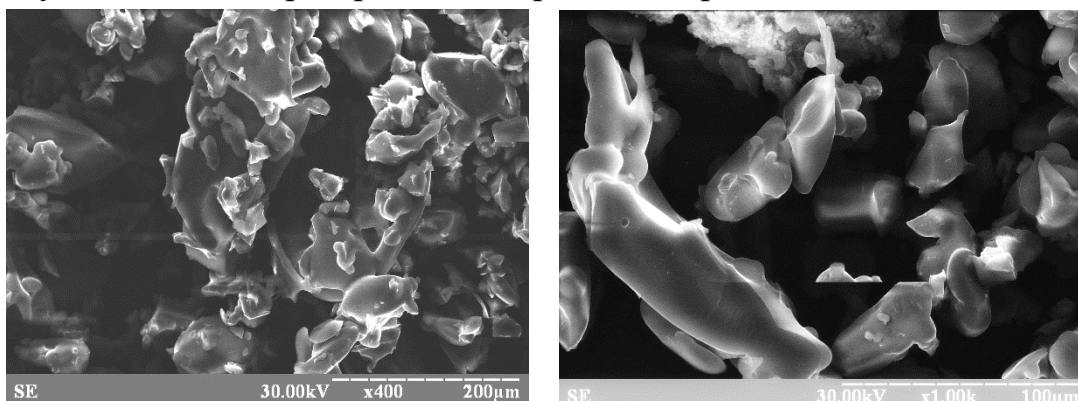


Рис. 4. РЕМ-знімки порошку синтетичних фульвокислот

Одержані знімки свідчать про однотипність одержаних частинок порошку.

Список використаних джерел

1. Інтернет-видання «Економічна правда» 20.04.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.epravda.com.ua/publications/2016/04/20/588913/>
2. Інтернет-видання «Спектр новин» 15.06.2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.spektrnews.in.ua/news/gollandcy-nachinayut-stroit-vechnye-plastikovye-dorogi/24148>
3. Інтернет-видання «Gulf News» 30.03.2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.gulfnews.com/world/asia/india/watch-building-roads-from-plastic-waste-in-india>
4. Звіт рахункової палати України «Про результати аудиту ефективності використання бюджетних коштів на будівництво, реконструкцію, капітальний та поточний ремонт автомобільних доріг загального користування» Рішення від 09.04.2019 № 8-4. 45с. с.5
5. Інтернет-видання «Велика епоха» 30.03.2018. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL: <http://www.epochtimes.com.ua/novyny-svitu/v-indiyi-ponad-100-tysyach-kilometriv-dorig-zrobleno-iz-plastyku-126912>

ОНИЩЕНКО А.С.
вихованець секції «Правознавство» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учень 10 класу спеціалізованої загальноосвітньої школи
№ 329 «Логос» імені Г. Гонгадзе
КОТ Т.Ю.

завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції
«Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ДО ПИТАННЯ ЩОДО НОРМАТИВНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ

У роботі досліджено етапи становлення інформаційного суспільства, розглянуто його поняття та змістоутворюючі ознаки, проаналізовано нормативні засади побудови цієї моделі суспільства, визначені концептуальні особливості кожного з періодів розвитку інформаційного суспільства за часів незалежної України.

Ключові слова: «інформаційне суспільство», «інформація», «інформаційні права», «концепції розвитку інформаційного суспільства», «нормативно-правове забезпечення», «суспільний інтерес».

Актуальність теми дослідження обумовлена закріпленням як пріоритету державної політики перехід України від індустріального до інформаційного суспільства з цифровою економікою. Такі зміни у побудові сучасної моделі суспільства істотно вплинули на зміну кола соціальних цінностей, розвиток яких підлягає нормативному забезпеченню. Інформаційні права, інформаційна безпека, інформаційний правопорядок наразі складають основу для побудови взаємодії між учасниками інформаційних правовідносин, що і визначає основний вектор сучасного механізму нормативного забезпечення.

Порушена у цій роботі проблематика була предметом дослідження багатьох вчених-правників та практиків, зокрема: І. В. Арістової, І. Л. Бачіло, Г. М. Красноступ, В. Г. Пилипчука, Л. К. Терещенко та інших. Разом з тим, зміна парадигми інформаційного суспільства у нових умовах розвитку електронного урядування та цифрової економіки потребує переосмислення деяких концептуальних засад нормативного забезпечення розвитку відповідної моделі суспільства.

Цілями цієї роботи є дослідження сутності феномену інформаційного суспільства, визначення основних передумов і напрямів реалізації механізму нормативного забезпечення його розвитку в Україні.

На сьогоднішній день, визначення поняття «інформаційне суспільство» у національному законодавстві відсутнє. В науці інформаційного права під інформаційним суспільством розуміють громадянське суспільство з розвиненим інформаційним виробництвом і високим рівнем інформаційно-правової культури, в якому ефективність діяльності людей забезпечується розмаїттям послуг, заснованих на інтелектуальних інформаційних технологіях і технологіях зв'язку.

Аналіз сучасної наукової літератури дозволяє констатувати, що головними ознаками інформаційного суспільства є: перетворення інформації на сировину для отримання нової інформації; постійне збільшення швидкості оброблення інформації; постійне підвищення рівня інформаційної культури всіх суб'єктів інформаційних відносин; високий рівень інформаційних технологій та технологій зв'язку; збільшення відкритості суспільства в цілому; поява цифрової взаємодії, що створює передумови для розвитку інститутів інформаційного суспільства та інші.

На нашу думку сучасний стан правового забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні характеризується двома періодами, а прийняті у цей період нормативно – правові акти двома групами відповідно: до першої відносяться ті, які були прийняті з часу проголошення незалежності України до 20.10.2005 – дати прийняття Указу Президента України № 1497/2005, в якому вперше у національному законодавстві був застосований термін «інформаційне суспільство», а до другої – нормативні документи, прийняті з 20.10.2005 по теперішній час (01.10.2019).

Перша група документів характеризується тим, що у той історичний період (упродовж 1991 – 2005 років) модель інформаційного суспільства не тільки не застосовувалася у правотворчій діяльності, а й майже не обговорювалася у суспільстві та правничих наукових колах.

Нормативно – правові акти другої групи (з 2005 по 2019 роки) заклали у державному будівництві України концепцію розвитку інформаційного суспільства, ввели в національне законодавство термін «інформаційне суспільство» та задекларували як мету його створення в головних концептуальних нормативно-правових актах держави.

Проведене дослідження дозволяє констатувати, що на сьогоднішній день, нормативне забезпечення розвитку інформаційного суспільства є недостатнім. Наразі, нагальною проблемою, що вимагає свого вирішення є необхідність закріплення в нормах Конституції України безпосередньої спрямованості державної політики на побудову в Україні інформаційного суспільства. Підвищенню ефективності нормативного забезпечення розвитку в Україні інформаційного суспільства могло б сприяти прийняття за аналогією до Закону України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки» нового закону, в нормах якого своє відображення змогли б одержати основні напрями, принципи і умови здійснення інформаційної діяльності, інструменти стимулювання інформатизації суспільно-політичних і правових процесів в Україні.

Список використаних джерел:

1. Арістова І. В. *Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти: монографія.*
2. Арістова І. В.; за загальною редакцією д-ра юрид. наук, проф. Бандурки О.М. – Харків: Вид-во Ун-ту внутр. справ, 2000. – 368 с. – С. 80.

СЕРПУН Д.Р.

вихованка секції «Правознавство» відділення філософії та суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді», студентка II курсу Коледжу економіки, права та інформаційних технологій, спеціальність «Право», голова Студентського наукового товариства Коледжу КОТ Т.Ю.

завідувач відділення філософії та суспільствознавства, керівник секції «Правознавства» КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ДО ПИТАННЯ КОСМІЧНОГО ТУРИЗМУ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Визначено поняття «космічний туризм», розглянуті питання по регулюванню космічного туризму в міжнародному космічному праві та проаналізовані проблеми, які пов'язані з космічним туризмом.

Ключові слова: космічний туризм, міжнародне космічне право, космічний турист.

У сучасному світі туризм є однією з найбільш прибуткових галузей зовнішньої економіки всіх країн в світі. Незважаючи на те, що міжнародний туризм є відносно молодою галуззю, який займає важливе місце на світовому ринку з'являється новий розділ в туризмі – космічний туризм, який стрімко набирає популярність.

Космічний туризм – це польоти у космос чи у навколосемну орбіту Землі в розважальних чи пізнавальних цілях, за рахунок коштів юридичних чи фізичних осіб. Термін «космічний туризм» використовується лише для визначення польотів на Міжнародну Космічну Станцію.

Вісім перших польотів космічних туристів було здійснено з 2001 до 2009 років. Першими космічними туристами стали: американський бізнесмен італійського походження Денніс Тіто та бізнесмен з Марк Шаттлворт. Польоти було організовано Роскосмосом у співробітництві з приватною компанією США «SpaceAdventures». На сьогоднішній день кількість бажаючих стати космічними туристами сягає сотні-тисячі чоловік. При цьому, можна прогнозувати, що ринок послуг із космічного туризму тільки зростатиме, а види послуг урізноманітняться та стануть більш доступними для людства.

Із розвитком космічної діяльності виникає чимало запитань. Найголовніше серед них: чи є достатнім міжнародно-правовий режим для забезпечення космічної туристичної діяльності?

У відповідь на це запитання потрібно з'ясувати. По-перше, чи космічні туристи є космонавтами в розумінні міжнародно-правового законодавства (передусім Договору ООН про Космос та Угоду про врятування космонавтів). Адже згідно міжнародно-правовому законодавству «космонавти» це особи, які підпорядковуються:

- 1) це особи, що перебувають на борту об'єкта, що запускається в космічний простір;
- 2) цими особами вчиняється діяння на благо та в інтересах всіх країн, а результати цих діянь стають спільним надбанням людства;

3) можливість поширення на відповідних осіб визначення «посланців людства в космосі» (ст. 5 Договору ООН про космос).

Згідно цих виділених ознак можна стверджувати, що космічні туристи підпорядковуються та відповідають виділеним ознакам. Але космічних туристів в повною мірою, не можна вважати «посланцями людства в космосі», згідно третьої ознаки. Адже їх відправляють у космос фінансуючи політ фізичними або юридичними особами та здійснення космічної туристичної діяльності здійснюється у власних інтересах людини, яка виступає туристом у цієї діяльності, інтереси країн, з якої походить космічний турист, при цьому навряд чи відіграють вирішальну роль.

По-друге, потрібно визначити точну регламентацію космічного туризму в контексті повітряного чи космічного права. Оскільки туристичні космічні польоти здійснюються переважно в повітряному просторі Землі, а вихід у космічний простір відбувається на короткий проміжок часу. Така діяльність відбувається переважно над повітряним простором держави, і тому має підпадати та регулюватися згідно повітряного (авіаційного) законодавства. Не можна не наголосити, що потрібно передбачити регулювання особливостей цього польоту, як таких, які підвищені найбільшим ризикам. Тому тут потрібно застосувати норми космічного права, а саме угоди про рятування космонавтів у різних екстремальних ситуацій.

Отже, космічний туризм – ценовітній вид космічної діяльності. У ньому задіяні суб'єкти права яких не достатньо врегульовані між народно-правовим законодавством. Стрімкий розвиток цієї галузі потребує вирішенню та опрацюванню питань, які пов'язані з цим видом діяльності. Оскільки невизначеність деяких питань є перепорою для розвитку цієї галузі також ставить космічних туристів у невизначне правове становище, а особливо правове гарантування їхньої безпеки.

*СТОРЧАК В.В.,
вихованець секції «Етнологія» відділення історії,
учень 10 класу гімназії № 191 ім. П. Г. Тичини
ДЕРЕКА С.А.,
вчитель історії, гімназія № 191 ім. П.Г. Тичини*

ЕТНОЛОГІЧНА СПАДЩИНА ВИНИКНЕННЯ ПРІЗВИЩ УКРАЇНСЬКОГО НАРОДУ НА ОСНОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ МІСТА БУЧАЧ ПЕРІОДУ XVII – XXI ст.

На сьогоднішній день безліч людей хочуть дізнатись більше про їх власне коріння, про далеких родичів та їх побут. Багато з них намагаються віднайти інформацію в архівах чи бібліотеках, але є й такі, які шукають істину у власному прізвищі.

Перші прізвища, що з'явилися в українській історії належали панам. Ці люди купували і продавали свої села й інші маєтності, записували їх у спадок дітям, родичам. Ці юридичні дії потребували оформлення відповідними документами [1, с. 34].

Предметами для творення українських прізвищ було п'ять основних джерел: імена, географічні об'єкти, професії, індивідуальні ознаки та назви тварин і птахів. Найбільшу частину усіх прізвищ становили прізвища утворені від імен (Петрук, Андрієвський, Михайлів). Далі йдуть професійні та топонімічні (утворені від назв географічних об'єктів) прізвища. Наприклад: Гончарук, Ткач, Слюсаренко (професійні), Хуторянський, Річковий (топонімічні). Трохи менше прізвищ, що утворились від індивідуальних ознак (Крикля, Довгань, Коротун) і найменше прізвищ утворилось від назв тварин та птахів (Вовк, Заєць, Орел).

Дуже цікавими були прізвища за часів козаччини. На Січі за їхньою допомогою можна було визначити, які твої статки та з якої родини походить козак. Якщо прізвище складалося з двох слів, то швидше за все людина походила зі звичайної родини козака (Крутивус, Двухкровний, Голоногий). Проте якщо в прізвищі є такі суфікси як -цький; -ський; -овський; -евський, то у людини був дуже багатий або відомий родич (Грушевський, Хмельницький, Виговський).

Поширення прізвищ у місті Бучач, що на Тернопільщині, дещо відрізняється від України. Тут найпопулярнішими є професійні прізвища. За ними йдуть іменні; прізвища, утворені від індивідуальних ознак; топонімічні. Найпопулярнішим прізвищем у місті є Луців. Його носять понад 180 осіб.

Також було досліджено власне прізвище «Сторчак», яке зустрічається у козацьких реєстрах декілька разів:

«Іван Сторчак, козак, Уманський курінь
Павло Сторчак, козак, Корсунський курінь
Самійло Сторчак, козак, Переяславський курінь
Федір (Федор) Сторчак, козак, Батуринський курінь
Іван Сторчак, козак, Канівський курінь» [2].

Існує декілька версій походження цього прізвища. «Сторчаком» козаки називали рибний суп, тому це прізвище міг отримати кухар, який його готував або той, хто любив ним поласувати. Існує теорія, що прізвище «Сторчак» означає «той, хто стирчить або різко видається вперед або вгору». Моє прізвище найбільш поширене в Києві, Миколаєві та Запоріжжі.

Українські прізвища є одними з найбільш різноманітніших у світі і що кожне з них має свій особливий шлях формування та значення.

Список використаних джерел:

1. Редько Ю. К. Довідник українських прізвищ». К., 1968.
2. Поширеність прізвища Сторчак на території України. URL: <https://ridni.org/karta/Сторчак>.

*ТАРАСЮК М.-Л. К.,
вихованка секції «Етнологія» відділення історії, учениця ІІ класу
Українського медичного ліцею Національного медичного університету
імені О.О. Богомольця
МОЇСЄЄНКО Є. В.,
к.і.н., завідувач відділу методичної роботи, керівник секції етнології КПНЗ
«Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

ОСВІТНЯ МІГРАЦІЯ УКРАЇНЦІВ

За 25 років української незалежності відбулося безліч фундаментальних трансформацій, що впливають на життєдіяльність абсолютно усіх соціальних інститутів та галузей громадського життя (суспільно-політичної, соціально-економічної, науково-освітньої і т. д.). Не винятком є і соціально-демографічна сфера. Процеси міграції, особливо міжнародної, за глобалізаційних умов з кожним роком стають все більш інтенсивними. Як відомо, міграційні показники є віддзеркаленням стану життєвого благополуччя в країні. За результатами дослідження швейцарського банку Credit Suisse, яке стосується визначення глобального добробуту, у 2015 році Україна виявилася найбільш бідною країною Європи [1]. За 2016 рік ситуація у нашій державі не покращилася [2].

Україна також виявилася «неблагополучною» за рейтингом щастя ООН, зайнявши 132 місце зі 155 країн [3]. Таким чином за великих суспільних трансформацій еміграція для багатьох була чи не єдиним виходом із ситуації, що склалася. Проте сучасний відтік населення відрізняється від попередніх соціальним портретом емігранта: він турбується не лише про кращий дохід та безпеку для себе, а й про самореалізацію [4].

На нашу думку, у такому разі доцільним буде звернути увагу саме на студентство як на важливе джерело поповнення інтелектуального потенціалу України. Воно має потенціал бути найбільш активною й ініціативною частиною суспільства та представляє інтерес покоління, яке через значний освітній рівень, активний працездатний вік і динамічну соціальну поведінку в найближчому майбутньому займатиме місце основної інтелектуальної та продуктивної сили в суспільстві. Якщо наприкінці минулого сторіччя били на сполох з приводу масового відтоку науковців, то сьогодні «brain drain» відбувається за рахунок здебільшого студентської молоді. За словами Б. Гриньова, директора Державного фонду фундаментальних досліджень, особливо це стосується студентів технічних та природничих спеціальностей, які «...вибираючи такі напрямки, практично на 100% готові до імміграції (sic)...» [5].

Це пов'язано як із низькою оплатою праці даного профілю, так і з низьким фінансуванням науки в Україні. Подібна тенденція впливає не лише на втрату потенційних високо кваліфікованих спеціалістів, здатних підіймати добробут нашої держави, а й на старіння науково-освітніх кадрів. Складні процеси соціальних трансформацій в сучасній Україні роблять актуальними цілу низку

теоретичних і методологічних проблем, пов'язаних із еміграційними настроями студентської молоді. За 25 років незалежності Україна переживає уже другу еміграційну хвилю (перша відбувалася за 90-х рр. ХХ ст.), основними факторами якої є уже не лише економічні, а й фактори самореалізації, безпеки і стабільності. А, оскільки, саме студенти є потенційними ініціаторами різноманітних інноваційних перетворень, то дослідження їх еміграційних настроїв допоможе краще зрозуміти цілі та потреби даної групи населення і, як наслідок, забезпечити виважену державну політику стосовно студентської молоді, що обумовлює актуальність вибраної теми дослідження.

Найбільше на опитану студентську молодь впливають виштовхувальні фактори, пов'язані з економічною кризою в Україні, проблемою безробіття, низьким рівнем заробітних плат та високими цінами на необхідні речі та послуги. У зв'язку з цим актуальною для іногородніх студентів виявилася житлова проблема. Хоча респонденти виявили незадоволення діяльністю українських політиків та багатьох відомств і структур, їх неузгодженістю, яка впливає на загальну відсутність відчуття стабільності та безпеки, цікавим є те, що наявні військові конфлікти, за результатами проведеного дослідження, не є визначальним фактором, який впливає на їх бажання покинути нашу державу.

Важливим є той факт, що відповідно до проведених інтерв'ю, були виявлені й студенти, які бажають покинути Україну заради отримання закордонного досвіду та використання його в Україні. Такі особи під час еміграції керуються факторами саморозвитку.

Список використаних джерел:

1. Украина возглавила рейтинг беднейших стран Европы по версии Credit Suisse. Финансовый портал «Минфин». 16.10.2015. URL: <http://minfin.com.ua/2015/10/16/10234101/> (режим доступа 13.11.2019).
2. Kersley R. The Global Wealth Report 2016 [Electronic resource] / R. Kersley, A. Koutsoukis // Credit Suisse Group AG. – 22.11.2016. – Access mode: <https://www.credit-suisse.com/us/en/about-us/research/research-institute/newsand-videos/articles/news-and-expertise/2016/11/en/the-global-wealth-report2016.html>.
3. Helliwell J. World Happiness Report 2017 [Electronic resource] / J. Helliwell, R. Layard, J. Sachs. – New York: Sustainable Development Solutions Network. – 2017. – 184 p. – Access mode: http://worldhappiness.report/wpcontent/uploads/sites/2/2017/03/HR17_3-20-17.pdf.
4. Миграционные настроения населения Украины. Группа «Рейтинг». 24.10.2016. URL: http://ratinggroup.ua/ru/research/ukraine/migracionnye_nastroeniya_naseleniya_ukrainy.html.
5. Лопатіна І. Мізки на вивіз: куди і за скільки продають свій інтелект українці. РБК-Україна. 23.12.2016. URL: <https://daily.rbc.ua/ukr/show/kuda-skolkoprodayut-svoy-intellekt-ukrainsy-1482421355.html>.

ФРАНК А.

*вихованка секції «Філософія» відділення філософії та суспільствознавства
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 10 класу СШ №12*

ГОНЧАРЕНКО К.С.

*к.філ.н., керівник секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»*

БОЖЕВІЛЛЯ ЯК СОЦІАЛЬНЕ ЯВИЩЕ

Тривалий час, як в світі наукових розвідок, так і в світі філософських рефлексій, вважалося, що божевілля – це поняття, яке належить виключно до кола медичної, а точніше психіатричної, проблематики та носить характер фізіологічних змін/змін в структурі психіки людини. Не так давно, а саме в ХХ ст. з'являються філософські концепції, які виводять феномен божевілля в структуру соціуму та надають даному феномену саме соціального забарвлення.

Те, яким чином божевілля належить не лише сфері психіатрії, досить чудово описав у своєму дослідженні – Історія безумства в класичну епоху, французький філософ – М. Фуко[3]. Хоча сам філософ і не був лікарем психічно хворих людей, він написав багато книг про причини виникнення божевілля у соціумі. Беручи до розгляду не думку лікарів, а саме думки божевільних. М.Фуко ставив проблему божевілля як, одну з найголовніших проблем суспільства. Звертаючись до історії, мислитель підмічає, що, наприклад, на історичній мапі середньовіччя божевільними вважалися ті, хто міг «своїм станом» «інфікувати» оточуючих. А саме, до божевільних зараховували, як хворих на проказу, так і «нездорових елементів соціуму», а точні, безхатьків, злочинців, тих хто займається проституцією, чи алхімією тощо. Саме звідси з'являється поняття «кораблів дурнів», на яких, так званих «божевільних» відправляли в місця «ізоляції». Трохи згодом, а саме в епоху Відродження поняття божевілля дещо трансформується, що власне, чудово відображено на картині І. Босха – «Корабель дураків», на якій автору вдалося відобразити нелюдський початок тваринного в людині і фактично цим самим зафіксувати новий виток в розумінні божевілля. Щоб дати пояснення тваринного початку в людині, можна скористатися думкою швейцарського вченого – Карла Густава Юнга, який вважав, що людина має своє тваринне божевілля, виходом з якого є або повне перетворення в тварину, або становлення чимось більшим за людину.

В історичному плані, ситуація є незмінною, майже до ХІХ ст. І як вважає М. Фуко в той час коли «виникає психіатрична медицина, яка чітко розділяє поняття «нормальна людина» і «ненормальна людина» [2], появу психіатричних закладів можна інтерпретувати, як перший значний програш психіатрії, як момент, коли питання істини, яка виражається симптомами, або у всякому разі притаманна симптому гра істини та брехні, виявилися запропоновані силою психіатричної влади. М. Фуко у своїх роботах доводить, що психіатрія не лише змусила людей передивитися свої погляди щодо божевілля, але й була однією з

причин появи божевільних. Розподіл людей за станом психіки, багато в чому залежав від правового поля, яке власне і виступало ініціатором необхідності визнання дієздатності, правоздатності людини та її можливостей несення відповідальності.

Стосовно феномену божевілля та його переходу зі статусу суто клінічного в розряд соціального, М. Фуко приходить думки, що в основі явища божевілля, в будь-якому його вияві, знаходиться свобода. І саме свобода дає можливість розуміння та тлумачення соціального божевілля, адже його сутність полягає в тому, що божевільними в соціумі, суспільстві визнаються люди, які мають відмінні від прийнятих та установлених правил погляди; люди, які не підкоряються традиціям чи порядкам; люди, які не зважають на думку оточуючих та ін.. М. Фуко, звертає увагу на те, що людина, яка підкоряється власному свободному пориву та не сприймає типологізовану «нормальну» (у-нормовану) поведінку, така людина за будь-яких умов і в будь-який час буде вважатися божевільною, оскільки, більшість, яка формує ту саму «норму» ніколи не буде сприймати за належне те, що може вивести всю систему з ладу. Саме тому, якщо психічно хворі божевільні вимагають клінічного лікування, то й соціальні божевільні мусять бути, хоча б дисциплінарно покарані.

У роботі «Інтелектуали та влада» [5] М.Фуко показував, що в ХХ столітті причиною виникнення розподілу людей за психічним станом здоров'я, іноді являється влада. Принцип дисциплінарної влади визначає кожній людині строго відведене місце, що дає змогу легше їх використовувати. Люди не можуть бути вільною, адже у розумінні М.Фуко божевілля і є свобода. Тому було важливо відокремити дієздатних людей від божевільних. З цього приводу починають з'являтися психіатрії.

Фактично, ми можемо побачити, що з часів середньовіччя нічого не змінилося: ті хто не підтримує стандарти поведінки визнається божевільним та потребує ізоляції. Відмінність з середньовіччям полягає лише в тому, що в той час, божевільних вивозили на кораблях дурнів, а в нашому сьогоденні ми маємо незліченну кількість дисциплінарних закладів, куди «божевільні» потрапляють на «перевиховання».

Український психолог та соціолог Головаха Є. І. [1, 2] також розглядав вплив думки більшості на трансформацію суспільних правил, у своїй роботі «Феномен «аморальної більшості» в пострадянському суспільстві: трансформація масових уявлень про норми соціальної поведінки в Україні». У своїх роботах автор розмірковує щодо сутності соціального феномену «аморальної більшості», яка полягає в тому, що моральні норми людської порядності та відповідальності, що регулюють повсякденну поведінку людей, їх взаємини в різних ситуаціях спілкування і діяльності, розглядаються більшістю населення України як норми поведінки «моральних аутсайдерів». З роботи Є. Головахи можна зрозуміти, що у кожному столітті так звані «моральні аутсайтери», або ж соціальні божевільні, були означені такими, саме думкою соціуму, керованою створеними, на той час, соціальними правилами. Кожен вияв дій людини, які йшли у розріз з «правильною» поведінкою, несли за собою великі наслідки.

Водночас, на думку М. Фуко [5] «психіатричний розлад» є невід'ємною частиною цивілізації, а також спробою людини втекти від існуючого незатишного світу. Божевільня є крайнім проявом того до чого може призвести життя у соціумі та погоні за соціальними цінностями. В божевільному проявляються якості особистості, що придушуються суспільством і рамками культури, і які кожен з нас ретельно приховує в собі. На сьогоднішній день божевільних не змушують брати відповідальність за свої злочини, аргументуючи це його неспроможністю контролювати свої дії, але раніше вважалося, що зцілення божевільної людини можливе та повністю лежить в руках психіатра, і в його спробах викоринити з пацієнта «помилкову істину», замінюючи її правильними переконаннями.

У своїх роботах М.Фуко також зачіпає тему безумства у творчості. Задля ілюстрації даного явища він обирає картини Франсиско Гойї, де автор зображав не просто божевільну людину, а «людину в темряві». В його картинах герой завжди зображується самотнім, а тому й безпорадним перед насуванням безумства. Франсиско Гойя також зображав відьом та інших містичних тварин на свої картинах знову відкриваючи забуті образи божевільня. У ХХІ ст. можна побачити як божевільні, на перший погляд, ідеї підносять авторів картин та скульптур на пік їхньої слави.

Як казав М.Фуко «Божевільня – це завжди сенс, розбитий вщент». Тому нині божевільня використовують, як невичерпне джерело натхнення та ідей. Картини, твори, технології – все це нині має в собі частинку божевільних мрій та замислів творців. Створюються нові напрями в творчості. У соціумі нашого часу божевільні ідеї можна знайти, починаючи з вибору одягу, а закінчуючи вибором кольору волосся. Між божевільням та ідеями, які від нього відходять, провели дуже чітку грань, хоча усе воно походить з одного джерела. Нині божевільня є каталізатором прогресу. Прогресу у медицині, а тобто у розумінні психології людини та в інших аспектах життя суспільства.

Список використаних джерел:

1. Головаха Е.И., Панина Н.В. Социальное безумие: история, теория и современная практика. – Киев: Абрис, 1994. – 168 с.
2. Головаха Є. Феномен «аморальної більшості» в українському суспільстві: пострадянська трансформація масових уявлень про норми соціальної поведінки / Є. Головаха // Україна – 2002. Моніторинг соціальних змін. – К. : Либідь, 2002. – 543 с.
3. Фуко М. История безумия в классическую эпоху. – М.: АСТ МОСКВА, 2010. – 698 с.
4. Фуко М. Рождение клиники: Археология врачебного взгляда / Мишель Фуко [пер. с франц.; науч. ред. А.Ш. Тхостова]. – М.: Смысл, 1998. – 310 с.
5. Фуко М. Интеллектуал и власть: Избранные полит. статьи, выступления и интервью / Пер. с франц. С. Ч. Офертас по общ. ред. В. П. Визгина. – М.: Праксис, 2002. – 384 с.

ХАРЬКОВА Х.М.,
вихованка секції «Філософія» відділення філософії та суспільствознавства
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
учениця 9 класу ЦТ «Шевченковець»

ТИЩЕНКО М.С.,
керівник секції «Філософія» відділення філософії та суспільствознавства
КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

РОЗУМІННЯ ЛЮДИНИ В ФІЛОСОФСЬКІЙ АНТРОПОЛОГІЇ

Людська істота є багатогранною за своєю суттю, в плані якостей. Вона має безліч проявів, які у свою чергу, роблять людську активність насиченню та різнобічною. Такім чином людина маючи високий рівень свідомості, має можливість користуватись цим самим рівнем свідомості, проявляючи себе в різних формах й іпостасях.

Філософія в якості свого об'єкту дослідження, сприймає у тому числі людину, як ту істоту яка за своїми даними і характеристиками предметного характеру, здатна викликати питання, щодо її вірогідного походження.

Однозначної відповіді на це запитання досі немає, відповідно й саме запитання тому залишається актуальним як і раніше. Філософія в обличчі своє підгалузі, у вигляді філософської антропології, намагається дати, відповідь на запитання характерного порядку.

Розглядаючи людину в різних контекстах і іпостасях, філософська антропологія висуває різні теорії, щодо походження людини, та її місця в цьому світі.

Зокрема філософська антропологія розглядає людину в біологічному, релігійному, змішаному та інших ракурсах. Таким чином сприймаючи людську суть і питання її походження, у багатшаровому вимірі.

Біологічний підхід є уособленням, розуміння еволюційних процесів з боку філософії. Де процеси еволюційного характеру, призводять до остаточного формування сучасної людини.

Релігійне бачення цього питання, передбачає осмислення з боку філософської науки, таких теоретичних аспектів, як вірогідне походження людини від вищих сил.

Змішаний ракурс походження людської істоти, передбачає синтез різних підходів між собою і створення ситуації, в якій різні підходи доповнюють один одного.

Як можна побачити, у зв'язку з відсутністю однозначної відповіді на запитання щодо походження людини. Відповідний підхід, щодо пошуку цієї самої відповіді досі зберігає відповідну актуальність.

Список використаних джерел:

1. Бердяев Н. Самопознание / Бердяев Н. – М.: Азбука-Аттикус, 2011. – 340 с
2. Вальверде К. Філософська антропологія / Вальверде К. [пер. з ісп. Г. Вдовіна] – К.: Каравела, 1999 – 412 с.

3. Гелен А. О систематике антропологии / А. Гелен // Проблема человека в западной философии. – Москва: Прогресс, 1988. – 160 с.
4. Кассирер Э. Опыт о человеке. Введение в философию человеческой культуры / Э. Кассирер // Проблема человека в западной философии. – Москва: Прогресс, 1988. – С. 3-31.
5. Причепій Є.М. Філософія / Причепій Є.М., Черній А.М., Чекаль А.М. – К.: Академвидав, 2007. – 400 с.
6. Філософія. Курс лекцій: Навч. посібник. – К.: Академвидав, 1996.- 400 с.
7. Читанка з філософії: У 6 книгах. – К.: Довіра, 1993. – Кн. 6: Зарубіжна філософія ХХ століття. – 240 с.

ЧЕРНИШОВА Н.В.
вихованка КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»,
відділення філософії та суспільствознавства секція «Філософія,
учениця 10 класу, спеціалізованої школи I-III ступенів
з поглибленим вивченням англійської мови № 85 міста Києва
ГОНЧАРЕНКО К.С.
к.філ.н., керівник секції «Філософія» відділення філософії та
суспільствознавства КПНЗ «Київська Мала академія наук учнівської молоді»

ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ В ЕСТЕТИЦІ ТАНЦЮ: ВТРАТА КЛАСИЧНОЇ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ

Мистецтво – це художня творчість та особлива форма суспільної свідомості, вид духовного освоєння дійсності людиною. Саме поняття («мистецтво») здавна несе певні смислові конотації, які засвідчують, що це не лише художні твори, результати творчості людини, але також і «майстерність», «артистизм», «вищий клас» вміння, виражені у будь-якій сфері діяльності (ремесло, наука, технікаєтс.) Слово «мистецтво», саме по собі може мати множинну палітру смислових значень і тим самим, відкриває для дослідження низку сфер, таких як: література, музика, живопис, танець тощо.

Одним із видів класичного мистецтва є танець, і як його окремий напрямок, саме балет. Історично прийнято вважати, що балет – вид придворного танцю – народжений абсолютною монархією. «Сонцеликий Людовік» перетворив танець в політичний жест: жест, який виголошується всім тілом, оформив його в канон, і відповідну дисципліну. Багато років ці канони були непорушними. Були спроби внести корективи, але класичний танець все ж витримував натиск. І тільки з кінця ХХ століття почали з'являтися нові «сучасні» версії балету. Надихнувшись новим віянням, яке дало інновації цього виду мистецтва, люди почали підтримувати це. І так, аристократичний, канонічний балет модернізувався в щось нове, до кінця невідоме нам. Власне дана трансформація танцювальної естетики і призводить до того, що класичний балет поступово починає втрачати своє смислове навантаження, зокрема він перестає бути «жестом», дією, що має відповідне значення. «В сучасній танцювальній естетиці втрачена можливість класичної, однозначної репрезентації, згідно з якою, танець – це простір існування таких образів, які можливо побачити і «дешифрувати», так як танець є репрезентація будь-якої сутності (радості, смутку, роботи, веселощів), яка може не сприйматися безпосередньо» [2].

Зустріч балету і сучасного танцю – ця парадоксальний перетин двох непересічних паралелей. Буржуазна не-дореволюція в мистецтві, невирішене питання про те, кому належить влада: народу або державі? Яскравим прикладом виклику стереотипам і канонам балету стала Айседора Дункан – американка, що свою кар'єру розпочинала з роботи в мюзик-холах і свій танцювальний шлях будувала на запереченні академічного танцю. Проте, сама Айседора була не такою «вільною» в рухах, як прийнято говорити про її танці.

Вона підганяла кожен свій крок і жест під естетику, яка формувалася ще з часів Античності, що має єдине коріння з класичним балетом, і який вона власне так пристрасно критикувала за його нібито штучність, умовність і ту шкоду, яку він завдає тілу. А альтернативою йому вона висувала сучасний «природний» танець, подібний руху природи. Танцювати, вважала Айседора, повинна кожна людина, і це буде саме її, особистий танець, який відповідає не балетним канонам, а будові її власного тіла. Таким чином, Дункан, як і її колеги – засновницею сучасного танцю, що подарувала світові новий тип танцівниці. Однак, якими б не були тенденції, чи окремі погляди, так чи інакше, кожен сучасний танцівник, як би він не звільняв своє тіло, все рівно ставить його в правильні рамки класичного балету, який виростив не одне століття. Так що ж все-таки означає балет для сучасності, і чому сучасники, категорично заперечуючи його права на існування, знову і знову повертаються до правил створених в Античності? Можливо ми недооцінюємо впливу цього давнього аристократичного виду мистецтва на наше життя? І саме ці питання варті наших філософських розмірковувань.

Отже, балет – це вид мистецтва, в якому немає слів, смисл в недомовленості думки і почуття, що виражаються в ньому пластикою. Щодо сприйняття публікою балету, то воно задишається неоднозначним, так як багато засобів передачі балетного мистецтва (симфонічна музика, танець, пантоміма, декорації) не до кінця зрозумілі людям.

Незважаючи на це, класичний балет завжди в центрі уваги, як глядачів, так і держави, і є предметом національної гордості. Сучасний класичний балет поширений на всіх континентах, включаючи більшість розвинених країн. Однак він (балет) також переживає певну кризу. Це пов'язано зі зниженням музичної культури, змішанням танцювальних стилів, зменшенням популярності танцювального мистецтва серед молоді тощо.

Ще існує багато балетних шкіл, технічно підготовлених танцівників, що дозволяє утримувати планку балетного мистецтва, проте ясно, що балет ХХІ століття вступив в новий період. Сьогодні перед класичним балетом стоїть питання про самозбереження його як окремого виду театральної вистави. Так і сучасні жанри театральних вистав, як мюзикл або шоу-балет, мають велику популярність. Це пояснюється масовою культурою, зниженням значущості її класичних образів.

Класичний балет має елітарний характер, що вступає в протиріччя з сучасною ідеологією, орієнтованою все більш на видовищність, ринково-масовий характер сучасної культури. Власне, саме завдяки цьому балетному мистецтву необхідно шукати нові форми впливу на публіку, щоб забезпечити подальший розвиток балету.

Хоча, сучасність усіма силами намагається розширити горизонти вже існуючих стандартів, прийти виклик досконалості, дивувати з кожним днем новими можливостями, все ж він залишає свою канонічну сутність та намагається її зберегти. Попри те, що в гонитві за сучасним «ідеалом» все більше втрачається, стирається поняття класики, мистецтва, яке є прабатьком

всіх наступних видів мистецтв, все ж можна констатувати той факт, що збереження даного виду класичного танцю зберігається.

Зародившись ще багато років тому, мистецтво маленькими, але впевненими кроками йшло до вершини майстерності і, досягнувши її, воно на століття зафіксованому в слові «класика». Немало поколінь зростало на цій духовній традиції, творили і створювали нові варіанти, надавали нових форм, прикрашали те, що отримали в спадок від свого великого предка – класики.

Але є у мистецтва спадкоємці, які допускають що, отримавши все, вони можуть все домогтися самі і забувають його. Придумуючи нові форми рук, різні фігури і постановку тіла, не вкладаючи в цей поступ смислове значення, духовність, на жаль, отримують лише грубі, спотворені рухи тіла, які не хвилюють душу.

Естетика танцю [1] та її різновид – класичний балет – зачаровує, вабить та вражає своєю глибиною, що сповнена легкістю і грацією. Кожен рух крихкого тіла – це слово, кожна лінія – це розповідь, які зливаються в чарівну сценічну історію. Прекрасна музика ніби огортає танець і разом з ним пробирається глибоко в серці глядача. Приходячи на спектакль класики, ми відпочиваємо і душею і тілом, наповнюємося гармонією. Кожен з нас, хто раніше заперечував владу балету, побачивши хоч раз в житті його надзвичайні па, назавжди залишиться небайдужий до нього.

Невже класика вимре? Якщо вона зникне зі світу, з наших сердець, тоді ми перестанемо цінувати мистецтво, розучимося захоплюватися, втратимо гармонію з собою і зі світом. Адже кожен сучасний танець – це маленький відгомін того старого, високого, духовного мистецтва, яке породило багато сучасних видів мистецтв і ще довгий час залишиться в серцях у людей.

Список використаних джерел:

1. Гонтмахер П. *Философия танца [Электронный ресурс]* – Режим доступу: <http://www.slovoart.ru/node/1568>
2. Мухин И.В. *Тело в танце: эстетическая выразительность// Эстетика сегодня: состояние, перспективы. Серия «Симposium», Выпуск 1. / Материалы научной конференции. 20-21 октября 1999 г. Тезисы докладов и выступлений.* – СПб: Санкт-Петербургское философское общество, 1999. – С. 53-55.

*ШАМАНСЬКА А.А.,
вихованка секції «Етнології», відділення історії, учениця 10 класу НВК
«Оболонь», Оболонського району м. Києва
ЗУБЧЕНКО Т. М.,
вчитель історії НВК «Оболонь», Оболонського району м. Києва*

КУЛЬТУРА ПОВСЯКДЕННЯ МІСЬКОГО ЖИТЕЛЯ НА ПРИКЛАДІ РАЙОНУ ОБОЛОНЬ

Житлові масиви, в народі «спальні райони», з'явилися у Києві за часів Хрущова. В цих районах живе більшість городян. Забудова Оболоні почалася у 1974 р. і вже наступного року 65 тис. мешканців відсвяткувало новосілля [1, с. 144]. Оболонь було заплановано як втілення мрії громадянина-трудівника, що житиме за комунізму. Раціонально організований побут та прогресивне планування включало найнеобхідніші об'єкти служби побуту – дитсадки, школи, універсам, будинок побуту.

На початку ХХІ століття відбулися соціо-просторові зміни в районі, трансформувалося міське середовище, відбулися соціальні, культурні, економічні зміни, почався процес джентрифікації. Район почав заселяти середній клас, це призвело до покращення житлового фонду: з'явилася «елітна» нерухомість, покращилася інфраструктура. У 2003 р. архітектор Ісак В. М., який проектував Оболонь, отримав державну премію в галузі архітектури – «за реалізацію комплексної програми гуманізації містобудівного середовища» [2].

У районі побудовано два «DreamTown», Метрополіс, Караван, Блокбастер, Smart Plaza Obolon, Plazma, Епіцентр, МЕТРО, Ашан. В раніше спокійний район з'їжджаються покупці з усього Києва та його околиць. Район перетворився на елітний масив з дорогою житловою площею та бутіками, а його публічний простір поступово захоплює ТРЦ.

Від нестатків у радянський час ми прийшли до інших крайнощів – коли вибір занадто великий, все під рукою. Гуляти по ТРЦ – сучасний вид відпочинку, ідеалізований побут. Вхідні скляні двері в ТРЦ є ніби воротами в іншу реальність із перенасиченого проблемами міста. ТРЦ перетворилися на комфортний простір, у якому жителі столиці проводять час за шопінгом, приходять поспілкуватися з друзями в кафе, ресторанах, розташування яких посеред шопінг-молу забезпечує публічність. Для відвідувачів ТРЦ створений привабливий інноваційний простір для того, щоб вони залишалися в них якомога більше часу. Така публічність є скоріше грою у видимості, демонстрацією статусу на тлі зведеної до мінімуму комунікативної практики [3, с. 106]. Окрім великих продуктових магазинів, великої кількості магазинів всесвітньо відомих марок, є фудкорти та розважальні зони, а саме – різні атракціони, автодром, ковзанка, квест-кімната, тир, басейн, кінотеатр. Фраза «Давай поїдемо погуляємо в «DreamTown» останнім часом звучить все частіше. На жаль, жителі Києва обирають ТРЦ як місце відпочинку, ніж парк, музей, театр.

Весь простір району поділений парканами, інколи навіть кожен будинок має свій паркан, в якому є сам будинок, клумби, дитячий майданчик, стоянка машин. Декілька дворів утворюють свій простір, який перевантажений хаотично розташованими структурними елементами: кіосками, трансформаторними будками, продуктовими магазинами. Таким чином знижується можливість комунікації між жителями різних будинків. Двір «витісняє» людину. Інколи жителі не знають один одного, навіть коли живуть в одному будинку. Соціалізуватися можна лише через спільний побут: на лавках біля будинків, на дитячих, спортивних майданчиках, під час вигулу собак, вибивання килиму, набирання води у бюветі або ж на паркінгу. Для дітей також є культурні простори для соціалізації. Окрім розваг у ТРЦ, є музеї Експериментаріум та Пожежної справи, ГО «Музей історії Оболоні», Театр-студія «Райдо», галерея Izone, Центральна районна публічна бібліотека ім. О.С. Пушкіна.

Разом з тим, останнім часом в районі з'явилося багато активістів, які організовують невеликі флешмоби, таким чином згуртовуючи жителів району. З 2014 по 2017 р. на Оболонській набережній з'явилося три прапори: український, кримськотатарський та прапор ЄС [4]. Малювали прапор люди різного віку: діти, молодь, пенсіонери. У 2016 р. жителями району проведено флешмоб до Дня фізичної культури та спорту України, в 2018 р. – «Велосипедом на роботу».

Список використаних джерел:

1. КИЇВПРОЕКТУ – 70 років. К., 2006. 248 с.
2. Архітектор В. М. Ісак. URL: <http://www.logos.biz.ua/proj/baks/58.htm> (дата звернення 13.11.2019).
3. Анатомія міста: Київ. Урбаністичні студії. К., 2012. 195 с.
4. У Києві з'явився наймасштабніший прапор ЄС. URL: <https://ukr.segodaya.ua/kyiv/kpeople/v-kyeve-poyavilsya-samyu-masshtabnyu-flag-es-1031110.html> (дата звернення 13.11.2019).

*ШЕВЧЕНКО Д.О.,
вихованка секції «Етнологія» відділення історії,
учениця 10 класу гімназії «Діалог»
ГАВРИЛЮК Ж.М.,
вчитель історії гімназії «Діалог»*

ПОБУТ КИЯН ЗА ФОТОГРАФІЯМИ ХІХ – ПОЧАТКУ ХХ СТ.

Сьогодні не можна уявити наше життя без фотографії. Важко повірити, що ще півтора століття тому її не було, і такі важливі сфери духовного життя суспільства, як журналістика і мистецтво, обходилися без її участі. Одним з перших про необхідність фотофіксації культури говорив Ф. Боас. Його учениця М. Мід написала роботу з польової фотографії та методики візуальної фіксації «Балійський характер», в якій зробила спробу показати побут жителів острова Балі. Завдяки їй з'явився новий напрям – візуальна антропологія [1].

В останні роки значно зріс інтерес до старої фотографії, особливо в контексті історії Києва. «Перш за все треба відмітити їхню точність і правдивість, яких ніколи не можуть досягнути гравіровані та літографічні відбитки» [2]. Ці слова належать О. Сімзен-Січевському, першому досліднику старих світлин Києва.

Як і раніше, Київ залишався значним торговельним центром. Тут постійно розширювалась мережа торговельних закладів. У II пол. ХІХ ст. у Києві почалася «будівельна лихоманка», пов'язана з бурхливим розвитком промисловості. У місті, переважно в центрі, зводяться комфортабельні прибуткові будинки для заможних киян. На перших поверхах тут розміщувались контори банків та різноманітних установ, кінематографи та фотоательє, магазини.

Проте велика кількість людей, які прибували до Києва для роботи на промислових підприємствах, потребували житла. У місті починають будувати так звані доходні будинки – для різних категорій наймачів. Їхні власники здавали квартири й кімнати в найм. Отже, саме поняття «квартира» в сучасному розумінні цього слова виникло порівняно недавно – наприкінці ХІХ – на початку ХХ ст. Більшість киян, як і раніше, мешкали у власних будиночках.

Отже, аж до ХVІІІ-ХІХ ст. житло киян принципово майже не змінювалось. Конструкції будинків виявились настільки вдалими і пристосованими до місцевих умов, що їх відтворювали зі століття в століття. Та й спосіб життя і заняття киян змінювались не дуже сильно.

Український одяг ХVІІ – ХІХ ст. розкриває складність соціальної структури суспільства. Представники різних соціальних груп (ремісники, феодала, козацька старшина, рядове козацтво, бідні селяни, поміщики, міщани, торгівці, згодом робітники і буржуа) відрізнялись своєрідністю вбрання. Костюм того часу був своєрідною позначкою, за якою визначалась належність людини до певної соціальної верстви.

Розкішний одяг феодалів стверджував їхнє панівне становище, підкреслював державні привілеї. Виділялося своїм вбранням і заможне

козацтво, особливо старшина. Особливості в одязі мало духовенство – не лише у специфіці церковного одягу, а й в його незрівнянному багатстві, використанні золототканих привізних тканин, прикрас, дорогоцінної культурної атрибутики.

Для киян церква залишається центром культурного життя та найвизначнішою пам'яткою кожної місцевості, разом із тими скарбами, які вона має: ікони, реліквії, розписи, книги. Будівнича діяльність, насамперед церковна, відображає значною мірою освоєння і відновлення старих і нових земель – з цим пов'язане будівництво полкових і сотенних церков та канцелярій, шпиталів та шкільних будинків при них. Наприкінці XVII ст. шириться новий стиль церковного розпису: священні події подаються на тлі детально розробленого краєвиду, з тваринами, птахами (зразок цього стилю – розпис Троїцької церкви в Києво-Печерській Лаврі). Але мистецтво на цьому не зупиняється і розвивається світське малювання, особливо портретне. Серед портретистів були видатні майстри. Еліта українського суспільства: митрополити, гетьмани, полковники та їхні дружини, визначні міщани мали свої портрети, хто гірший, хто ліпший, великі, на весь зріст, а маленькі – для медальйонів. Портрети прикрашали будинки, їх покладали до трун; портрети відображалися на іконах, як жертводавців, так і тих, за спомин яких давали до церкви ікону. Портрети цікаві з різних поглядів: багато з них мають психологічні риси й допомагають уявити собі особу, портрет якої подається.

Навіть побіжне перерахування форм побутування фотографії в сучасній культурі показує, наскільки різноманітно і багато представлена вона в різних її розділах. Можна з упевненістю сказати, що, подібно до речі, фотозображення стає універсальною мовою сучасної цивілізації, беручи участь в різних формах комунікації – від повсякденної інформації про поточні події до складних форм художньої творчості.

Список використаних джерел:

1. Толмачева Е.Б. *Постановочная этнографическая фотография: источниковедческий подход* URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/postanovochnaya-etnograficheskaya-fotografiya-istochnikovedcheskiy-podhod>.
2. *Давні кийські фотографу та їхні знімки старого Києва.* URL: http://shron1.chtyvo.org.ua/Simzen-Sychevskyi_Oleksii/Davni_kyivski_fotohrafy_ta_ikhni_znimky_staroho_Kyieva.pdf.

**ДЕРЖАВА, РЕГІОНИ,
ПІДПРИЄМНИЦТВО:ІНФОРМАЦІЙНІ,
СУСПІЛЬНО-ПРАВОВІ,
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ
АСПЕКТИ РОЗВИТКУ**

Міжнародна конференція
21-22 листопада 2019 р.

*Технічні редактори: Мізус І.П., Коваль Я.С.
Оригінал-макет підготувала: Горячківська І.В.*

Підписано до друку 17.12.2019 р. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Друк офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 46,15. Наклад 500 прим.
Зам. 222

Університет економіки та права «КРОК»
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру ДК № 613 від 25.09.2001 р.

Надруковано департаментом поліграфії
Університет економіки та права «КРОК»
місто Київ, вулиця Табірна, 30-32
тел.: (044) 455-69-80
e-mail: polygrafi a.krok@gmail.com