

**Міністерство освіти і науки України
Черкаський державний технологічний університет
Черкаське регіональне відділення Соціологічної асоціації України**

**СОЦІАЛЬНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
ФІЛОСОФСЬКО-ОСВІТНІЙ ФСПЕКТ**

МАТЕРІАЛИ

**III науково-практичної конференції
(23-24 березня 2017 року, м. Черкаси)**

Черкаси 2017

ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ КОМІТЕТ

Григор О. О., ректор Черкаського державного технологічного університету – голова оргкомітету.

Андрущенко В. П., ректор Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова – співголова оргкомітету.

Бойко А. І., завідувач кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ – заступник голови оргкомітету.

Марченко О. В., завідувач кафедри філософії та релігієзнавства ЧНУ імені Богдана Хмельницького – заступник голови оргкомітету.

Кожмякіна О. М., доцент кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ – член оргкомітету.

Даценко В. С., доцент кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ – член оргкомітету.

Дроздова Т. О., доцент кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ – член оргкомітету.

Кулешов О. В., доцент кафедри філософських і політичних наук ЧДТУ – член оргкомітету.

Відповідальний редактор *Т. О. Дроздова*

Соціальні та гуманітарні технології: філософсько-освітній аспект :
матеріали III науково-практичної конференції (23-24 березня 2017 року,
м. Черкаси) / відп. ред. Т. О. Дроздова. – Черкаси : ЧДТУ, 2017. – 170 с.

У збірнику опубліковано матеріали III науково-практичної конференції «Соціальні та гуманітарні технології: філософсько-освітній аспект», що містять аналіз наявних і прогнозованих гуманітарних та соціальних технологій крізь призму практичного освітнього впровадження. В центрі уваги авторів – проблемне поле гуманітарних та соціальних технологій, ефективне функціонування яких неможливе без урахування суспільного досвіду минулого, аналізу сучасності, визначення ролі суспільних наук в процесі їх формування.

ЗМІСТ

Секція 1

ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ВИКЛИКИ, РИЗИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

<i>Шевченко П. В.</i> Ринок праці України в умовах формування ринкових відносин.....	6
<i>Шамара С., Ігнатенко Ю.</i> Політика пам'яті та соціокультурна реальність в Україні (пострадянські зміни і перспективи вивчення на початку ХХІ століття).....	11
<i>Альохін М. М., Федорінова Н. Є.</i> Теорія поколінь та її місце у трансформації особистості суб'єктів освітнього процесу.....	16
<i>Шевела А. О.</i> Фінансовий механізм регулювання доходів населення в Україні.....	22
<i>Лисюк О. В., Кожем'якіна О. М.</i> Проблеми і перспективи Біг-дата.....	28
<i>Собко Н. М.</i> Інвестиційний клімат України.....	30
<i>Топалова Т. С.</i> Сутність стратегічного планування і його місце в системі стратегічного управління.....	33
<i>Назарчук Б. Є.</i> Особливості банківського кредитування АПК в Україні.....	36
<i>Мороз Ю. А.</i> Економічна суть ліквідності і платоспроможності.....	40
<i>Буравченко Р. В.</i> Політичний режим в сучасній Україні: визначення та аналіз.....	45
<i>Бандурка В. С.</i> Мотиваційна політика на підприємстві в умовах трансформації.....	48
<i>Пушонкова О. А.</i> Методологічні аспекти сучасних гендерних досліджень..	51
<i>Беспалий М. П.</i> Підтримка та розвиток бранда в умовах кризи.....	54
<i>Слинько М. Ю.</i> Процес наукового пізнання в економічній теорії	57
<i>Гончаренко Р.</i> Місце і роль кібернетики в сучасному світі.....	59
<i>Хроленко М. В.</i> Комунікативні трансформації у медіареальності.....	61
<i>Ярошенко В.</i> Фінансова стійкість як необхідна умова ефективного функціонування економіки України.....	65

<i>Кучер Н. О.</i> Особливості діяльності малих підприємств в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення.....	67
--	----

Секція 2

СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТОВАНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДОБИ: НОВІ КОНЦЕПТИ ТА СУЧАСНІ РІШЕННЯ

<i>Kulieshov O. V.</i> Being and values as a problem of the naturalistic worldview...	70
<i>Яковенко А. І.</i> Духовність людини як суттєва складова соціалізації.....	73
<i>Бичик В. Ю.</i> Громадська думка як механізм соціального контролю в умовах суспільних трансформацій.....	74
<i>Даценко В. С., Даценко О. О.</i> Раціональне використання природного джерела енергії.....	78
<i>Казєєва А. С.</i> SMM та різновиди тактик підвищення ефективності реклами в соціальних мережах.....	80
<i>Лисенко О. М.</i> Сучасні соціально-правові аспекти реалізації права особи на доступ до інформації в Україні.....	82
<i>Дудко Л. А.</i> Інноваційні технології підготовки конкурентоспроможних спеціалістів в умовах сучасної цивілізації.....	87
<i>Кучер А. В.</i> Мотивація як основа ефективної роботи персоналу.....	90
<i>Десятніков І. В.</i> Зображення на банкнотах пострадянських країн як засіб політичної пропаганди.....	92
<i>Братко К. В.</i> Онтологічні виміри становлення ідентичності.....	98
<i>Гладун О. Д.</i> Музейний предмет у ціннісно-символічному полі культури...	100
<i>Кожем'якіна О. М.</i> Комунікативні технології медіадовіри в сучасному інформаційному суспільстві.....	102
<i>Соколова А. В.</i> Коучинг як інструмент перетворення агроменеджера на лідера.....	104
<i>Денисенко Т. О.</i> Теорія очікування як спосіб визначення мотивації працівника.....	109
<i>Дроздова Т. О.</i> Гендер і політика.....	114
<i>Іващук М. О.</i> Психологія управління персоналом.....	117
<i>Стоянова К. С.</i> Процес проведення наукового дослідження.....	120
<i>Хроль Ю. О.</i> Шляхи подолання опору працівників при проведенні змін в організації.....	123
<i>Лисенко К. В.</i> Соціальні мережі як засоби масової інформації.....	128

Секція 3

ГУМАНІТАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ: ПОШУКИ, ДОСЯГНЕННЯ, ПРОЕКТИ, ГІПОТЕЗИ

<i>Ярмак Т. В.</i> Міждисциплінарність як специфічна характеристика гуманітарних технологій в освіті.....	134
<i>Балагура О. О., Сагайдак І. С.</i> Гуманітарні технології в освіті як засоби самовираження та самореалізації особистості.....	136
<i>Бойко А. І.</i> Прогнозованість освіти.....	139
<i>Деркач Ж. В.</i> Морально-ціннісні аспекти виховання сучасної молоді.....	141
<i>Корж О. О.</i> Педагогічні проблеми виховання учнівської молоді.....	146
<i>Рилова О. Ю.</i> Вища освіта в контексті глобалізації.....	149
<i>Борисов Ю. Б.</i> Світоглядні аспекти у формуванні галузевих стандартів дизайн-освіти.....	153
<i>Бибик А. В.</i> Туризм як чинник виховання студентської молоді.....	155
<i>Chubina T. D., Usov D. V.</i> Problems of modern military and patriotic education.....	157
<i>Погасій Л.</i> Вивчення іноземної мови як інструмент формування повнофункціональної особистості в сучасних умовах.....	163
<i>Наші автори</i>	167

ТРАНСФОРМАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ РЕАЛЬНОСТІ: ВИКЛИКИ, РИЗИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Шевченко П. В.

Федерація профспілок Черкаської області

м. Черкаси, Україна

РИНОК ПРАЦІ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Трансформаційні процеси в економічній системі, складний кризовий період в Україні сприяли загостренню низки проблем, зокрема проблеми зайнятості, напруги на ринку праці, недосконалості регулювання попиту і пропозиції робочої сили з боку держави. Проблема зайнятості населення є актуальною як для суспільства, так і для держави.

Під зайнятістю як економічною категорією розуміють соціально-економічне явище, що відображає раціональне використання ресурсів праці, задоволення потреб народного господарства в робочій силі, забезпечення належного рівня життя зайнятого населення, задоволення потреб працівників у підвищенні професійного рівня, у всебічному розвитку особистості [1].

Зайнятість населення – це діяльність, пов'язана із задоволенням особистих і суспільних потреб, яка, як правило, приносить прибуток у вигляді заробітної плати, додаткових грошових допомог, натуральних виплат тощо [2].

Визначення зайнятості населення не обмежується відсутністю безробіття, а включає і широкий спектр економічних категорій, як-то: індивідуальна й колективна трудова діяльність, продуктивність праці, заробітна плата, мобільність, професійна підготовка працівника, тощо.

Сучасний ринок праці під впливом світової економічної кризи характеризується тенденцією росту безробіття, що перевищує показники зареєстрованого в останні роки зниження безробіття в розвинутих країнах.

Очевидно, що світова економіка більше не створює робочих місць, а уповільнення економіки у країнах, що розвиваються, супроводжується падінням ціни на сировину, що посилює негативні очікування й соціальну напругу. Низький рівень працевлаштування призводить до того, що формально працюючі люди забезпечують низький рівень продуктивності праці, відповідно отримують низьку заробітну плату.

Політика Європейського Союзу направлена на максимальне підвищення рівня зайнятості, що відображено у ключових Європейських нормативних актах. Так, Європейська соціальна хартія зобов'язує національні угоди визначати пріоритетом діяльності досягнення та підтримання високого й стабільного рівня забезпеченості населення. Європейська програма зайнятості та соціальних інновацій, як складова виконання Європейської стратегії 2020, ставить за мету досягнення високого рівня якості та стабільності зайнятості як гарантії належного і гідного соціального захисту, подолання соціального відторгнення та бідності, поліпшення умов праці [3].

Україна, перейшовши від планової економіки до господарювання в умовах вільного ринку праці, проходить складний шлях реформування економіки та впровадження ринкових відносин. Сучасний стан економіки України, що характеризується зниженням темпів виробництва, дисбалансом між попитом і пропозицією робочої сили, потребує модернізації виробництва, впровадження передових технологій та належної системи підготовки і перепідготовки фахівців, адаптованих до реальних конкурентних викликів.

За даними Держстату України у I півріччі 2016 року чисельність населення працездатного віку (15–70 років) становила 28,9 млн. осіб, у тому числі 16,2 млн. – зайняті особи, 1,7 млн. – безробітні, 11,0 млн. – економічно неактивні. Рівень безробіття становить 9,4 % економічно активного населення [4].

За показником безробіття Україна близька до показників безробіття країн ЄС. У той же час існує високий рівень неофіційного працевлаштування

населення, що знижує соціальну захищеність значної частини працівників сьогодні та при виході на пенсію. Так, за даними Пенсійного фонду України, чисельність працівників, за яких регулярно сплачується єдиний соціальний внесок становить 10,4 млн. (63,4 % зайнятого населення), майже 6 млн. мають неформальну зайнятість. Рівень молодіжного безробіття в Україні є високим – 25,1 % (15–24 роки) [5].

Тривожною тенденцією для національної економіки є скорочення частини зайнятих у промисловості та будівництві. Торгівля займає перше місце за чисельністю зайнятих – близько 3,5 млн. осіб (21,4 % загальної чисельності зайнятих), випередивши такі, традиційно численні, сектори як промисловість (2,6 млн. осіб), сільське господарство (2,9 млн. осіб). Неформальна зайнятість населення переважає в сільському господарстві, будівництві, торгівлі, готельному бізнесі та закладах харчування [4].

Ключовими елементами тривожної ситуації на вітчизняному ринку праці є оцінка роботодавцем праці працівника, низький рівень розміру прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати, зниження купівельної спроможності заробітної плати.

Низький рівень заробітної плати, відсутність можливостей офіційного працевлаштування на роботу з гідним заробітком спричиняє ріст трудової міграції. За різними джерелами, чисельність українців, які працюють за кордоном, оцінюється від 700 тисяч до 5 млн. осіб.

Зміни чинного трудового законодавства в країнах ЄС (Польща, Чехія), які сприяють адаптації українців на ринку праці цих держав, створюють серйозні загрози для українського ринку праці та фінансової стабільності Пенсійного фонду України.

Військові події на Сході України призвели до внутрішнього переміщення осіб на підконтрольні державі території та до складностей працевлаштування на новому місці проживання. Основаною причиною безробіття такої категорії населення є відсутність роботи з гідним рівнем заробітної плати. За даними

Державної служби зайнятості, в 2015 році за допомогою у працевлаштуванні звернулося 50 тис. із числа внутрішньо переміщених, а працевлаштувалося тільки близько 14 тис. осіб.

Перехід української економіки на ринкові механізми господарювання вплинув і на перспективу працевлаштування молоді. Практично ліквідована державна система розподілу випускників навчальних закладів. Крім того, що роботодавці вимагають від молодих фахівців досконалого знання комп'ютера, іноземної мови, пріоритетним ставлять наявність практичного досвіду роботи. Остання вимога значно знижує конкурентоздатність молодих фахівців. Особливо гостро стоїть проблема зайнятості молоді на селі. Низький рівень заробітних плат в аграрному секторі національної економіки, побутові умови життя спричиняють відтік переважно кваліфікованих фахівців у місто або за межі країни.

Вищезазначене зумовлює необхідність адаптації національного українського трудового законодавства до законодавства ЄС. Оскільки ринок праці – це економічна система відносин роботодавців, працівників і органів влади, то від сторін соціального діалогу залежить ефективність вирішення питань зайнятості, гідної оплати праці та прав працівників.

В Україні, яка задекларувала побудову Європейської моделі ринку праці, створені інституційні засади для реалізації ефективних практик зайнятості населення. 7 квітня 2016 р. Міністерством соціальної політики України, репрезентативними всеукраїнськими об'єднаннями організацій роботодавців, всеукраїнськими об'єднаннями профспілок та Міжнародною організацією праці підписано Меморандум про взаєморозуміння щодо реалізації Програми Гідної праці МОП для України на 2016–2019 р. р. Головна мета Програми – забезпечення повної, продуктивної, безпечної зайнятості з гідною оплатою праці шляхом реалізації спільних дій соціальних партнерів.

Спираючись на міжнародний досвід, Україна має можливість уникати помилок та формувати конкретні цілі, визначити шляхи їх досягнення. Сторони

соціального діалогу – уряд, роботодавці та профспілки – є учасниками Платформи громадського суспільства Україна – ЄС. За голосуванням профспілкової сторони на 3-тньому засіданні Платформи громадського суспільства Україна – ЄС 8–9 листопада 2016 року розглянуті питання сучасного ринку праці України, можливості адаптації трудового законодавства України до Законодавства ЄС.

Для поліпшення ситуації на ринку праці України потрібно провести адаптацію національного трудового законодавства до законодавства ЄС. Таким документом є новий Трудовий кодекс України, проект якого розроблявся з 2003 року та проходив правки і внесення змін не одного складу парламентарів. Останній проект прийнятий в першому читанні в 2015 році. Пройшов експертизу Міжнародної організації праці, але і сьогодні є предметом суперечок сторін соціального діалогу.

Важливим документом для перспективних позитивних змін ринку праці в Україні може бути імплементація Угоди про асоціацію України з ЄС та реалізація Плану заходів з імплементації Угоди.

На нашу думку, необхідними є якісна зміна діючого соціально-економічного курсу, перегляд пріоритетів соціально-економічної політики, в основі якої була б людина з її інтересами. Вирішення короткострокових проблем повинно враховувати можливості досягнення стратегічних цілей. В умовах кризи та посткризової ситуації головна ціль державної політики повинна полягати в забезпеченні гарантованого прожиткового мінімуму. Основні напрями політики боротьби з безробіттям: оптимізація зайнятості, розвиток підприємництва, сприяння посиленню здатності працівників до адаптації, забезпечення рівних можливостей на ринку праці.

Список використаних джерел

1. Богиня Д. П. Про зайнятість населення // Богиня Д. П. Основи економіки праці [Текст] : навч. посіб. / Д. П. Богиня. – 3-тє вид. – К.: Знання-Прес, 2002. – С. 270.

2. Історія економічних вчень [Електронний ресурс] // Режим доступу :
<http://ukrlib.net/listoryekonomichnix-vchen/95-kriza>.
3. Про зайнятість населення [Електронний ресурс] : Режим доступу :
<http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.

*Шамара С., Ігнатенко Ю.
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького,
м. Черкаси, Україна*

ПОЛІТИКА ПАМ'ЯТІ ТА СОЦІОКУЛЬТУРНА РЕАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ (пострадянські зміни і перспективи вивчення на початку ХХІ століття)

Сьогоднішній розвиток гуманітаристики в Україні стрімко підсилює інтерес до питань політики пам'яті та історичної свідомості. Пов'язано це з очікуваннями української спільноти на остаточне «оксамитове» розлучення з імперською спадщиною, котре умовно мало б відбутися у травні 2017 р., по закінченню терміну дії українсько-російських домовленостей про Чорноморський флот. Але в нових обставинах російської військової агресії і культурної експансії стосовно Української держави «прощання з імперією» видається проблематичним (часом здається, що засоби культури тут навіть впливовіші [1, с. 17-31]). Очевидно, що російське політичне керівництво наполегливо торпедує саму ідею української національної ідентичності та спроможність українців утворювати й утримувати власну державу. Внаслідок такого недобросусідського зовнішньополітичного курсу гуманітарною політикою Росії напрацьована цілісна стратегія із повернення України «в лоно русского мира». Її історія та історіографія відіграють у такому разі дуже важливе (якщо не найважливіше!) інструментальне значення. А їхні менш наукові похідні – політика пам'яті і власне її відображення в соціокультурних явищах – стають досить важливими чинниками суспільного буття в Україні.

Зауважмо, що актуальність щойно окресленого тематичного поля викликана не тільки російською експансією. Із ретроспективи останніх трьох десятиліть відкриваються реальні перспективи порівняльного аналізу офіційних політик пам'яті в Україні, Білорусі, Росії з одночасним з'ясуванням їхніх видозмін та суспільної користі (шкоди). Предметне поле такої компаративістики може сягати й інших пострадянських республік – як-то, Литва, Латвія, Естонія, Молдова, Грузія тощо. Актуальності порушеним нами питанням додає те, що з приводу політики пам'яті та відображення її у соціокультурній реальності сьогодні точаться широкі наукові дискусії, – і всередині українського наукового співтовариства, і на міжнародних полемічних майданчиках. А політизація питань історичних «правд» і «кривд» досягає часом такого рівня, що, здавалося б, вони турбують громадськість пострадянських країн більше за питання економічного добробуту та соціальної справедливості. Отже, дослідження політики пам'яті та історичної свідомості в Україні (інших пострадянських країн), – від часу розпаду СРСР, а особливо останніх 15 років – є на часі. Причому важливо розуміти не тільки форми і спрямованість офіційних комеморативних практик зазначених країн, а й, напевно більше, – відображення чи не відображення цих практик у соціокультурному просторі, тобто в суспільній історичній свідомості їхніх громадян.

По суті, ми занурюємося в царину цілої гуманітарної галузі *memory studies* (студіювання пам'яті). А цей напрям наукового пошуку є надзвичайно перспективним: і в сенсі розширення уявлень про предметне поле історичної науки, і стосовно вирішення конкретних дослідницьких завдань у площині політичної легітимації та національної ідентифікації тих чи тих державних утворень або етнокультурних спільнот. І дослідження «політики пам'яті» через аналіз процесу та засобів свідомого формування масових уявлень про минуле, ініційованих і втілених політичною елітою, що контролює владу, з метою власної легітимації та увічнення, для досягнення певних соціально-політичних цілей, реалізації націє- і державотворчих проектів має величезне значення.

Уже перші студіювання вище окреслених питань в Україні показали, що потрібно розрізняти «політику пам'яті», «колективну пам'ять» етнокультурних й інших ідентифікованих груп (до прикладу, верств) та «індивідуальну історію» окремо взятої персони. Розпад СРСР на зламі 1980-1990-х років призвів до бурхливих перемін соціокультурної реальності в Україні. Якщо узагальнити, то всі три «зрізи пам'яті» пострадянського мешканця України перебували у полоні декількох історичних топ-тем: «Революція 1917-го року» та її багатолітні наслідки, «Голодомор 1932-1933 рр.» як уособлення репресивного характеру всієї радянської системи, «Друга світова війна» і її консолідуючі та дезінтеграційні комеморативні практики. Такі глибоко історичні і навіть філософські питання, як багатовікове формування українського етносу і нації, історична пам'ять про суспільне буття українців у Російській імперії, участь українців у соціокультурних процесах Польщі і Білорусії, Угорщини й Австрії, Чехії і Словаччини, Румунії і Молдови, стосунки українства із Кримським ханством, балканськими країнами і Оттоманською Портою, країнами Північної та Західної Європи, США та Канади обговорювали хіба у вузьких колах спеціалістів або ж окремі люди, особисто зацікавлені в цих темах.

Тож більшість українського суспільства на початку 1990-х років потрапила в конкуруюче поле декількох політичних суб'єктів, які продукували свою політику пам'яті (компартия України, Народний рух України, вплив Російської держави). Водночас національно реінкарнувалася приспана радянським інтернаціоналізмом «колективна пам'ять» українців – зайшла мова про чергове «національне відродження» (та воно стосувалося не тільки українців, а й багатьох нацменшин). Руйнація радянської системи комсомольського, партійного, профспілкового та іншого контролю давала жителю молодій Українській державі більш вільно вибирати із цього розмаїття історичної пам'яті свою індивідуальну «правду». Проте це не призвело до консолідації українського суспільства довкола якогось одного бачення свого минулого. Соціокультурна реальність кінця ХХ ст. призвела і до суперечливої політики

пам'яті пострадянської політичної еліти, і до контраверсійних поглядів українських громадян на ті чи ті історичні топ-теми через свою етнокультурну пам'ять. У масовій свідомості дефрагментація вчорашнього радянського історичного нарративу проходила приблизно за такою візуальною схемою конкуренції етнокультурних «правд історії» та поки що ближчої багатьом громадянам патримоніальної і заідеологізованої державної дидактики (Табл. 1):

Таблиця 1

українці	українці	українці	білоруси	українці
євреї	геноцид	консерватизм	СРСР	росіяни
поляки	націоналізм	ГРОМАДЯНИН	комунізм	росіяни
чехи/словаки	порозуміння	лібералізм	колонія	росіяни
угорці	румуни	кримські татари	українці	росіяни

Власне для більшості українських громадян 1990-х років характерним було переконання, що саме держава (а не інститути громадянського суспільства) мусить забезпечити суспільну злагоду чи хоча б згоду на темах історії. Ця данина «державному регулюванню» призвела до того, що різні політичні сили лишень спекулювали на «історичних правдах» від виборів до виборів, – чим не консолидували, а тільки розколювали суспільство. Причому, нав'язлива думка про надважливу місію держави у цьому процесі, якщо вірити поданій вище таблиці, лине в Україну (і сприймається українськими політиками) зі сходу. Цікаво, що цей «євразійський» підхід стосується у нас і націоналістів із консерваторами-правоцентристами, і лібералів-центристів із комуністами-лівими із класифікації Тараса Кузьо [1, с. 415-416].

Наведемо лише один приклад пострадянських трансформацій політики пам'яті та її колективного й індивідуального відображення в історичній свідомості українських громадян. Власне, потрібно розуміти, що в Україні ці трансформації почалися за декілька років до проголошення незалежності, тобто – в рамках політики «перебудови» та принципу інформаційної «гласності». Дуже цікавим джерелом тут є листи з Києва, які впродовж року писала Соломія Павличко до свого майбутнього чоловіка Богдана Кравченка, в Канаду. Так,

22 травня 1990 р. біля університетського пам'ятника Т. Шевченку проходив національний мітинг із нагоди чергової річниці перепоховання українського генія. За всіма канонами «радянської законності» це зібрання було антидержавним, як і багато чого в добу «горбачовської перебудови»: тут були і цілком у шевченківському дусі майже неприховані заклики до повалення системи, і червоно-чорні бандерівські стяги поряд із синьо-жовтими прапорами, і єпископ-депутат із РПЦ, який пішов геть. Власне це була демонстрація української – громадянської (стрімко формованої) – політики пам'яті із її миттєвим відображенням в історичній свідомості представників різних поколінь та верств суспільства (яку вже через півтора роки державні діячі України привласнили собі). Проте Соломія Дмитрівна, вчена, – сумніватися в патріотичній позиції якої не приходиться, – досить скептично оцінила побачений підхід до вшанування пам'яті. Крім жаху, який відчувала від споглядання стихійної «бандерівщини», вона так само не була у захваті від низькопробної шароварщини. «.. Думати неприємно, що маленький хлопчик, який декілька годин простояв на сходах до пам'ятника з хрестом і в жовтих шароварах, може якось ототожнюватися з майбутньою Україною» [2, с. 18], – написала Павличко у листі. Цілком очевидно, що особисте сприйняття Соломією такої політики пам'яті відрізнялося від масового. Її рецепт консолідації України напевно виключав і радикальний націоналізм, і етнічне малоросійство. У контексті згадок про Черкащину, наприклад, для неї більшим європейцем і українцем був радянський професор Станіслав Губар, який виступав за ринкову економіку, називав більшовизм «гібридом утопії і насильства» [2, с. 31], ніж депутат Верховної Ради із Черкащини, який у вищій сорочці дякував урядові В. Масола [2, с. 21].

Маємо підстави підсумувати, що пострадянські зміни політики пам'яті та соціокультурної реальності в Україні зрушили з місця не тільки суспільний погляд на «історичне значення» СРСР та діяльність компартії, а й на «священну корову» радянської міфології – “Велику Вітчизняну війну” в комуністичній

інтерпретації. І хоча радянська ідентичність деяких верств усередині 1990-х, потім у 2003-2005, 2010, 2013-2014 рр. знову «повертала» цей міф навіть у підручники [3, с. 214], сьогодні вже існує деміфологізоване бачення історії України у Другій світовій війні. Перспективи вивчення цих питань у наш час прямо пов'язані з європейськими підходами до ретельної реконструкції існуючих історичних міфів та стереотипів; із застосуванням форм політики історичної пам'яті (комеморації), відомих у Польщі, Німеччині, Франції, інших країнах; із напрацюванням культури пам'яті, яка об'єднує, а не роз'єднує.

Список використаних джерел

1. Гнатюк О. Прощання з імперією: Українські дискусії про ідентичність / О. Гнатюк. – К.: Критика, 2005. – 528 с.
2. Павличко С. Листи з Києва / С. Павличко. – К.: Основи, 2001. – 160 с.
3. Портнов А. «Велика Вітчизняна війна» в політиках пам'яті Білорусі, Молдови та України: кілька порівняльних спостережень // Україна Модерна / А. Портнов. – 2009. – Ч. 4(15). – С. 206-218.

*Альохін М. М., Федорінова Н. Є.
Криворізька загальноосвітня школа № 122,
м. Кривий Ріг, Україна*

ТЕОРІЯ ПОКОЛІНЬ ТА ЇЇ МІСЦЕ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ СУБ'ЄКТІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Сьогодні зміст та методика середньої освіти дійшли до точки неповернення: у школах склалась критична ситуація із забезпеченням якості освіти, що здобувається, прозорості та ефективності функціонування закладу; низько кваліфікованим, морально та фізично застарілим кадровим складом; відсутністю реальних важелів реалізації управлінських рішень, врешті-решт, чимало установ освіти стали плацдармами агітаційної роботи, майданчиками втілення власних педагогічних чи адміністративних амбіцій, відсуваючи на другий план первинне призначення школи. Усе це детермінувало потребу

докорінної зміни центральної парадигми вітчизняної освіти, філософії освіти та її рефлексії освітнього процесу.

Революційним для багатьох сфер українського суспільства виявом такого переосмислення стало ухвалення Концепції реформування середньої школи «Нова українська школа», у якій уперше на державному рівні було офіційно визнано неефективність алгоритмізованого навчання, вказано, що «сучасна українська школа не готує до навчання впродовж життя, критичного мислення, правильних формулювань цілей та методів їх досягнень; навичок працювати у команді, спілкуватися у полікультурному середовищі; володіти сучасними вміннями». Концепція «Нова українська школа» уперше підняла раніше табуйовані питання автономізації закладів освіти, чітко визначила ключові життєві компетентності, врахувала засади Теорії поколінь, в основу якої покладено світовий педагогічний досвід та результати наукових досліджень.

Теорія поколінь була сформульована у 1991 році американськими вченими Нейлом Хоузом та Вільямом Штраусом, предметним полем досліджень яких був «конфлікт поколінь», не пов'язаний із віковими протилежностями. У їх працях зазначається, що покоління – це конгломерат людей, народжених у певний проміжок часу, які потрапили під вплив однакових подій, особливостей виховання та яким було прищеплено однакову чи схожу філософію. Фундаментом Теорії є припущення про те, що умови та обставини, у яких протікає життя кожної дитини віком до 12-14 років, формують своєрідну модель поведінки та систему цінностей, до яких індивід скеровується протягом усього життя. Безумовно, під впливом факторів зовнішнього середовища відбувається корегування життєвих установок та рис індивіда, однак базові, закладені у дитинстві, особистісні фігурації залишаються непорушними на рівні аксіом [1].

Нині український освітній простір поєднує непоєднуване: у загальноосвітньому навчальному закладі відбувається зіткнення одразу п'яти

(!) поколінь: мовчазного покоління (1922–1944); покоління бeбі-бумерів (1944–1963); покоління X (1964–1983), покоління Y або міленіумів (1984–2000) та представників останнього нині визначеного циклу – покоління Z (2001р. – т/ч).

Формування *мовчазного покоління (1922–1944)* відбувалось під впливом другої світової війни, сталінських репресій, Голодомору, форсованої індустріалізації, тож відмінними рисами представників цього покоління є гіпервідповідальність, терплячість, вірність, неухильна законослухняність, етатизм, повага до статусів, возвеличення культу сім'ї. За даними Інформаційної системи управління освітою (далі – ІСУО), середньостатистичний педагогічний колектив школи налічує 7,87% вчителів мовчазного покоління.

Прагнення до лідерства, командний дух, допитливість, широкий особистий світогляд, оптимізм та високий трудовий потенціал – притаманні риси *покоління бeбі-бумерів (1944–1963)*, вихованих на тлі становлення СРСР як світової супердержави, підкорення космосу, «холодної війни», гарантування безкоштовного та якісного медичного обслуговування та освіти. У середньому, за даними ІСУО, нині в українській школі таких працює близько 20,8% від загальної кількості педагогів.

Представники покоління X (1964–1983) виховувались у період продовження «холодної війни», появи наркотиків та ВІЛ-інфекції, війни у Афганістані, тотального дефіциту. Їх глибокими переконаннями є те, що вибудова професійної траєкторії, як і досягнення приватного добробуту, є особистою справою кожного окремо, у якій покладатися слід виключно на власні сили. Представники зазначеного покоління – надійні, відповідальні, цілеспрямовані та самостійні; їм притаманна здатність навчатися протягом усього життя; вони цінують можливість вибору і є прагматиками. Зазвичай, вони чуйні і готові до змін, стійкі до екстремальних ситуацій. Поряд із тим, у порівняння із іншими поколіннями, у X-ів ослабленні почуття патріотизму, недостатня варіативність, креативність та слабке інноваційне мислення,

недовіра до сучасних технічних засобів. Представництво даної групи серед педагогів становить 49,3%, що становить майже половину усіх вчителів школи. Крім того, лєвова частка батьківської громадськості також належить до покоління X.

Єдиний міжпоколінний контакт педагогів та учнів простежується у лоні **покоління Міленіум (1984–2000)**: 21,78% вчителів в українських школах мають вік, менше за 30 років, тоді як сучасні старшокласники 1999–2000 р. н. закривають вікові межі Y-ків. Соціально-економічним тлом виховання представників даного кластеру є поява мобільних телефонів, поширення ПК, вільний доступ до всесвітньої мережі, розвиток цифрових технологій, культивування брендів; розпад СРСР; теракти, військові конфлікти та епідемії. Постійне прагнення до вражень, швидкість, свобода, драйв, прагнення до миттєвого результату, незалежність і самодостатність, гедоністичні установки і філософія «тут і зараз», вимір життя «сьогоднішнім днем» – усе це є характерними рисами покоління «ігреків». Для представників цієї групи не існує чіткої грані між реальним та віртуальним світом, а правила субординації є формальністю. Представники цього покоління жадають досягти перспективи свого розвитку і усвідомлювати, які саме амбіційні кроки слід зробити для успішного кар'єрного просування.

Переважає більшість сучасних учнів, народжених після 2001 року, об'єднані належністю до **покоління Z**, що є умовною проекцією мовчазного покоління, враховуючи спіральність поколінного поступу. На жаль, донині достеменно не визначено характеристик «зетів», однак науковці вважають, що перейнявши завзятість і працездатність своїх прапрабатьків, сучасні школярі у майбутньому візьмуть на себе відповідальність задля розв'язання стратегічних завдань, адже тлом їх особистісного формування є глобалізація, економічна та політична нестабільність, кольорові революції, нові епідемії та зростання соціального напруження у світі.

Таким чином, цілком ймовірно, що більшість конфліктів в освітньому середовищі можна пояснити власне особливостями міжпоколінної варіантності: інформаційна некомпетентність X-ів та, навпаки, фундаментальні досягнення у цифровій сфері Y-ків; професійна немобільність мовчазного покоління і Z-тів проти швидкоплинності тих самих Y-ків – початок невичерпного переліку прямих розбіжностей, що у навчальному процесі часто детермінують відкриту міжособистісну конфронтацію серед усіх учасників шкільного життя.

Забезпечення ж стійкого функціонування освітньої галузі апіорі виключає наявність окресленої деструкції, тож особистісна трансформація – процес розвитку особистості, у ході якого вона набуває цілісності та завершеності і є ознакою індивідуалізації, є одним із варіантів гармонізації соціальних взаємин, подолання міжпоколінних конфліктів та адаптації до суспільних викликів сьогодення [2].

Авторське соціологічне опитування, проведене у місті Кривий Ріг восени 2016 року, генеральну сукупність якого становили 62 учні 9-11 класів та 20 педагогів КЗШ № 122, а також 16 директорів шкіл міста, оброблене методом кластерного аналізу, відкрило можливість уперше у науковій площині сформулювати 5 основних рис сучасного адміністратора, вчителя та учня поглядами трьох зазначених соціальних спільнот (див табл. 1, де за кожною групою представлені узагальнені думки у послідовності «адміністратор» – «педагог» – «учень», якщо відповіді збігалися, це відображено з'єднанням клітинок).

Так, найважливішими якостями сучасного адміністратора школи визначено толерантність і дитиноцентризм; компетентність та справедливість. Портрет сучасного педагога узагальнює, крім компетентності, ще і креативність та тактовність (людяність, толерантність). А сучасний школяр є високотехнологічним та здатним до самоосвіти й саморозвитку.

Табл. 1 Результати соц. дослідження «Портрет суб'єктів НВП: погляд зсередини»

Сучасний адміністратор	Сучасний педагог			Сучасний школяр	
<i>Толерантність і дитиноцентризм</i>	<i>Компетентність</i>			<i>Технологічність</i>	
<i>Компетентність</i>	<i>Креативність</i>			<i>Здатність до самоосвіти</i>	
<i>Об'єктивність та справедливість</i>	<i>Людяність</i>	<i>Такто-</i>	<i>Толеран-</i>	<i>Висока мотивація до</i>	<i>Швидкість</i>

				<i>вність</i>	<i>тність</i>	<i>навчання</i>		<i>операцій</i>
<i>Самороз- виток</i>	<i>Іннова- ційність</i>	<i>Відпові- дальність</i>	<i>Саморо- виток</i>	<i>Відпові- дальність</i>	<i>Неорди- нарність</i>	<i>Іннова- ційність</i>	<i>Творчість</i>	<i>Відпові- дальність</i>
<i>Інтелек- туальність</i>	<i>Об'єктивність</i>		<i>Справед- ливість</i>	<i>Органі- зованість</i>	<i>Справед- ливість</i>	<i>Вихова- ність</i>	<i>Людяність</i>	<i>Толеран- тність</i>

Бачимо, що очікувані від суб'єктів освітнього процесу риси (адміністратор мовчазного покоління, педагог покоління X, школяр з числа Y) цілком чи частково (ті самі соціальні ролі в умовах інших поколінь) віддзеркалюють фундаментальну Теорію поколінь, вкотре доводячи необхідність зважати на неї під час формування педагогічного штату закладу, плануючи роботу із батьками, готуючись до уроків та позаурочної діяльності.

Висновки. Сьогодення – час карколомних змін, у якому трансформація особистості залишається винятковою нагодою не загубитися у швидкоплинному суспільному поступі. Відповідати викликам часу, серед іншого, є пріоритетом світової і вітчизняної освіти, адже для успішної соціальної адаптації слід мати фундаментальне уявлення про закономірності міжпоколінної комунікації, навчаючи цьому сучасних школярів; перебудовуватися заради максимального досягнення поставлених цілей, бути у тренді швидкоплинних тенденцій світу.

Список використаних джерел

1. Костенко И. Теория поколений и портрет современного молодого специалиста [Електронний ресурс] / Костенко И. // Режим доступу: http://n-auditor.com.ua/ru/component/na_archive/870?view=material– Назва з екрана.
2. Русинка І. І. Трансформація поведінки особистості / І. І. Русинка // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 30. – С. 320–325.

Шевела А. О.

*Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

ФІНАНСОВИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Ринкова трансформація економічних систем пострадянських країн зумовила радикальні зміни у всіх сферах життя суспільств. Перехід до ринкового ціноутворення, приватизація державного майна, тривалий трансформаційний спад, а відтак і зменшення фінансових ресурсів держави змінили механізми регулювання доходів населення у країнах з перехідною економікою. Передовсім відбулися глибокі зміни у функціональному розподілі доходів, що виявилось у безпрецедентному зменшенні частки заробітної плати у грошових доходах населення. Натомість частка трансферів досягла рівня, що підриває стабільність господарських систем окремих країн. Радикальні зміни в родинному розподілі доходів призвели до небувалого розширення зони бідності та зростання розриву в доходах між багатими та бідними домогосподарствами.

У вітчизняній економічній науці ще немає дослідження, у якому було б проаналізовано вплив трансформації економічних систем на нерівність розподілу доходів населення та бідність у країнах. Для цього необхідно зіставити стратегії економічних перетворень, особливості та закономірності здійснення ринкових реформ у різних групах країн, виявити вплив трансформаційного спаду на реальні доходи населення. Необхідно проаналізувати основні складники механізму формування доходів населення. Нагальним завданням є дослідження ефективності використання фіскальних інструментів для перерозподілу доходів населення задля зменшення нерівності у їх розподілі та подоланні бідності.

В економічній науці є декілька основних шкіл, які зробили суттєвий внесок у формування теорії розподілу доходів населення. Серед таких шкіл слід назвати класичну школу, марксизм, маржиналізм та інституціоналізм. Представники класичної школи вперше сформулювали струнку систему поглядів на проблеми розподілу доходів. На їх думку, держава не повинна втручатися у розподільчі відносини, а повинна бути, за образним висловом Лассаля, лише «нічним сторожем».

Представники марксизму не вірять у можливості поліпшення становища робітничого класу в межах капіталістичного ладу. Маркс стверджував, що з розвитком ринкової економіки становище найманих працівників погіршуватиметься, оскільки робітники є у повній залежності від капіталіста, який всілякими способами експлуатує їх. Тому вирішення розподільних відносин можливе лише зі знищенням капіталістичного ладу і побудовою комуністичного суспільства. Марксистська ідеологія відіграла важливу роль у Радянському Союзі та у країнах Східної Європи.

Однією з важливих ідей маржиналістського підходу є теорія розподілу доходів, що ґрунтується на основі граничної корисності, згідно з якою усі фактори виробництва створюють національний дохід і беруть участь у його привласненні. Праця привласнює частину доходу у вигляді заробітної плати, капітал – у формі відсотка, а земля – ренти. Прибуток є платою за використання такого фактору виробництва як підприємницький хист. Теорія граничної корисності залишається однією з найпоширеніших пояснень розподільних відносин.

Однак використання некласичної теорії для аналізу процесів розподілу доходів в умовах перехідних економік є дуже проблематичним. Навіть поверхневий погляд на ситуацію із функціональним розподілом доходів дає підстави стверджувати, що наймані працівники не отримують свого граничного продукту.

Прихильники інституціоналізму наголошують, що соціальні інститути мають велике значення при дослідженні темпів та успіхів/невдач економічних перетворень у країнах з перехідною економікою, соціальних змін у посткомуністичних країнах, проблем економічного зростання, ринку праці, добробуту, розподілу доходів, бідності, тіньової економіки, корупції тощо. На наше глибоке переконання, саме інституціоналізм є тією теоретичною основою, за допомогою якою повинен здійснюватися аналіз розподілу доходів у перехідних економіках.

В економічній науці склалися два підходи до аналізу розподілу доходів населення – функціональний і родинний. Функціональний розподіл доходів показує, як доходи розподіляються між власниками факторів виробництва. Національний дохід розподіляється між власниками факторів виробництва відповідно до функції, яку виконує той чи інший фактор. Згідно з неокласичною теорією розподілу, ціна такого фактора виробництва як праця визначається граничним продуктом праці. Тому у країнах з високою середньою продуктивністю праці високою є і реальна заробітна плата. У перехідних економіках часто фактор виробництва – праця – є відносно надлишковим, а фактор капітал – відносно дефіцитним. Цим частково пояснюється низька частка оплати праці у структурі національного доходу.

Основними показниками розподілу доходів населення є децильний коефіцієнт, коефіцієнт фондів, крива Лоренца та коефіцієнт Джині. Для становлення межі бідності найчастіше використовують абсолютні та відносні критерії. Для міжнародних порівнянь найчастіше використовують добовий дохід на одну особу, що дорівнює 1 дол. США за паритетом купівельної спроможності. В дослідженнях бідності у перехідних економіках Світовий банк використовує абсолютну межу бідності на рівні 2,15 дол. ПКС, що відповідає найнижчій межі бідності у цих країнах, або 4,3 дол. США.

В усіх економічних системах уряд перерозподіляє доходи населення для зменшення нерівності у їх розподілі та зменшення рівня бідності. Масштаби цього перерозподілу залежать від багатьох чинників: тип економічної системи, історично сформована практика, пріоритети державних видатків, політичний процес, фаза ділового циклу, цінності населення тощо.

Зниження нерівності у розподілі доходів та ліквідація бідності є можливими у тому випадку, коли існує політичний консенсус, тобто усі політичні сили, що знаходяться при владі, усвідомлюють важливість даних проблем. Такий консенсус важко досягти, коли політичні еліти не працюють на благо усього суспільства, в тому числі і на благо бідних. Корупція, «захоплення

держави», тіньова економіка лише ускладнюють проблеми у сфері розподілу доходів.

В Україні для аналізу доходів населення використовують два основних підходи. На макроекономічному рівні доходи населення до 2001 р. аналізували на основі Балансу грошових доходів і витрат населення (БГДВН), а після 2002 р. використовують Систему національних рахунків. БГДВН характеризував обсяг та джерела грошових доходів населення, обсяг і структуру їх видатків, а також співвідношення доходів і видатків.

Дані БГДВН свідчать, що найзначніші зміни у структурі доходів населення відбулися на початку 1990-х років. Протягом десятиліття економічного спаду 1990-х років в Україні відбулися різкі зміни у структурі доходів населення. По-перше, частка оплати праці різко скоротилася. Так, у 1990 р. частка оплати праці та доходи від підприємницької діяльності становила більше 70%, а у 1998 р. зменшилася до 48%. Лише з 2000 р. частка оплати праці у грошових доходах населення почала зростати. По-друге, протягом 1990-х років зростає частка соціальних трансферів. У 1990 р. частка пенсій, допомоги та стипендій у структурі грошових доходів становила менше 16%, а вже у 1994 зростала до майже 20%, досягнувши піку у 1997 р. (25%). У наступні роки частка трансферів у структурі доходів дещо знизилася і стабілізувалася на рівні 20%. Ситуація ускладнювалася також затримками із виплатами заробітної плати. Органи статистики почали фіксувати обсяги заборгованості із виплатами заробітної та соціальних трансферів з 1995 року. Заборгованість досягла максимуму у 1999 році, однак з відновленням економічного зростання її вдалося суттєво знизити.

Дані СНР свідчать, що найважливішим джерелом доходів населення є заробітна плата. Частка зарплати у структурі доходів домогосподарств є доволі стабільною – приблизно 43-44%. У абсолютному вираженні реальна заробітна плата зростала з 2001 року після більш десятиліття стагнації. Темпи зростання реальної заробітної плати у 2003-2005 рр. перевищувала 15%, а у 2006-2007 р. –

навіть 20%. Зростання заробітної плати було викликано підвищенням продуктивності праці, зростанням конкуренції на ринку праці, дефіцитом працівників робочих професій, зростанням мінімальної заробітної плати.

Частка соціальних трансферів у доходах домогосподарств поступово підвищувалася. Це було спричинене кількома факторами. По-перше, економічне зростання дозволило збільшити доходи бюджету, а відтак – суттєво збільшити видатки, в тому числі і на соціальні трансфери. По-друге, політична боротьба між різними політичними партіями викликала економічний популізм і соціальні видатки стали інструментом у боротьбі за голоси виборців. По-третє, від часу проголошення незалежності в Україні лише приймали нові соціальні програми без відміни чи реформування старих, а відтак система соціальних трансферів є надзвичайно громіздкою, заплутаною і неефективною.

Другий підхід до аналізу доходів домогосподарств ґрунтується на даних обстежень умов життя домогосподарств. Такі дослідження дають змогу не лише аналізувати структуру та динаміку доходів усіх домогосподарств, але й глибоко вивчити особливості структури доходів міських та сільських домогосподарств. Особливо важливим є дослідження бюджетів домогосподарств з різним рівнем доходів, що дозволяє виявити закономірності та особливості формування та використання доходів бідними та багатими домогосподарствами.

Боротьба з бідністю, яку Україна декларує вже протягом десятиліття, також має багато недоліків. Методологія визначення межі бідності в Україні є давно застарілою і вимагає принципового оновлення. На нашу думку, єдиним соціальним показником, який визначає бідність в країні має стати прожитковий мінімум.

З початком ринкових перетворень відбулися істотні зміни в джерелах доходів. Найважливіша зміна стосується зниження ваги заробітної плати у структурі доходів. Частка зарплати в сукупних доходах домогосподарств була найнижчою у 1994–1996 рр., коли вона ледь перевищувала 40%. Щоб

підтримати рівень життя, що швидко знижувався, населення намагалося отримувати додаткові доходи від особистого підсобного господарства (ОПГ). Частка доходів від ОПГ зросла до більш ніж 30% сукупних доходів. Від 1997 року спостерігалось поступове зростання частки заробітної плати і зменшення доходів від ОПГ.

Для аналізу впливу кожного джерела доходів на загальну нерівність було здійснено декомпозицію коефіцієнта Джині за грошовими доходами. Дані обчислень свідчать, що найбільший вклад у нерівність розподілу доходів усіх домогосподарств вносить оплата праці (65 до 68% коефіцієнта Джині). У 2003–2009 рр. внесок пенсій у нерівність розподілу грошових доходів становив від 10 до 13%. Вплив допомог, пільг та субсидій на нерівність розподілу грошових доходів залишався здебільшого нейтральним. Лише у 2005, 2009 і 2010 роках вплив цих джерел доходів був слабко перерозподільним, тобто вони зменшували нерівність розподілу доходів. Відтак очевидним є той факт, що державні трансфери не є адресними.

Нині Україна дуже відстає від більшості європейських країн за багатьма показниками економічного розвитку. Хоча стабільне економічне зростання впродовж останніх років суттєво підвищило рівень доходів населення, однак потрібно ще багато років, щоб досягти середньоєвропейського рівня добробуту.

Список використаних джерел

1. Асемоглу Д. Институты как фундаментальная причина долгосрочного экономического роста / Д. Асемоглу, Дж. Саймон, Дж. Робинсон // Эковест. – 2006. – № 5 (1). – С. 4–43 ; № 5 (2). – С. 180–247.
2. Бедность в Восточной Европе и СНГ // Обзор экономического положения Европы. – 2004. – № 1. – С. 183–198.
3. Белова Н. Ф. Семейный бюджет : статистический аспект / Н. Ф. Белова, И. И. Дмитричев. – М. : Финансы и статистика, 1990. – 143 с.
4. Бідність в Україні : оновлений звіт. – К. : Світовий банк, 2007. – Звіт № 39887-UA. – 53 с.

5. Блауг М. Економічна теорія в ретроспективі / М. Блауг ; [пер. з англ. Іван Дзюб]. – К. : Основи, 2001. – 670 с.
6. Болотіна Н. Б. Право соціального захисту в Україні : Навч. посіб. / Н. Б. Болотіна. – К. : Знання, 2006. – 615 с.
7. Ватаманюк О. З. Заощадження в економіці України : макроекономічний аналіз / Остап Ватаманюк. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2007. – 536 с.
8. Витрати і доходи домогосподарств України у 2000 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) / Стат. збірник. – К. : Держкомстат України, 2001. – 344 с.
9. Витрати і доходи домогосподарств України у 2001 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) / Стат. збірник. – К. : Держкомстат України, 2002. – 352 с.
10. Витрати і доходи домогосподарств України у 2002 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) / Стат. збірник. – К. : Держкомстат України, 2003. – 450 с.

*Лисюк О. В., Кожем'якіна О. М.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ БІГ-ДАТА

Одним із важливих аспектів становлення сучасного інформаційного суспільства є суттєві трансформації повсякденності, що актуалізує, зокрема, проблему захищеності та відкритості приватного життя в цифровому середовищі. Сучасні інформаційні технології радикально змінили наше повсякденне життя, освіту, науку, медицину, бізнесову та політичну сфери, сприяючи накопиченню суттєвих масивів даних (Біг-дата), що характеризуються значним обсягом, варіабельністю, швидкістю накопичення інформації [1].

Повсякденне життя звичайної людини в сучасному інформаційному просторі обумовлюється тотальною проникністю Інтернету, появою та динамічним розвитком соціальних мереж, розмаїттям всіляких гаджетів тощо. Біг-дата означає, що всі дії, які здійснюються в мережі чи поза нею, залишають цифровий слід. Будь-який розрахунок платіжною карткою, запит в пошукових сервісах, користування електронною поштою, фіксоване переміщення зі смартфоном в кишені, навіть звичайний лайк в соцмережі – все це накопичується, зберігається, аналізується, в цілому передбачаючи збір та обробку величезного масиву цифрової інформації.

Особливо цікавим постає питання можливості аналізу специфіки життєдіяльності за допомогою наявної цифрової інформації про певну людину. В межах даного дослідження нами була здійснена спроба дослідити людську особистість за допомогою методу психометрії [2]. Суть експерименту полягає у спробі довести, що за умови детального вивчення сторінки людини в соціальній мережі, історії її лайків, груп, в які вона вступила, наданих коментарів тощо, можна доволі точно оцінити особистість та визначити її характерні ознаки.

Задля порівняння учасникам експерименту було запропоновано заповнити психометричні анкети, які надають можливість більш-менш точно охарактеризувати людську особистість. Наступною частиною експерименту було вивчення контенту сторінок учасників експерименту, їх вподобань, спільнот, настроїв, інтересів, реакцій і т.д., в результаті чого була здійснена спроба дати їх «цифрову» характеристику. Головною метою проведеного експерименту було порівняння двох характеристик – «цифрової» та особисто заповненої психометричної.

В результаті дослідження було виявлено, що анкети дають дуже схожу персональну інформацію про людину, причому «цифрова» характеристика є навіть більш точною. За кількісними показниками різноманітної активності в соціальних мережах та якісною характеристикою обраних груп можна зробити висновки про екстраверсивність-інтраверсивність людини, сферу її інтересів,

переваг, настроїв, а також проблем, хвилювань, пересторог тощо. Такі дані, з одного боку, є цінним матеріалом для різноманітних соціологічних досліджень, з іншого боку, демонструють проблему відкритості особистої інформації, вразливості людини, її незахищеності. Відтак, можемо відзначити неабияке зростання ролі цифрових даних у сучасному суспільстві, що відкриває проблеми їх комерційної та наукової цінності, а також можливостей маніпулятивного впливу та шахрайства.

Список використаних джерел

1. Майер-Шенбергер В. Большие данные. Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим / Виктор Майер-Шенбергер, Кеннет Кукьер; [Пер. с англ. И. Гайдюк]. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
2. Rust J. Golombok S. Modern Psychometrics. The Science of Psychological Assessment / John Rust and Susan Golombok. – London: Routledge, 2009. – 240p.

Собко Н. М.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ УКРАЇНИ

Інвестиційний клімат – це узагальнена характеристика сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних, соціально-культурних передумов, що зумовлює привабливість і доцільність інвестування в ту або іншу господарську систему (економіку країни, регіону, корпорації). Практика свідчить, інвестиційний клімат безпосередньо впливає на основні показники соціально-економічного розвитку країни. Інвестиційний клімат України є одним із чинників, які впливають на обсяги залучення в національну економіку іноземних інвестицій. Інвестиційний клімат країни можна проаналізувати, використовуючи міжнародні рейтинги, які складаються різними установами, організаціями та об'єднаннями. Розглянемо рейтинг України за індексом економічної свободи Heritage Foundation, який оцінює

рівень лібералізації взаємодії держави. Індекс економічної свободи порівнює обмеження і перешкоди на шляху економічної діяльності, до яких вдаються уряди різних країн.

Таблиця 1

Динаміка показників України за індексом економічної свободи за 2013-2016 рр.

Показник	Роки				Абсолютний приріст		
	2013	2014	2015	2016	2014-2013	2015-2014	2016-2015
Індекс економічних свобод	46,1	49,3	46,9	46,9	3,2	-2,4	0
Індекс захисту прав власності	30	30	20	25	0	-10	5
Індекс рівня корупції	23	21,94	25	26	-1,06	3,06	1
Індекс податкового навантаження	78,2	79,06	78,7	78,6	0,86	-0,36	-0,1
Індекс бюджетних витрат	29,405	37,55	28	30,6	8,145	-9,55	2,6
Індекс підприємницької діяльності	47,6	59,8	59,3	56,8	12,2	-0,5	-2,5
Індекс захисту трудових прав	49,9	49,77	48,2	47,9	-0,13	-1,57	-0,3
Індекс регулювання цін	71	78,74	78,6	66,9	7,74	-0,14	-11,7
Індекс свободи торгівлі	84,4	86,18	85,8	85,8	1,78	-0,38	0
Індекс інвестиційного клімату	20	20	15	29	0	-5	14
Індекс розвитку фінансового сектору	30	30	30	30	0	0	0
Місце серед країн учасниць рейтингу економічної свободи	161	155	162	162	-6	7	0

Проаналізувавши індекс економічної свободи України за досліджуваний період, можна стверджувати, що з 2013-2014 років він повільно зростав (46,1 в 2013 році, 49,3 – 2014 році балів), а саме на 3,2 бали. Так, в 2015 році він зменшився на 2,5 бали, і залишається стабільним на початку 2016 року – 46,9 балів. Максимальна оцінка за цим рейтингом складає 100 балів. Таким чином Україна не набрала за рейтингом економічної свободи навіть половини можливих балів. Відповідно, серед країн-учасниць рейтингу Україна в 2013 році посідала 161 місце, в 2014 році піднялася на 6 позицій – 155 місце, а за результатами 2015 року займає 162 місце в рейтингу, тобто знизилась на 7 позицій. За цим рейтингом, Україна належить до економічно невірних деспотичних держав, де економічна свобода обмежується.

З десяти критеріїв, що визначають загальний індекс економічної свободи, Україна має високі бали лише з трьох: у сфері торгівлі (85,8 бали), фіскальній (78,7 бали) та сфері регулювання цін (66,9 бали), хоча на початку 2016 року індекс зменшився на 11,7 балів в порівнянні з 2015 роком. Найнижчі бали отримано щодо свободи інвестицій (15 балів 2015 рік, 2016 рік – 29), свободи від корупції (25 балів), державних витрат (28 балів в 2015 році), захисту прав власності (по 20 балів), в 2016 році індекс ще знизився на 5 балів, також низький рівень має індекс розвитку фінансового сектору, який склав 30 балів.

Онови економічної свободи в Україні є нестійкими, оскільки показник свободи прав власності зменшився (з 30 балів в 2014 року до 20 в 2015 році), а показник фінансової свободи декілька років поспіль залишається на тому ж рівні (30, 30 і 30 балів відповідно) та і є значно нижчими за загальний рейтинг України та середньосвітовий рівень, а також погіршилися позиції у сфері ведення бізнесу, торгівлі та державних видатків. Рівень інвестиційної свободи в Україні (15 балів в 2015 році, в поточному – 29) значно нижчий від середньосвітового (60,4 бали).

Стабільно низькі показники індексів є негативним чинником для інвестиційного клімату України, адже це свідчить про небажання або

неможливість з боку держави впливати на ситуацію в країні та неефективність функціонування уряду в сфері інвестиційної політики.

Загалом, за індексом економічної свободи Україна не є привабливою державою для інвесторів, адже економічна свобода є на дуже низькому рівні, що значно погіршує інвестиційний клімат країни.

Список використаних джерел

1. Index of economic freedom. Heritage Foundation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.heritage.org/index/visualize?cnts=ukraine&type=6>.
2. Оцінка інвестиційного клімату України та шляхи його покращення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://naub.oa.edu.ua/2015>.

Топалова Т. С.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ І ЙОГО МІСЦЕ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

В сучасних умовах господарювання ефективно стратегічне планування є однією з умов забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Стратегічне планування визначається як процес прийняття управлінських рішень щодо розв'язання проблем та встановлення певного порядку дій в діяльності організації чи підприємства.

Значний внесок у розробку питань щодо стратегічного планування зробили такі зарубіжні і вітчизняні вчені, як: І. Ансофф, А. А. Томпсон, П. Дойль, А. Дж. Стрикленд, В. О. Василенко, З. Є. Шершньова, М. Д. Виноградський, О. С. Виханський, М. І. Круглов, О. М. Сумець, Н. Н. Тренев, В. Т. Герасимчук, С. Ю. Гончарова, Н. Н. Смирнов [1].

Трактування визначень поняття «стратегічне планування» за думками різних авторів наведено у таблиці 1.

Визначення поняття *стратегічне планування*

Автор	Визначення	Основні положення, тези
1	2	3
Томпсон А.А. [1]	Стратегічне планування – це планова робота, яка включає розробку прогнозів, програм та планів, в яких передбачаються цілі та стратегії поведінки об'єктів управління в перспективі, які дозволяють цим об'єктам ефективно функціонувати та швидко пристосовуватись до змін умов зовнішнього середовища.	Розробка прогнозів; пристосування до умов зовнішнього середовища
Шершньова З.Є., Оборська С.В [3]	Стратегічне планування – адаптивний процес, за допомогою якого здійснюються регулярна розробка та корекція системи досить формалізованих планів, перегляд змісту заходів щодо їхнього використання на основі безпосереднього контролю та оцінки змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства	Процес адаптації до змін, що відбуваються зовні та всередині підприємства
Василенко В.А., Ткаченко Т.І. [1]	Стратегічне планування – процес визначення головних цілей організації, ресурсів, необхідних для їх досягнення, та політики, спрямованої на придбання та використання цих ресурсів.	Процес визначення цілей організації та ресурсів для їх досягнення
Сумець О.М., Бондаренко М.І.[1]	Стратегічне планування – вид управлінської діяльності, пов'язаний з розробкою стратегій на основі набору дій та рішень (що приймаються керівництвом), спрямованих на досягнення цілей підприємства	Вид управлінської діяльності; набір дій та рішень керівництва для досягнення цілей
Гольдштейн Г.Я. [3]	Стратегічне планування – процес формулювання місії та цілей організації, вибору специфічних стратегій для визначення та отримання необхідних ресурсів їх розподілення з метою забезпечення ефективної роботи організації в майбутньому.	Мета – забезпечити ефективне функціонування в майбутньому; розподілення ресурсів

Аналізуючи дані таблиці 1, можна помітити, що трактування визначення стратегічного планування у різних літературних джерелах відрізняються, хоча

при детальному вивченні діаметральних відмінностей між ними не виявлено. Провівши узагальнення, можна виокремити таке поняття *стратегічного планування*, а саме: *стратегічне планування* – це спрямований процес, що покликаний забезпечити ефективне функціонування суб'єктів господарської діяльності за допомогою встановлення місії, цілей та шляхів їх досягнення, а також глобального переорієнтування діяльності підприємства відповідно до змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

Слід зазначити, що завдання стратегічного планування є унікальним для кожного підприємства чи організації залежно від діяльності, якою воно займається, та визначається їхньою місією та цілями.

Поряд із стратегічним управлінням, результатом якого є стратегічний план, існують інші його види – тактичне та оперативне. Основна їх відмінність у проміжках часу, на який встановлюється план, та масштабністю завдань, що стоять перед плановим відділом.

Стратегічне планування, як правило, включає розробку довгострокових планів, розрахованих на 10-15 років. Через те, що тактичний та оперативний вид управління за часом здійснення відносяться до короткострокового, у працях окремих авторів виділяють лише два види управління, тобто стратегічне та оперативне [2]. Термін «тактичне управління» ототожнюють з терміном «оперативне управління». Оперативне планування направлене на коригування звичайної діяльності і вирішення проблем, що виникають в процесі реалізації стратегічних планів. Тобто, поняття оперативного планування є вузьким, порівняно з стратегічним, і включається до нього.

Всі види планування мають узгоджуватися між собою і складати єдину цілісну систему планів, стрижнем якої є генеральна мета, місія підприємства, що може бути реалізована лише за умови детального опрацювання всіх аспектів середовища господарювання та внутрішнього потенціалу підприємства.

Отже, сутність стратегічного планування полягає в розробці таких дій, продуктів, послуг і процесу комунікації, які сприяють досягненню поставлених

завдань відносно прибутку і росту компанії. В системі стратегічного управління план виступає концептуалізацією уявлень про те, куди прямує організація, дозволяє мислити «на перспективу», мати уявлення про ринок завтрашнього дня, забезпечує стійкість суб'єкта господарювання в умовах змінного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Морозов Т.Г., Пікулькін А.В. Прогнозування та планування в умовах ринку / Т.Г. Морозов, А.В. Пікулькін. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 318 с.
2. Планування на підприємствах в умовах ринкової економіки. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ebk.net.ua>
3. Поняття «планування». Його місце серед функцій управління. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pidruchniki.com>

*Назарчук Б. Є.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ АПК В УКРАЇНІ

Реформування підприємств аграрного сектору економіки зумовило суттєві зміни в системі товарно-грошових відносин, зокрема кредитних. У країні створено інституційну базу кредитної системи. Розробляються і набувають практичного застосування нові механізми банківського, комерційного та вексельного кредитування.

Належне кредитне забезпечення є визначальним чинником ефективного функціонування будь-якого підприємства. Доступність кредитних ресурсів для сільськогосподарських товаровиробників впливає на збільшення обсягів виробництва, активізує підприємницьку ініціативу та сприяє підвищенню їх конкурентоспроможності. Основними принципами банківської діяльності в сфері кредитного забезпечення підприємницьких структур аграрного сектора економіки доступними кредитними ресурсами мають бути оптимізація

процентної політики, розширення кредитних програм для пріоритетної галузі – сільського господарства, – диференційований підхід до кредитування клієнтів з врахуванням особливостей аграрної сфери, створення сприятливого законодавчого поля для розвитку таких відносин.

Кредитна діяльність банків регламентується Цивільним та Господарським кодексами України, Законами України, нормативно-правовими актами НБУ, статутами банків та кредитними договорами. Основними перешкодами у подальшому зростанні довгострокових кредитних вкладень банків як в економіку країни в цілому, так і в підприємства аграрного сектору є дефіцит довгострокових ресурсів комерційних банків.

За статистичними даними Національного банку України, станом на 01.12.2015 кредити, надані підприємствам агропромислового комплексу склали близько 115,5 млрд. гривень. Дослідження кредитування за останні роки свідчить про слабку, але позитивну динаміку процесу кредитування сільського господарства. Так, в 2010 році частка кредитних коштів наданих сільському господарству в загальній сумі кредитів за секторами економіки становила 5,3%, а на початку 2014 року її розмір становив 6,2%.

Цікавим для нашої країни може бути досвід кредитування фермерських господарств в США, де головними кредиторами є Фермерська кредитна система, Агентство фермерських послуг (ним володіє Департамент сільського господарства США) та страхові компанії і фізичні особи.

Особливості банківського кредитування підприємств АПК в Україні були досліджені на матеріалах ЧОД АТ «Райффайзен Банк Аваль» у м. Черкаси.

АТ «Райффайзен Банк Аваль» пропонує малим аграрним підприємствам комплексне партнерське обслуговування: послуги з управління грошовими потоками; фінансування оборотного капіталу; інвестиційні кредити; фінансовий лізинг; фінансування будівництва елеваторних комплексів; партнерські програми кредитування для аграріїв; страхування від неврожаю.

Всі кредитні продукти від АТ «Райффайзен Банк Аваль» характеризуються розширеним переліком предметів застави.

Кредитні операції банку формують його кредитний портфель, що являє собою сукупність усіх позик, наданих банком з метою отримання доходу. Якість кредитного портфеля банку відображає відповідність структури його кредитних вкладень базовим принципам організації кредитування з точки зору забезпечення повернення, строковості та платності наданих у тимчасове користування грошових коштів. Ці параметри загалом характеризують ступінь кредитного ризику та дохідність позичкових операцій банку.

Розмір кредитного портфеля ЧОД АТ «Райффайзен Банк Аваль» за період 2013-2015 рр. становив відповідно 674 126,1 тис. грн., 648 320,9 тис. грн. та 1 432 810,2 тис. грн. Більшу частину кредитних коштів протягом всіх аналізованих періодів було вкладено в агросектор (74,32% станом на 01.01.2016 р.) За період 2013-2015рр. дана частка збільшилась з 65,21% до 74,32%, тобто майже на 10%, що в абсолютному виразі становить + 750 112,76 тис. грн. у порівнянні з 2013р. та +617 587,92 тис. грн. у порівнянні з 2014 р. Друге місце посідає торгівля. Доля торгівлі зростає з 12,87% в 2013 р. до 16,51% в 2015 р. В абсолютному виразі +174 421,11 тис. грн. у порівнянні з 2013р. та +139 302,11 тис. грн. в 2014 р. Відповідно в 2015р. вдану галузь економічної діяльності було вкладено 16,51%.

При аналізі кредитного портфелю за 2013-2015 р. р. в противагу збільшенню кредитування агросектору та торгівлі відбулося поступове зменшення (погашення) кредитів, що були вкладені в такі види діяльності як діяльність транспорту та зв'язку, а також операції з нерухомим майном. Кредитний портфель транспорту та зв'язку зменшився в структурі загального кредитного портфелю з 6,86% в 2013 р. до 2% в 2015 р. або на 4 437,76 тис. грн., та становить 28 647, 64 тис. грн.

Після надання повного пакету документів від підприємства працівниками ЧОД АТ «Райффайзен Банк Аваль» здійснюється фінансовий аналіз звітності за

останні два повних роки в динаміці показників. Поряд із стандартними показниками (коефіцієнтами) особливу увагу приділяють наступним двом показникам: EBITDA (аналітичний показник, що дорівнює обсягу прибутку до вирахування витрат за відсотками, сплати податків та амортизаційних відрахувань). Показник розраховується на підставі фінансової звітності компанії і використовується для оцінки того, наскільки прибуткова основна діяльність компанії. Показник використовується при проведенні порівняння з галузевими аналогами, дозволяє визначити ефективність діяльності компанії незалежно від її заборгованості перед різними кредиторами і державою, а також від методу нарахування амортизації; DSCR – коефіцієнт покриття обслуговування боргу, також відомий як «коефіцієнт покриття боргу» (DCR). Іншими словами, це можливість підприємства виконувати свої боргові зобов'язання. Чим вище це співвідношення, тим легше отримати кредит. В АТ «Райффайзен Банк Аваль» нормативне значення даного показника для підприємств АПК > 1.2.

Починаючи з 2011 р., перевага при видачі кредитної субсидії надавалася позичальникам за певною галузевою ознакою й розмірами діяльності, зокрема виробникам продукції тваринництва і птахівництва, у т.ч. вертикально інтегрованим компаніям та тим, що виконують державні програми із гарантування продовольчої безпеки держави; здійснюють витрати, пов'язані з впровадженням енергозберігаючих технологій, реалізують інноваційні проекти, що свідчило про пріоритетну підтримку кредитування великих підприємств, які здійснювали високотехнологічне виробництво та переробку сільськогосподарської продукції, перш за все, тваринництва. Внаслідок реалізації такого підходу пільговим кредитуванням було охоплено лише 1 % сільськогосподарських підприємств країни.

Вважаємо неприпустимими концентрацію значних сум державної підтримки через механізм здешевлення позик у незначної частки підприємств та вибіркового підходу до кредитування агроформувань з чітко визначеною

перевагою для великих підприємств, внаслідок чого залишається поза увагою держави переважна більшість малих та середніх сільськогосподарських товаровиробників.

В результаті дослідження встановлено, що доступ аграріїв до кредитних ресурсів з метою зростання конкурентоспроможності аграріїв можливий за умов широкого доступу їх до кредитних ресурсів. Це можливо шляхом створення Аграрного банку для обслуговування аграріїв. Крім того, потребує посилення ролі держави в розподілі кредитних ресурсів, створення дієвих кредитних бюро, проведення на регіональному рівні перерахунку відсоткових ставок за кредит. Це сприятиме підвищенню конкурентоспроможності підприємств, зростанню обсягів виробництва та реалізації сільськогосподарської продукції.

Для збільшення ефективності управління процесом формування і розподілом прибутку банку можна запропонувати проведення заходів із збільшення процентних, комісійних та непроцентних доходів банку та зменшення рівня витрат банку за рахунок залучення більш дешевих ресурсів та підвищення частки доходних активів у загальних активах банку, збільшувати обсяг власного капіталу, наприклад за рахунок капіталізації дивідендів, а також ефективно управління співвідношенням прибуток-ризик.

Вдале дослідження та впровадження всіх цих заходів допомогло б збільшити прибутковість банку та досягти мінімізації ризиків. На сьогоднішній день, в умовах нестабільного середовища, це є надзвичайно важливо.

*Мороз Ю. А.
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ ЛІКВІДНОСТІ І ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ

За останні роки економічна криза погіршила фінансовий стан та діяльність підприємств, і їх не можна характеризувати як стабільні й такі, що

мають стійкий фінансовий стан, а більшість із них зазнали суттєвих збитків і опинилися на межі банкрутства. Щоб вижити в таких умовах, підприємствам необхідно постійно підтримувати і поліпшувати свої фінансові показники.

Одними із найважливіших фінансових показників підприємств є показники ліквідності та платоспроможності.

Саме в такий час особливо гостро постає питання аналізу та дослідження ліквідності й платоспроможності підприємства, пошуку нових підходів до цієї проблеми.

Ліквідність і платоспроможність є об'єктивними умовами забезпечення стабільної діяльності та фінансової стійкості підприємств, саме від цих показників залежить, власне, існування підприємств, адже підприємства припиняють свою діяльність здебільшого внаслідок нестачі грошових коштів, а не через недостатню рентабельність.

Проблему платоспроможності підприємства досліджували західні науковці, зокрема Й. Ворст, П. Ревентлоу, Дж. Депалленса, Дж. Джоборда, російські вчені – В. В. Ковальов, М. М. Крейніна, М. С. Абрютина, А. В. Грачов, Е. І. Уткін, А. Д. Шеремета, вітчизняні вчені-економісти – Н. В. Тарасенко, В. І. Іващенко, М. А. Болюх, Є. В. Мних, В. М. Мельник та інші.

Аналіз визначень сутності поняття «платоспроможність підприємства» свідчить про відсутність єдиного його розуміння авторами. Саме тому актуальною лишається проблема з'ясування сутності поняття платоспроможності підприємства.

Вивчаючи думки різних науковців, можна виділити три підходи до трактування сутності платоспроможності.

Перший підхід, теоретичні погляди західних науковців (Й. Ворст, П. Ревентлоу, Дж. Депалленса, Дж. Джоборда): платоспроможність визначається наявністю власних обігових коштів та здатністю покривати збитки. Тобто, автори мають на увазі не лише погашення зобов'язань підприємством, а ще й

існування деякого потенціалу чи резерву, який би дав змогу підприємству, працюючи збитково, покривати збитки [1, с.117].

Другий підхід, який запропонували російські науковці (В. В. Ковальов, М. М. Крейніна, М. С. Абрютина, А. В. Грачов, Е. І. Уткін, А. Д. Шеремет): платоспроможність визначається як здатність підприємства виконувати свої зобов'язання [2, с.34].

Значна частина російських вчених-економістів, а саме: В. В. Ковальов, М. М. Рейкіна, І. І. Мазурова, М. С. Абрютина та інші вважають, що підприємство має мати у своєму розпорядженні таку суму грошових ресурсів, щоб воно могло у будь-який момент розрахуватися за короткостроковими зобов'язаннями.

Наступна група дослідників, яка також віднесена до другого підходу, характеризується поєднання двох попередніх точок зору. Найтипівішим є визначення А. Д. Шеремета: «платоспроможність підприємства визначається як здатність покриття усіх зобов'язань підприємства (короткострокових та довгострокових) усіма активами». Це визначення порівняно з іншими, на наш погляд, точніше, оскільки включає усі види зобов'язань і вказує за допомогою чого досягається мета.

Для третього підходу (Н. В. Тарасенко, В. І. Іващенко, М. А. Болюх, Є. В. Мних, В. М. Мельник – вітчизняні науковці) характерне таке визначення: «...платоспроможність підприємства – найважливіший показник, який характеризує фінансовий стан підприємства» [3, с. 202].

Платоспроможність підприємства може змінюватися: через несвоєчасне погашення дебіторської заборгованості підприємству воно може стати неплатоспроможним, оскільки настав час платити кредиторам, а на розрахунковому рахунку немає достатньо грошових ресурсів для погашення цієї заборгованості. Тому треба, щоб ліквідних коштів вистачало для погашення необхідних платежів.

Розглянуті підходи щодо сутності поняття «платоспроможність підприємства» дають можливість зробити певні висновки:

- при визначенні платоспроможності підприємства термін зобов'язань не має істотного значення;
- платоспроможність підприємства може погіршитися внаслідок того, що у структурі активів значну частину посідає безнадійна дебіторська заборгованість, основні засоби, неприбуткові довгострокові вкладення;
- платоспроможність підприємства – це не лише показник. Доказом цього може стати той факт, що значення показника вказує на стан платоспроможності підприємства на певну дату розрахунку, тобто для нього характерна ментальність, і це значення залежить від об'єктивно зумовлених змін, пов'язаних із надходженням та сплатою коштів.

Підсумовуючи вище викладене, можна зазначити, що платоспроможність підприємства – це його здатність у повному обсязі й у визначений термін розрахуватися за своїми зобов'язаннями (короткостроковими та довгостроковими) за допомогою грошових ресурсів та інших активів і спроможність здійснювати безперервну фінансово-господарську діяльність.

Далі розглянемо поняття «ліквідність», яке, на думку вчених, не слід ототожнювати з поняттям «платоспроможність», бо кожне з них має власний економічний зміст, тому потрібно звернути увагу на суттєву різницю між цими поняттями: «поняття «ліквідність» і «платоспроможність» не тотожні [4, с. 280].

Ліквідність підприємства, тобто спроможність своєчасно перетворювати активи на гроші з метою виконання необхідних платежів, становить одну із необхідних умов забезпечення платоспроможності. При цьому окремі вчені стверджують, що «платоспроможність ширше поняття, ніж ліквідність» [2, с. 34], а інші – навпаки «ліквідність більш містке поняття».

Під ліквідністю розуміють спроможність підприємства перетворювати свої активи на гроші без втрат їх ринкової вартості для покриття всіх

необхідних платежів у міру настання їх строків і швидкість здійснення цього перетворення [5, с. 88].

Отже, ліквідність можна розглядати, як час, необхідний для продажу активу, і суму, одержану від продажу активу. Чим коротший період, тим вищою є ліквідність даного виду активів.

Більшість науковців ліквідність трактує як здатність підприємства перетворювати свої активи в гроші з метою забезпечення якомога швидшого покриття платежів, термін сплати за якими уже настав, тому ці аспекти тісно пов'язані між собою.

Таким чином, поняття платоспроможності і ліквідності дуже близькі, але друге – ширше: від ступеня ліквідності балансу залежить платоспроможність підприємства. Разом з тим ліквідність характерна як для поточного стану розрахунків, так і на перспективу. Підприємство може бути платоспроможним на звітну дату, але мати несприятливі можливості в майбутньому, і навпаки. [6, с. 195]

Ліквідність менш динамічна порівняно з платоспроможністю, оскільки в міру стабілізації виробничої діяльності підприємства у нього постійно формується визначена структура активів та джерел коштів, різкі зміни яких порівняно рідкісні. Для визначення стану платоспроможності підприємства використовують аналіз ліквідності господарюючого суб'єкта. [7, с.170]

Підводячи підсумок, можна сказати, що наведені трактування понять «ліквідність» та «платоспроможність» дозволяють стверджувати, що їх не слід ототожнювати, оскільки кожне з них має власний економічний зміст. Також відсутній загально визнаний універсальний підхід до організації аналізу та методики розрахунку цих показників.

Тому нагальною задачею є розробка цілісності теоретичної концепції аналізу ліквідності і платоспроможності, яка б відповідала об'єктивній сутності даних явищ, забезпечувала отримання об'єктивної, багатогранної, точної та

достовірної інформації про них та забезпечувала розробку і прийняття оптимальних управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Журавльова Ю. Ю. Сутність платоспроможності // Фінанси України / Ю. Ю. Журавльова . – 2006– №1. – С.116-120.
2. Іонін Є. Розв’язання питань методологічного обґрунтування понять «платоспроможність» і «ліквідність» // Актуальні проблеми економіки / Є. Іонін. – 2004. – №6. – С.30-42.
3. Солотва В. Аналіз ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості в системі управління підприємством // Вісник КНТЕУ (спецвипуск) / В. Солотва. – 2003. – №6. – С.199-206
4. Прокопенко І. Ф. Курс економічного аналізу : підруч. [для студентів вищих навч. закладів] / Прокопенко І. Ф., Ганін В. І., Петряєв З. Ф. – Х. : Легас, 2008. – 280 с.
5. Чупис А. В., Царенко А. М., Кашенко О. Л., Закоморний С. Н., Борисова В.А. Фінансове положення підприємства (оцінка, аналіз, планування) / А. Чупис та ін. – Суми: Сумський держ. аграрний ун-т: Університетська книга, 2008. – 331 с.
6. Вовк В. Ліквідність та платоспроможність: економічна суть та експертна оцінка / В. Вовк, О. Бугай //Галицький економічний вісник. – 2011. – №3(32). — С.169-173.
7. Котляр М. Л. Платоспроможність та ліквідність в системі оцінки фінансової стійкості підприємства / М. Л. Котляр // Економічний простір. – 2008. – № 11. – С. 192-199.

***Буравченко Р. В.**
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ПОЛІТИЧНИЙ РЕЖИМ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА АНАЛІЗ

Актуальним завданням сучасних політологічних досліджень є аналіз динаміки та вектор розвитку українського політичного режиму. Сьогоднішній стан України з точки зору визначення «політичного режиму» – це звичайна в рамках м'якого авторитаризму плюралізація. Відповідно, головним завданням громадянського суспільства стає необхідність визначення вектору просування в бік демократичного режиму і недопущення відновлення авторитаризму.

В даний час Україні притаманний специфічний «змішаний» політичний режим, в якому в різній пропорції поєднуються ознаки всіх основних «чистих» різновидів політичних режимів: 1) демократичного; 2) авторитарного; 3) автократичного; 4) тоталітарного (особливо в тимчасово окупованих районах Донецької та Луганської областей); 5) анархічного; 6) охлократичного.

Серед ознак демократичного політичного режиму, притаманних Україні, варто відзначити: 1) виборність найважливіших органів політичної влади (як державних, так і громадських); 2) юридичну рівність громадян; 3) гарантії прав меншості та запобігання свавіллю більшості.

В той же час є певні обмеження у сфері двох інших основних принципів демократичного режиму – вирішення найголовніших політичних проблем відповідно до волі більшості громадян та забезпечення широкого кола особистих, громадянських та політичних прав та свобод. Відсутнім є належний постійний контроль народу за органами політичної влади, за бюрократичним апаратом держави; суттєву роль відіграє маніпулювання інформацією.

Для значної частини населення багато декларованих прав та свобод не підкріплені економічно та організаційно. В знаній мірі лишалася корупція та безвідповідальність, особливо судової гілки влади.

Існуючі обмеження демократичних принципів дають підстави для висновку про наявність в сучасній Україні певних елементів авторитарного політичного режиму. До таких елементів також належать: 1) широкі законодавчі повноваження виконавчих органів держави (уряду та президента); 2) звуженість принципу гласності у діяльності органів політичної влади та реальної

відповідальності їх керівників та інших представників за зміст та наслідки своєї діяльності.

До залишків тоталітаризму слід віднести такі специфічні риси політичної свідомості значної частини адміністративних кадрів, політиків та простих громадян, як впевненість у власній непогрішимості, нетерпимість до політичного інакомислення, антиінтелектуалізм у сфері гуманітарних знань, догматизм, примітивізація політичної культури.

Анархічний політичний режим часто буває представлений такими своїми компонентами, як: 1) відсутність системи ефективного нормативного регулювання суспільних відносин, свавілля сильнішого або більш спритного, відсутність гарантій безпеки населення та представників органів політичної влади; 2) конфронтація владних структур, відсутність ефективних форм координації їхніх дій; 3) ерозія загальної ідеї єдиної політичної системи (що виявляється у діяльності впливових сепаратистських сил та сил, що претендують на виключне право репрезентувати «справжні інтереси народу» та вимагати заборони діяльності своїх опонентів); 4) втрата (у деяких випадках) вищими органами політичної влади монополії на організоване застосування насилля.

І, нарешті, суттєві елементи охлократичного політичного режиму характеризують політичне життя України тією мірою, якою її владним структурам притаманні: 1) некомпетентність, зневажливе ставлення до знань, до досвіду світової цивілізації, зокрема постійні намагання неадекватними реальній ситуації простими засобами і дуже швидко розв'язувати складні проблеми суспільного життя, що потребують для свого вирішення довгої копіткої праці; 2) відсутність у представників органів політичної влади реального почуття громадянської відповідальності перед народом своєї країни та світом; 3) рекрутування певної частини правлячої політичної еліти з середовища «соціальних низів» та «маргінальних верств» суспільства, представники яких жадають швидкого підвищення свого індивідуального та

групового соціального статусу та покращення матеріального рівня життя.

*Бандурка В. С.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

МОТИВАЦІЙНА ПОЛІТИКА НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Мотив самореалізації творчого потенціалу робітників в процесі праці реалізується за наявності ділової культури в організації, етично-моральних цінностей, співпраці тощо. Проте в ринкових умовах матеріальний чинник залишається достатньо дієвим фактором якісних результатів трудової діяльності. В науковій літературі існують певні моделі та зразки мотивації трудової діяльності. В чистому вигляді їх важко застосувати, враховуючи нашу дійсність. Проте можна використати усе доцільне та корисне частково.

Зокрема трансформація нормативної моделі раціональної бюрократії М. Вебера з урахуванням української дійсності полягає в використанні бюрократичних прийомів (зумовлених об'єктивною необхідністю розвитку суспільства) з метою поліпшення діяльності підприємств, тобто постає потреба в реалістичній моделі бюрократії, яка б враховувала тенденції формування соціальних структур.

Сьогодні необхідно приділити увагу якісно новим складовим в діяльності підприємства (організації): створенню корпоративного права, корпоративного управління та корпоративної культури.

Прагнення підприємств до самоорганізації та самоуправління на основі прийняття самостійних рішень дозволить на практиці забезпечити ідеал демократизації суспільного життя. Для його практичного втілення необхідно, щоб свідомість кожного робітника, управлінця тощо базувалася на самомотивації поведінки, яка своєю метою ставитиме відповідальність кожного за власні дії, вчинки, зокрема в процесі трудової діяльності. Отже, мотивація до високопродуктивної, ефективної праці базується на

цінності відповідальності за кінцеві результати, творчому осмисленні трудового процесу на виробництві та тим самим сприятиме всебічній самореалізації особистості робітника.

Побудова системи мотивації в організації дає можливість, з одного боку, вирішити економічну проблему, тому що ефективна система мотивації дозволяє підвищити економічні показники діяльності організації і рухатися в напрямку її стратегічних цілей, а з іншого боку, дозволяє вирішити психологічну проблему, оскільки при її побудові повинен враховуватися такий показник, як задоволеність трудовою діяльністю.

У зв'язку з тим, що на систему мотивації і стимулювання істотно впливають такі фактори, як національна культура (через корпоративну культуру), технології, використовувані в організації, стадії розвитку організації та ряд інших факторів, сутність мотивації полягає в тому, щоб, орієнтуючись на систему потреб працівників, забезпечити повне і ефективно використання їх трудового потенціалу для якнайшвидшого досягнення цілей організації. Уся діяльність людини обумовлена реально існуючими потребами. Люди прагнуть або чогось досягти, або чогось уникнути.

Мотивація праці - це прагнення працівника задовольнити потреби (одержати певні блага) за допомогою трудової діяльності. Не існує єдиних методів мотивації персоналу, ефективних у всі часи і за будь-яких обставин. Однак будь-який метод, застосовуваний керівником, заснований на вибраній фірмою стратегії управління людськими ресурсами. Це означає, що вибір конкретного методу мотивації повинен, у першу чергу, визначати загальну стратегію керування персоналом, якій слідує або бажає слідувати організація (див. схему 1).

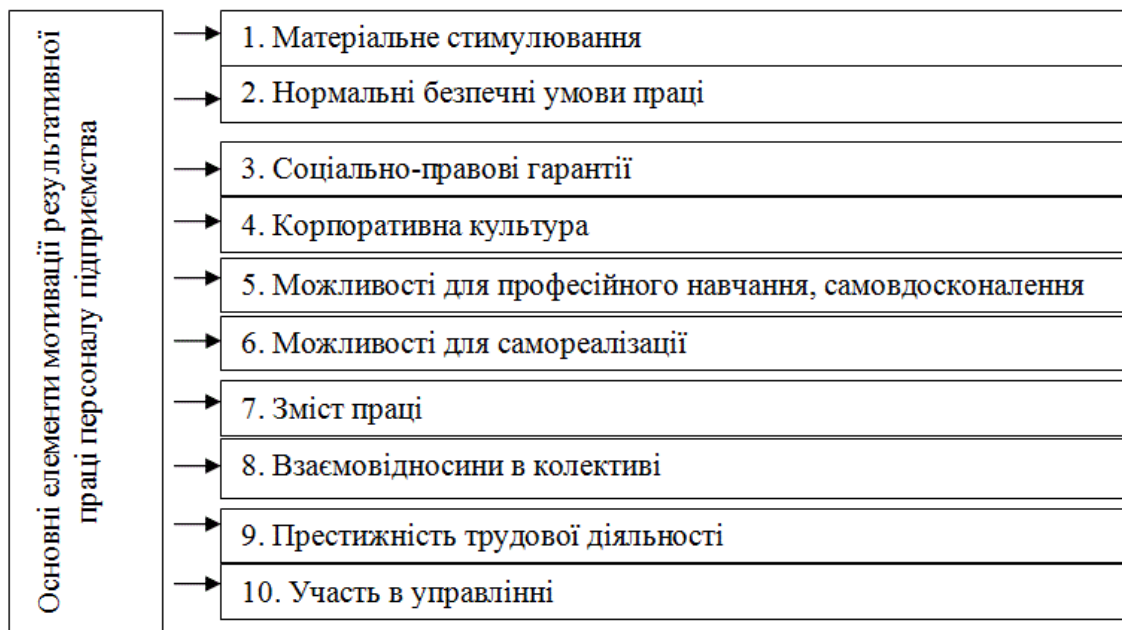


Схема 1

Список використаних джерел

1. Ясперс К. Смысл и назначение истории / К. Ясперс. – М.: Политиздат, 1991. – 527 с.
2. Социологический справочник // Под общей ред. В. И. Воловича. – К.: Политиздат Украины, 1990. – 382 с.
3. Попова И. М. Стимулирование трудовой деятельности как способ управления. (Социологический анализ) / И. М. Попова. К.: Наукова думка, 1976. – 207 с.
4. Суименко Е. И. Труд как социологическая категория. К поискам новой парадигмы / Е. И. Суименко // Мат-ли міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми розвитку соціології на сучасному етапі» (теоретичні та методичні питання). – К.: Ін-т соціолог., 1994. – С. 57–66.
5. Верховин В. И. Социальная регуляция трудового поведения в производственной организации / В. И. Верховин. – М.: Моск. ун-т, 1991. – 80с.
6. Яценко О. В. Мотивація трудової поведінки населення та ринок / О. В. Яценко // Інформація та ринок. 1996. – №3. – С. 19–23.

Пушонкова О. А.
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького,
м. Черкаси, Україна

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СУЧАСНИХ ГЕНДЕРНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

В сучасних культурфілософських дослідженнях посилюється інтерес до гендерної проблематики. За останні кілька десятиріч відбулася справжня міждисциплінарна революція в цій галузі, що надало можливість проектувати, розробляти та втілювати у життя найсміливіші програми та проекти, що мають не лише інтегруючий характер, а й по-справжньому дозволяють реалізовувати нові культурні стратегії.

Збільшується міждисциплінарне поле обговорення проблеми гендеру, але це скоріш проблематизує гендерний дискурс у зв'язку з розмиванням меж предмету та концептуального апарату. Тому потужний розвиток гендерних досліджень потребує вдосконалення методологічного інструментарію міждисциплінарності як феномену наукової культури сучасності.

Цьому приділено багато уваги науковців. У гендерних дослідженнях стаття спочатку була невіддільною від біологічних характеристик (як у фрейдівській концепції), згодом популярності набувають теорії гендерної соціалізації (Т. Парсонс, Р. Бейлс, М. Мід, С. де Бовуар), гендерних стереотипів (Л. Колберг, Е. Маккобі, К. Джеклін, А. Ерхард, Н. Смелзер, І. Клепіна, Т. Власова та ін.). Сьогодні активно застосовуються поняття «маскулінність», «фемінність», «андрогінія» у визначенні особистісних характеристик людини. К.-Г. Юнг закладає підвалини проблематики андрогінії (Аніма, Анімус) та актуалізує екзистенційно-ціннісний вимір дослідження проблеми.

Можливості гендерного підходу застосовуються в культурологічних (Дж. Скотт, Дж. Батлер), психологічних (Дж. Мітчел, Коннел, Н. Ходоров, Ш. Берд), антропологічних (Ш. Бенхабіб, М. Мід, С. Ушакін, І. Жеребкіна) дослідженнях.

Методологічні аспекти гендерних досліджень розробляються у теоріях О. Артемьєвої, Л. Аусландер, Р. Кемпбелл, С. Васко, Л. Коуда та ін.

Важливими для розуміння комплексної взаємодії маскулінного та фемінного в культурі є роботи посткласичних філософів і психологів (Х. Арендт, Р. Барта, Ж. Бодрійяра, Ж. Ліповецького, А. Менегетті, С. Жижека, Л. Ірігаре, Ю. Крістевої, Ж. Лакана, М. Фуко). В цілому у сучасних теоріях постфемінізму заперечується біологічний детермінізм та еволюційна психологія, акцентується ієрархічний характер соціальних конструктів фемінності та маскуліності, визначається взаємозалежність гендерних практик, ідеологій та соціальних структур.

Дослідники прагнуть до здолання суб'єкт-об'єктної настанови та погляду на гендерні дослідження зсередини конкретної соціальної практики. Все більш відчутним стає наголос у гендерних дослідженнях на **контекстуальності**, що є ознакою посткласичного мислення взагалі.

Важливим моментом є актуалізація концепту «розрізнення» у гендерних дослідженнях на кількох ієрархічних рівнях. Так, етичні цінності носять універсальний характер, а не пов'язані з природними, архетипальними якостями чоловіка або жінки. Наприклад, турботливість та відповідальність у суспільстві маскулінного типу не формувалися, адже пов'язувалися з жіночими якостями. Л. Ірігаре, С. Бенхабіб, М. Мід та інші дослідники виступають з критикою владних відносин і панування патріархальних цінностей саме з позицій деієрхаїзації чоловічого та жіночого начал.

Таким чином, маючи в основі філософію фемінізму, гендерні дослідження трансформуються разом зі змінами культурного поля, вони фіксують сам характер культурних змін. Сьогодні термін гендер вказує на складний багатогранний соціокультурний процес формування суспільством специфіки чоловічих та жіночих ролей, «сценаріїв» виконання ролі чоловіка або жінки в просторі тієї або іншої культури.

Такі сценарії обумовлюють як поведінкові схеми так і особливості ментальної сфери та емоційних шаблонів гендерної чутливості. Гендер виступає як соціокультурний конструкт. Формується нове уявлення, що усі

розрізнення соціально сконструйовані. Ш. Берд, зауважує, що в класичній філософії стать вважалася атрибутивною ознакою людського існування. Гендерні дослідження спрямовані перш за все на вивчення багатоманітних аспектів статі. Сучасні завдання гендерних досліджень включають вивчення діалогу статей, характеру їх взаємовідносин на внутрішньому та на зовнішньому рівнях.

Отже, початкова міждисциплінарність гендерної теорії передбачає комплексний підхід у застосуванні методів і дозволяє дослідити кризь призму гендеру різні об'єкти соціальної і культурної дійсності. Гендер є продуктом різних соціальних технологій (Т. де Лауретіс) та «міждисциплінарним містком», котрий інтегрує та об'єднує суспільно-гуманітарні науки, філософію, літературу, етику, естетику, психологію. В самому гендері закладений дисциплінарний плюралізм.

На сучасному етапі культурні та гендерні дослідження активно взаємодіють, що дозволяє враховувати не лише статусні характеристики, а й такі індивідуальні прояви як тілесність, сексуальність, ідентичність. Те, що сьогодні втрачається духовний зміст статі, є наслідком панування нової форми тілоцентризму, коли гендерні відмінності зникають та презентується тіло взагалі. Віддалення від одухотвореної тілесності призводить до фіксації на окремих частинах тіла, культивуванні гламуру. Таким чином, формування гендерної чутливості як осягання моделі гендерної асиметрії, характерної для конкретного історичного моменту, є важливим досвідом культурної адаптації та формування ідентичності. Гендер виступає тут не як фіксована ідентичність, а як система символічних відносин. Контекстуальність та акцентування на розрізненнях є базою вивчення соціальних практик гендерної чутливості, формування культури спілкування та спільної духовної основи, модель якої відповідає існуючим реаліям культури.

ПІДТРИМКА ТА РОЗВИТОК БРЕНДА В УМОВАХ КРИЗИ

Термін «криза» в українській мові з'явився під впливом німецької науки та культури. В свою чергу до більшості мов Європи потрапив з латинської, в перекладі з якої «discrimen» означає «відстань, різницю, здатність розрізняти, вирішальний момент, критичне становище, загрозу, випробування» [1].

Для основної частини підприємців криза – це лиш негативне явище, і тільки деякі розглядають кризу як випробування та поштовх, який може призвести до прибутків. Однією з характеристик неспокійного ринку країни є збитки, які завдаються життєздатності брендів. В умовах кризи більшість керівників вищої ланки не приділяють належної уваги управлінню цим нематеріальним активом, тоді як саме в кризовий період розкриваються сильні і слабкі сторони бренду, і, розумно використовуючи сильні сторони, можна нівелювати слабкі, тим самим значно підвищити конкурентоспроможність товарів і послуг компанії.

Можливі причини кризи брендів:

1. Світова економічна криза
2. Комунікаційні перевантаження споживачів в результаті жорсткої конкуренції брендів
3. Перенасичення споживчих ринків
4. Збільшення асортименту товарів
5. Схожість характеристик і якості продуктів.

Бренди, які добре себе зарекомендували, як правило, не зникають, а поглинаються або об'єднуються з іншими, в результаті чого виникають «мультибренди». Маркетологи вважають, що зміну іміджу компанії або окремих її підрозділів корисно проводити раз у 5 років.

Брендинг - це безперервний процес, який не має кінця. Для конкурентоспроможності бренд повинен розвиватися постійно.

Також важливим для невеликих брендів є досвід, який вони отримали при незначних локальних кризах, що характерні для країн з ринковою економікою, для деяких вони стали підґрунтям і допомогли в майбутньому при більш значних перешкодах.

Міжнародна консалтингова компанія InterbrandGroup виділяє 10 факторів сили бренду:

1. Пріоритетність. Пріоритет бренду і його роль в управлінні компанією. Показник, що визначає, наскільки бренду приділяється увага всередині компанії з точки зору часу, інвестицій, управління.
2. Захист. Ступінь захищеності бренду за всіма показниками, починаючи з юридичних аспектів і закінчуючи унікальними елементами дизайну і ступенем географічної поширеності.
3. Ясність. Цінності бренду, його позиціонування і пропозиція повинні бути ясно сформульовані і зрозумілі всій організації; має бути присутнім чітке розуміння цільової аудиторії, її особливостей, поведінки і потреб. Дуже важливо, щоб всі в компанії знали і розуміли ці елементи, оскільки від цього залежить подальший розвиток бренду.
4. Здатність до адаптації. Цей показник визначає здатність бренду адаптуватися до змін ринку, складних ситуацій і потенційних можливостей. Бренд повинен вміти постійно розвиватися і оновлюватися.
5. Відповідність. Ступінь відповідності бренду споживачам, їх потребам, бажанням і критеріям вибору незалежно від географічних і демографічних особливостей.
6. Автентичність. Ступінь відповідності обіцянок бренду його реальним можливостям. Автентичність включає в себе наявність (або відсутність) у бренду відомої спадщини, історії та усталеної системи цінностей, а також здатність повністю відповідати очікуванням споживачів.

7. Розуміння. Споживачі не просто дізнаються про бренд; вони глибоко розуміють його відмінні риси та характеристики, що збігаються з баченням власника бренду.

8. Послідовність. Ступінь послідовності застосування бренду у всіх точках контакту зі споживачем.

9. Присутність. Ступінь загальної представленості бренду, а також те, наскільки позитивні відгуки про нього серед споживачів, клієнтів і лідерів, думки, залишені як в традиційних, так і в соціальних онлайн-медіа.

10. Диференціація. Ступінь сприйняття споживачами бренду як відмінного від конкурентів з точки зору позиціонування.

Таким чином, професійне управління брендом повинно здійснюватися відповідно до циклу життя бренду: створення, управління, оцінка. Менеджер повинен створювати бренд, керувати ним і оцінювати всі 10 факторів, що відображають його силу, за підсумками цієї оцінки приймати відповідні управлінські рішення. Одним з найбільш ефективних інструментів управління брендом, що переживають кризу, є ребрендинг. Як правило, ребрендинг вимагає значних капіталовкладень. Тому більшість компаній йде на цей крок тільки в разі крайньої необхідності.

Суть ребрендингу полягає в тому, щоб змінити ставлення до продукту, зробити його більш актуальним, улюбленим та привабливим, не змінюючи сам продукт.

На мою думку, незважаючи на економічну кризу, безперечним залишається той факт, що роль брендів в житті людей як і раніше висока. При грамотному управлінні брендом компанії здатні в значній мірі підвищити конкурентоспроможність товарів і послуг і поліпшити своє становище на ринку в умовах кризи.

Список використаних джерел

1. Литвинов В.Д. Латинсько-український словник /В. Д. Литвинов - К., 1998. - 432 с.

Слинько М. Ю.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна

ПРОЦЕС НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ

Сьогодні роботодавці мають досить високий рівень пропозиції працівників порівняно з відносно нижчим попитом, таким чином зростають і вимоги до підготовки і перепідготовки кадрів, а також і до вищої освіти, що вимагає якісно нового теоретичного і методичного забезпечення науково-дослідницької діяльності всіх галузей, зокрема економічної. Одним із фундаментальних положень такої діяльності є питання методології наукового дослідження.

Перш ніж безпосередньо перейти до розгляду суті наукового пізнання, необхідно відповісти на запитання: що являє собою наука взагалі; якою є загальна класифікація наук? Отже, наука – це історично сформований вид людської діяльності, спрямований на пізнання і перетворення об'єктивної дійсності. Вона знаходить свій вияв і як певний результат діяльності у вигляді системи знань, і як їхнє духовне виробництво, тобто науковий процес [1, с. 202].

Що стосується визначення наукового пізнання, то, згенерувавши відносно велику кількість інформації, можна сказати наступне, – це певна схема дій суб'єкта стосовно об'єкта, в якій вирізняють певні етапи (пункти) – постановка завдання, його вирішення, перевірка, зміна старого завдання або ж додавання попереднього, – що в кінцевому підсумку принесе нове знання для суспільства в цілому.

Існує два основних рівні наукового пізнання: емпіричний і теоретичний. За розробкою П. В. Копніна, вони відрізняються один від одного за чотирма параметрами: об'єктом, що вивчається; метою пізнання; логічною формою і сферою застосування отриманих знань. Емпіричний рівень пізнання вивчається з боку зовнішніх зв'язків і має на меті протокольну фіксацію різних вимірів явищ, що відображає знання простою формулою і застосовується вузько,

обмежено кількістю вивчених явищ; в свою чергу теоретичний рівень пізнання вивчається з боку внутрішніх зв'язків з метою з'ясування сутності явищ, що в кінцевому результаті формує умовивід, який застосовується широко, обмежуючись лише законами даної теорії [2].

Тож для того, щоб одержати нові знання, треба свідомо застосовувати науково обґрунтовані методи, оскільки це є важливою умовою розвитку всіх наук, в тому числі й економіки.

В економічній теорії використовується широкий спектр прийомів і способів дослідження, що визначають її зміст.

Складність і багатомірність економічної системи вимагає адекватних методів її пізнання. Фундаментальний принцип методології полягає в системному підході до аналізу, адже економіка становить певну цілісність, в якій всі елементи та компоненти, що вона включає між собою взаємопов'язані. Разом з тим цілісність визначається не лише складом властивих їй елементів, а й різними зв'язками між ними.

Системний підхід в економічній теорії означає вивчення внутрішніх причинно-наслідкових, структурно-функціональних, ієрархічних, прямих і зворотних зв'язків. Саме їх пізнання дає змогу виявити складні процеси розвитку економічної системи, з'ясувати природу багатьох економічних процесів і явищ [3, с. 32].

Серед них особлива увага надається методу наукової абстракції, методу індукції та дедукції, методу економічного експерименту.

Однак специфіка економічних досліджень полягає у тому, що в економіці неможливий лабораторний експеримент. Будь-яку економічну ідею можна перевірити лише на реальному виробництві або людях, а нерідко – на всьому суспільстві (наприклад, одномоментна лібералізація цін в Україні на початку 90-х років ХХ ст.) [4].

У багатьох випадках зроблені висновки не можуть бути доказом, проте на їх основі можна висувати гіпотези.

Гіпотеза – це науково обґрунтоване припущення про можливі зв'язки, відносини, причини явищ [4].

Для того, щоб висунути гіпотезу, потрібно мати вірогідні факти та достатню кількість доказів. Важливість гіпотези полягає в тому, що вона має розв'язати суперечності між уже існуючими застарілими даними та новими фактами.

Що стосується економіки як науки, то в економічній теорії аналіз здійснюється на двох рівнях: макроекономічному та мікроекономічному. Перший характеризує показники економіки країни та секторів (урядового, приватного, домогосподарств), в той час як інший аналізує конкретні показники окремих підприємств.

Список використаних джерел

1. Філософія : підручник / О. Г. Данильян, В. М. Тараненко. - 2-ге вид., допов. і переробл. – Х. : Право, 2012. – 312 с.
2. Арутюнов В. Х., Мішин В. М., Свінціцький В. М. Методологія соціально-економічного пізнання: Навч. посібник/ В. Х. Арутюнов, В. М. Мішин, В. М. Свінціцький. – К.: КНЕУ, 2005. – 353 с.
3. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / За ред. В. Д. Базилевича. – Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – 9-те вид., доповн. – К.: Знання, 2014. – 710 с. — (Класичний університетський підручник).
4. Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Сучасна економіка: Навч. посіб. / П.С. Єщенко, Ю. І. Палкін – К.: Вища шк., 2005. – 325 с.

Гончаренко Р.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

МІСЦЕ І РОЛЬ КІБЕРНЕТИКИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ

Винаходи в техніці з кожним днем полегшують наше життя. А все тому, що, на відміну від стародавніх часів, наука не стоїть на місці, і постійно ми

зустрічаємо нові винаходи, відкриття в різних галузях, у дослідженні нашої планети і Всесвіту загалом. І якщо порівнювати навіть часи Середньовіччя, коли було зроблено досить багато революційних відкриттів (наприклад великих географічних), то в сучасному житті не потрібно мати якісь особливі здібності, чи певні умови для того, щоб досягнути результату. Для нас відкриті всі ресурси, ми володіємо інформацією і в наших головах зібрані всі вчення тих людей, які присвячували дослідженням все своє життя і приділили цьому значний час, а нам потрібно всього декілька років, щоб зрозуміти сутність їх роботи. Наприклад, елементарні математичні чи фізичні формули ми вчимо за декілька шкільних уроків, а вчені, які їх відкрили, досліджували це десятки років, щоб довести їх до логічного завершення.

Проте основою такого полегшення пізнання світу для нас є доступ до інформації, а кібернетика і є тією наукою, що займається зберіганням та передачею інформації. Ми не часто використовуємо цей термін, оскільки ми не бачимо роботи і результату цієї науки, але насправді він надзвичайно великий. Взагалі кібернетика – це наука про загальні положення отримання, зберігання, передачі та переробки інформації в управлінських системах: чи то машини, живі організми, чи суспільство в цілому. Всі сучасні технології, які використовуються фірмами у технічній частині, в основі тримають кібернетичні знання.

В сучасній системі підприємства ми навряд чи можемо зустріти вакансію кібернетика, проте дану теорію вивчають спеціалісти, що обіймають інші посади, наприклад: системний адміністратор, маркетолог, менеджер, програміст, рекламодавець, бухгалтер, логіст, оператор ПК та інтернет-мережі в цілому, технічна підтримка та інші. Хоча, якщо ви досконало володієте теоретичними знаннями з кібернетики, то ви можете стати викладачем у ВНЗ або проводити додаткові курси для людей, які хочуть швидко отримати основи зі спеціальності, що більш розповсюджено в наш час. І цим самим розширите варіативність в пошуку роботи. Але актуальність дисципліни кібернетики з

кожним днем набуває все більшого значення, і якщо ми хочемо бути розвиненою країною, то дані знання нам необхідні.

Як ми бачимо, кібернетика тісно пов'язана з іншими спеціальностями і не може існувати самотійно, тому що розвиток даної науки постійно прогресує з винаходами технологій і новими способами поширення інформації, а значить, і літературна база постійно оновлюється. Необхідно досить добре знати іноземні мови, тому що часто бібліотек однієї мови не вистачає, а іноземні ресурси працюють набагато швидше і цим самим передують в науковому розвитку.

Можна сказати, що кібернетика виконує функцію посередника-наглядача, досліджуючи та описуючи всі процеси, які відбуваються в нашому житті. І не важливо, де вони відбуваються: чи у Всесвіті, чи технічній системі, чи в людському організмі. І уже обґрунтовані факти та знання передає до інших наук. Тому неправильно, пов'язувати поняття «кібернетика» тільки з комп'ютерами і вважати, що кібернетика займається тільки чимось надзвичайним з точки зору програмістів. Так, цей термін найчастіше використовується в даній галузі, але тому, що він тісно пов'язаний з терміном «інформація».

Отже, кібернетика – це основа багатьох наук, яка збирає інформацію, обробляє та передає далі, таким чином утворюючи певний ланцюг в системі освіти. Чим більше виконується процесів з передачі інформації (книги, спілкування, ЗМІ і т.д.), тим більше даних ми набуваємо, осмислюємо та передаємо один одному, тому і сучасний етап в науці називається «інформаційні ера», де кожен із нас є науковцем, бо, пізнаючи щось нове, ми ділимося цим з іншими, а вони в свою чергу – чимось новим з нами.

Хроленко М. В.
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна

КОМУНІКАТИВНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ У МЕДІАРЕАЛЬНОСТІ

З розвитком інформаційного суспільства збільшується значущість медіа, як посередника між людиною та інформацією. Від телебачення до Інтернету воно поступово заповнює сучасний світ, що сприяє формуванню цілого всесвіту медіа, становлення так званої медіареальності.

На думку Н. Лумана, комунікація – це синтез трьох секцій, таких як інформація, повідомлення та розуміння [1]. Саме медіа не лише повідомляє певну інформацію суспільству, а й формує спрямованість її розуміння. А відтак, медіареальність цілком може бути визначена в якості комунікативного медіуму в пізнанні соціуму [2].

Останнім часом стрімко відбувається трансформація медіа в нові медіа, які об'єднують всі сучасні електронні технології та охоплюють глобальну мережу Інтернет [3]. Ця мережа розкриває великі можливості на кшталт безперервності інформаційного потоку, оперативності розповсюдження інформації та режиму реального часу «тут і зараз» [4]. Саме з появою Інтернету великої популярності набули соціальні медіа, які дозволяють взаємодіяти, спілкуватись, ділитись інформацією, вести дискусії одним представникам соціуму з іншими за допомогою певного сервісу не залежно від часу та місця знаходження. Однією з найважливіших складових соціальних медіа є соціальні мережі, яким притаманні усі властивості вище зазначених медіа.

Соціальні мережі посідають одне з провідних місць в сучасній комунікації, набуваючи все більшої й більшої популярності. Facebook, Twitter, Instagram, Вконтакте – найбільш розповсюджені з них, які можна знайти майже у кожному смартфоні. Будь-який користувач Інтернету хоча б раз реєструвався в одній з зазначених мереж. Їхньому великому розвитку передувало бажання людей спілкуватися, обмінюватись думками та поглядами в реальному часі не залежно від розташування. Соціальні мережі відкрили новий рівень комунікації засобами мережі Інтернет, тим самим започаткувавши нові переваги та недоліки соціального спілкування онлайн. Вони яскраво демонструють прагнення соціуму до комунікативної взаємодії та об'єднання в певні групи,

для знаходження спільної мови та обговорення різного роду питань (на кшталт кулінарії, філософії чи дизайну). Кожна соціальна мережа відкриває багато можливостей, які в свою чергу йдуть як і на користь, так і на шкоду стану сучасної комунікації.

Завдяки можливості коментування будь-яких записів (на мові соціальних мереж – «постів») та оперативності, що надає Інтернет, з'явився ефект «моментальної реакції», який має переважно негативні якості. Цей ефект дає змогу моментально (в цю ж секунду) відреагувати на ті чи інші висловлювання, не залишаючи часу подумати, проаналізувати, зважити свою думку, що в поєднанні з відсутністю цензури може призвести до фатальної онлайн боротьби та особистих образ. А оскільки Інтернет надає можливість анонімності, відповідальність за сказані слова ніхто не несе, тому в соціальних мережах де-не-де можна зустріти безліч невідфільтрованих коментарів, які можуть досить сильно зачепити певну ланку суспільства та спровокувати ворожнечу. Окрім коментарів, в соціальних мережах великої популярності та розповсюдження набувають так звані «смайли» та «стікери» (зображення, які виражають певну емоцію), що значно полегшують та спрощують спілкування, задля його пришвидшення, в той же час впливаючи на його наповненість та якість. Поряд зі «смайлами» широко використовуються певного роду скорочення на кшталт «дяк», «ок», «прив» і тому подібне, що дуже негативно позначається на живому спілкуванні при переносі усіх цих скорочень з екрану комп'ютера в реальне життя.

В контексті даного дослідження постає досить цікаве питання захисту особистих даних, які є важливою складовою соціальних мереж. Як відомо, при реєстрації в соціальній мережі користувач надає особисту інформацію для створення профілю, але немає жодної гарантії, що ця інформація не буде використана та буде захищена на усі 100%, тому дуже ретельно слід обирати, що саме зазначати в своєму профілі. А особливо велику увагу варто приділити інформації, яка в подальшому буде з'являтися у вас на особистій сторінці

(фото, деталі яких висвітлюють конфіденційну інформацію, як-то: адреса, номер кредитної карти чи банківського рахунку). Зазначення такого роду відомостей надає додаткові можливості для низки злочинних дій (наприклад, в статусі вказано «Я на морі», а з фото зрозумілі орієнтовна адреса користувача та його статки).

Інформація, надана в соціальній мережі, також використовується для аналізу вподобань та збору певної статистики. Оскільки соціальні мережі використовують не лише для комунікації, а й маніпуляції та в маркетингових цілях, це дає змогу вплинути на користувача певним чином. Зважаючи на вподобання, користувачу надходять певні рекламні пропозиції, статті та тому подібне, можна навіть не помітити, що нав'язується той чи інший товар, а можливо, й думка чи погляд. Завдяки постійному насадженню певної позиції, ідеології, думки, більшість користувачів можуть підхопити цей так званий «мейнстрім» і вважати, що це їхній особистий погляд. Слід зауважити, що в соціальній мережі досить легко зробити щось популярним, достатньо лише, щоб цією інформацією «поділилось» декілька відомих груп, а далі вже діло за ефектом доміно. Чим більше людей будуть «репостити» певну новину, тим швидше вона стане популярною та посяде місце в думках та обговореннях [4].

Отже, суттєва трансформація способів комунікації стає ознакою нашого часу та є його невід'ємною складовою. Соціальні мережі виконують перенесення живого спілкування в електронну форму (спілкування онлайн), що руйнує певні комунікативні бар'єри, але в свою чергу запускає чималу кількість деформацій. Скорочення мови, заміна слів на зображення, беземоційність з боку співрозмовників – це все негативні трансформації спілкування у суспільстві, але швидка реакція на повідомлення, легкий доступ до обговорення, присутність в будь-якому діалозі тут і зараз затьмарюють вище зазначений негатив та дають зрозуміти, що сучасні комунікативні трансформації йдуть більше на користь, ніж на шкоду, оскільки в прогресивному суспільстві мають переважати прогресивні форми

комунікативної взаємодії.

Список використаних джерел

1. Луман Н. Медиакоммуникации / Никлас Луман; [пер. с нем. А. Глухов, О. Никифоров]. – Москва: Логос, 2005. – 280 с.
2. Кузнецова Е. И. Медиареальность как коммуникативный медиум [Электронный ресурс] / Е. И. Кузнецова. – Режим доступа до ресурсу: http://www.intelros.ru/pdf/mediafilosofia_2/10.pdf.
3. Москвич О. Медиа-реальність як сучасний соціокультурний простір [Електронний ресурс] / Ольга Москвич. – Режим доступу: http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/9750/1/socst_2014_2_10.pdf
4. Половничак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства [Електронний ресурс] / Юлія Половничак. – Режим доступу: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialni-media&catid=8&Itemid=350.

Ярошенко В.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Банківська система – важлива складова національної економіки. На нинішньому етапі становлення ринкової економіки в Україні, зміцнення фінансової стійкості банків, їх динамічний розвиток забезпечує зростання довіри до них, а відтак і посилення позитивного впливу банківської системи на процеси економічного розвитку.

Сьогодні практично всі українські банки переймаються проблемою дедалі зростаючої конкуренції, пов'язаної із перерозподілом капіталу та клієнтів, розширенням асортименту банківських послуг, впровадженням сучасних

інформаційних технологій в управління банківською діяльністю. Це зумовлює необхідність удосконалення банківського менеджменту таким чином, щоб задовольнити попит на банківські продукти і послуги з боку суб'єктів ринкового середовища, забезпечивши при цьому прибутковість банківського бізнесу та захист від ризиків.

За останні роки умови і становище комерційних банків істотно змінилися. Відносна стабілізація курсу національної грошової одиниці, зниження інфляції спонукають банки забезпечувати прибутковість за рахунок розширення обсягу банківських операцій та послуг. Разом з тим вони не мають можливості ефективно вкладати кредитні ресурси у сферу реального виробництва у зв'язку з його низькою рентабельністю. Тому банківська діяльність продовжує залишатися ризиковою.

Поняття «фінансова стійкість» в даний час має численні тлумачення. Проте до цих пір немає чітко опрацьованого визначення «фінансова стійкість» стосовно комерційних банків. Серед дослідників цього напрямку можна назвати В. В. Іванова, Ю. С. Масленченкова, Р. М. Карімова, О. М. Богданову, В. В. Рудько-Силиванова, В. Б. Тіханіна, Р. Шіллер та ін.

Забезпечення фінансової стійкості банків – це необхідна умова ефективного функціонування економіки України. Але банк, як комерційне підприємство, зацікавлений у найбільш прибутковому вкладенні наявних грошових ресурсів. Прагнення до максимізації прибутків зумовлює вкладення коштів в операції, що мають підвищений ступінь ризику. Отже, банк, здійснюючи певні операції, може зазнати ризику втрат та банкрутства. Класичне поняття про банківську систему впливає з трьох наявних головних критеріїв: ліквідність, рентабельність та безпечність. Ці критерії необхідно враховувати банкам при вивченні проблеми ризику. Зважаючи на це, проблеми ефективного управління банківською діяльністю необхідно досліджувати з позицій можливості досягнення банками динамічного стану фінансової стійкості та підтримання оптимальної позиції на шкалі «прибуток-ризик».

Такий підхід не є традиційним для вітчизняної школи фінансового управління банком, у розвинутих країнах він також недостатньо відпрацьований.

Сучасному банку в процесі діяльності постійно потрібно вирішувати дилему «прибутковість – ліквідність», від успішного вирішення якої багато в чому залежить його функціонування. Існування цієї проблеми зумовлене ризиковим характером здійснення багатьох банківських операцій. Суб'єктивні та об'єктивні чинники ринкового механізму суттєво впливають на банківську сферу, здійснюючи прямий чи непрямий вплив як на самі банківські установи, так і на клієнтів банку та його ділових партнерів. Надзвичайно високе значення банків в ефективно функціонуючій ринковій системі зумовлює такий стан справ, коли суспільство не ставитиме під сумнів платоспроможність та стабільність банківської системи, а депоненти та акціонери будуть впевнені у фінансовій стійкості свого банку.

Отже, єдиного поняття фінансової стійкості немає. Різні науковці тлумачать його по-різному. Одні кажуть, що фінансова стійкість – своєрідне перевищення доходів над витратами. Інші говорять, що фінансова стійкість – економічна категорія, в якій виражається міра або ступінь відповідності результатів фінансово-господарської діяльності підприємства вимогам і умовам його функціонування в ринковому середовищі, що досить часто змінюється. В свою чергу, треті говорять, що фінансова стійкість залежить від відповідності діяльності банку нормативним та плановим узагальнюючим показникам, які синтезують характеристики економічних складових стійкості: обсяг і структура власних коштів, рівень доходів і прибутку, достатність капіталу, мультиплікативна ефективність власного капіталу, норма прибутку на власний капітал, ліквідність, створення доданої вартості банком.

*Кучер Н. О.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Малі підприємства є важливим фактором економічного розвитку держави, оскільки, вони займають основну частину від загального обсягу підприємств в Україні.

Відповідно до Господарського кодексу України підприємництво - це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Суб'єктами малого підприємництва можуть як фізичні, так і юридичні особи, у яких середня кількість працівників не перевищує 50 осіб та річний дохід не більше 10 мільйонів євро [1].

За останні роки (2010 - 2015) кількість малих підприємств зменшилась на 9%, проте кількість малих підприємств на 10 тис. осіб наявного населення залишилась майже незмінною: 78 одиниць у 2010 р. та 77 одиниць у 2015 р., що можна пов'язати зі зниженням чисельності населення України.

На малих підприємствах у 2015 р. було зайнято 1576,4 тис. ос., що становить 26,8% загальної кількості зайнятих працівників. Частка малих підприємств в обсязі реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) становить 16,6% [2].

Можна виділити основні чинники, що створюють несприятливе середовище для бізнесу:

- недосконала система оподаткування – Україна покращила свої показники за даними Doing Business [3] та піднялась з 181 (у 2010р.) до 84 місця з 190 у рейтингу Paying Taxes 2017. Такого рівня Україна досягла завдяки тому, що змінилась методика розрахунку, і якби не зміна методики, зараз країна була б на 111 місці. Це означає, що ніяких поліпшень ні в частині податкового навантаження, ні в частині адміністрування у 2016 році не відбулося;

- інфляційні процеси – у 2014 р. відбулось різке підвищення цін в зв'язку зі зростанням валютного курсу, індекс інфляції склав – 1,2, у 2015 р. – 1,4 та у 2016 р. індекс інфляції очікується на рівні 1,1 [4];
- корупція – у всесвітньому рейтингу за рівнем корумпованості Україна посідає 142 місце із 174;
- відсутність чітко сформульованої через систему правових актів державної політики у сфері підтримки малого підприємництва;
- збільшення адміністративних бар'єрів (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин тощо).

Для покращення розвитку малого бізнесу в Україні потрібно реформування фінансової політики держави по відношенню до малого підприємництва, реформування податкової системи в бік стимулювання розвитку даного бізнесу, формування ринкової інфраструктури як стимулюючого фактору розвитку та підтримки малих підприємств.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р. зі змінами та доповненнями на 26.11.2016 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon2.rada.gov.ua/laws/436-15
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Офіційний сайт Doing Business. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.doingbusiness.org/>
4. Офіційний сайт Міністерства фінансів України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minfin.com.ua/>

СОЦІАЛЬНА ОРІЄНТОВАНІСТЬ ІННОВАЦІЙНОЇ ДОБИ: НОВІ КОНЦЕПТИ ТА СУЧАСНІ РІШЕННЯ

Kulieshov O. V.
Cherkassy State Technological University
Cherkassy, Ukraine

BEING AND VALUES AS A PROBLEM OF THE NATURALISTIC WORLDVIEW

A British biologist and science popularizer Richard Dawkins is one of the most consistent and convincing supporters of the naturalistic worldview and opponents of creationism. His works is an attempt to explain all the phenomena of human existence, proceeding from the natural process of the evolution of the Universe. The sense of human existence (regardless of what a person thinks about himself/herself) is the existence of naturally preserved, surviving "selfish" genes [1, p. 215–216] and the same applies to all forms of human behavior and consciousness, including religion and morality.

So, religion, according to Dawkins, is a by-product of the behavioral stereotype of the absolute and non-rational trust to the requirements and prohibitions of the elders [1, p. 176], which is inherent in the genes and useful for preserving the human genotype. Morality is also a stereotype, genetically anchored and useful for the preservation of genes. Namely, it is the stereotype of altruistic behavior in certain (and quite often encountered, according to Dawkins) circumstances [1, p. 216]. It's safe to assume that any form of value consciousness (which includes morality and religion) is explained by the British scientist as a result of the interaction of natural factors.

Let's disregard how right Dawkins is in his conceptions of morality and religion. We will be interested in the general naturalistic understanding of values expressed by Dawkins quite clearly and fully. Let us formulate this naturalistic understanding in the most general form. In accordance with it, a certain value is a

projection of natural factors that determine human biological existence on human consciousness. Ontologically primary is the existence of what turns out to be more capable of existence. Then these natural (independent of values) grounds for existence are interpreted by humans as values. Not values contribute to being, but an effective (successful) being appears to be valuable for a person.

One could argue that values are presented to a person as something that has its own ground in itself and so they fundamentally differ from naturally existing objects that depend on other such objects. But this objection is easily removed by naturalistic argumentation in the spirit of Richard Dawkins. It can be said that ontological self-sufficiency of values is only a subjective image, only a perception of a person. Objectively, value is one of the aspects of existence that are produced by natural selection. The value of something does not depend on its valuability, but on the ability of its carrier to exist in nature.

What has been said expresses the essence of the naturalistic understanding of values-being relation. We may call this understanding the principle of Dawkins (recognizing an exemplary expression of this principle by the British scientist). The logic of this principle is impeccable. What has appeared to be unable to exist is not preserved and only therefore cannot be perceived as valuable. Something is valuable not because it is valuable regardless of its existence, but because that to what value was (perhaps accidentally) attributed has proved to be capable of a sustainable existence.

You can discern, however, on this bright naturalistic picture one small dark spot. Note that everything that exists cannot automatically acquire value. It must be of value in relation to something less valuable or to anti-value. Value always implies a choice, therefore, indicates that something has priority in the struggle for existence. This state of affairs leads to the existence of that which exists with greater necessity than something else. It is logical to conclude that the winner in the competition is the being which is maximally necessary. In other words, the Dawkins principle leads to a rather rigid determinism in the understanding of everything that exists naturally.

Rigid determinism, however, is devastating to this principle. Let's assume that everything in our world exists with the utmost necessity. Then the existence of values is obviously necessary. Values cannot but exist in our world. The world also cannot exist without values. In this sense, values determine the existence of our world, and are the ground (or one of the grounds) of the natural being. What makes values so crucial? This requires explanation, but cannot be explained within the principle of Dawkins.

Suppose (as Dawkins sometimes admits) that there are an infinite number of alternative worlds in which all possible variants of existence are realized. By and large this assumption does not change anything. Among all the possibilities values are to be found with absolute necessity. Values still prove to be one of the grounds of everything that exists. The presence of "empty" worlds, the worlds without values, in this design can be explained by the hierarchy of being (empty worlds are qualified as inferior, immature).

Are we able to give up the rigid determinism, but to preserve the Dawkins principle (albeit only with respect to values)? Rejecting this sort of determinism, we assume that things can have different grounds and the same ground can lead to diverse things. What role do values play in this transition? It may be that no role at all. It is possible that values are a random factor that sometimes leads to existence, and sometimes not. As a result, the value consciousness as a factor of the human communities survival should occur with the same probability as the non-value consciousness (a consciousness devoid of values that can, for example, be replaced by direct imperatives to certain actions). But this state of affairs is contrary to our historical experience. We do not know of any historical communities without religion or without morality (that is, without a system of values). There are no people for whom the words "good" and "bad" would be incomprehensible.

Let's recognize, as the last possible option, the value as a factor in the non-rigid determination of things. One may state that values determine the choice between many alternative possibilities. The choice here is not of the most necessary, but of

one of the naturally accidental variants. But then it is obvious that values dominate the natural human existence. Values, by virtue of their valuability, "decide" what is to be and what is not to be. Accordingly, they are found beyond the natural being. The source of their existence and the reasons for their determining role still require an explanation.

Summing up, one can point out explicit logical consistency and implicit contradictions of the naturalistic understanding of values-being relation which is expressed by the principle of Dawkins. The analysis of this principle consequences has shown that there are reasons to doubt the naturalistic interpretation of values and, accordingly there is the need to search for a scientifically acceptable, autonomous in relation to religion (although not necessarily atheistic) alternative understanding of values.

References

1. Dawkins R. The God Delusion / Richard Dawkins. – London: Bantam Press Transworld Publishers, 2006. – 406 p.

*Яковенко А. І.
Черкаський інститут пожежної безпеки
імені Героїв Чорнобиля
НУЦЗ України,
м. Черкаси, Україна*

ДУХОВНІСТЬ ЛЮДИНИ ЯК СУТТЄВА СКЛАДОВА СОЦІАЛІЗАЦІЇ

В суспільстві існує єдина внутрішня підстава для інтегрування феноменів культури. Цією підставою є внутрішній світ людини, її духовне багатство. Людина, соціалізуючись, збагачує суспільство, сприяючи його культурному прогресу. Підсумком такої взаємодії особистості і суспільства є піднесення якісних параметрів їх буття.

Актуальною стає задача аналізу місця і ролі культури в соціалізації, оскільки розвиток культури в наш час пов'язаний зі значною диспропорцією між винятково швидким, лавиноподібним зростанням нових культурних форм і

все більшим відставанням можливості їх освоєння, з чим, мабуть, пов'язана одна з причин ослаблення нею функції нормативності. Це важливо, оскільки, втрачаючи цілісність, розпадаючись на психолого-педагогічні, психологічні, соціологічні моделі, дискурс соціалізації втрачає смислове ядро, яке можна відновити тільки через системність феномену та головні системоутворюючі принципи [1, с. 28–53].

Окрему задачу складає роль духовності у формуванні ціннісної сторони соціалізації. Духовність – людська якість, що характеризує сенс поведінки особистості, здатної до сприйняття і активного засвоєння форм людської культури в процесі практичної громадської діяльності. Унікальність людини найяскравіше проявляється в духовності. Це приводить нас до розуміння об'єктивних факторів і екзистенціальних потреб, що породжують проблему духовності кожної людини.

Духовність усвідомлюється людьми як засіб, що рятує від наслідків глобальної інформаційно-технологічної експансії і пов'язаної з нею загрози фізичного зникнення людини як виду. Затвердження людиною вищих культурних цінностей допоможе їй уникнути деградації і повного морального і фізичного виродження. Людина повинна застосувати волю, щоб оволодіти складною системою культури, цими чистими формами зовнішнього світу, які вона здатна перетворити на форми своєї індивідуальної життєдіяльності, схеми і засоби своєї діяльності, щоб стати людиною духовною.

Список використаних джерел

1. Лукман Т. Социальное конструирование реальности / Т. Лукман. – М.: Наука, 1976. – 237 с.

Бичик В. Ю.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

**ГРОМАДСЬКА ДУМКА ЯК МЕХАНІЗМ СОЦІАЛЬНОГО КОНТРОЛЮ В
УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ**

Словосполучення «громадська думка» давно у нас на слуху. Це одне з тих соціальних явищ, які не відчувають сьогодні браку уваги до себе. Його вивчають і аналізують фахівці практично всіх областей суспільствознавства, про нього розмірковують і пишуть журналісти, за його симпатіями ревно стежать політики, керівники різних рангів. Громадську думку вивчають, формують, прогнозують, прагнуть врахувати у практиці соціального управління, одним словом, докладають чимало зусиль до того, щоб завоювати її прихильність.

Вивчення громадської думки є актуальною проблемою, оскільки громадська думка є своєрідним регулятором тих процесів, які відбуваються в суспільстві. Але потрібно відмітити, що іноді результати громадської думки, можуть бути недостовірними і помилковими.

Інтерес до проблем громадської думки існував в усі історичні епохи. Ще за часів рабовласництва філософи і вчені замислювалися над речами, по суті, безпосередньо пов'язаними з таким явищем, як громадська думка.

За умов феодального ладу також багато уваги приділялося цій проблематиці. Саме за часів класичного феодалізму з'явився термін «громадська думка». Вперше його використав англієць Д. Солсбері в XII ст. для характеристики моральної підтримки парламенту з боку населення країни [6].

Існує кілька підходів, які пов'язують виникнення громадської думки з певним етапом розвитку суспільства. Так, існує погляд, що громадська думка виникає разом з появою первісної суспільної організації, адже процес виникнення громадської думки характеризується оцінкою людьми предмета їхньої уваги, проявом інтересу людей до об'єкта думки, звернення їх до певних джерел інформації про нього, а також вироблення індивідуальних суджень, визначення стосовно нього особистої думки.

Появу громадської думки пов'язують також з розвитком капіталізму та розширення політичної участі громадян.

Прихильники третього підходу вважають, що стрімке поширення альтернативних джерел інформації, інтенсивний розвиток засобів масової комунікації, непересічна роль Інтернету, – все це найвпливовіші і чи не єдино значущі чинники, які формують громадську думку [4, с. 18].

Останнім часом в Україні все більше уваги приділяється громадській думці в контексті аналізу масових суспільно-політичних настроїв та електоральної поведінки, проявів національної самосвідомості й патріотизму, а також фінансово-економічних проблем – безробіття, інфляції, шляхів та пропозицій виходу з фінансово-економічної та політичної кризи [2, с. 219].

Потенціал громадської думки, як органу соціального контролю, регулятора суспільно-владних відносин може реалізовуватися залежно від рівня його інституалізації. Для перехідного українського суспільства це є вагомим проблемою.

Процес інституалізації громадської думки в Україні носить складний та багатоманітний характер і залежить від активної трансформації українського суспільства: від моноцентричного тоталітарного до розвинутого громадянського, але якраз саме від нього залежить ефективність іншого процесу – інституалізації демократії.

Чи не найголовнішим критерієм розвитку демократії можна вважати процес і результат відносин влади та її структур, органів державного управління з громадською думкою, адже чим активніше і повніше влада задовольняє потребу громадськості в проявах активної участі у суспільно-політичному житті, творенні демократичних процесів, тим вона вважається більш демократично спрямованою і такою, що прагне відповідних перетворень [5].

В реаліях сьогодення, коли Україна декларує своє перебування на етапі розбудови демократичного суспільства, українська влада дедалі активніше мала би звертатися до громадської думки, зважати на її прояви, використовувати громадську думку під час прийняття управлінських рішень. У нашому

суспільстві відбулися зміни після Революції Гідності, і найбільше - у громадському секторі. Після останнього Майдану участь українців у різного роду благодійних акціях збільшилася у 2-4 рази, і саме молодь є рушійною силою соціальних та політичних перетворень, що є відголосом Майдану. Не секрет, що більшість тих, хто активно виказував свою громадську позицію на головній площі країни, були люди до 40 років.

Загалом, позитивні тенденції в громадській сфері безумовно є, проте їх ще замало для того, аби говорити про якісь істотні зміни. Не останню роль у цьому процесі займає політика, адже саме вона формує ті умови, в яких живуть та реалізують себе нові покоління українців.

Кожне суспільство на певному етапі свого розвитку створює спеціальний інститут, званий державою. З цього моменту життя кожної людини починає істотно залежати від мудрості державних діячів, від інститутів, які вони створюють, від прийнятих ними рішень. Очевидно, що рішення, прийняті на державному рівні повинні бути максимально об'єктивними і науково обґрунтованими, тому що від них залежить доля суспільства, країни і кожного члена суспільства. Тому державні діячі повинні використовувати в роботі знання громадської думки, вивчати її і всі процеси, з нею пов'язані.

Можна сказати також, що громадська думка залежить від того суспільства, в якому вона формується і розвивається, від принципів цього суспільства, від культурних цінностей і ступеня демократизації суспільного ладу. У тоталітарному суспільстві громадська думка видає таку інформацію, яку від нього очікує влада. Відповідно використання такої «громадської думки» є звичайною рекламою, способом впливу на свідомість людей. У плані впливу з цим завданням добре справляється пропаганда, яка так само впливає на свідомість громадських мас. Провідником же цього впливу, як правило, в основному виступають засоби масової інформації. Можна сказати, що пропаганда, засоби масової інформації, реклама і громадська думка постійно перебувають у тісній взаємодії.

Як важливий механізм і спосіб інституалізації, громадська думка в Україні має усі шанси на розвиток у найближчій перспективі, однак це значною мірою залежить як від активності самих громадян, організованих суспільних груп інтересів, лобі чи груп тиску, подальшого ініціативного формування громадянського суспільства, так і від суб'єктів державного управління, їхнього бажання та потреби прислухатися до думки громадян й враховувати запити, інтереси останніх у своїй діяльності.

Якість та ефективне функціонування громадської думки як соціально-політичного інституту в сучасних українських умовах залежатиме від рівня демократизації суспільства і, таким чином, матиме зворотній вплив на процес інституалізації демократії в Україні.

Список використаних джерел

1. Бек У. Суспільство ризику. На шляху до іншого модерну / У. Бек. – М.: Прогрес-Традиція, 2000. – 292 с.
2. Гриценко О. Природа інформаційного суспільства та розвиток світового ринку мас-медіа / О. Гриценко // Вісник Львів. ун-ту. – Серія журн. – 2009. – Вип. 32. – С. 214–222.
3. Касьянов, В.В. Соціологія права: навчальний посібник / В. В. Касьянов, В.Н. Нечипуренко. – Вид. 2-е. – Ростов- на-Дону: Фенікс, 2002.
4. Козьма В. Трансформація політичних інститутів в умовах демократизації / В. Козьма // Віче. – 2008. – № 2. – С. 18–20.
5. Лапаєва, В. В. Громадська думка і законодавство / В.В. Лапаєва // Соціологічні дослідження. –1997. – № 9. – С. 16–28.
6. Соціологія: Підручник для юридичних вузів. – СПб., 2000. – 416 с.

*Даценко В. С., Даценко О. О.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

РАЦІОНАЛЬНЕ ВИКОРИСТАННЯ ПРИРОДНОГО ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ

Протягом всього свого існування людина постійно змінювала основне джерело енергії: спочатку це було Сонце, потім вогонь, потім вугілля, а зараз нафта і газ. Сьогодні перед енергетикою стоїть багато проблем, і найбільш гостра – проблема її джерел.

Ефективність сучасного виробництва перебуває у прямо пропорційній залежності від рівня енергоозброєності праці. Виробництво енергії є чи не найбільш екологічно небезпечним: теплові станції викидають у повітря тисячі тонн отруйних газів та твердих пилових відходів. Ядерні станції небезпечні через радіацію, а також необхідність захоронення відходів ядерного палива.

Люди намагаються використовувати природні джерела енергії (сонячне випромінювання, вітер, припливи). Природа багата на енергоресурси. Їх раціональне використання дає можливість отримувати відносно дешеву електроенергію.

Сонце здатне забезпечити нас такою кількістю енергії, яка значно перевищує наші потреби. З часом люди винаходять нові способи використання сонячного випромінювання. З'явилися навіси, що зберігають сонячне тепло взимку, теплиці, завдяки яким можна подовжувати тривалість сільськогосподарських робіт; зимові сади, високоефективні сушильні, сонячні пічки для приготування їжі та плавки металів, опріснювачі води тощо. На енергії сонячних променів сьогодні рухаються машини.

Сонячна енергетика ґрунтується на перетворенні сонячного випромінювання на електричну (сонячні електричні системи) чи теплову енергію (сонячні теплові системи виробляють тепло для одержання гарячої води, опалення приміщень тощо).

Сонячна енергія найефективніше може бути використана як теплова. Перевагою таких систем є високий коефіцієнт корисної дії (ККД), який сягає 45-60%, а в разі застосування концентраторів – 80-85%. Тепло, отримане в сонячних системах тепlopостачання, використовується для нагрівання води,

опалення будівель, у сільському господарстві, у технологічних процесах у промисловості.

Актуальними стають поняття «екологічні шляхи наукового пізнання», «екологічний стиль мислення» та ін.

Є актуальною проблема швидкого переходу до нових джерел енергії. Альтернативні джерела енергії можуть цілком забезпечити задовільний рівень життя, якщо будуть знайдені відповідні за вартістю методи її перетворення.

Сонячна енергетика використовує поновлюване джерело енергії і в перспективі може стати екологічно чистою, тобто такою, що не виробляє шкідливих відходів.

Збереження навколишнього середовища, екологічність продуктів, використання «зелених» технологій повинні бути головними факторами під час будь-якої людської діяльності. Адже усі ми відповідальні за майбутнє нашої планети, за середовище, яке ми залишимо нашим нащадкам.

*Казєєва А. С.
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

SMM ТА РІЗНОВИДИ ТАКТИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМИ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

SMM – це аббревіатура від фрази з англійської мови «social media marketing», що означає просування сайтів безпосередньо у соціальних мережах інтернету. SMM залучає трафік користувачів на сайт, що потребує просування безпосередньо, а не через пошукові системи.

Виникнення такої течії рекламної діяльності, як SMM, відбулося досить недавно, майже одночасно з виникненням соціальних мереж-гігантів, таких як Facebook та Twitter на початку двохтисячного року, коли мережа інтернет стала доступною для кожного, у кого є персональний комп'ютер, і посіла своє вагоме місце серед інструментів маркетингу.

Головним інструментом дії SMM є саме соціальна мережа, тому що для того, щоб досягти своєї мети, SMM-спеціалісту необхідно зацікавити саме живу людину, а не пошукову систему. Тому головним завданням для SMM-спеціаліста є проведення такої рекламної кампанії, яка пробудить інтерес до ресурсу зі сторони максимальної кількості користувачів соціальної мережі, при цьому не порушуючи правил, що установлені адміністрацією соціальної мережі, на базі котрої відбувається рекламна кампанія. Саме тому необхідність публікації матеріалів, що зацікавлять користувача мережі, є важливою задачею, для цього необхідний майстерний рівень SMM-оптимізатора, що при публікації тих чи інших матеріалів не буде включений до числа спамерів або не втратить можливості робити публікації на платформі цієї мережі.

Для вдалої розкрутки сайту необхідність детально вивчити аудиторію вибраної соціальної мережі, що є закономірним, адже саме так і вибирається цільова аудиторія для подальшої розкрутки. Попри те, що це займає левову долю часу, витрати повертаються разом з зацікавленими користувачами соціальної мережі. Це безпосередньо підтверджує теорію, що найбільшого успіху досягають ті SMM-спеціалісти, що не лише просувають та оптимізують свій ресурс, але й розвивають платформу, на якій здійснюють просування SMM.

Існують такі тактики підвищення ефективності SMM:

1. Використання власного соціального потенціалу.
Бренди схильні використовувати безкоштовні інструменти маркетингу та реалізувати рекламні заходи самостійно у соціальних мережах, у процесі чого залучають власні ресурси для створення контенту.
2. Публікація оголошень для власної цільової аудиторії.
Необхідно чітко знати улюблені соціальні групи, спільноти власної цільової аудиторії. Публікації мають відбуватися в необхідний час та в необхідному місці, щоб ефективно витратити рекламний бюджет.
3. Використання соціальних мереж для збільшення цільової аудиторії.

Близько половини рекламодавців скорочують видатки на рекламу поза інтернетом на користь онлайн реклами на базі соціальних мереж, які невпинно перемагають друковані видання. Тому що методи SMM-просування є економічно ефективнішими та мають значно меншу собівартість.

4. Конкретизація цілі та задачі SMM-просування.

Необхідно розуміти, що реклама в соціальних мережах не може бути використана для негайного відгуку, вона виконує інші функції, як-то: залучення потенційного клієнта в коло бренду. Велика кількість маркетологів використовує рекламу в соціальних мережах для популяризації власного бренду.

5. Вимірювання ефективності реклами у соціальних мережах.

Бренди мають на меті отримати сигнали успіху проведеної рекламної кампанії (кількість нових підписників у групі або кількість продажів чи популяризація бренду).

SMM має на меті встановлювати безпосередній контакт з аудиторією та допомагає інформувати користувачів про бренд чи товар, використовуючи весь потенціал рекламних кампаній у соціальних мережах.

Лисенко О. М.

*Східноєвропейський університет економіки і менеджменту,
м. Черкаси, Україна*

СУЧАСНІ СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРАВА ОСОБИ НА ДОСТУП ДО ІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

Механізми формування інформаційної політики держави та організаційно-правовий супровід даного процесу на сьогоднішній день, в епоху становлення та розвитку інформаційного суспільства, є не лише елементами внутрішньої та зовнішньої політики держави, а одним із головних заходів її безпеки.

Особливості ведення сучасних інформаційних воєн вимагають від

держави не просто констатації фактів посягання на інформаційний суверенітет, а чіткого механізму реагування та відповідної протидії. Важливим елементом державного управління будь-якою сферою суспільних відносин є чіткий організаційно-правовий механізм взаємодії всіх державних інституцій для вирішення того чи іншого соціального феномену. В даному випадку держава виконує свої основні функції та завдання.

Виходячи з цього, захист інформаційного суверенітету через систему стратегічних напрямків інформаційної політики є одним із пріоритетних завдань. В сучасних умовах поширення інформації та формування суспільної думки через глобальні інформаційні мережі, можливості «інформаційного вторгнення» багатогранні та різноманітні, що в свою чергу надає можливості супротивнику використовувати будь-які інформаційні приводи на власну користь.

Ситуація, в якій на даний час перебуває наша держава, в значній мірі викликана саме втратою інформаційного суверенітету через недосконалість організаційно-правового механізму протидії зовнішнім інформаційним загрозам. В умовах ведення інформаційної війни постає нагальна проблема доступу до інформації та особливостей її поширення як на рівні державного апарату, так і на рівні суспільства. Враховуючи вищевикладене, актуальність та важливість теми дослідження на даному етапі розвитку української державності цілком очевидна.

Стаття 34 Конституції України визначає, що кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – за власним вибором [1]. Тобто, Конституція України гарантує в повному обсязі право кожної особи на інформацію, передбачаючи таким чином можливість щодо її безперешкодного поширення будь-якими засобами. Дані конституційні положення передбачаються також Законами України «Про інформацію» [2], «Про звернення громадян» [3], «Про доступ до публічної інформації»[4] та ін.

Ч.1 ст. 6 Закону України «Про інформацію» визначає, що право на інформацію забезпечується: створенням механізму реалізації права на інформацію; створенням можливостей для вільного доступу до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів, інших інформаційних банків, баз даних, інформаційних ресурсів; обов'язком суб'єктів владних повноважень інформувати громадськість та засоби масової інформації про свою діяльність і прийняті рішення; обов'язком суб'єктів владних повноважень визначити спеціальні підрозділи або відповідальних осіб для забезпечення доступу запитувачів до інформації; здійсненням державного і громадського контролю за додержанням законодавства про інформацію; встановленням відповідальності за порушення законодавства про інформацію [2]. Окрім цього, у ст. 20 даного Закону закріплено принцип максимальної відкритості, тобто «будь-яка інформація є відкритою, крім тієї, що віднесена законом до інформації з обмеженим доступом». Слід також відзначити такі важливі положення, визначені ч. 1. ст. 29, – дозвіл на поширення інформації з обмеженим доступом, якщо вона є суспільно необхідною, тобто є предметом суспільного інтересу, і право громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від поширення; ч. 2 ст. 29 – визначення невичерпного переліку інформації, що становить предмет суспільного інтересу тощо [2].

Як бачимо, законодавець передбачив чітку систему реалізації права на доступ до інформації, її зберігання, поширення, відтворення та трактування, проте сучасні суспільно-політичні реалії вимагають звернути увагу на питання поширення інформації, що шкодить національній безпеці та територіальній цілісності держави. Ч.3 ст. 34 Конституції України передбачає, що здійснення прав на вільне збирання, зберігання, використання і поширення інформації може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної

конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя [1]. Аналогічні норми містяться і в згаданому вище Законі України «Про інформацію» [2] (ч.2 ст.6), проте реалії сьогодення показали, що дієвий механізм реалізації даних норм законодавства відсутній.

В зв'язку з цим на сьогоднішній день Україна все ще продовжує програвати інформаційну війну як на внутрішньому «інформаційному фронті», так і на зовнішньому. Виникає питання, наскільки дійсно необхідно обмежувати реалізацію права на доступ до інформації в умовах ведення інформаційної війни. Проте слід відзначити, що на сьогоднішній день законодавцем не подано чітких визначень таких реально існуючих соціально-правових феноменів як «інформаційні атаки», «інформаційне вторгнення», «інформаційний суверенітет» та ін. Наприклад, поняття «інформаційного суверенітету» вперше з'явилося в Законі України «Про інформацію» редакції 2002 року, навіть передбачалися гарантії його захисту, але в редакції цього ж закону від 9 травня 2011 року даний термін відсутній.

Тобто, перед українським суспільством постало досить нелегке завдання: визначити, якими механізмами протидіяти постійним інформаційним атакам, наповненими ресурсом, що «перекручує» реально існуючі факти, але при цьому не порушувати конституційного права громадян на доступ до інформації. Зважаючи на можливості сучасних інформаційних мереж, інформація поширюється миттєво, і досить часто, від того, який суб'єкт інформаційних відносин перший «анонсує» інформаційну подію, залежить її сприйняття споживачем інформаційного продукту.

Слід зазначити, що останні роки незалежності нашої держави, характеризувалися постійними прагненнями органів державної влади «убезпечити» внутрішню інформацію від доступу громадськості. На рівні міністерств і відомств створювалися спеціальні структури, що ускладнювали доступ громадян до інформації. Такі грифи на документах як «Не для друку», «Тільки для службового використання», «Опублікуванню не підлягає» тощо

прямо порушували право громадян на доступ до інформації, але при цьому показали повну нездатність протидіяти «інформаційним атакам» та «інформаційним вторгненням».

Окрім цього, такий стан речей об'єктивно викликав в українському суспільстві інформаційний нігілізм щодо офіційної інформації органів державної влади. Даний суспільний феномен викликав появу інформаційних повідомлень, що прямо чи опосередковано підтримували інформаційні атаки. При чому суб'єкти інформаційних відносин, реалізуючи право на доступ до інформації, неусвідомлено поширювали інформацію, що підпадає під регулювання ч.3 ст. 34 Конституції України [1], як то: кількісні та якісні характеристики ЗСУ, дислокацію та маршрути переміщення, розміщення блокпостів тощо.

Сучасні геополітичні виклики, що постали перед Україною, органами державної влади та громадянами, показали неспроможність в повному обсязі протидіяти інформаційній агресії та постійним інформаційним атакам. В значній мірі, дане явище було викликане:

- недосконалістю державного механізму інформаційної політики, невизначеністю на рівні законодавця таких понять як «інформаційні атаки», «інформаційне вторгнення», «інформаційний суверенітет»;
- появою такого суспільного феномену як «інформаційний нігілізм» щодо повідомлень органів державної влади;
- відсутністю чіткого і зрозумілого механізму реалізації права громадян на доступ до інформації, включаючи право на її поширення, зберігання та використання, враховуючи норми визначені ч.2 ст. 34 Конституції України;
- відсутністю Національної доктрини інформаційної безпеки та шляхів її реалізації.

Визначені даним дослідженням проблемні питання формування інформаційно-правового простору, інформаційної безпеки, реалізації права

громадян на доступ до інформації в умовах ведення інформаційної війни є лише окремими аспектами глобальних державотворчих викликів, що постали перед нашою державою. Науково-практичні розробки в даному напрямку сприятимуть становленню та формуванню ефективного механізму взаємодії органів державної влади та громадськості щодо протидії інформаційним загрозам та створенню ефективної системи інформаційної безпеки.

Список використаних джерел

1. Конституція України [Електронний ресурс] : Закон від 28 червня 1996 року. – Режим доступу. – <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Про інформацію [Електронний ресурс] : Закон України від 2 жовтня 1992 р. (в редакції від 21 травня 2015 р.). – Режим доступу. – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>
3. Про звернення громадян [Електронний ресурс] : Закон України від 2 жовтня 1996 р. (в редакції від 28 серпня 2015 р.). – Режим доступу. – <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/393/96-вр>
4. Про доступ до публічної інформації [Електронний ресурс] : Закон України від 13 січня 2011 р. (в редакції від 01 травня 2015 р.). – Режим доступу. – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>

Дудко Л. А.

*Черкаське регіональне відділення Соціологічної асоціації України,
м. Черкаси, Україна*

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНИХ СПЕЦІАЛІСТІВ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ

Соціально-економічні трансформації в суспільстві, процеси глобалізації, інтеграційні тенденції, нові інформаційні технології вимагають швидкоплинних змін, модернізації. Відповідаючи на виклики сучасної цивілізації, система вищої освіти здійснює пошук нових ефективних шляхів формування світогляду особистості, цінностей, конкурентоспроможності сучасного фахівця, які є

відображенням нової реальності. Важлива роль у цих процесах належить суспільним, соціально-гуманітарним наукам. Саме вони здатні якісно відчутити дух сучасної епохи, передбачити майбутні виклики третього тисячоліття, обґрунтувати ключові проблеми горизонту модернізації освіти, підготовки конкурентоспроможних спеціалістів. Мова йде про зміну домінуючих цінностей, формування нового, неогуманістичного світогляду. Новий тип світогляду інтегрує в собі уявлення, знання, установки про людину та її діяльність із врахуванням сучасних викликів розвитку суспільства, її місце і роль в системі соціальних зв'язків. Новий тип світогляду є невід'ємною частиною майбутнього сучасного фахівця, конкурентоспроможного спеціаліста, особистості.

Конкурентоспроможність – це комплексний соціо-психологічний феномен, статусно-професійний атрибут, який формується через складну взаємодію соціально-економічного, політичного середовища та глибинних психологічних властивостей особи, її творчого, особистісного потенціалу, світогляду. У сукупності все це становить узагальнену інтегральну характеристику особи, спеціаліста як члена суспільства. Формування саме такої моделі конкурентоспроможного спеціаліста забезпечує впровадження інноваційних технологій у навчальний процес вищих навчальних закладів України. Сучасні технології підготовки конкурентоспроможного спеціаліста вимагають прогностичного моделювання особистості студента як майбутнього професіонала, яке допоможе не лише визначити інваріантні, ідеалізовані параметри особистості та професійної діяльності спеціаліста, а й простежити процес його формування. Ми вважаємо, що головним критерієм моделювання конкурентоспроможного спеціаліста є професійна готовність до своєї діяльності, яка виступає інтегральним показником особистості й поєднує мотиваційно-ціннісне ставлення до професії та володіння елементами діяльності на нераціональному рівні. Одним із ефективних шляхів розв'язання цієї проблеми може стати створення особистісно зорієнтованих технологій

навчання, у центрі уваги яких – унікальна цілісна особистість, яка прагне максимальної реалізації своїх можливостей, здатна на свідомий і відповідальний вибір у різноманітних професійних ситуаціях.

Особистісно зорієнтований підхід у професійній освіті у змістовному плані означає :

- створення умов для розвитку усіх суб'єктів професійно-освітнього процесу: здобувачів, викладачів, управлінського персоналу, роботодавців тощо;
- прогнозування, педагогічне передбачення проходження процесу набуття знань, який будується на підґрунті врахування особливостей тих, хто навчається, а також змісту навчання;
- створення дієвих стимулів соціально-професійного розвитку учасників освітнього процесу;
- впровадження моніторингу професійного розвитку всіх суб'єктів освіти, тобто регулярна й оперативна діагностика у процесі підготовки конкурентоспроможного спеціаліста;
- стартова діагностика засвоєності навчального матеріалу;
- експрес-діагностика соціально і професійно важливих характеристик тих, хто навчається;
- фінішна діагностика професійної підготовленості випускників;
- розвиток варіативної освіти, спрямованої на розширення можливостей професійного самовизнання і саморозвиток особи здобувача;
- організація навчально-просторового середовища, що передбачає створення інтегративних, багатофункціональних навчально-виробничих лабораторій, тренажерних полігонів, баз для стажування тощо;
- коригування професійного становлення спеціаліста.

Впровадження цієї інноваційної форми освіти стає важливим чинником оновлення професійної освіти у відповідності із сучасними вимогами. Тобто можна констатувати, що професійна освіта – це, певною мірою, інвестиція в

соціально-економічний розвиток держави, виховання справжніх громадян України.

*Кучер А. В.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

МОТИВАЦІЯ ЯК ОСНОВА ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ

Мотивація – це сукупність внутрішніх і зовнішніх рушійних сил, які спонукають людину до діяльності, визначають поведінку, форми діяльності, надають цій діяльності спрямованості, орієнтованої на досягнення особистих цілей і цілей організації. Мотивація ефективної праці робітників посідає одне з ключових місць у системі внутрішньо фірмового управління.

На сучасному етапі розвитку науки управління одним з основних завдань керівників є мотивування своїх підлеглих до ефективної праці з метою організації якісної та результативної роботи, що спрямована на досягнення цілей діяльності компанії. Працівники повинні розуміти, що досягнувши цілей компанії, вони досягнуть і своїх особистих цілей за допомогою тих благ, які їм запропонує компанія, в якій вони працюють [1].

Суть мотивації полягає в розробці такої системи стимулювання, яка б забезпечила виробництво високоякісної продукції і прибутковість своєї роботи, але для цього перш за все треба зацікавити кожного конкретного працівника в результативній, високопродуктивній праці. Для цього й використовують як матеріальні, так і нематеріальні види мотивування працівників [2].

До нематеріального мотивування відносять організацію навчання для персоналу та підвищення кваліфікації. Це тренінги, семінари, освітні програми. Тут важливо не прогадати з тренерами та тематикою.

Також має велике значення престиж та стабільність самої фірми, тому працівники так люблять міжнародні компанії з гучними брендами. Не останню роль відіграє і назва посади, яка сама по собі може бути дуже ефективною мотивацією.

Менш відомим способом мотивувати працівників є фіксація досягнень. Її можна втілити за допомогою «дошки пошани» з визначенням найкращого працівника місяця (року) того чи іншого відділу. Такий крок не вартуватиме компанії нічого, але посилить професійну конкуренцію та активує бажання «виділитися з натовпу».

Важливим для працівника може бути і сам простір офісу та організація робочого місця. Адже значно приємніше працювати у центрі міста у світлому чистому приміщенні, аніж на околиці з гіршими умовами, нехай і за вищу винагороду.

До способів нематеріальної мотивації зараховують також і причетність до прийняття рішень, тобто працівник повинен відчувати, що має право голосу. Цей спосіб можна втілити у вигляді нарад, опитувань, голосувань тощо.

Не слід забувати про проведення конкурсів професійної майстерності, нагородження переможців відзнаками та грамотами. Друк бланків коштуватиме компанії копійки, зате така нагорода корпоративний дух підтримає неабияк.

Звичайно, працівникам приємно буде отримати і дещо більш відчутне: місячний проїзний квиток, іменні канцтовари, квитки у кіно, можливість безкоштовно відвідувати фітнес-центр або що. Спільний корпоративний відпочинок з колегами сприятиме кращому взаєморозумінню та об'єднанню колективу.

Матеріальна мотивація, у свою чергу, – це будь-яке заохочення роботи персоналу за допомогою грошей. Цей спосіб мотивації вважається найефективнішим, адже від додаткових грошей ніхто не відмовиться. Але є свої особливості проведення матеріальної мотивації персоналу.

До системи матеріальної мотивації відносять як пряме заохочення співробітників, так і непряме. Пряме матеріальне заохочення – це різні доплати, наприклад, премія та зростання зарплати. Непряма система матеріальної мотивації – це оплата лікарняних листів, відпусток, медичне страхування, а також відрахування на пенсійне страхування. Загалом – повний соцпакет, який

регламентований державою. Але до непрямой матеріальної мотивації також можна віднести різні добровільні бенефіти, які не призначені ніде, а використовуються роботодавцем тільки на добровільній основі [3].

Не зважаючи на те, що в сучасному суспільстві особлива увага приділяється матеріальному аспекту винагороди праці, вважаю, що нематеріальна мотивація більш важлива, ніж матеріальна. Гроші дозволяють залучити і утримувати співробітників лише на деякий час, тоді як нематеріальна мотивація надихає їх на досягнення найкращих результатів тривалий час, дозволяє їм максимально розкрити і реалізувати свій потенціал. Адже гроші є досить сильним мотиватором лише в тому випадку, якщо працівник вважає оплату своєї праці справедливою і бачить зв'язок між результатами своєї роботи і оплатою праці.

Можна сказати, що до кожного працівника необхідний особливий підхід щодо винагороди його праці. І саме керівник, в залежності від випадку, сам визначає вид мотивації – матеріальної чи нематеріальної.

Список використаних джерел

1. Грищенко В. Ф., Чернова М.С. Інноваційні підходи до удосконалення системи мотивації персоналу малих підприємств України у сучасних умовах господарювання / В. Ф. Грищенко, М. С. Чернова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 1. – С. 103-112. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mimi_2011_1_14.
2. Егоршин А. П. Управление персоналом / А. П. Егоршин. – Новгород: НИМБ, 2007.
3. Теслюк Н. П. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг / Н. П. Теслюк // Економіка, фінанси, право. – 2005. – № 11. – С.17-20.

*Десятніков І. В.
Східноєвропейський університет економіки і менеджменту
м. Черкаси, Україна*

ЗОБРАЖЕННЯ НА БАНКНОТАХ ПОСТРАДЯНСЬКИХ КРАЇН

ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ

Зображення на банкнотах є важливим та дієвим засобом формування національної ідентичності, оскільки ними користуються усі без виключення громадяни країни.

Після розпаду Радянського Союзу нові незалежні держави, що утворилися на його колишніх територіях, розпочали емісію власних грошових знаків. Це мало надважливе значення, оскільки наявність національної валюти є однією з ознак державної незалежності. Нові незалежні держави у 1992-1994 роках ввели національні валюти, які отримали/повернули традиційні національні назви. Винятком стала лише Білорусь, яка зберегла назву «рубль». У Таджикистані до 2000 року грошова одиниця теж мала назву «рубл», згодом отримавши назву «сомоні» на честь засновника та правителя держави Саманидів Іслаїла Сомоні.

На банкнотах нових держав з'явилися нові державні символи – герби та прапори, – чи безпосередньо зображені на банкноті, чи у вигляді водяного знаку. З першого випуску національної валюти державні символи були зображені на банкнотах України, Узбекистану, Казахстану, Литви, Молдови, Латвії, Киргизії, Таджикистану та Туркменістану. На банкнотах Грузії зображення державного прапора з'явилося у 2007 році, після зміни його зовнішнього вигляду внаслідок «революції троянд». Натомість у Білорусі національний герб «Пагоня» після зміни державної символіки 1995 року з банкнот зник, а новий не з'явився.

На грошових знаках країни стали розміщувати портрети видатних національних діячів із політичного та культурного життя. У такий спосіб формуються нові пантеони осіб – національних героїв як уособлень державності. Портретні зображення або зображення скульптурних пам'ятників надibuємо на банкнотах майже усіх пострадянських країн. На азербайджанських манатах портрети зображені лише на банкнотах двох

номіналів 1993 року випуску. Зображення історичних постатей відсутні лише на банкнотах Білорусі.

Країни по-різному підійшли до вибору зображень діячів на банкнотах. Зокрема Україна, Узбекистан, Росія, Казахстан, Грузія, Молдова, Туркменістан, Вірменія, Таджикистан, Киргизія зобразили на банкнотах легендарних осіб та політичних діячів періоду раннього середньовіччя. Поряд з цим на українських гривнях, грузинських ларі, азербайджанських манатах та литовських літах серед портретних зображень, що схвально оцінювала радянська ідеологія, з'явилися портрети діячів, яких, за умов компартійного диктату, трактували як ворогів чи зрадників народу: Іван Мазепа, Михайло Грушевський, Мамед Емін Расуладзе, Кайхосро Чолокашвілі, Йонас Басанавічус та інші. У такий спосіб серед населення суверенних країн утверджується думка про прадавні корені власної державності та історичну тяглість національної окремішності народу та його державницьких прагнень.

Натомість на киргизьких сомах зображені фактично лише діячі радянського періоду історії, причому навіть такі, які були провідниками російської імперської колонізації та встановлення радянської влади (Курманджан Датка, Тоголок Молдо та Саякбай Каралаєв). На таджицьких сомони зображені один з основних організаторів створення Таджицької Автономної Радянської Соціалістичної Республіки Шириншо Шотемур, активний учасник встановлення радянської влади у Бухарі Садріддин Аїні, голова Тимчасового революційного комітету Таджицької АРСР, член Бюро ЦК КП(б) Таджикистану Нусратулло Махсум, перший секретар ЦК Компарії Таджицької РСР Бободжан Гафуров. У Вірменії, за виключенням легендарного Давида Сасунського та історичних постатей раннього середньовіччя Тиграна II Великого та Месропа Маштоца, на банкнотах зображені діячі вірменської радянської літератури і мистецтва. Перебуваючи у сфері впливу Російської Федерації, на сьогодні ці держави так і не наважилися зобразити осіб, які відкрито виступали проти російської чи радянської влади.

Серед банкнот країн-колишніх радянських республік особливо вирізняються туркменські манати 1993-2005 років випуску. На них зображений «пожиттєвий президент» Туркменістану Сапармурат Ніязов. Вочевидь, національна грошова одиниця з портретом та підписом президента була елементом формування авторитарного режиму Туркменбаші.

У 2016 році у Казахстані випущена пам'ятна банкнота номіналом 10000 тенге із зображенням президента Нурсултана Назарбаєва, незмінного президента країни з 1991 року. Національний банк Казахстану пояснив такий крок вагомим внеском президента у розбудову казахської державності, назвавши аналогічні приклади інших країн, зокрема й європейських. Проте практика прижиттєвого зображення людей на грошових знаках притаманна лише монархіям та авторитарним режимам Азії та Африки.

Існують особливості портретних зображень на банкнотах Придністров'я. На більшості із них зображений Олександр Суворов – російський воєначальник, засновник міста Тирасполь – столиці невизнаної держави. На банкнотах 2007 року випуску зображені господар Молдавського князівства, соратник Петра I Дмитро Кантемир, російський військовий та державний діяч Петро Румянцев-Задунайський та російська імператриця Катерина II, яка своїм указом заснувала Серединну фортецю, що стала базою для заснування у майбутньому міста Тирасполь. Також на придністровських рублях знайшли «своє місце» зображення Богдана Хмельницького і Тараса Шевченка як символів українства. Серед цих осіб лише Петро Румянцев-Задунайський був уродженцем території сучасного Придністров'я. Таким чином, хоча офіційною назвою цього утворення є Придністровська Молдавська Республіка, власне молдавських діячів на банкнотах не зображено. Якщо не зважати на зображення Б. Хмельницького і Т. Шевченка як данину українській історичній свідомості частини населення Придністров'я, всі російські військові та державні діячі, котрі зображені на придністровських рублях, є фактично тими особами, які не розвивали молдавську (чи квазімолдавську у її придністровському варіанті)

державність, а приєднали цю територію до Російської імперії та інтегрували її як невід'ємну частину своєї держави. Тут варто згадати також зображення пам'ятника Російської Слави на 25 рублях 2000 та 2007 років випуску, спорудженого на честь 100-річчя входження Бессарабії до складу Російської імперії. Таким чином, виходячи з зображень на банкнотах, у сучасному Придністров'ї формується не молдавська чи якась особлива придністровська національна ідентичність, а суто російська – із оберненням в імперські історичні часи.

Проблема територіальних суперечок на території колишнього СРСР теж знайшла відображення у паперових грошах. Зокрема на 5 грузинських ларі випуску 2002-2011 років зображена карта Грузії з Абхазією та Південною Осетією, де фактично існують невизнані державні утворення. Причому карта зображена поруч із портретом історика, автора фундаментальної праці «Історія грузинського народу» Іване Джавахішвілі. У такий спосіб Грузія задекларувала єдність території своєї держави на основі спільної історії.

На усіх банкнотах Азербайджану серій 2005 та 2009 років зображені контури країни, включаючи території, втрачені у ході Нагірно-Карабаського конфлікту. У такий спосіб Азербайджан стверджує, що не відмовився від цих територій і прагне їх реінтегрувати.

В обох вище наведених випадках серед населення країн уряд пропагує ідею єдності національної території, і народу не дають забути про фактично втрачені території.

Хоча Вірменія фактично інтегрувала завойовані в Азербайджану території, на її грошових знаках відсутня реальна карта держави. Очевидно, дається взнаки відсутність міжнародного визнання формально незалежного Нагорного Карабаху. Натомість на банкнотах 50 драмів 1998 року та 10000 драмів 2003-2012 років випуску зображена гора Арарат, що знаходиться на території сучасної Туреччини. Гора Арарат є символом Вірменії, який

підтримує у вірменському суспільстві думку про існування та можливе відродження Великої Вірменії.

Молдова, яка має заморожений конфлікт у Придністров'ї, задекларувала єдність своєї території зображенням фортеці у Бендерах, котру контролює влада самопроголошеної Придністровської Молдавської Республіки. Фортеця зображена й на банкнотах Придністров'я. Але якщо на молдавських леях вона продемонстрована головно як пам'ятка архітектури, то на придністровських рублях – як свідчення слави російської армії, що у ході російсько-турецьких воєн XVIII століття тричі була захоплена російськими військами.

Україна, яка має на своїй території самопроголошені держави, а також втратила частину території внаслідок агресії Російської Федерації, не використовує свої банкноти з метою пропаганди відновлення державних кордонів.

Натомість Росія у 2014 році випустила пам'ятну банкноту номіналом 100 рублів на честь приєднання Криму та Севастополя з відповідними зображеннями – Ластівкового гнізда у Ялті та пам'ятника затопленим кораблям у Севастополі. Тобто громадян Росії у такий спосіб призвичаюють до думки, що Крим є невід'ємною споконвічною складовою їхньої держави.

У паперових грошах знайшли відображення також різні погляди на ранню українську та російську історії. Зокрема зображенням Ярослава Мудрого на 2 українських гривнях та 1000 російських рублів держави намагаються утвердити період Київської Русі як частину власної історії. Якщо з боку України зображення київських князів виглядає цілком логічним, то з боку Росії воно таким не є. Ярослав Мудрий зображений на російській банкноті як засновник міста Ярославля. Але провінційний Ярославль, який не був навіть центром староруського князівства, серед переліку міст серії банкнот зразка 1997 року (Красноярськ, Санкт-Петербург, Москва, Архангельськ, Новгород, Хабаровськ) виглядає нелогічним і видається спробою знайти привід для зображення на власних грошах староруських політичних діячів, просуваючи у такий спосіб

ідею про спільність ранньої історії східних слов'ян з усіма похідними наслідками сьогоденної російської культурної експансії в Україну.

*Братко К. В.
Черкаський національний університет імені Б. Хмельницького,
м. Черкаси, Україна*

ОНТОЛОГІЧНІ ВИМІРИ СТАНОВЛЕННЯ ІДЕНТИЧНОСТІ

Постановка питання про ідентичність, його перенесення у площину практичного цілепокладання та здійснення засвідчують граничне узагальнення життєвого досвіду, у якому неспростовна і очевидна констатація «я Існую» необхідно доповнюється проблематичним «Що я є?» і врешті завершується самоусвідомленням та ідентифікацією «Я є» як цілокупної єдності необхідних форм буття людини, інтегрованої у суспільство та світ у цілому. Специфіка відповіді, яку ми прагнемо отримати виражається, між іншим, у органічній єдності рефлексивного самозосередження та практичного здійснення, сократівських «пізнай самого себе» та «ми є тим, що ми знаємо». Інакше кажучи, людина стверджує свою присутність у світі в модусах ідентичності та самототожності в процесі онтологічного самоконституювання, в ході якого вона вивищується над безпосередньою природністю тілесного існування до сутнісного покладання себе як діючого духовного буття.

Можна запитати наскільки виправданою та правомірною є імперативність даних тверджень? Чи засновуються вони у дійсному, неспростовному стані справ або ж виражають нормативні вимоги бажаного? Відповіді на ці питання задаються об'єктивною логікою людського становлення, яка початково необхідно усвідомлюється у основоположному «я Існую». Виникаючи як осмислення первинного життєвого досвіду, ця констатація насамперед виражає факт тілесного перебування в світі серед інших людей та речей. «Я Існую» оскільки, остільки поряд існують інші, з якими я співвідношу себе, відрізняю себе від них, відкриваю таким чином свою межу. Початково це розрізнення-розмежування відбувається у просторово-часовому вимірі тілесного вкорінення

у світ. Поставання людського тут лише розпочинається і відбувається у зовнішніх, кількісних вимірах та, за великим рахунком, є лише можливістю самого себе. У цій ситуації природна фактичність «Існую» виявляється онтологічно домінуючим сурогатом поки що анонімного «я» і тому запропонована орфографія «я Існую» найбільш вдало, на нашу думку, визначає суть ситуації.

Дійсне ствердження людського Я, а отже і його самоідентифікація, відбуваються у внутрішньому змістовному наповненні, розгортанні необхідних форм буття, які, з одного боку, сутнісно відрізняють людину, як соціокультурну істоту від природи, а з іншого – індивідуально-особистісно – від інших людей. «Я Існую» обертається на «Що я є?» Онтологічні виміри ситуації, що висвічується у цьому питанні, докорінно відрізняються від тих, що склалися початково (або ж суттєво збагачуються порівняно з ними). По-перше, хоча факт існування поряд з іншими не скасовується, проте змінюється його основа та зміст. Якщо у первинному досвіді співіснування і похідні від цього розмежування та розрізнення відбуваються як зовнішні просторово-часові порядпокладання або протипокладання, то відтепер межа та те, що знаходиться поза нею, визначаються внутрішнім сутнісним змістом людини. Інакше кажучи, топографія поступається смислографії, відбувається перехід до смислового вкорінення у світ. По-друге, людське існування набуває субстанційності, здатності бути динамічною причиною самого себе. Остання обставина заслуговує на особливу увагу, оскільки субстанційність як динамічне самоспричинення постійно збагачує сутнісний зміст людини, «виштовхує» за межі усталених індивідуально-особистісних меж і тим самим вводить у відкритий простір спілкування з іншими, де і відбувається соціальна та культурна ідентифікація, яка утім не веде до знеособлення та уніфікації, а, навпаки, виступає способом збереження та зміцнення неповторного, динамічного Я. Отже, ідентифікація як виконання у собі водночас є виконанням

у іншому. В єдності цих моментів відбувається дійсне онтологічне ствердження «Я є».

*Гладун О. Д.
Черкаський обласний художній музей,
м. Черкаси, Україна*

МУЗЕЙНИЙ ПРЕДМЕТ У ЦІННІСНО-СИМВОЛІЧНОМУ ПОЛІ КУЛЬТУРИ

Сучасний музей виступає як семіотична і символічна система, простір комунікативної взаємодії. Основа музейної діяльності – музейний предмет як соціокультурна цінність.

Поняття предмету є загальнонауковим і використовується в філософії, культурології, антропології, етнології та інших дисциплінах. В музеєзнавстві предмет наділено ціннісно-символічним значенням. Музейний предмет виступає засобом міжкультурної комунікації, культурним текстом в широкому розумінні слова. Він є у множині контекстів складною цілісністю колективного та індивідуального культурного досвіду, виступає як культурний артефакт – інтерпретативне втілення певної культурної форми в конкретному матеріалі, поведінковому акті, соціальній структурі, інформаційному повідомленні або оціночному судженні [1]. Будь-яка культурна форма може бути втілена у множині артефактів, які виступають як практичні акції. Артефакти у своїй повторюваності відтворення демонструють умови генезису культурної форми. Класичний приклад: трансформація смислового навантаження слова за століття його використання. Кожна культурна форма певний період зберігає свою соціальну актуальність, потім її або втрачає, або сповнюється новими смислами.

Музейний предмет є унікальним культурним артефактом і визначає інформаційну насиченість музейної експозиції. З точки зору семіотичного підходу він є знаком, що репрезентує певну систему цінностей.

Дослідниця Т. Калугіна визначає культуру постмодернізму як гігантський музей, який є «безсистемним сховищем цінностей», «звалищем...артефактів, вмінь, відносин, образів, форм, стилів» [2, с. 139]. Виникають «хронологічні

розриви, втрачаються часові, історичні перспективи, змінюється ритм культурної передачі» [2, с. 139].

В цій ситуації музеї виконують роль зберігача хронологічної послідовності, своєрідного архіву часу. В сучасному світі ми зіштовхуємось зі складною просторово-часовою організацією культури, що знаходить відображення у музейних проектах, їх композиційних схемах.

Музейний предмет виявляє аутентичність не матеріальну, а символічну, тобто презентує модель символізації у даному суспільстві. Символізація виступає як процес смислоутворення. Відтак, на основі музейних експозицій можна вивчати тип світосприйняття певної доби, його візуальну модель.

Умовність музейної експозиції формує уявлення не лише про традицію, але й про спосіб взаємодії з нею. З цієї точки зору музей задає зразки створення загального креативного клімату території, генерації якості культурного життя.

В рамках традиційного соціологічного підходу генезис культурних форм має такі етапи: соціальний інтерес – доктринальне оформлення інтересу – його речові та поведінкові презентації [3, с. 215]. Однак іншим буде наповнення культурної форми в ситуації, коли втрачається самоідентичність, усвідомлене уявлення про власний інтерес, що є характерним для сучасного інформаційного суспільства. Так, наприклад, флеш-моб презентує процес розгортання культурної форми, який не починається формуванням інтересу, а ним завершується. Тобто він не завершується предметною та поведінковою презентацією, а починається з неї.

Звідси постає нова роль музею – відновлення розгортання культурної форми у традиційному розумінні як формування культурної ідентичності. Це виводить проблематику музейного предмету у сферу особливих інтересів людини, де зникаються екологія культури, екологія історії, екологія творчості.

Учасники соціально орієнтованих проектів вчать бачити контекстуальність речі у культурі, виявляти її смисли у сукупності культурних артефактів минулого і сьогодення. Будь-яка річ не втрачена для історії, якщо в

ній можуть бути актуалізовані смисли. Матеріалізована пам'ять про минуле містить в собі коди розуміння реальності, адже музей – інстанція між життям і дією.

Список використаних джерел

1. Флиер А. Я. Культурогенез / А. Я. Флиер. – М., 1995. – 128 с.
2. Калугина Т. П. Художественный музей как феномен культуры / Т. П. Калугина. – СПб: Петрополис, 2001. – 224 с.
3. Ионин Л. Г. Социология культуры / Л. Г. Ионин. – М.: Изд. корпорация «Логос», 1996. – 431 с.

Кожем'якіна О. М.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ МЕДІАДОВІРИ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Всеохопні процеси глобалізації та інформатизації, відчутно змінюючи архітектуру сучасності, надають як нові можливості, так і значні виклики розвитку людства. Трансформаційні процеси в динаміці сучасного суспільства завдяки появі нових технологій створення, обробки, збереження та розповсюдження інформації зумовлюють розвиток та вдосконалення засобів встановлення інформаційного контакту на різноманітних рівнях соціальної взаємодії, увиразнюючи проблематику вдосконалення психологічних та соціальних технологій ефективного впливу. З огляду на розвиток інформаційних технологій стають можливими нові форми комунікацій, що сприяє посиленню громадянської активності, кумулятивної взаємодії, укріпленню соціального капіталу у вигляді численних мереж та спільнот, покликаних оптимально вирішувати нагальні проблеми шляхом швидкої організації необхідних дій на основі горизонтальних соціальних зв'язків, зворотнього зв'язку, інтерактивності тощо.

Комунікативні та соціальні ефекти нових технологій охоплюють усі сфери сучасного соціуму: від повсякденних взаємин до економіки, політики, науки, освіти, медицини, культури та ін., формуючи, згідно М. Кастельсу, нову соціальну морфологію з «мережевою» логікою та демонструючи потужність влади інформаційних структур [1]. Радикально змінюються і самі інформаційні канали, значно посилюючи їх вплив в глобальному масштабі в аспекті трансформації реальності.

Становлення сучасної медіареальності демонструє появу такого феномена, як медіадовіра, що розуміється в якості різновиду довіри, «що виникає в процесі масової комунікації з використанням матеріальних, в тому числі електронних, носіїв та засобів» [2, с. 193]. Відтак медіадовіра позначає формування відносин відкритої інформаційної взаємодії та готовність сприйняття нової реальності в опосередкованому технологіями медіакommunікацій соціокультурному просторі в умовах значного зниження можливостей контролю або його унеможливлення. В контексті аналізу функціональної специфіки медіадовіри в он-лайн середовищі слід відзначити наступні медіа-ефекти: інтегративний (в сенсі кумулятивності колективних зусиль), маніпулятивний (в аспекті прихованого впливу на формування потреб, поглядів, цінностей та ін.), легітимативний (як можливості організації і вираження підтримки та визнання), ірреалістичний (як спроможності впливати на сприйняття реальності та її видозміни, зокрема, до симуляції реальності).

Концептуалізація медіадовіри в термінах вразливості та відкритості медіа-впливам особливо актуалізує проблематику ризиковості довіри та її маніпулятивних ефектів, посилюючи в умовах невизначеності мотивів, джерел та носіїв інформації (фейків, блогів, коментарів, природної реклами тощо) значущість формування інформаційної культури – критичного мислення, інфо-грамотності, інфо-безпеки, інфо-відбору, інфо-відповідальності тощо. Суттєвих трансформацій зазнають інституційні засоби підтримки довіри, зокрема,

репутаційний капітал, надійність джерел інформації та наявність їх альтернатив, якість самих інформаційних повідомлень, міра їх достовірності.

В цілому різноманітні аспекти довіри до он-лайн інформації зосереджуються навколо чинників визначення надійності інформації та її джерел, якості експертного середовища, особистісних характеристик суб'єктів інформаційної взаємодії, досвіду довірчих відносин, медіа-ідентичності, інформаційної культури довіри тощо.

Список використаних джерел

1. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс; [пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана]. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
2. Купрейченко А.Б., Шляхова Е.В. Медиадоверие как интегрированный социально-психологический феномен / А.Б. Купрейченко, Е.В. Шляхова // Знание. Понимание. Умение. – 2013. – № 1. – С. 191–196.

Соколова А. В.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

КОУЧИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕРЕТВОРЕННЯ АГРОМЕНЕДЖЕРА НА ЛІДЕРА

Сьогодні, в умовах низької результативності сільськогосподарської галузі економіки України, дуже актуальним постає питання – яким чином агроменеджер може стати ефективним лідером, який успішно керує людьми, приділяє достатньо уваги їх професійному розвитку і навчанню, особистісному становленню і духовному вихованню, прищепленню відповідної організаційної і корпоративної культури? Яку освіту має отримати такий керівник, щоб повністю відповідати існуючим вимогам? Освіта у ВНЗ, особистий досвід, семінари, курси, безумовно, не можуть у повній мірі цього забезпечити,

оскільки робота будь-якого агроменеджера в кожній організації є досить специфічною і має базуватися також на навчанні на власних помилках [1].

Як правило, керівники більшості сільгоспорганізацій розуміють, що все більше зростаючий темп аграрного життя, стрімкі зміни в сучасному агросередовищі диктують свої умови і вимагають постійного розвитку і вдосконалення. В цих умовах одним з найбільш продуктивних, перспективних та дієвих шляхів для самовдосконалення має стати коучинг – інструмент, заснований на побудові тренінгової розмови віч-на-віч між коучем і керівником, під час якої коуч буде ставити питання, які мають поступово підводити керівника до відповіді, осягнення якої має кардинально змінити його погляди і підходи до управління колективом і підприємством.

Виходячи з досвіду використання коучингу в інших сферах економіки, можна стверджувати, що агрокоучинг дозволить керівникам сільгоспідприємств значно підвищити свою особисту ефективність за рахунок більш якісної комунікації, найбільш раціонального використання наявних у них знань і ресурсів, підвищення усвідомленості та ясності щодо управлінських рішень і дій [2].

Робота з коучем дасть можливість керівникам сільгоспідприємств найбільшою мірою розкрити свій внутрішній потенціал, максимально опанувати і використати на практиці свої ділові та особистісні риси, розвинути лідерські якості. Саме коучинг дозволить досягти поставлених цілей в найкоротші строки з найменшими витратами сил і ресурсів, знайшовши для цього найбільш ефективні шляхи, причому виключно за рахунок активізації свідомості самого керівника без додаткового залучення інвестиційних ресурсів. Таким чином, коучинг – це саме той метод, який дозволить сучасним керівникам підприємств аграрної сфери піднятися на новий рівень господарювання, причому зробити це із повним розумінням справи, легко і комфортно.

Для досягнення успіху керівник будь-якого сільгосппідприємства обов'язково має бути лідером. Проте лідерські якості хтось має від самого народження, а хтось їх розвиває вже у свідомому віці шляхом саморозвитку. Проте і цього замало, адже керівник зобов'язаний бути ще й успішним. Давно відомо, що головною складовою будь-якого успіху є віра в себе. Але, навіть коли така віра є, її дуже нелегко зберегти і примножити. Коуч здатний надихати і підтримувати плани агроменеджера і його віру в себе [3].

Кожен ефективний керівник має прагнути до реалізації цілей двох видів: цілей бізнесу – отримання зовнішніх результатів – і особистих цілей – змінити себе для отримання певних позитивних результатів у бізнесі. Найбільш швидким і ефективним способом придбання цих умінь є використання послуг професійного коуча з метою розвитку навичок управління та лідерства, досягнення особистої ефективності, підвищення рівня працездатності, а в цілому – зростання якості роботи і життя.

Чому клієнтами коуча найчастіше повинні ставати керівники сільгосппідприємств? А все тому, що вони вже переможці, ці люди вже домоглися успіху, їм не потрібен учитель і ментор. І у коуча тут зовсім інша роль – він допомагає керівнику побачити себе і свій бізнес зі сторони. Коучинг – це особлива форма консультування, творче партнерство, постійний трансформаційний діалог, обговорення поточної ситуації, фокусування на успішних стратегіях, а не на помилках і невдачах.

Головне завдання коуча – допомогти керівнику сільгосппідприємства не тільки зосередитися на найважливіших напрямках його діяльності, під іншим кутом подивитися на себе і на свій бізнес, але і ефективно пов'язати цілі клієнта з цілями його команди і організації в цілому.

Коучинг допоможе підвищити продуктивність поточної діяльності керівника, підготуватися до більш високих рівнів відповідальності, ефективніше справлятися з робочим стресом, прояснити або змінити кар'єрні цілі. За допомогою коучингу керівники зможуть по-новому подивитися на

організаційні та особисті цілі і завдання. Він допомагає розкрити потенціал керівника, дає розуміння, яким чином можна досягти найбільш амбітних цілей, розвиває навички встановлення цілей з урахуванням пріоритетів, визначати терміни їх досягнення, дозволяє керівникам знайти свій внутрішній потенціал, ресурс, властивий не просто співробітникові, а управлінцю. Коучинг для керівників ставить за мету допомогти клієнту знайти шляхи підвищення рівня ефективності всіх тих управлінських рішень, які ними мають бути прийняті найближчим часом. Метод може підвищити ефективність інвестицій, ступінь задоволення і захопленість працівників своїм керівником.

На жаль, те, що хтось досяг успіху у своїй діяльності, аж ніяк не означає, що він може допомогти іншому керівнику сільгосп підприємства досягти таких же успіхів під час коучингу. Те, що працює в однієї людини з позиції підходу або системи, може не спрацювати у іншої. Щоб бути ефективним, коуч повинен досконало з'ясувати, в чому полягає успіх у конкретній роботі і сфері діяльності. Коучинг керівників в основному відбувається навколо інтелектуальних навичок, пов'язаних з лідерством та управлінською ефективністю, ніж з отриманням особливих технічних знань. Основний намір коучингу полягає в тому, щоб робити ще більш результативними високоефективних керівників.

Сьогодні агрокоучинг стає ефективною, стратегічною і тактичною зброєю в арсеналі керівників сільгосп підприємств і виступає формою їх підтримки, набуває реальних рис в різних формах. Одним з прикладів успішності такої діяльності є розташований у м. Києві «Регіональний центр підтримки бізнесу», що володіє відповідним науковим і кадровим потенціалом, надає керівникам сільгосп підприємств країни відповідні коучингові послуги. Робота центру в цьому напрямку передбачає:

1. Формування довгострокового стратегічного плану розвитку кар'єри і життя в цілому.

2. Розвиток комунікативних навичок та навичок вирішення конфліктних ситуацій.
3. Поліпшення навичок самоорганізації та тайм-менеджменту.
4. Активізація внутрішнього мотиваційного потенціалу керівника, зростання його активності і впевненості.
5. Удосконалення способів мотивації підлеглого персоналу.
6. Вивчення підприємства і оточення керівника, формулювання необхідних для успішного розвитку підприємства компетенцій керівника сільгосппідприємства.
7. Проведення інтерв'ю з керівником для оцінки його особистості та отримання об'єктивної інформації про його професійні і особисті якості, проблемні області і зони, що мотивують на розвиток.
8. Розвиток навичок вирішення проблем різного роду, допомога у визначенні, як максимально ефективно використовувати виявлені таланти в реальному житті і бізнес-середовищі.
9. Обговорення та вирішення повсякденних ділових задач керівника з метою виділення пріоритетних кроків і дій.
10. Розвиток важливих компетенцій, що підвищують результативність і успіх у кар'єрі: креативність, емоційна та соціальна компетентність, комунікативна компетентність, стрес-менеджмент, тайм-менеджмент.
11. Формування і розвиток цілісної моделі персональної успішності. Правильна розстановка пріоритетів.
12. Управління змінами, формування нового позитивного досвіду.
13. Підвищення якості життя. Формування оптимальної картки особистого розвитку, балансу кар'єри і особистого життя.
14. Підвищення рівня задоволеності, досягнення стану внутрішньої гармонії.
15. Розвиток впевненості. Формування нового іміджу. Створення підтримуючого середовища, що дає енергію і відчуття наповненого життя.

Практичне застосування перерахованих напрямів покликано у максимально короткий термін активізувати внутрішні потенційні можливості керівника, щоб відкрити для нього шляхи підвищення ефективності його управлінської діяльності та набути рис лідера. Саме за таких умов можна наблизитися до підвищення результативності управлінської діяльності, збільшити ефективність виробництва.

Список використаних джерел

1. Адізес І. Ідеальний керівник: Чому їм не можна стати і що з цього випливає / Іцхак Калдерон Адізес; Перекл. з англ. – М.: Альпіна Бізнес Букс, 2013. – 262 с.
2. Армстронг М. Performace Management. Управління ефективністю роботи / М. Армстронг, А. Берон; [Перекл. з англ.]. – М.: HippoPublishing. 2007. – 384 с.
3. Беттлі С. Тренер для керівника: Як досягти екстраординарних результатів завдяки коуч-менеджменту / С. Беттлі; Перекл. з англ. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2013. – 320 с.

*Денисенко Т. О.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ТЕОРІЯ ОЧІКУВАННЯ ЯК СПОСІБ ВИЗНАЧЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКА

Великою популярністю сьогодні користується теорія очікування, згідно з якою рівень мотивації співробітників залежить від їх уявлень щодо своїх здібностей до виконання тих чи інших робочих завдань та отримання винагороди. По суті, теорія стверджує, що людей мотивує до роботи очікування того, що вони зможуть досягти бажаного результату. Теорія очікування характеризує людей як розумних істот, які, перш ніж приступити до роботи, думають про те, що їм треба зробити, щоб отримати винагороду, чи здатні вони це зробити і як багато значить для них така винагорода [1].

Теорія виділяє три моменти в мотивації людини:

1. Очікування - уявлення людини про те, що витрачені зусилля призведуть до очікуваного результату.
2. Сприяння - надія людини на винагороду залежно від результатів.
3. Валентність - сприйнята величина винагороди.

Приймаючи рішення з приводу того, що робити і які зусилля витратити, людина передусім має відповісти на запитання: навіщо треба це робити, що вона отримає внаслідок успішного виконання роботи. Модель мотивації за теорією очікувань представлена на рис.1.



Рис.1. Модель мотивації

Іноді люди думають, що чим більше зусиль вони витрачають, тим більшого вони досягнуть. В інших же випадках вони не очікують, що їхні зусилля матимуть значний ефект. Наприклад, службовець, який працює на застарілому обладнанні, навряд чи очікує високих результатів від своєї роботи. Цілком природно, що люди, що працюють в таких умовах, не стануть докладати максимум зусиль.

Навіть якщо службовець працює і добивається високих результатів, мотивація може похитнутися, якщо результат роботи відповідно не винагороджується, тобто продуктивність не сприймається як інструмент для визначення винагороди. Наприклад, якщо робітник надзвичайно продуктивний,

мотивація його діяльності може бути досить слабкою, якщо він вже досяг найвищого рівня оплати в організації [3].

Зрештою, навіть якщо службовці вірять, що старанна робота призведе до гарного результату, і що їх буде відповідно винагороджено, їх діяльність також може бути слабко мотивована, якщо винагорода має для них низьку валентність (цінність). Іншими словами, людина, яка не цінує пропоноване організацією винагороду, не буде намагатися досягти її. Приміром, нагорода в розмірі 100 дол. не зможе стати стимулом до роботи для мільйонера, тоді як вона ж може бути дуже навіть бажаною для бідного студента. Тільки ті винагороди, які мають високу валентність для людини, зможуть мотивувати її діяльність.

Теорія очікування стверджує, що мотивація є складовою функцією всіх трьох компонентів. Це означає, що мотивація буде вище, коли всі вони (очікування, сприяння та валентність) високі. Складова також має на увазі, що якщо один з цих трьох компонентів дорівнює нулю, загальний рівень мотивації буде також дорівнювати нулю. Наприклад, якщо робітник вірить, що його зусилля приведуть до результату, який буде винагороджено, мотивація буде відсутня, якщо валентність очікуваної винагороди дорівнює нулю [1].

Мотивація не рівноцінна результатам роботи. Теорія очікування визнає, що мотивація є одним з декількох важливих параметрів, що визначають результат. Зокрема теорія припускає, що навички та здібності теж вносять внесок у підсумок трудової діяльності. Не секрет, що деякі люди більш пристосовані до роботи, ніж інші, завдяки притаманним їм індивідуальним рисам, умінням і талантам. Приміром, людина з хорошою координацією, висока і сильна має більше шансів стати професійним баскетболістом, ніж низька і слабка, навіть якщо її прагнення досягти успіху в цьому набагато сильніше.

Теорія очікування також визнає, що на результат роботи впливає сприйняття ролі людиною. До тих пір, поки є розбіжності у визначенні службових обов'язків, може страждати продуктивність. Наприклад, помічник менеджера, який вважає, що його основні обов'язки полягають у навчанні

нових службовців, може виявити, що результат його діяльності принижується спостерігачем, який вважає, що менеджер повинен проводити більше часу за рутинною паперовою роботою. В даному випадку результативність страждає не через нестачу мотивації службовця, а завдяки різному розумінню змісту роботи.

Важливо розуміти, що теорія очікування визначає мотивацію як один з декількох факторів, що формують результат роботи. Мотивація, що поєднується з навичками і здібностями людини, сприйняттям її ролі і об'єктивним можливостям діяльності, впливає на продуктивність [2].

Теорія очікування являє собою панівний на сьогодні підхід до питання вивчення мотивації в організаціях. Можливо, первинною причиною популярності теорії очікування є безліч корисних пропозицій для менеджерів-початківців, які вона містить. Далі буде наведено найбільш важливі приклади з різних організацій, в яких була застосована теорія очікування.

1. Призначувані винагороди позитивно впливають на службовців. Іншими словами, «морквина» (винагорода) повинна бути «смачною» для появи мотивації. У наш час з великою різноманітністю робочої сили було б помилкою припускати, що всі робочі піклуються про отримання однакової винагороди. Деякі мріють про підвищення оплати, інші воліють додаткові вихідні дні, повноцінну страховку, соціальне і пенсійне забезпечення. Беручи це до уваги, багато компаній пропонують план винагороди за «принципом кафетерію». Система, яка дозволяє працівникові самому вибрати схему своєї винагороди зі списку взаємовиключних можливостей. Оскільки сьогодні додаткові пільги становлять майже 40% вартості робочої сили, все більше і більше компаній усвідомлюють необхідність гнучкого управління ними.

2. Незаперечний зв'язок між величиною нагороди і продуктивністю. Іншими словами, менеджери повинні точно визначити: яка поведінка призведе до яких конкретних винагород. Теорія очікування зазначає, що досить ефективно виплачувати робітникам винагороди, безпосередньо пов'язані з результатом їх

роботи (відрядна система оплати, комісійні від продажів, премії). Дійсно, велика кількість досліджень показала, що збільшення продуктивності може бути результатом обережного використання систем винагород, які частіше називають як схеми «плати за результат» [2].

Для ефективної мотивації персоналу з урахуванням основних положень теорії очікування керівники повинні враховувати наступне:

- необхідно чітко формулювати завдання, а також критерії оцінки результату;
- необхідно сформулювати високий, але реалістичний рівень результатів, очікуваних від підлеглих, і переконати їх, що вони зможуть їх досягти, якщо докладуть сили;
- слід встановити тверде співвідношення між досягнутими результатами і винагородою;
- необхідно давати винагороду тільки за ефективну роботу;
- керівник повинен забезпечити умови (організаційні та ресурсні) для успішного вирішення завдання, в тому числі забезпечити делегування відповідних повноважень;
- розподіляти завдання між співробітниками необхідно відповідно до їх здібностей та професійних навичок, достатніх для виконання поставленої задачі.

Отже, виходячи з теорії очікування, можна зробити висновок, що працівник повинен мати такі потреби, які можуть бути в значній мірі задоволені результатом передбачуваних винагород. Тоді керівник повинен давати такі заохочення, що можуть задовольнити очікувану потребу працівника. Керівництво підприємства має постійно порівнювати запланований обсяг і структуру винагород з фактичними очікуваннями працівників.

Список використаних джерел

1. Рудьєв В. А., Гуткевич С. О. Менеджмент: Навчальний посібник / В. А. Рудьєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

2. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: Підручник. – 3-е вид. – М. : Економіст, 2010.
3. Маллинз Л. Менеджмент и организационное поведение: Учеб. – практ. пособие / Лори Маллинз; [Пер. с англ. Т. Цеханович и др.] – Мн.: Новое знание, 2010. – 1039 с.
4. Прищак М. Д. Психологія управління в організації : навч. посібник / М. Д. Прищак, О. Й. Лесько [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://posibnyky.vntu.edu.ua/ps_v_org/212.html

*Дроздова Т. О.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ГЕНДЕР І ПОЛІТИКА

У політиці принципи класифікації у термінах гендеру визначаються переважно стереотипами, що превалюють у межах певного соціального порядку. Вони позначені координацією між домінуванням соціальним та домінуванням політичним. Але соціальні відносини між статями динамічні, відповідно, достатньо гнучкий політичний порядок не може бути стійким до цієї динаміки. Аби відповідати запитам часу він мусить бути скорегований і адаптований. А це означає, що для отримання кредиту довіри з боку виборців гендерний імідж політика повинен враховувати усі зміни, що відбуваються з поняттями «маскулінність» та «фемінність» на усіх рівнях побутування та дискурсу.

Очевидно, що західноєвропейський гендерний дискурс в політичній сфері змінюється набагато швидше, ніж пострадянський. В останньому домінантами залишається консерватизм, етатизм та патерналізм з демонстрацією сили. Відповідно, електоральну довіру здобувають переважно чоловіки-політики, що обирають патріархальний спосіб демонстрації власної мужності.

У західному ж політичному полі гендерні зміни відчутніші. Адже останні десятиліття феміністські настрої в суспільстві сконструювали паритет між статями, і спосіб буття чоловіка в політиці піддавався і піддається невпинній критиці (дедалі жорсткішій) та девалоризації. Крім того, що негативно сприймається загальна гегемонія чоловічого в політиці, зумовлена багатовіковим безпосереднім домінуванням чоловіків у важливих сферах суспільного життя, з одного боку, та перевагою чоловічого в межах експертних та технічних умінь, з іншого, критикуються й конкретні способи репрезентації маскуліної політичної поведінки, як-то: нескінченно абстрактна культура дебатів, лицемірство, конформізм, кар'єризм, технократизм, плазування, здатність уникати конкретних відповідей на питання без купюр тощо. Здається, сумнівним стає маскуліний ресурс політика як такий. І це в свою чергу змушує шукати відповіді на питання, що саме конститує ідентичність сучасного західного чоловіка-політика, які риси можуть бути зараховані до його активу, а які повинні бути віднесені до пасиву. Чи можуть якості, традиційно марковані як фемінні (увага до інших, захист меншин, близькість до виборців), залучені до особистісного іміджу чоловіка-політика, бути конструктивними щодо його політичного капіталу? Яке місце у особистості політика варто залишати для таких, ніколи не критикованих, але сигніфікованих як виключно маскуліні речей, як компетентність, технічна грамотність, раціональність?

Попри зазначену раніше нищівну критику способу буття чоловіка у західній політиці, гендерний дискурс тут не позбавлений деякої ностальгії за видатною особистістю (як варіант, лицарською поведінкою), себто за традиційним поєднанням хороших манер та життєстверджувального характеру у сукупності з раціональними здібностями, що характеризувало чоловіка-політика у минулому. Тому перевага надається консервативно-прогресистській установці (збереження-нововведення), що її бере на озброєння чоловік-політик. Простіше кажучи, сучасний хаотичний соціальний світ обиратиме політика, що,

з одного боку, підкреслюватиме як символічне опертя власну територіальну та національну або класову приналежність, відданість сімейним цінностям (консерватизм, характерний для високої буржуазії), з іншого ж, не заперечуватиме наявну сексуальну демократію (прогресистська інтенція). По суті, це звичайний для будь-якого капіталістично-демократичного суспільства засіб адаптації домінування до сучасних умов. Те, що дозволяє приймати критику у спосіб, який її нейтралізує. Тому йдеться швидше про пристосування, ніж про перетворення.

Відчутніші зміни у презентації маскулінного західних політиків відбуваються у парі «сила-форма». Якщо раніше патріархальна установка вимагала від чоловіка демонструвати себе як сильного лідера, то тепер частіше демонструється хороша форма. Крім того, майже відсутній перформанс насильства по відношенню до інших. Загалом тілесна мужність стає доволі маргінальним елементом конструювання іміджу чоловіка-політика. Натомість велика увага приділяється мовленнєвим засобом самопрезентації маскулінного, що характеризується певним спрощенням та інтенцією дескрипції світу, зрозумілої навіть для профана, відповідно, вітається зменшення технічного термінологічного навантаження, але схвально оцінюється наявність у мовленнєвих актах чоловіків-політиків понять з юриспруденції.

Коли ж у політичному дискурсі йдеться про імідж жінок-політиків (тут немає занадто великих відмінностей між західним та пострадянським політичним простором), до них висувається вимога мати якості, монополізовані традиційно чоловіками, як-то: мужність, витримка, психічна стійкість, технічна, інтелектуальна, мистецька компетентність, поєднані з умінням тонкого, дотепного, влучного висловлювання (за наявної ідеї кризи чоловічого у чоловіках).

У політичному суперництві точиться символічна боротьба за «виробництво здорового глузду», для якої характерна маніпуляція образами «свого/чужого» (П. Бурдье) [1, р.188]. Ця маніпуляція корисна не лише в плані

досягнення кінцевої політичної мети (утвердження влади), але й для часткової – самоідентифікації політика. Для жінки-політика продукування здорового глузду невід’ємне від створення іміджу «свого» (свого хлопця) у чоловічому полі політики. За інших умов, на жаль, в сучасному світі жіноче політичне майбутнє достатньо примарне.

Список використаних джерел

1. Bourdieu P. Choses dites/ Pierre Bourdieu. – Paris: Éd.: de Minuit, 1987. – 289 p.

Іващук М. О.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ПСИХОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

У діяльності менеджера органічно поєднуються економіко-організаційний, виробничо-технічний, соціальний та психологічний аспекти. Для того, щоб менеджер міг керувати людьми, йому необхідно вміти знайти підхід не тільки до питань комерційної торгівлі соціальних груп у колективі і до колективу в цілому, а й до окремих людей у підпорядкованому колективі. Індивідуальний підхід до людей ефективний тоді, коли менеджер ознайомлений з основами психології людини й управління, знає власні психологічні особливості та володіє відповідними психологічними методами впливу на людей.

Персонал – саме та опора, на якій заснована успішність компанії. Управління персоналом передбачає вміле керівництво діяльністю працівників, що забезпечує розвиток і прибутковість підприємства. Забезпечити ефективне управління вдається тому керівнику, який прекрасно знає психологію людини і методи управління колективом.

Керувати людьми – не проста справа, тому сьогодні так затребувана управлінська психологія. Для того, щоб пробудити і утримати прагнення кожного окремого працівника до продуктивної діяльності, необхідно бути в курсі його індивідуальних потреб та устремлінь, потрібно забезпечити гідну

оплату його праці та сприятливі умови робочого місця. Тільки так можна створити базу, що сприяє реалізації потенціалу співробітників. А ще потрібно спрямовувати колектив, ставити перед ним цілі і завдання, контролювати і оцінювати діяльність працівників – вирішувати всі ті питання, які розглядає психологія менеджменту [1].

На сьогоднішній день під час реалізації економічної реформи все більше уваги приділяється підвищенню рівня роботи з персоналом, становленню цієї роботи на міцний науковий фундамент, використання накопиченого за багато років вітчизняного і зарубіжного досвіду.

Аналізуючи методи управління підприємством, які розроблені та використовуються в розвинутих країнах, українські фахівці дедалі частіше пояснюють високу ефективність японських, німецьких, американських фірм у виконанні виробничих завдань і досягнення успіхів у конкурентній боротьбі добрим морально-психологічним кліматом в установах, серйозною роботою над питанням міжособових та міжгрупових відносин [2].

Головне завдання менеджменту підприємства полягає в розробці й використанні психологічних можливостей людини, її творчого потенціалу, соціально-психологічної орієнтації і на основі цього регулюванні та спрямуванні особистої і групової поведінки людей у бажаному напрямку.

Психологічні методи управління – це способи впливу на психіку і настрої людей, які дозволяють з урахуванням дії психологічних законів регулювати взаємозв'язки робітників та керівників, членів колективу.

Психологічні методи відіграють дуже важливу роль в роботі з персоналом, бо вони направлені на конкретну особистість робітника або службовця і, як правило, суворо персоніфіковані та індивідуальні. Головною їх особливістю є звернення до внутрішнього світу людини, її особистості, інтелекту, почуттів, образів і поведінки з тим, щоб направити внутрішній потенціал людини на вирішення конкретних задач підприємства [3].

Розрізняють два види психологічної сумісності: психологічну і соціально-психологічну. Психологічна сумісність передбачає адекватність психологічної реакції людей у процесі діяльності. Соціально-психологічна сумісність утверджується в результаті оптимального поєднання типів поведінки людей і ґрунтується на інтересах, потребах, ціннісних орієнтаціях.

Дані методи дають можливість підтримувати на оптимальному рівні кількісне співвідношення між працівниками з урахуванням їхньої психологічної сумісності для регулювання групових стосунків усередині колективу.

Таким чином, люди в організації – це її основа. Поведінка особистості в конкретній ситуації залежить від цілого ряду факторів, строго індивідуальних і неповторних. Керівнику будь-якого рангу необхідно знати своїх підлеглих, їхню психологію, запити, мотиви поведінки, їх індивідуальні і групові цінності й активно впливати на них в інтересах виробництва. Особливо важливе значення це знання набуває в ускладнених умовах, пов'язаних з розв'язанням проблемних, надзвичайних виробничих ситуацій [4].

Список використаних джерел

1. Велков В. Р. Личность руководителя и стиль управления / В. Р. Велков. – М., 2011.
2. Третьяченко В. В. Управлінські команди: методологія та теорія формування і розвиток/ Вікторія Віталіївна Третьяченко. – Луганськ, 2014.
3. Самыгин С., Столяренко Л. Психология управления / С. Самыгин, Л. Столяренко. – Ростов-на-Дону, 2015.
4. Базаров Т. Ю. Управленческие команды и их формирование / Т. Ю. Базаров. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://209.85.129.132/search?personal.ru/attaches/attach_285.doc.

Стоянова К. С.
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна

ПРОЦЕС ПРОВЕДЕННЯ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Науково-дослідний процес – це чітко організований комплекс дій, спрямований на отримання нових знань, що розкривають суть процесів і явищ у природі та суспільстві з метою використання їх у практичній діяльності людей.

Таким чином, кожне наукове дослідження виконують з визначенням наукового напрямку (наприклад, економічного, технічного, біологічного тощо)

Метою є підготовка до написання доповідей, курсових, а в кінцевому результаті – до написання магістерської роботи. Тому завданням є висвітлення технології та організації науково-дослідницької діяльності, тобто формування теоретичного й практичного підґрунтя для ефективного кваліфікованого проведення наукових досліджень, а також оптимальної організації наукової творчості в умовах практичної діяльності.

Первинним поняттям при формуванні наукових знань є наукова **ідея** - форма відображення у мисленні нового розуміння об'єктивної реальності. Тому наукові ідеї є своєрідним якісним стрибком думки за межі вже раніше пізнаного. Вони виступають і як передумови створення теорій, і як елементи, що об'єднують окремі теорії у певну галузь знань. Ідея є основою творчого процесу, продуктом людської думки, формою відображення дійсності. Вона базується на наявних знаннях, виявляє раніше не помічені закономірності. Ідеї народжуються з практики, спостереження навколишнього світу і потреб життя. Матеріалізованим вираженням наукової ідеї є **гіпотеза** – це наукове припущення, висунуте для пояснення будь-яких явищ, процесів або причин, які зумовлюють даний наслідок. [3 с.19]

За допомогою гіпотези організують процес дослідження, визначають логіку його проведення і передбачають результат. Будь-яка гіпотеза має бути обґрунтована, відповідати науковим знанням і задовольняти умови чіткості та конкретності. Розвиток гіпотези відбувається через такі етапи:

- вивчення досліджуваного об'єкта, явища чи процесу, накопичення емпіричних і теоретичних знань, виокремлення на їх основі нових знань;
- вибір методів дослідження задля доведення пропонованої гіпотези;
- доведення чи спростування гіпотези, її уточнення та переконання в її істинності в межах зроблених припущень.

Якщо отриманий практичний результат відповідає припущенням, то гіпотеза перетворюється на наукову теорію, тобто стає достовірним знанням.

Процедури, за допомогою яких встановлюється істинність будь-якого твердження, називають **доказами**. Докази використовують як у науці, так і в практичній діяльності людей. Доказами гіпотез у досліджуваних об'єктах можуть бути цитати, запозичені в інших авторів, оприлюднені аксіоматизовані знання, сформовані теорії (наприклад: таблиця Менделєєва у хімії) тощо. У доказах застосовують два способи встановлення істини: безпосередній і опосередкований.

При безпосередньому способі істина встановлюється в процесі практичних дій: це може бути спостереження, демонстрація, вимірювання, розрахунок, облік тощо.

При опосередкованому способі доказ є логічною процедурою встановлення істинності будь-якого твердження за допомогою інших тверджень, істинність яких уже доведена, у структурі доказів можуть бути такі елементи: теза, аргумент і демонстрація.

Теза – це систематизований виклад основних положень, думок, спостережень, в ній відсутні деталі, пояснення, ілюстрації тощо.

Аргумент – це підстава, доказ, які використовуються для обґрунтування, підтвердження чогось.

Демонстрація (ілюстрація) – це форма зв'язку між аргументами та тезою (макети, таблиці, схеми).

Внутрішній суттєвий стійкий взаємозв'язок явищ в природі і суспільстві, що зумовлює їх закономірний розвиток, визначає **закон**. Це філософська

категорія, що відображає істотні, загальні, стійкі повторювані об'єктивні внутрішні зв'язки в природі, суспільстві і мисленні.

Для доведення закону наука використовує **судження**. Це форма мислення, яка шляхом порівняння кількох понять дозволяє стверджувати або заперечувати наявність в об'єктах дослідження певних властивостей, якостей.

Умовивід – це розумова операція, в процесі якої з певної кількості заданих суджень виводиться інше судження, яке певним чином пов'язане з вихідним [3 с.21].

Одним із результатів наукової діяльності є формування **теорії** – найбільш високої форми узагальнення і систематизації знань, що дає цілісне уявлення про закономірності та суттєві зв'язки дійсності. Під теорією розуміється вчення про узагальнений практичний досвід, тобто теорія будується на результатах, отриманих на емпіричному рівні досліджень.

Первинною ланкою в процесі пізнання є накопичення наукових фактів – знань про об'єкт чи явище, аргументованість яких доведена, які стають складовою наукових знань лише після їх систематизації та узагальнення за допомогою понять, абстракцій, визначень.

Поняття є відображенням найбільш суттєвих і властивих предмету чи явищу ознак. Вони можуть бути загальними, частковими, збірними, абстрактними, конкретними, абсолютними і відносними.

Зміст поняття – це сукупність об'єднаних у ньому ознак та властивостей.

Аксіома – це положення, яке сприймається без доказів у зв'язку з їх очевидністю.

Постулат – це твердження, яке сприймається в межах певної наукової теорії, як істина без доказовості і виступає в ролі аксіоми.

Під **принципом** в науковій теорії розуміють саме абстрактне визначення ідеї, що виникла в результаті суб'єктивного вимірювання і аналізу досвіду людей.

Як наслідок наукової діяльності завжди передбачається якісний результат, якого раніше не було. Результат творчої діяльності можна охарактеризувати як:

- 1) принципово новий, що не має аналогів у минулому;
- 2) якісно новий, якому передував аналогічний результат.

У будь-якому випадку якісний результат наукового дослідження характеризується неповторністю й оригінальністю.

Список використаних джерел

1. Крушельницька О. Методологія та організація наукових досліджень: Навчальний посібник / Ольга Крушельницька. – К.: Кондор, 2003. – 189 с.
2. Білоусова Т. Основи наукових досліджень: Навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. /Т. Білоусова.– Кам'янець-Подільський, 2004. – 120с.
3. Цехмістрова Г.С. Основи наукових досліджень: Навчальний посібник / Г. С. Цехмістрова. – Київ: Видавничий Дім «Слово», 2003. – 240 с.

*Хроль Ю. О.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ ОПОРУ ПРАЦІВНИКІВ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ЗМІН В ОРГАНІЗАЦІЇ

Зміни в організації не завжди вітаються працівниками. Крім бажання керівників, які майже завжди виходять з економічної вигоди для компанії, є інший момент – ставлення колективу компанії до майбутніх нововведень. Всі спроби запровадити зміни закінчуються невдало і виявляються економічно не вигідними, якщо не буде заздалегідь враховуватись людський фактор. Відтак, керівники і менеджери з персоналу повинні звернути увагу на те, як працівники сприймають майбутні нововведення і що саме викликає у них протест.

Опір змінам – це форма прояву неприйняття, незгоди персоналу організації зі змінами, що здійснюються або будуть здійснюватися, тобто

складна поведінка працівників, що призводить до явної або прихованої протидії докорінним змінам у системі управління організацією [2, с. 328]. Опір організаційним змінам є однією з основних проблем, що стоять перед організацією, яка розвивається.

Жодна зі змін не проходить без опору з боку працівників. Працівники чинять опір змінам, оскільки вони здаються їм загрозою для звичного поведінкового стереотипу, статусу або матеріальної винагороди. Психологи з США Н. Тічі і М. Деванна виділили причини, за яких працівники чинять опір змінам. Ці причини – технічні, політичні і культурологічні [3]. Технічні причини опору змінам об'єднані з технічними умовами організації, тобто пов'язані з людськими та технічними ресурсами в компанії. До них перш за все слід віднести такі:

- дія за інерцією або звичкою. Працівники чинять опір при вирішенні окремих завдань. Людям складно змінити свою поведінку, так як вони звикли робити роботу по-іншому, іншим способом.
- страх перед невідомістю. Дуже часто співробітники компанії не бачать перспективи впровадження нововведень, тому у них виникає відчуття тривоги, а отже, і опір.
- зниження витрат. Багато співробітники розуміє, що зміни ведуть до вигоди, але підтримати зміни вони не готові, оскільки у них виробляються звички і їм психологічно важко змінити їх.

Політичні причини опору змінам засновані на перерозподілі влади в компанії:

- загроза впливовим коаліціям. Причина – конфлікт старої і нової влади в компанії.
- прийняття рішень за принципом нульової суми через обмеженість ресурсів. При плануванні змін керівники дуже часто закликають до більшої продуктивності з меншими витратами. Ці маніпуляції з нульовою сумою проводити досить важко, тому виникає опір змінам.

- звинувачення лідерів за скоєння помилок у минулому. Можливо, опір при впровадженні змін виникає тому, що лідери повинні критично ставитися до своєї поведінки і рішень у минулому заради здійснення нових змін. Психологи стверджують, що людям важко перебудуватися, якщо вони відчувають власну відповідальність за виникнення проблем, які вони зараз вирішують.

Через зміну ціннісних орієнтирів і соціальних норм, що діють в організації, виникають культурологічні причини опору змінам. До таких причин належать:

- культурні фільтри на шляху виборчого сприйняття. Організаційна культура запроваджує певні цінності, які ускладнюють співробітникам компанії інші способи ведення справ. Вона визначає те, як співробітники можуть сприйняти можливе. Один із способів диференціації співробітників – поділ їх на «твердоблох», тобто нездатних до змін, і сприйнятливих і здатних навчитися та вести себе по-новому, продуктивно працювати в іншому середовищі.
- повернення до старих добрих часів. Психологи стверджують, що люди часто відчувають більшу безпеку, коли повертаються до минулого. Перетворення вимагають від співробітників відмовитися від звичного ведення справ, і тому виникає опір.
- несприятливий клімат для проведення змін. Часто компанії розрізняють за кліматом, який сприяє змінам. Наприклад, там, де панує атмосфера конформізму, часто відчувається і нестача сприйнятливості до проведення змін. Великі корпорації в цьому відношенні не є винятком. Лідери, які впроваджують зміни, повинні враховувати це і забезпечувати умови, які формують відповідний клімат.

М. Армстронг, практикуючий фахівець з управління змінами і автор великої кількості книг з кадрового менеджменту, виділяє наступні вісім причин опору змінам:

1. Неприйняття нового – співробітники підозріло ставляться до того, що, як їм здається, несприятливо вплине на звичне ведення справ і способи роботи. Вони бояться змінити традиційну обстановку. Є ймовірність, що вони не довіряють керівникам, а отже, і не вірять їхнім заявам про те, що зміни проводяться заради їх блага і блага організації. Вони можуть мати серйозні причини, які засновані на минулому досвіді. У них можуть бути підозри, що керівництво має приховані мотиви.
2. Економічний страх – страх втратити гроші, загроза стабільності та гарантованої зайнятості.
3. Незручність – через зміни життя стане важчим.
4. Невизначеність – зміни викликають занепокоєння через невизначеність своїх результатів.
5. Символічний страх – страх незначних змін, якийсь важливий символ, наприклад, окремий кабінет або виділене місце на стоянці, можуть стати символом великих змін. Це особливо відноситься до тих співробітників, у яких немає повного розуміння масштабу змін.
6. Загроза міжособистісних стосунків – зміни, які йдуть врозріз із звичними стандартами і соціальними відносинами співробітників, будуть зустрічати опір.
7. Загроза статусу або кваліфікації – сприйняття змін як таких, що понижують статус або кваліфікацію людини.
8. Страх невідповідності компетентності – страх, що не вистачить здібностей впоратися з новими вимогами або придбати нові навички та вміння [1].

Опір змінам буває важко подолати, навіть коли він не завдає шкоди. Проте спроба зробити це – ключовий елемент у створенні ефективної стратегії змін. Для цього необхідно здійснити певні заходи.

По-перше, необхідно зробити аналіз потенційного впливу змін, спостерігаючи за ступенем їх впливу на співробітників. Результати аналізу

покажуть ті аспекти змін, які будуть підтримувати всі або окремі працівники, а також ті, які викличуть опір. Необхідно визначити потенційно негативні реакції співробітників і врахувати всі, перелічені вище, можливі причини опору. Також спробувати зрозуміти почуття і страхи співробітників для того, щоб розсіяти необґрунтовані побоювання і уникнути двозначності. При проведенні такого аналізу фахівець, який є відповідальним за проведення змін, повинен усвідомлювати, що нововведення дуже часто викликають підозри, і має завчасно створити всі умови для того, щоб обговорити реакції на пропозиції і досягти повного їх розуміння.

По-друге, необхідно залучити співробітників безпосередньо до процесу змін. Це дасть працівникам можливість відчувати і подолати свої хвилювання, а також висловити свої пропозиції з приводу методів і способів проведення змін. Мета – сформулювати «почуття власності», тобто відчуття співробітників, що вони зможуть жити із змінами, оскільки зараз вони залучені в їх розробку і впровадження, тобто це їх зміни. Люди зазвичай не проти того, у створенні чого вони приймали активну участь.

По-третє, інформування співробітників про пропоновані зміни необхідно ретельно підготувати і чітко оформити, тому що це допоможе розвіяти непотрібні страхи. Використовувати при цьому слід всі наявні канали комунікації – письмові документи, корпоративні ЗМІ, Інтернет, Інтранет і т.д. Однак найбільш ефективними інструментами подолання опору вважаються особисте спілкування менеджерів із співробітниками та система брифінгу команд.

Своєчасне здійснення кожного з перелічених заходів дозволить компанії або повністю запобігти опору працівників впровадженням змінам, або його мінімізувати, що значно підвищить результативність її діяльності.

Список використаних джерел

1. Армстронг М. Стратегічне управління людськими ресурсами / М. Армстронг; [Перекл. з англ.]. – М.: ІНФРА-М, 2012. – 327 с.

2. Захарова О. В. Управління змінами / О. В. Захарова, О. О. Шумаєва, О. П. Соловцова. – Донецьк: ЛАНДОН-XXI, 2014. – 453 с.
3. Тічі Н. Лідери реорганізації (з досвіду американських корпорацій) / Н. Тічі, М. Деванна. – М.: Економіка, 2013. – 204 с.

*Лисенко К. В.
Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

Сьогодні у світі відбувається неухильне зростання аудиторії Інтернету, що говорить про зростання впливу цього каналу комунікації в інформаційному просторі. Одночасно з ростом аудиторії Мережі в цілому відбувається і збільшення аудиторії соціальних мереж, а також кількість часу, який користувачі щоденно проводять у них. Якщо у ХХ ст. основним каналом поширення інформації про організації були засоби масової інформації, то нині PR-фахівці активно освоюють можливості Інтернет-ЗМІ для налагодження активної взаємодії з цільовими аудиторіями. В Інтернеті реалізується перспектива багатьох сучасних та майбутніх потреб корпоративних комунікацій.

Соціальні мережі продовжують знаходитися на вершині популярності і вже стали об'єктом дослідження багатьох вчених. Тому підвищений інтерес до вивчення ЗМІ в соціальних мережах зумовлює актуальність цих тез.

Для результативності інформаційної взаємодії PR-фахівцям важливо розробити стратегію і тактику взаємовідносин зі ЗМІ. У ХХ ст. серед основних медіа-каналів PR-фахівці віддавали перевагу традиційним ЗМІ (преса, радіо і телебачення). У ХХІ ст. мас-медіа переходять чи вже перейшли у віртуальний інтернет-простір. Це не лише їх електронні версії чи інтернет-сайти; зараз майже усі ЗМІ, намагаючись бути якнайближче до цільової аудиторії, мають свої сторінки у соціальних мережах. Український дослідник О. Чекмишев визначає основні характеристики нових медіа, до яких зараховують і соціальні

мережі, та розглядає методи їх дослідження в українській і зарубіжній практиці: «можемо дійти висновку про те, що основними характеристиками нових медіа як об'єкту соціально-комунікаційних досліджень є інтерактивність, хаотична ієрархія повідомлень, безперервність інформаційного потоку, гіпертекстуальність і мультимедійність. Такий набір ознак спричиняє застосування конвергованих інформаційних потоків у Всесвітній мережі» [6].

Інтернет поєднує в собі сучасні технології, оперативність, багатофункціональність, мультимедійність, інтерактивність – переваги, яких немає у традиційних ЗМІ як каналів комунікації. Крім того, інтернет-простір вміщує все більше каналів медіа (он-лайн радіо/відео трансляції, он-лайн видання) та серед них – соціальні мережі. Всесвітня мережа впроваджує соціальні зміни, що впливають на існування як сучасної людини, так і будь-якої компанії [2].

Офіційним початком буму соціальних мереж прийнято вважати 2003-2004 роки, коли були запуснені «Лінкдін», «МайСпейс» і «Фейсбук». Через кілька років – 2007-2008 рр. – цей простір стали освоювати ЗМІ. Одним з першопрохідців «Твіттера» стала британська корпорація Бі-бі-сі, аккаунт якої зареєстрований ще в січні 2007 р. «Твіттер» здобув популярність у засобів масової інформації та паралельно з цим у простих громадян, які створювали фан-сторінки публічних людей і організацій. У 2009 році соцмережі довелося ввести верифікацію аккаунтів. «Фейсбук», зіткнувшись з аналогічною проблемою, зробив те ж саме пізніше, в лютому 2012 р. В даний час створювати сторінки на «Фейсбук» можуть тільки офіційні організації, бренди і публічні фігури – політики, музиканти, блогери і т.п. У компанії є спеціальна команда, яка перевіряє, чи сторінка створена офіційним представником організації, бренду або публічної фігури, про які ця сторінка розповідає, і «неофіційні» сторінки можуть бути заблоковані [3].

Соціальна мережа подає соціально-комунікативну функцію користувачу, вона розглядається як ЗМІ нового типу. Вона надає найоперативнішу

інформацію своєму споживачу і розглядається як засіб доставки миттєвої (часто приватної) інформації по всьому світу.

Серед найпопулярніших соціальних мереж в Україні – дві російські спільноти – «Однокласники» та «ВКонтакте». Цікаво, що українська спільнота у «ВКонтакте» продовжує зростати, всупереч бойкоту українцями усіх російських продуктів й повідомленням, що поширювались про це в деяких засобах масової інформації. Загалом аудиторія «ВКонтакте» налічує 260 млн. користувачів (zareєстрованих на сайті, а 60 млн. відвідувачів заходять на сайт щодня), з них приблизно 18 % відвідувачів проживають в Україні [2].

Існування і дія соціальних мереж є вже певною ознакою того, що їх можна вважати засобами масової інформації. Але існування соціальної мережі без використання її журналістом не може давати їй певних характеристик засобу масової інформації.

Розглядати соціальну мережу «ВКонтакте» як новий ЗМІ дозволяють певні характеристики:

1. Наявність тематичних груп, яких нараховується більше 1,5 мільйона, та публічних сторінок, яких є більше 100000. Ці групи та публічні сторінки створені передусім для задоволення потреб користувача. Але їх створювачі (люди, які мають досить великий вплив на аудиторію через володіння переконанням) можуть допускати публікації реклами та деякої інформації, що буде цікавою суспільству.
2. Наявність представництв онлайн-ових чи реальних традиційних ЗМІ в соціальній мережі «ВКонтакте», які використовують як публічні сторінки, так і групи. Для цього існують певні web-редактори, які займаються просуванням газет і журналів в соціальних мережах.

В «ВКонтакте» дуже поширена реклама, яку розповсюджують для своєї більшої продуктивності ЗМІ певних сайтів через співпрацю з соціальною мережею. Це має свої плюси тим, що кожна друга особа zareєстрована в «ВКонтакте», підбираючи цікаві заголовки ЗМІ, розповсюджують рекламу.

«Вконтакте» відома відкритими коментарями. Люди, які активно ведуть блоги, постять в спільних фото та відео та активно обговорюють події дня та інші новини, – це і є та інформаційно-активна аудиторія, яка потрібна ЗМІ для збору новин та цікавих фактів [4].

Не поступається за наданням інформації журналістам і соціальна мережа «Facebook», вона має друге місце за аудиторією, а, як стало відомо, доростає вже до першого. Для ЗМІ важливо бути там, де його аудиторія. А оскільки «Facebook» популярний своїми блогами та розрахований на більш старшу аудиторію, то для журналіста це є найціннішим джерелом збору інформації.

Соціальна мережа «Facebook» не є просто місцем для спілкування. Основна її особливість, що користувачі тут обмінюються та викладають як особисту інформацію, так і, наприклад, ту, свідками якої вони стали.

Завдяки «Facebook» користувачі отримують новини у вигляді фото, відео та статей на власну стіну оновлень, а далі діляться ними чи коментують. Таким чином сама інформація збільшує свої рамки від 10 користувачів аж до 1000 і більше [4].

Аудиторія інтернет-новин – це переважно люди, що регулярно цікавляться новинами і не сприймають їх лише епізодично.

Більшість досліджень свідчать, що постійними відвідувачами новинних сайтів є користувачі, що стежать за новинами набагато пильніше, ніж пересічна людина. Інтернет-журналістика в соціальних мережах характеризується мультимедійністю, інтерактивністю, створенням віртуальної особистості, відсутністю цензури, оперативністю, можливістю двостороннього зв'язку з аудиторією, підвищенням впізнаваності інтернет-ЗМІ.

Неофіційна статистика говорить, що найбільш оптимальний варіант для класичних ЗМІ – створити сторінки в 3-х найпопулярніших соціальних мережах. У найпопулярніших українських медіа є по 3 офіційні сторінки – на сайтах Vkontakte, Facebook та Twitter. У половини є також аккаунти на інших соціальних платформах: Однокласники, YouTube, Instagram, Google + [5].

Надзвичайно стрімкий розвиток цієї галузі можна пояснити привабливістю її для потенційних інвесторів. Поширити інформацію за допомогою мережі є значно дешевшим, ніж зробити це на папері, на радіо або в телеєфірі. Виробництво та підтримка мережевих видань також є дешевшими у порівнянні із їхніми оффлайновими «родичами», а розміри публікацій не обмежені обсягом газетної шпальти або часом ефіру.

Ще одна особливість мережі полягає у характері її аудиторії. Відвідувачі сайтів інтернет-видань – це соціально найактивніша аудиторія, що є досить важливим чинником для інвесторів та рекламодавців. Популярність інтернет-видань серед користувачів пов'язана, у першу чергу, із очевидними перевагами цих видань у порівнянні із традиційно-паперовими, до яких можемо віднести:

- відсутність «дедлайну», тобто останнього терміну, після якого статті або новини вже не потраплять до газети;
- інтерактивність – споживач стає співучасником того, що відбувається, обмінюється враженнями від прочитаного (рубрики «Обговорити статтю», «Форум», «Інтернет-голосування»), ставить запитання учасникам подій тощо;
- персоналізація – можливість самостійно відбирати з масиву запропонованої інформації найцікавіші теми [1].

Зростання аудиторії українських інтернет-ЗМІ підтверджують і дані досліджень. Так, за результатами вивчення активності інтернет-медіа, що проводилися на замовлення Фонду інформаційного суспільства, середньомісячне збільшення медіатрафіку в українському сегменті інтернету становить 3-5 відсотків на місяць. Ці цифри є відображенням світової тенденції, що сьогодні спостерігається у більшості розвинутих країн [1].

Соціальні мережі дозволяють журналістам ефективніше просувати своє видання, свій професійний імідж та роботу і позитивно впливають на зв'язок із аудиторією. Завдяки тому, що соціальні мережі бурхливо розвиваються, виникають нові форми поширення інформації, нові можливості для спілкування

з цільовими аудиторіями. Соціальні мережі сприяють збільшенню відвідуваності сайтів, забезпеченню зворотного зв'язку з користувачем і таким чином є важливим каналом поширення і генерації нової суспільно значимої інформації. Одним із перспективних напрямів стає використання соціальних мереж як ефективних каналів комунікацій з громадськістю у корпоративних комунікаціях. Таким чином, Інтернет і соціальні мережі, перетворюючись на головне джерело інформації для мільярдів людей в усьому світі, стає тим, без чого неможливо уявити сучасне життя, а отже – має великий потенціал для розвитку та охоплення ще більшої аудиторії.

Список використаних джерел

1. Афанасьєва К. О. Правове врегулювання діяльності інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / К. О. Афанасьєва. – 2006. – Режим доступу до ресурсу: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=1439>.
2. Єжижанська Т. ЗМІ у соціальних мережах: тенденції, можливості, перспективи [Електронний ресурс] / Тетяна Єжижанська. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://elibrary.kubg.edu.ua/12082/1/T_Yezhyzhanska_ZMISMTMP_GI.pdf.
3. ЗМІ в соціальних мережах: історія інтеграції та сучасний стан. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://um.co.ua/3/3-14/3-143187.html>.
4. Павлик Ю. Взаємодія ЗМІ та Інтернету на прикладі соціальних мереж. Інтернет – новий ЗМІ ХХІ століття [Електронний ресурс] / Юлія Павлик. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://h.ua/story/417190/>.
5. Ушанова О. Соціальні мережі як соціальні медіа особливості, аудиторія та взаємодія з нею [Електронний ресурс] / Олена Ушанова. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://prezi.com/q_9_6suwfgwh/presentation/.
6. Чекмишев О. В. Характеристики нових медіа в контексті впливу на методологію їх дослідження / О. В. Чекмишев // Наукові записки Інституту журналістики : науковий збірник. – К., 2010.

ГУМАНІТАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ЦИВІЛІЗАЦІЇ: ПОШУКИ, ДОСЯГНЕННЯ, ПРОЕКТИ, ГІПОТЕЗИ

Ярмак Т. В.

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет
м. Харків, Україна*

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ ЯК СПЕЦИФІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГУМАНІТАРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ОСВІТІ

У сучасному світі в умовах відкритої комунікації і розвитку засобів безперервного і відкритого навчання виникає цілий ряд завдань, вирішення яких пов'язане з якістю і практичним застосуванням різних технологій. У зв'язку з чим, ключовою проблемою освіти стає її модернізація.

В українській освіті останніми роками стала нагальною потреба в розробці і застосуванні гуманітарних технологій, оскільки сьогодні вже очевидно, що головні проблеми нашої держави зосереджені не стільки матеріальній, скільки в духовній сфері.

Термін «гуманітарні технології» надзвичайно широко використовується різними фахівцями як сукупність теоретично обґрунтованих і практично перевірених методів, знань і вмінь, які застосовуються для вирішення завдань в різних областях знань і творчості. У широкому сенсі гуманітарні технології – це систематизація і впорядкування в просторі та часі компонентів цілеспрямованої колективної діяльності людей на основі сучасного гуманітарного знання. Очевидно, проблема гуманітарних технологій пов'язана із сутнісним і функціональним значенням гуманітарного знання, його практичним застосуванням у реальній сфері, де головною дійовою особою є людина.

Розробка гуманітарних технологій в освітньому процесі є спробою знайти раціональні стандарти і норми дій з урахуванням гуманітарної

спрямованості освіти. Однак в освіті є специфічні особливості застосування гуманітарних технологій, що відрізняються інноваційністю порівняно з традиційними освітніми технологіями. Однією з основних специфічних характеристик гуманітарних технологій є міждисциплінарність.

Міждисциплінарний підхід до курсу навчання включає методологію і мову більш ніж однієї дисципліни і дозволяє розглядати предмет з різних точок зору різними методами, зосереджуючись на зв'язках і взаєминах між дисциплінами. Цей підхід спрямований не на засвоєння студентом великої кількості знань, а на формування навичок самостійного отримання нових знань. Основним завданням міждисциплінарності у вузах є вироблення компетентності майбутніх професіоналів, розвиток у них здатності до синтезу знань з різних дисциплін для прийняття самостійних рішень і пошуку стратегії їх реалізації.

У зв'язку з вищевикладеним, перед вітчизняною освітою стоїть завдання пошуку нових міждисциплінарних форм навчання, запровадження в освітню практику міждисциплінарних компонентів, що дозволяють об'єднати природничо-наукове, науково-технічне і гуманітарне знання для підготовки кваліфікованих кадрів, затребуваних інноваційною економікою. Саме такий підхід може забезпечити еволюційний перехід до системи освіти, притаманної інформаційному суспільству.

Список використаних джерел

1. Бордовский Г. А. Марш-бросок в будущее, или Акцент на гуманитарные технологии: интервью Н. Алексютина [Электронный ресурс] / Г. А. Бордовский. – Режим доступа: <http://www.ug.ru/issues07/?action=topic&toid=3791>
2. Бушковская Е. А. Феномен междисциплинарности в зарубежных исследованиях/ Е. А. Бушковская // Вестн. Том. гос. ун-та. – 2010. – № 330.
3. Матушкин Н. Н., Столбова И. Д. Роль междисциплинарного компонента образовательных программ, реализующих компетентностную парадигму/

Н.Н. Матушкин, И.Д. Столбова // Инновации в образовании. – 2010. – № 4. – С. 4–16.

4. Мокий В. С. Трансдисциплинарный метод усиления междисциплинарного синтеза социально-экономического и гуманитарного знания / В.С. Мокий // Universum: общественные науки. – 2016. – № 8.
5. Петрова Г. И. Междисциплинарность университетского образования как современная форма его фундаментальности / Г.И. Петрова // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. – 2008. – №3 (4).

Балагура О. О.

*Національний транспортний університет,
м. Київ, Україна*

Сагайдак І. С.

*Університет державної фіскальної служби України,
м. Ірпінь, Україна*

ГУМАНІТАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ОСВІТІ ЯК ЗАСОБИ САМОВИРАЖЕННЯ ТА САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ

*«Гуманітарні технології виводять нас
до питання керування власним існуванням»
А. Валенса*

Концепція безперервної освіти в сучасних реаліях може реалізуватися лише за умов розв'язання завдань, пов'язаних із можливістю загальноосвітніх та вищих навчальних закладів передавати досвід молодому поколінню за допомогою новітніх технологій, що сприяють максимальному забезпеченню щодо досягнення ефективних результатів (мети) в розвитку особистісних рис, якостей, здібностей у процесі засвоєння знань, умінь та навичок. Розвиток потенціалу особистості у XXI столітті базується в основному на застосуванні методів роботи з інформацією, методів пошуку й створення нових знань, та, найголовніше, на використанні й активному запровадженні методів підтримки необхідного рівня знань про світ, що постійно розвивається й змінюється.

Сучасний світ вимагає точних конкретних відомостей, прийняття рішень та виконання дій, які приносять потужні девіденти та очікувані безпомилкові результати. Ці особливості сьогодення безпосередньо стосуються й фахівців як гуманітарної, так і соціальної сфери, оскільки за допомогою ефективних технологій будь-яка інтелектуальна інформація перекладається мовою практичних рішень. Тож, на нашу думку, технології можна ототожнювати з діяльністю, способами діяльності, з тим, як особистість проявляє себе під час виконання певного завдання, тому що будь-яка діяльність може бути або технологією, або мистецьким вираженням реальності (мистецтвом).

Гуманітарні технології виникли не самі собою і не паралельно суспільній діяльності. Технологія є обов'язковим атрибутом діяльності людини й суспільства, це способи і процеси організації діяльності, які тримаються на знаннях про предмет діяльності, розвиткові знарядь праці тощо; які зумовлені структурою діяльності, природою предмета діяльності та соціальною ситуацією, в якій протікає діяльність [3, с. 11].

Новітні гуманітарні технології в сфері освіти мають розглядатися як засоби, за допомогою яких може бути реалізована освітня парадигма, орієнтована на те, що процес пізнання людством світу є безкінечним та безупинним.

Сучасний підхід до передачі знань новому поколінню, на нашу думку, має базуватися на застосуванні наступних загальних принципів та правил технології викладання:

- принципи педагогічної доцільності (чітка орієнтація на мету);
- стимулювання творчої діяльності (унікнення шаблонів);
- різноманітність форм та методів навчання та контролю знань;
- закріплення знань сучасно виправданими практичними навичками;
- взаємозв'язок процесу навчання із реаліями сучасного життя;

- принципи адаптації процесу навчання до конкретної особистості в конкретному педагогічному чи соціальному середовищі;
- принципи доцільності навчальної інформації;
- принципи пріоритетності факторів, які впливають на саморегуляцію педагогічних або соціальних систем та ін.

Гуманітарні технології – це, передусім, технології самовираження людини, самореалізація її інтелектуальних якостей, і не лише в галузі освіти. Це особливий вид професійної діяльності, пов'язаний із діяльністю тих особистостей, які мають потребу у спілкуванні, наділені розвиненою інтуїцією, комунікабельністю та емпатією і, найголовніше, бажаннями вдосконалювати, змінювати на краще себе й середовище, опановуючи новітні підходи щодо вирішення поставлених цілей та завдань. І тому для більшості з них інші, зокрема технологічні та економічні, технології мають другорядне значення.

Сенс і призначення будь-якої технології полягає в намірі оптимізувати процес отримання необхідного результату, знизити витрати на управління, підвищити його ефективність.

Таким чином, гуманітарні технології все більше стають інтелектуальним ресурсом, який дозволяє не лише вивчати і прогнозувати зміни в різних сферах життєдіяльності людини, але й сприяє створенню реальних механізмів для її самовираження та самореалізації в сучасному швидкоплинному світі (і не лише у галузі освіти).

Список використаних джерел

1. Бондаренко А. Д. Современная технология: теория и практика / А. Д. Бондаренко. – Киев: Вища школа, 2005. – 171 с.
2. Каширин В. П. Философские вопросы технологии: (Социологические, методологические и техноведческие аспекты) / В. П. Каширин. – Томск: Изд-во Том.ун-та, 1988. – 286 с.
3. Різун В. В. Гуманітарні технології / В. В. Різун. – К., 1994. – 60 с.

4. Онопрієнко М.В. Соціально-гуманітарні технології: роль в знаннєвому суспільстві / М. В. Онопрієнко // Вісник Національного авіаційного університету. Сер.: Філософія. Культурологія. – 2012. – Вип. 1. – С. 120 –123.

Бойко А. І.

*Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

ПРОГНОЗОВАНІСТЬ ОСВІТИ

Передача знань формує у людини здатність «включатися» в певну історичну епоху, усвідомлювати не тільки події того часу, але й домінуючі ідеї, які передаватимуться прийдешнім поколінням.

І якщо знання – перевірений досвідом результат пізнання, – то накопичення і систематизація знань, їх аналіз, скоріш за все буде сприяти формуванню здатності до прогнозів і моделювання певних соціальних подій і концепцій.

Людина є єдиною істотою, яка передає накопичені знання. Тому проблема передачі знань є соціальною. Суспільством виробляється соціальний «фільтр» – які знання необхідні для функціонування соціуму, які повинні мати загальний характер, які є обмеженими. Освіта розуміється не лише як різновид суспільної діяльності, дослідження якої передбачає пошуки найбільш ефективних засобів збереження і передачі накопиченого знання. В даному контексті на перший план виходить проблема формування соціальної людини. Адже передача знань передбачає й формування здатності до їх використання. Передача знань не обмежена певною сферою суспільства. Передача знань постає як процес, що формує окреме суспільство (до прикладу за національною ознакою, тому зараз увага багатьох дослідників прикута до фінської системи освіти, вивчаються особливості британської освіти, американські підходи в освіті), так і процес, що має глобальні ознаки, особливо в умовах теперішнього інформаційного суспільства, полікультурності, використання новітніх інформаційних технологій, міждисциплінарності.

Оскільки вперше питання свідомого ставлення до передачі знань і соціального досвіду виникали ще з часів античності, то доречно наголосити, що освіта як *свідома освіта* є цивілізаційною ознакою суспільства, утворюючою суспільство рисою (Карл Ясперс).

Освіта є частиною єдиного і сильного суспільного організму. На нашу думку, зміна системи освіти з метою зміни майбутнього суспільства може відбутися, якщо є запит самого суспільства на зміни і усвідомлення таких змін. Виокремлення освіти з суспільного організму, реформування лише окремої сфери (тобто освіти) завжди буде штучним, а значить – таким, що не підтримується суспільством.

В сучасному суспільстві освіта є поліфункціональною. Але саме в філософії освіти доцільно аналізувати прогностичну функцію.

В ХХ столітті філософія освіти виходить із кола суто філософствування. Саме її міждисциплінарний характер змушує звертатися до практичних і прикладних проблем. Це дозволило філософії освіти бути активним «гравцем» в соціальному житті, виконуючи в тому числі і прогностичну функцію. Сучасна філософія освіти має різні вектори розвитку, але передбачає вияв історичних форм співвідношення освітнього знання з філософією.

Зміни соціальних і технологічних умов життя, ріст інформаційних ресурсів і засобів, їх вражаюча доступність, мобільність населення зумовлюють переосмислення функцій і результатів освіти. Американський педагог, доктор Віллард Дагет зазначає, що світ, у якому доведеться жити нашим дітям, змінюється вчетверо швидше, ніж наші школи.

Отже, філософія освіти в перспективі та ретроспективі постає як рефлексія освіти, яка формує суспільство завдяки виконанню своєї основної мети – передачі соціально-практичного досвіду. Освіту потрібно розуміти і як соціальну технологію, що передбачає виконання саме прогностичної функції філософією освіти.

Деркач Ж. В.
Черкаський кооперативний економіко-правовий коледж ВНЗ
Укоопспілки «ПУЕТ»,
м. Черкаси, Україна

МОРАЛЬНО-ЦІННІСНІ АСПЕКТИ ВИХОВАННЯ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

В нашій державі приділяється значна увага питанням морального виховання, розроблена державна концепція суспільної моралі, створена ціла система методів і шляхів формування моральних основ суспільства. Визначена система державних органів та інститутів громадянського суспільства, здатних забезпечити реалізацію функції держави, пов'язану із захистом суспільної моралі [1, с. 11]. Систематизовані як позитивні, так і негативні чинники, що впливають на формування та сучасний стан суспільної моралі в Україні. Ці чинники згруповані в політичні, економічні, соціальні, культурологічні, організаційно-правові та інформаційно-психологічні. Основними можна назвати відсутність стабільних політичних орієнтирів держави; розвиток кризових явищ, які набирають системного характеру; недостатній матеріальний рівень життя пересічної української сім'ї; недовіра суспільства до державних інституцій; відсутність у переважній більшості молодого покоління національної традиційності щодо певних етичних норм, правил, поглядів; негативним є вплив засобів масової інформації, які поширюють споживацький стиль життя [2, с.52]. Сукупність усіх цих чинників посилює актуальність морального виховання в нашому суспільстві. Для того, щоб визначити основні морально-ціннісні аспекти виховання нашої молоді, необхідно володіти цілою системою соціально зумовлених норм і впливів, а саме: слід пізнати моральні принципи, яким надає перевагу наша молодь; середовище, де в основному відбувається процес формування особистості; пріоритетні шляхи впливу на юну особистість.

Основними моральними принципами, визнаними в сучасному цивілізованому світі, є гуманізм, рівність в правах, милосердя. Студентським

громадським об'єднанням на чолі з викладачем-соціологом проведені соціологічні дослідження серед студентської і працюючої молоді центрального регіону Черкащини, які показали, що наша молодь усвідомлює важливість і першочерговість цих принципів і визнає дію їх у нашому суспільстві. Незважаючи на усі політичні і соціально-економічні проблеми в державі, абсолютна більшість опитаних вважає, що нормою нашого життя є рівність (89%) і це є свідченням того, що декларування свободи і демократії має відгук в серцях молоді, яка сповнена оптимізму і визнає себе як вільну незалежну особистість. Половина опитаних (49%) вірить, що наші співвітчизники готові допомагати нужденним, 22% – здатні до таких дій хоча б інколи. На жаль, лише 38% респондентів вважають, що гуманізм є нормою життя, а майже кожен п'ятий (22%) переконаний, що ця норма не діє в нашому суспільстві. Щодо альтруїзму, то лише 32% опитаних вірять в його існування. Майже половина молодих людей (49%) вважає, що від рівня морального духу громадян залежить політична, соціально-економічна ситуація в країні. Така оцінка лише підтверджує висновок про те, що сучасна молодь досить високо оцінює важливість моралі в житті соціуму.

Аналізуючи основні життєві цінності нашої молоді, варто зазначити, що абсолютну перевагу мають ті, які пов'язані міжособистісними стосунками дружби, кохання, взаємоповаги. 79% опитаних головною цінністю для себе визнає сім'ю, 42% – взаємне кохання, 37% – вірних друзів. Досить незвично виявити те, що в умовах загострення матеріальних проблем, зростання кількості громадян, які живуть за межею бідності, молоді люди не надають пріоритет меркантильному. Матеріальний достаток на перше місце ставлять лише 12% респондентів, успішну кар'єру – 15%. Не є пріоритетними для молоді громадянські цінності: лише 9% бажають досягти слави і стати відомою особистістю, 6% – бути корисним своїй державі. Деяко пояснює таку ситуацію невизначеність і розгубленість молоді: 79% опитаних не визначилися, чи

бажають служити своїй державі, 77% – не знають, чи хотіли б бути відомими і ушавленими, а 71% не знають, чи потрібна їм кар'єра.

Основний процес формування особистості відбувається в сім'ї, вплив на неї громадськості, засобів масової інформації, відомих політиків і діячів мистецтва, науки катастрофічно зменшується. Це засвідчує і аналіз проведених досліджень. 70% опитаних зазначили, що на їх поведінку, настрої впливає родина, 38% – друзі, 31% – колектив, в якому вони навчаються чи працюють. Лише 9% респондентів прислухаються до засобів масової інформації, 5% – до політичної соціально-економічної ситуації в країні. Більшість опитаних не мають власної позиції щодо ЗМІ (76%), чи впливає на них, їх поведінку суспільно-політична ситуація та економічний стан в державі (81%).

Аналіз досліджень, пов'язаних з визначенням ставлення і дотримання основних моральних норм, вказує на те, що більше половини опитаних (57%) вважають, що основною моральною категорією є добро, ще 24% ставлять цю категорію на перший план в певних життєвих ситуаціях. Більшість респондентів (65%) стверджує, що необхідно підтримувати в скруту, здійснювати добрі вчинки по відношенню до близьких людей, 56% – безкорисно допомагати у вирішенні проблем чи наданні допомоги сусідам і знайомим. Але цей показник є заниженим для визнання таких очевидних дій. Хвилює те, що значний відсоток респондентів не визнає і не здійснює добрих вчинків по відношенню до рідних (14%), безкорисну допомогу знайомим (17%). Кожен четвертий визнає, що дозволяє собі грубість по відношенню до старших за віком (27%) чи за становищем у суспільстві (24%), якщо вважає себе правим.

В сучасному світі визначені загальнолюдські моральні принципи, які є основою життєдіяльності, але, на жаль, вони далеко не завжди реалізуються. Хвилює те, що значна частина нашої молоді не визнає, що жити слід по совісті, не говорити з позицій сили, поважати не лише рідну землю та її історію, а й людей, що знаходяться поряд. 36% респондентів вважають, що заради успіху в

житті можна переступити моральні принципи і норми; 32% – допускає порушення моралі при вирішенні інтересів держави, добробуту народу, а 47% опитаних виправдовують грубість, фізичне насильство, якщо захищається правда чи інтереси слабших.

Така позиція і настрої молоді не можуть не хвилювати, адже це свідчить про зростання серед молодих людей абсентеїзму, як соціального явища, що характеризує зростання громадсько-політичної байдужості. Залежно від мотивів байдужості виділяють політичний, економічний, соціальний, аполітичний. При політичному абсентеїзмі молода людина буде ухилятися від участі у виборах. При економічному та соціальному абсентеїзмі громадяни висловлюють протест стосовно складної економічної чи соціальної ситуації, що склалася в суспільстві. Аполітичний полягає в байдужому ставленні, відсутності будь-якого інтересу до суспільного життя в цілому [3,с.7]. Аналізуючи результати соціологічних досліджень, можна зробити висновок, що в нашому суспільстві серед молоді присутні усі види абсентеїзму. І це проявляється в її моральних діях: вона замкнена на інтересах і поведінці в сім'ї, фактично байдужа до процесів, що проходять за дверима рідної домівки, моральний вчинок є проявом певної поведінки, а не способом життя.

Корені абсентеїзму в нашій державі варто шукати і в особливостях ментальності, що зумовлюють громадянську байдужість: кордоцентричності, що проявляється у сентименталізмі, чутливості, любові до природи, в пісенному фольклорі, яскравій обрядовості і віддаляє особистість від проблем повсякденного життя, соціальних негараздів; анархічному індивідуалізмі (прагнення до особистої свободи без належного розуміння державності); перевазі емоційного, чуттєвого над волею та інтелектом. Ці ознаки проявляються і в нашій молоді. Корені українського індивідуалізму спричиняють розрізненість громади в процесі вирішення спільних місцевих проблем, ставлять на перше місце її бажання задовольнити потреби власної оселі [4, с. 6]. І моральні норми переходять у другорядну площину.

Саме з 18 до 22 років щонайактивніше відбувається процес формування самосвідомості та самоідентифікації. Тому завданням усіх освітніх і громадських організацій є моральне виховання і навчання молоді в національному контексті через рідну мову, релігію, етичні норми, культурну спадщину [5, с. 6]. Тому моральне виховання варто розглядати через систему моральної дії, на вході якої відбувається процес введення інформації у вигляді вимог і підтримки, що стимулюють систему: не лише вивчення моральних норм, а і пізнання культурно-історичних закономірностей їх розвитку в площині національної ментальності; введення молоді в коло щоденних проблем, які виникають поряд в колективі, за місцем проживання і залучення до їх вирішення; поведінка і підтримка старших, яка стимулює ввічливість і посмішку, знімає рецидиви ворожнечі. На виході вся ця інформація перетворюється на рішення та моральні дії. Важливо, цю систему прив'язувати до звичного місця проживання суб'єкта нашої дії: студентська аудиторія, мікроколектив, сім'я, формуючи ціннісні орієнтири, які будуть зрозумілими і доступними для кожної молодої людини.

Список використаних джерел

1. Костицький В. В. Захист суспільної моралі як нова функція демократичної держави / В.В. Костицький. – Малий і середній бізнес. – 2010, №3-4. – С. 3–12.
2. Канафоцький М.О. Суспільна мораль в Україні: складові та чинники формування / М.О. Канафоцький // Тези доповідей X Міжнародного форуму [«Етичні та духовні аспекти розвитку людини і суспільства»] – К., 2010. – 100 с. – С. 50–53.
3. Іванова Ю. Абсентеїзм як фактор виборчого процесу в сучасній Росії / Ю. Іванова. [Електронний ресурс] // Режим доступу <http://www.lib.ua-ru.net/diss/cont/170344.html>.

4. Мацієвський Ю. Між авторитаризмом і демократією: політичний режим після «помаранчевої революції» / Ю. Мацієвський. [Електронний ресурс] // Режим доступу:
<http://www.politik.org.ua/vid/magcontent.php3?m=1&n=63&c=1399>.
5. Халамендик В. Мораль і політика: теорія відносин / В. Халамендик. – Віче. – лютий 2010. – №3. – С. 3–7.

*Корж О. О.
ПНПУ ім. В.Г. Короленка
м. Полтава, Україна*

ПЕДАГОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ВИХОВАННЯ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ

У сучасній освітній системі особлива увага приділяється виробленню нового підходу у взаємовідносинах між Церквою і школою. У педагогічній думці набули актуального звучання питання релігійно-національного виховання як шляху підготовки до служіння ідеалам істини, добра і краси. Основним структурним елементом релігійно-національного виховання є принцип розвивати людину та вчити любити Батьківщину, виховувати дітей у пошані до рідного краю.

О. Духнович розвивав у своїх творах ідею народності виховання. Він рішуче вимагав, щоб кожний учитель «в детях народолюбие возбуди и в сердце их закрепил любовь к своей народности». Важливою ознакою народності Духнович вважав мову, виступав за те, щоб викладання в школах провадилося рідною мовою, щоб там було створено систему виховання відповідно до історичних і національних традицій народу. Висловлював думку про те, що від виховання залежить усе: «Щастя чи нещастя людини залежить переважно від народження, але більше від морального виховання». Духовно-моральне виховання О. Духнович визначав як виховання чистої совісті і посилення в душі людини страху Божого. Педагог підкреслював незаперечну роль батьківського авторитету, який забезпечується власним прикладом: патріотизмом, чесністю, працелюбністю, гідною поведінкою в сім'ї та поза нею. Не менш важливим у справі виховання патріотизму є для підростаючого

покоління авторитет учителя: «Учителю також на совісті буде, щоб у дітях народолобіє збуджував і у серцях їх закипала любов до своєї народності, бо людина без народності є подібна... вовку, якому усякий ліс є вітчизна, де братію знаходять» [4, с. 267].

У філософсько-педагогічних поглядах В. Зеньковського були сформовані ідеї та поставлені освітні питання, які й до цього часу не втратили своєї актуальності. Насамперед це виховання в душі етичних і духовних цінностей, формування не тільки людини знаючої, але й підготовленої до життя, з розвинутим духом солідарності. Його філософські думки про людину є, по суті, антропологічною теорією формування особистості, що має свій предмет дослідження – людину віруючу. Відповідно, метою соціального виховання такої людини є формування цілісної особистості з урахуванням релігійного компонента. В. Зеньковський зазначав: «Основним процесом у житті людини треба визнати не фізичний і не психічний бік у ній, а духовний, який глибше розподілу фізичного і психічного світу і який несе запоруку цілісності. Духовний процес має в собі ключ до розуміння всього, що відбувається в людині. Усвідомлення духовного життя в його ритмі має бути покладено в основу педагогіки, проте не моральний, а релігійний духовний процес зростання створює істинну і останню тему виховного впливу на дітей [2. с 37].

С. Миропольський розробив концепцію народної школи, де поряд із завданнями загального характеру (розвиток дитини, спонукання її до самоосвіти, виховання «дійсно людського характеру») важливе місце відводилось гармонійному поєднанню практичних і просвітницьких завдань, пов'язаних з релігійно-моральним впливом школи на життя, сімейно-громадською сферою, юридичною освітою учнів і батьків та ін. Розкриваючи зміст освіти, пропонував для розвитку «основних сил» і можливостей дитини поєднати елементи «загальнолюдського» виховання (розумове, естетичне, моральне та фізичне) та національно-практичної освіти. Аналіз педагогічного доробку С. Миропольського свідчить про те, що в розумінні духовно-

морального виховання він виходив з основ християнського учення: це розвиток духовних сил і здібностей дітей, здатності розумно жити і діяти. Предметом духовно-морального виховання він уважав християнський ідеал [3, с. 15].

М. Пирогов обґрунтував, що основою виховання моральної людини є християнська релігія і наполягав на необхідності релігійного виховання дітей. [5, с. 211]. Він рішуче виступив на захист загальнолюдського ідеалу виховання і намагався дати йому філософське обґрунтування. Основою духовно-морального виховання просвітник визначив християнське одкровення, предмет такого виховання – самопізнання, твердість у боротьбі інстинктів і свідомої волі. Глибоким гуманізмом проникнуті твердження педагога, який наголошував, що така боротьба передбачає присутність духу, усвідомлення внутрішньої сили, віру в одкровення і самопізнання. Отже, сутністю і кінцевим результатом духовно-морального виховання М. Пирогов вважав прагнення людини бути гідною в очах наступних поколінь, боротьбу з самою собою для збереження і розвитку в собі євангельської духовності.

С. Рачинський говорив: «Школа всім своїм існуванням, всім своїм укладом повинна входити в життя народу, свого народу; а так як народ є православно-церковний, то і школа повинна бути такою ж ». С. Рачинський вважає, що саме в рамках церковнопарафіяльної школи можливе здійснення нерозривному зв'язку навчання з вихованням. Тільки за цієї умови може бути здійснена задача розумового, морального і духовного виховання молоді в школі. Н. Ільмінський підкреслював, що моральність і релігія мають у кожного народу не тільки спільну основу, але і свої неповторні риси, які мають наслідуватися. Педагогічним ідеям Н. Ільмінського співзвучні погляди С. Рачинського, який обстоював необхідність православного виховання в народній школі, виводячи цей постулат як з історичного минулого східнослов'янської просвіти, так і з особливостей національного характеру, духовних ідеалів народу [1, с. 4].

В. Сокольський вбачав найважливішим з предметів Закон Божий. У педагогічних часописах того часу вміщувалися численні новаторські ідеї священиків щодо вивчення Закону Божого. Рівень застосування визначався використанням моральних висновків у практичному житті. В. Сокольський радив збуджувати під час уроків Закону Божого всі види інтересу – емпіричний, спекулятивний, естетичний, симпатичний, соціальний та релігійний [6, с. 68–71].

Список використаних джерел

1. Демков М. И. Русская педагогика в главнейших ее представлениях / М. И. Демков. – М., 1898. – Гл. XVI. – 268 с.
2. Предборська І. М. Концепція духовного виховання В. Зеньковського в контексті сучасних освітніх тенденцій / І. М. Предборська // Вісник Інституту розвитку дитини.: «Філософія, педагогіка, психологія»: збірник наукових праць. – К. : Вид-во НПУ ім. Драгоманова, 2009. – Вип. 6 – С. 36–40.
3. Миропольский С. И. Идея воспитания и обучения в применении к народной школе / С.И. Миропольский // Журнал Министерства народного просвещения. – 1871. – № 153. – С. 15
4. Педагогічні ідеї О.В. Духновича // Історія педагогіки / За ред. М.С. Гриценка. – К., 1973. – С. 184 – 187.
5. Пирогов Н. І. Вибрані педагогічні твори / Н.І. Пирогов. – М. : Педагогіка, 1985. – С. 143 – 144.
6. Сокольський В. Уроки по Закону Божьему / В. Сокольський // Начальное обучение. – 1903. – № 2. – С. 68-71.

*Рилова О. Ю.
Черкаський державний бізнес-коледж
м. Черкаси, Україна*

ВИЩА ОСВІТА В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Визначення найбільш важливих функцій вищої освіти значно розрізняється в залежності від історичного часу. По-перше, університети можна

розглядати як заклади, що підтримують ідеологію держави або виступають проти неї. По-друге, університети постають в якості механізмів відбору домінуючих еліт. І, по-третє, університети виступають генераторами нових знань. Крім того, вища освіта розглядається як одне з прав людини, як засіб особистісного зростання людини, засіб конструювання культури через розповсюдження традицій та забезпечення добробуту суспільства в цілому, а також як засіб особистого і суспільного збагачення та конкурентоспроможності.

Важливість освіти (в тому числі вищої) залежить від сприйняття її функціональності: освіта як система, як суспільний процес, як сукупність організацій або як група осіб, що грають різні ролі. Освіта, взагалі, має важливе значення для економіки, політики, охорони здоров'я, соціальної сфери, культури або інших внутрішніх сегментів освітнього сектору. Основною метою вищої освіти є, звичайно, підняття освітнього та кваліфікаційного рівнів студентів, і, як наслідок, збільшення свого виробничого потенціалу та управління економікою знань. Таким чином, витрати на вищу освіту слід розглядати як інвестиції в майбутнє, а не як засіб споживання. Відіграючи провідну роль в економічній регенерації, вища освіта має важливе значення для майбутнього процвітання, вона визнана найважливішим засобом впливу на місцеву та національну економіку поряд з такими традиційними місіями як викладання та наукові дослідження.

Вища освіта має значний вплив на розвиток сучасної економіки. Це досягається завдяки низці механізмів, в тому числі завдяки забезпеченню зайнятості населення, залученню інвестицій від студентів, але, перш за все, завдяки її ролі у розвитку економіки знань. Якщо економіка знань визначається як така, цінність якої досягається завдяки застосуванню ідей та інформації, то роль вищої освіти в сучасному економічному розвитку є самоочевидною. Ця роль реалізується через створення, уточнення та застосування знань, особливо наукових досліджень та розробок, через збільшення кількості людей з високим

рівнем знань та навичок, а також через розповсюдження знань за допомогою інноваційних мереж.

Термін «глобалізація» отримав розповсюдження у другій половині ХХ століття, коли відбувались значні зміни в економічній та фінансовій сферах, що вплинуло на виробництво, споживання та глобальні інвестиції. Все це було наслідком економічної та фінансової лібералізації, програми структурної перебудови, а також зменшення ролі держави в економіці. Таке визначення демонструє економічну складову змін, але є недостатнім для розуміння багатьох соціальних перетворень, що виникли в результаті технологічних досягнень в галузі комунікацій та транспортування.

Існує величезна кількість «економічних» визначень глобалізації. Незважаючи на те, що всі вони є різними за обсягом та змістом, вони роблять акцент на зростанні інтернаціоналізації та інтеграції у світову економіку. Наприкінці ХХ століття слово «глобалізація» було одним з найбільш незрозумілих, навіть небезпечних, але водночас модних. Для різних людей «глобалізація» означає різні речі. Однак серед тих, хто займається дослідженням цієї проблеми, переважає думка, що глобалізація є неunikним, технологічно керованим процесом, котрий посилює комерційну та політичну взаємодію між людьми з різних країн. Для них це не лише природно, але, в першу чергу, це добре для світу в цілому, хоча визнається, що в результаті глобалізації з'являються як переможці, так і переможені. Звідси випливає, що в глобалізації немає нічого нового. Це посилення і прискорення міжнародних торгових та інвестиційних потоків завдяки інформаційно-технологічній революції, що призводить до збільшення взаємозалежності між країнами. Таким чином, глобалізація в основному пов'язана з економічною відкритістю та розширенням міжнародної конкурентоспроможності. Це змагання на швидкість, де ті країни, що не можуть підтримувати потрібний темп змін відставатимуть в економічному розвитку. При чому з самого початку умови участі у цьому змаганні є неоднаковими для різних учасників. Перевага на боці

передових націй та багатонаціональних корпорацій, які є більш могутніми у порівнянні з урядами більшості країн світу.

Глобалізація може бути визначена як збільшення взаємодії та інтеграції різних суспільств в усіх важливих аспектах їхньої діяльності – економічних, соціальних, політичних та релігійних. Цей підхід не є новим: ці процеси відбуваються протягом багатьох століть під впливом таких рушійних сил: 1) вдосконалення технологій, особливо в галузі транспортування та комунікацій; 2) бажання людей скористатись можливостями, що надає взаємодія з іншими суспільствами – за рахунок інвестицій, міграції чи здобуття знань; 3) зниження бар'єрів для міжнародної торгівлі та потоків капіталу в результаті лібералізації політики. Характерною рисою теперішньої епохи є те, що інформаційні технології здійснюють величезний вплив на ринкову інтеграцію та ефективність промисловості. Тому більш правильно було б розглядати ці рушійні сили в якості механізмів, що цьому сприяють. Реальні ж рушійні сили є пов'язаними з прибутками та економічною могутністю, котрі виступають в якості засобів здійснення політичної влади. Інформаційна ж революція лише прискорила процес розвитку глобалізації.

Глобалізація представляє собою процес, котрий, з одного боку, є неконтрольованим, а з іншого – може бути спрямованим. Пасивна глобалізація може розглядатись як соціальний процес, за допомогою якого, з географічної точки зору, соціальні та культурні межі зникають. Люди все більше це усвідомлюють і, як наслідок, стають все більш залежними від світових мереж. Активна глобалізація може розглядатись як процес встановлення численних взаємозв'язків між країнами і суспільствами, котрі разом утворюють сучасну глобальну систему. Наслідком цього є те, що рішення, події та заходи в одній частині земної кулі можуть мати значний вплив на окремих осіб та співтовариства в іншій частині. Глобалізація має декілька аспектів, кожен з яких відіграє певну роль в цьому процесі, а також впливає на інші аспекти. Найважливішими серед них є господарсько-комерційні, політичні, інституційні,

комунікативні, культурні, соціальні, екологічні та нормативно-етичні аспекти. Іншими словами, глобалізація має розглядатись на міждисциплінарному рівні.

І активний, і пасивний види глобалізації є важливими для прагнення всіх країн світу до міжнародної політичної, економічної та соціальної взаємодії. А для цього потрібні висококваліфіковані освічені люди. Вплив глобалізації на освіту може бути вимірний за тим, якою мірою освіта формується глобалізацією, а також за типом освітньої реформи, котра необхідна для подолання наслідків глобалізації.

Одним з результатів глобалізації є більш рівномірний глобальний розподіл праці. Оскільки промисловий розвиток вже не є прерогативою розвинутих країн, зміст та структура освіти у цих країнах та країнах, що розвиваються, мають бути скориговані. Освіта має реагувати на досвід, ноу-хау та навички, котрих вимагають від нових видів зайнятості. Адже навіть країни, що розвиваються, котрі колись головним чином спирались на дешеву ручну працю, сьогодні спираються на висококваліфіковану, хоча, як і раніше, відносно дешеву робочу силу. Отже, в процесі глобалізації економіки рухаються в напрямку наукомістких галузей.

Борисов Ю. Б.

*Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси, Україна*

СВІТОГЛЯДНІ АСПЕКТИ У ФОРМУВАННІ ГАЛУЗЕВИХ СТАНДАРТІВ ДИЗАЙН-ОСВІТИ

В двадцять першому столітті країна визначилася у своєму прагненні приєднатися до західноєвропейської цивілізації, відійти від пострадянського минулого, по суті, від східного образу мислення. І постає питання: в чому полягає відмінність між Сходом і Заходом. Не ставиться питання, що гірше, а що краще, просто утворилися нові реалії. Змінюється світ, змінюється українське суспільство, і відповідно до змін світоглядних пріоритетів потрібно намітити зміни у підходах до дизайн-освіти. Нові перспективи і тенденції

повинні в повній мірі відобразитися у реформуванні вищої школи. Особливо це важливо сьогодні, коли розробляються нові Галузеві стандарти («Стандарт») для дизайн-освіти. При сучасній тенденції надання більшої автономії вищим навчальним закладам, «Стандарт» може виявитися єдиним інструментом контролю і впливу на якість освіти з боку держави. Тому саме цей документ є дуже важливим, бо саме «Стандарт» має визначати основні засади становлення дизайн-освіти на Україні.

По-перше. В «Стандарті» повинні відображатися світоглядні позиції, що панують у суспільстві в певний історичний момент. Перше питання – яку людину ми виховуємо, якою має бути сучасна молодь? А вже друге питання, якого спеціаліста потребує країна? Через «Стандарти» держава визначає два головних завдання – виховання громадянина і спеціаліста. І ці питання повинні відображатися в «Стандартах». Не набір розумних термінів, не формалізація існуючого стану в дизайн-освіті, а чіткі вимоги до фахівця. А вже форми і методи підготовки фахівця, організацію процесу визначають самі Виші. В конкурентній боротьбі Виші пропонують абітурієнтам власні освітні програми і підходи до навчання.

В чом ж полягає різниця між Західною і Східною «цивілізаціями»? Не заглиблюючись у філософські питання розглянемо загальноприйняті відмінності, які виражені в різниці цінностей. Схід це – сталість, традиційність, консерватизм, непорушність, досвід, споглядання, спостерігання, колективізм, родина. Захід – динамічність, бурхливий розвиток, технологічність, експеримент, активність, розважливність, раціональність, унікальність, індивідуалізм. Візьмемо кілька загально прийнятих відмінностей і на цих прикладах покажемо, як світоглядні засади впливають на процес навчання, як змінюються орієнтири, постають інші вимоги до Вищої школи і чому мають з'явитися інші форми навчання.

На противагу східному (і радянському) колективізму, на заході культивується індивідуалізм. Для розвитку і виховання особистості потрібні

інші методи і форми виховання та навчання. Кожна людину унікальна, має свої особливості, і до кожного студента (майбутнього дизайнера) потрібен насамперед індивідуальний підхід (хтось бігає швидко, інший довго). До однієї мети можливо йти різними шляхами. На сьогодні в більшості випадків формальна частина навчального процесу є більш важливою, ніж суть і сам процес навчання. Є навчальний план, робоча програма... Все прописано і «контролюється». В принципі ситуацію можна характеризувати як **консервативність, сталість, посередність, стандартизація**. Альтернатива полягає в зворотному: **демократичний підхід** до навчання (не «один – багатьом», а «всі разом»); **динамічність** (не можна в Робочій програмі закласти одне і те саме завдання на п'ять років, кожен день з'являються нові матеріали, технології – нові виклики); **унікальність** (кожний студент – особистість, не потрібно формувати з багатьох колонів піонерів, викладач враховує особливості кожного і є лише посередником при русі в певному напрямку); **креативність, прогресивність, іноваційність, критичність, незалежність** – це якості дизайнера майбутнього.

Бибик А. В.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ВИХОВАННЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Розвиток студентського туризму є однією з основних тенденцій туристської сфери. У той же час суттєві суперечності відтворення соціальної структури, способу життя, особливостей матеріальної та духовної культури молодого покоління багато в чому обумовлюють селективні і елітарні функції туризму в Україні. Для посилення ролі туризму у формуванні ціннісних орієнтацій студентської молоді необхідно цілеспрямовано розвивати такі напрямки, як програми *Work and travel* (подорожей і праці за кордоном), організацію всіляких семінарів, конференцій, стажувань, в результаті яких молоді люди не тільки отримують важливий професійний досвід, знання за

фахом, але і переймають цінності постіндустріального глобального світу. Туризм студентської молоді виступає інструментом передачі цінностей, моделей поведінки, тому що в процесі туристичної діяльності, відвідуючи інші регіони, країни, континенти, молоді люди вбирають інші норми поведінки, розширюють власний світогляд, намагаючись визначити позитивні і негативні моменти життєустрою інших народів, виявити ті цінності, які можливо адаптувати до української дійсності, і ті норми, які гальмують суспільний прогрес.

За даними дослідження, проведеного Всесвітньою туристичною організацією, в даний час молодіжний туризм становить 20% від загального числа подорожей у світі і є найбільш динамічним туристичним сектором, що розвивається. 70% студентів подорожує в першу чергу для вивчення іноземної мови або взагалі для навчання за кордоном, в рамках волонтерських програм і т.п. Найбільш важливою особливістю студентського туризму став перерозподіл туристичних інтересів у бік освітнього туризму. Але особливо важливим результатом даного дослідження є той факт, що 80% мандрівної молоді повертається додому більш толерантною до чужої культури й інших народів.

До основних функцій студентського туризму можна віднести:

- економічну, яка полягає в тому, що студентський туризм є однією з галузей економіки, що найбільш динамічно розвивається, адже туризм в даний час являє собою цілу індустрію, яка включає різні фірми і підприємства, що займаються організацією відпочинку, надають споживачеві різноманітні туристські послуги;
- рекреаційну, яка показує, що різні види туризму орієнтовані, насамперед, на відновлення фізичних і психічних сил людини;
- гедоністичну, що відображає те, що різні поїздки по унікальним територіям, подорожі культурно-історичними місцями так чи інакше пов'язані з отриманням задоволень, насолодою від здійснюваної діяльності;

- пізнавальну, характерну для різних видів туризму, пов'язану із ознайомленням з культурною спадщиною різних цивілізацій, формуванням уявлення у молодих людей про різноманіття культур, особливості побуту різних народів;
- світоглядну, яка полягає в тому, що туризм як вид діяльності формує у людини, яка цю діяльність здійснює, певний світогляд, ставлення до навколишнього середовища (екологічний вид туризму), стиль життя (екстремальний вид туризму), толерантне ставлення до представників інших народів, націй;
- аксіологічну, що дозволяє визначити місце туризму в системі культурних цінностей, оскільки в туризмі аксіологічні принципи реалізуються в конкретних моделях туристичного простору, які здатні відображати не лише стадії зміни цінностей, але, головним чином, стадії зміни і розвитку особистості.

Враховуючи високу соціальну значущість змістовного відпочинку та повноцінного оздоровлення соціально вразливих верств населення, заклади соціального туризму повинні вирішувати проблеми першочергово у тісній взаємодії з органами місцевої влади. Лише створена в державі система студентського туризму на сучасному етапі здатна дати повноцінний туристський продукт, який би задовольняв потреби студентства та молоді у відпочинку, оздоровленні, пізнанні навколишнього світу.

*Chubina T. D., Usov D. V.
Cherkassy Institute of Fire Safety
Cherkassy, Ukraine*

PROBLEMS OF MODERN MILITARY AND PATRIOTIC EDUCATION

National-patriotic feelings, describing the attitude of a person to his people and his native land, the level of readiness for heroic deeds for the sake of his homeland, for self-sacrifice have always occupied an important place among human moral

values. These feelings become particularly important in our time, when Ukraine solves complex problems of national sovereignty.

The strategic goal of modern military education is not only ensuring effective training personnel for security agencies in accordance with the state order, but also the formation of a creative and at the same time pragmatic personality of a modern employee of a security agency, preparing him to real life in a complex and contradictory world.

A. MacIntyre considers patriotism to be the highest ethical virtue. «Patriotism demands from me devotion to my people, the same thing it demands from you and people whom you belong to» [4, p. 532]. Patriotism, as a set of specific requirements on support and protection of people, is a prerequisite for morality as it is. Defending their land, country or nation, patriot, not only protects certain territory on the basis of self-interest, he defends his «moral inheritance», which enables him to be just this or that person.

Theoretical basis of national-patriotic education is studied in the works of I. Bech, A. Boyko, S. Goncharenko, S. Klepko, P. Kononenko, V. Lozovy, G. Trotsko, A. Savchenko, O. Sukhomlinska. In modern conditions, one of the most important regulators of methodological studies of patriotism is its functional definition. Today, the process of mobilization of resources of patriotism based on the realization of its main function - protecting the integrity of the state against the background of the processes of local armed conflicts, crisis socio-economic situation is extremely necessary. In these circumstances, continuous strategy development of society, its security agencies on the basis of public-oriented human resources mobilization is urgently needed.

One of the main factors influencing the growth of patriotism in all spheres of society is a process of patriotic education. Today patriotism is in demand in a new function: to protect the country not only from visible enemies (as it has always been in history), and in particular from the stagnation and routine, liberalism and cosmopolitanism in the spiritual sphere of society. An essential element of patriotic

education is the military-patriotic education. It is associated with targeted formation of readiness to defend the homeland, ensuring protection and security of society in various fields, especially military and law enforcement, and implemented in the course of daily activities and training of personnel of security agencies.

Researchers define patriotism as a social and moral principle that characterizes the attitude of people to their country, and manifests itself in a certain way of action and complex set of public feelings, which is in general called love for their homeland. For instance G. Vashchenko includes to content of patriotism such things: 1) concern for the interests and the historical destiny of the country and the willingness to sacrifice for its sake; 2) loyalty to the motherland, which is fighting with the enemy; 3) pride for social and cultural achievements of their country; 4) sympathy for the suffering of people and negative attitude towards social vices of society; 5) respect for historical past of the homeland and traditions inherited from it; 6) affection for the place of residence [2, p. 44].

In the understanding of patriotism there are two lines of interaction between the individual and the homeland - from the individual to the country and vice versa from the country to the identity. The first one is characterized by the most significant feature of social activity - public benefit of employment patriotism, its creative nature, which will more fully reveal the capabilities of the individual. In the second one attention is drawn to the substantial recognition of the importance of work of a person, as well as his material and moral stimulation. Patriotism, materializing into active work of the subject and developing from value orientation into moral beliefs ennoble the person, leads to intolerance of shortcomings, love and respect for work. A high sense of homeland appears and acquires its material embodiment exactly in labor, in defense of the Motherland.

Today, in conditions of formation of an independent state the national idea declares itself as a priority. Patriotism gets national-state dimension. It should be stated that the question of national education of law enforcement officers, the revival of traditions, spirituality and culture of people, the spread of the state language in all

spheres of work and personal relationships is not for the first time the subject of studies by scientists. In this context, B. Priymak, believes that «national idea forms a social setting for the future conduct and activities of military personnel» [5, p. 224]. P. Shcherban considers that "a patriot and a defender of Ukraine should be educated not from the date of his call to the service but from the date of birth - in the family, preschool, school and military educational institution, forming his worldview, moral and spiritual culture, culture of communication and speech, physical perfection, national consciousness and patriotism [6, p. 63].

Y. Krasilnik defines patriotic education as «an organized, planned and purposeful process of transfer of national values and cultural norms, aimed at forming national and civic consciousness and patriotic beliefs and behavior, awareness of his acts and actions for the benefit of people, the state and readiness to defend Homeland to the warrior's personality» [3]. Patriotic education forms such patriotic qualities of personality: patriotic consciousness (knowledge, attitudes, beliefs, evaluations, ideals), patriotic feeling (love of country, respect for the country's history and traditions of the people, responsibility for the fate of Ukraine), moral and volitional character traits (aims, motives, solutions), patriotic behavior and activity (actions, behavior, skills, abilities, habits, customs), moral psychological qualities (courage, fortitude, discipline).

However Ukrainian researcher A. Afanasiev believes that the current level of military-patriotic education does not meet the relevant requirements for spirituality of a Ukrainian warrior, does not contribute to the formation qualities of a citizen-patriot, his positive attitude to the military service and development of the sense of personal responsibility for the defense of Motherland, readiness to endure hardship of service [1]. Frequent facts of offenses related to evasion from service. The reasons for this are both objective difficulties of the transition period, problems of socio-economic nature, and decrease in the level of military and patriotic education of youth, especially young students.

Considering the concept of patriotism as one aspect of meaning of life and based on the fact that any notion of the meaning of life is formed in mind, any theory or doctrine can be interpreted in different ways. Everything depends on the degree of intellectual and moral development of the individual. That is the key point that emphasizes the novelty of the research topic in the new historical moment - during modern wars, which are directly connected with the sense of life and death of each participant, as well as directly related to modern defender of independence and territorial integrity of the state.

In modern conditions the center of attention is the problem of the value of the individual, his spiritual development, moral culture and moral education, the spiritual world and the role of valuable components - the ideals of faith, sense of life. Military patriotism, its upbringing are certainly linked with the concepts of the value of life and its sense. These concepts are revealed in the process of education of Motherland Defender in the system of military education. To form the conceptual bases of patriotic education of a modern defender moral ideals and values that dominate in society and its security agencies have decisive significance.

An important component of formation of value orientations of employees of security agencies is the formation of political culture, which core consists of moral and political norms, values, and ideals. The solution to this problem is organically interconnected with the process of formation of political culture of society as a whole. In the process of socialization employees of security agencies learn the laws of social life, traditions, customs and rituals, culture and centuries-old experience of people, become aware of their nationality. This process gradually forms traits of national character, develops national consciousness, which is the highest form of patriotism. Only due to patriotism labor, military and other traditions kept and passed in and the continuity of generations exists.

Processes of radical political and socio-cultural changes, both at national and global levels, encourage to intensify attention to the historical memory, the educational potential of which is designed to give new impulses for patriotic, moral,

national education of a conscious personality of an employee of security agencies. Distorted historical memory (amnesia) violates the continuity of generations, existential rootedness, leads to loss of human life sense, creates a complex of national and personal inferiority, causing uncertainty in the future. In the context of the humanistic paradigm education of patriotism and national identity is based on the recognition of the priority of human rights over the interests of society and state, personal orientation of the educational process. The historical memory in the system of modern education can not be considered outside of the unity of its social and individual dimensions, outside the individual's personal sense. Historical memory combines past and future constitutes tradition and culture, contains the potential for freedom of choice, and implements the future to the basis of constant modernizing of the past.

It is difficult to overestimate the role of moral education as a component of the culture of freedom in which main roles have not only responsibility but also education of dignity. In this regard it should be noted that the assertion of freedom of culture reveals a wide functional range in the detection of human dignity. So in the opinion of many Western theorists identification of the generic nature of the individual, his self-affirmation in the national field of culture, as well as civilizational space carried out through the affirmation of human dignity, because self-esteem enables him to be the subject of civilization process, a representative and defender of mankind, brings him self-confidence. Morality and self-esteem should stop a person's temptations of testing of human values to their durability and functionality, to protect a person from ideological nihilism. It is a condition for full development of the personality of employee of security agencies in terms of risks and dangers.

Patriotism, dignity and self-esteem are important prerequisites of the human being. Where they are violated, a person, if he is not broken by difficult circumstances of his life or by corrupted temptations of consumer ideals, will resist and fight for them.

Reference

1. Афанасьєв А.О. Проблеми патріотичного виховання у науковій літературі та дослідженнях сучасних вчених / А. О. Афанасьєв // Військова освіта: Збірн.наук. праць. – К., 2006. – №1 (17). – С. 20–25.
2. Ващенко Г. Виховний ідеал. / Г.Ващенко. – Полтава: Ред. газ. «Полтавський вісник», 1994. – 191 с.
3. Красильник Ю.С. Патріотичне виховання військовослужбовців Збройних Сил України засобами української етнопедагогіки: Автореф. дис. канд. пед. наук / Ю. С. Красильник; Ін-т вищ. освіти Акад. пед. наук України. – К., 2002. – 20 с.
4. Макінтайр Е. Чи є патріотизм чеснотою? / Е.Макінтайр // Сучасна політична філософія: Антологія: переклад з англ. / упоряд.: Я. Кіш. – К.: Основи, 1998. – С.524–544.
5. Приймак Б. Перебудова національної свідомості військовослужбовців на сучасному розвитку України / Б. Приймак // Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. – 2000. – С. 220–232.
6. Щербань П. Українська національна ідея і сучасні проблеми виховання учнівської та студентської молоді / П.Щербань // Вища освіта України. – 2005. – № 4. – С. 62–65.

Погасій Л.

*Черкаський державний технологічний університет,
м. Черкаси, Україна*

ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ПОВНОФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Для формування кожної особистості як учасника соціуму функціонує інститут освіти, який готує до життя підрастаюче покоління та дбає про виховання майбутніх фахівців, зберігаючи загальноцивілізаційні магістралі розвитку людства, враховуючи досягнення минулих років та об'єктивні умови сучасності.

На мою думку, важливим є той факт, що кожна система освіти, поряд з наданням певного набору знань та умінь, як загальних, так і спеціалізованих (залежності від потреби), включає в собі філософську складову.

Зокрема, філософія на відміну від педагогіки, опікується визначенням якості й змісту так званого «духу епохи», на якому базується цей тип культури, виробництва, спілкування та який делегується в освіту як суспільно визначені вимоги та стандарти.

Як зазначає Т. Андрущенко: «Дух епохи, таким чином, є нічим не іншим як філософським узагальненням найвеличніших наукових і культурних надбань, виходячи з яких людство вибудовує свою соціальність, проектує майбутнє, готує до життя майбутнє покоління». Надане визначення «духу епохи» є цілком вірним, всебічним та об'єктивно відображає роль і місце філософії освіти як її теорії та методології, яка дбає про свідомість, світогляд, духовний світ та культуру особистості в цілому.

Розглянемо особистість в розрізі сучасного «духу епохи». Це індивідуум, який володіє не лише певними знаннями, а й має здатність до постійної внутрішньої перебудови, внутрішнього розвитку та самовдосконалення, з огляду на зміни зовнішнього світу. В ХХІ столітті важливими ціннісними характеристиками особистості є гнучкість, здатність до творчого вирішення поставлених завдань, вміння орієнтуватися в інформаційному просторі, що постійно змінюється, гуманне сприйняття оточуючих та толерантності до інших народів та культур. «Головною умовою існування майбутнього та можливості прогресу стає індивідуальний розвиток особистості, а освіта – тією сферою, що робить можливим співіснування людей в сучасній цивілізації» (М. Міщенко). Наразі людство у багатьох сферах життєдіяльності вийшло за рамки державних утворень, а «замкнуті культури» фактично не мають можливості динамічно розвиватися та конкурувати з більш відкритими до взаємодії та взаємопроникнення суспільствами.

Одним з важливих інструментів, що сприяє сприйняттю особистостей, котрі є носіями інших культур, є мова. Мова є засобом спілкування, що допомагає народам розпізнавати себе як однакових (всі люди є носіями мови) і одночасно як індивідуальних, особливих.

З урахуванням викладеного, оволодіння іншими мовами є запорукою всебічного розвитку особистості, що надає їй набагато ширші можливості в освітньому процесі у порівнянні з носіями, які володіють лише мовою країни походження.

Негативним прикладом побудови системи оволодіння іноземними мовами був СРСР, в якому на безальтернативній основі учням та студентам пропонувалося лише певний перелік іноземних мов, а їх вивчення обмежувалось умінням читати та писати. Як наслідок, переважна частина осіб не використовували власні знання, які в подальшому втрачались. На мою думку, причиною було нерозуміння процесів глобалізації світу та відсутність у суспільстві широкого запиту до спілкування з представниками інших культур.

Разом з тим, світовий досвід вказує на протилежне, а саме:

1. How many languages you know — that many times you are a person.

Скільки мов ти знаєш, стільки разів ти людина.

2. If you talk to a man in a language he understands, that goes to his head.

If you talk to him in his language, that goes to his heart.

Якщо ти спілкуєшся з людиною тією мовою, яку вона розуміє, ти спілкуєшся з її головою. Якщо ти спілкуєшся з людиною її рідною мовою, ти спілкуєшся з її серцем (Нельсон Мандела).

3. Language is the road map of a culture. It tells you where its people come from and where they are going.

Мова – це дорожня карта культури. Вона розповість, звідки прийшли ці люди та куди вони йдуть (Рита Мей Браун).

У сучасному світі однією з найбільш поширених іноземних мов є англійська мова, яка часто відіграє в освіті таку ж саму роль як латинь в епоху

Відродження. Наступними за популярністю є німецька, французька та іспанська мови. Зважаючи на бурхливий економічний розвиток Китаю, все більшої нагальності набуває вивчення китайської мови.

При цьому вкрай необхідним є не тільки підготовка філологів, а й вивчення іноземних мов фахівцями з природничих та гуманітарних наук, інформаційних технологій.

Не менш важливим елементом є створення такого інструментарію вітчизняної системи освіти, що дозволить вітчизняним науковцям та студентам в повному об'ємі використовувати наявний у світі потенціал. Разом з тим, на даний час процеси перебудови «радянської» освітньої моделі, на жаль, вкрай затягнулися, що негативно впливає й на загальний рівень вітчизняних фахівців.

Тому володіння іноземною мовою є обов'язковою умовою підготовки висококваліфікованого фахівця в сучасних умовах, формування його як цілісної та всебічної особистості. Це сприятиме розумінню ним загальносвітових тенденцій, а також професійній комунікації з колегами з інших країн, здобуттю інформації з іншомовних джерел. Необхідною є в цілому перебудова системи освіти в Україні, належна підтримка та довгострокова державна політика, спрямована на досягнення вищезазначених цілей.

НАШІ АВТОРИ

- Альошін М. М.**, педагог-організатор Криворізької загальноосвітньої школи I-III ступенів № 122 Криворізької міської ради Дніпропетровської області, м. Кривий Ріг, Україна
- Балагура О. О.**, доцент кафедри філософії та педагогіки Національного транспортного університету, м. Київ, Україна
- Бандурка В. С.**, студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Беспалий М. П.**, студент групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Биби́к А. В.**, студентка групи ЕКМ-016 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Бичик В. Ю.**, студентка групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Бойко А. І.**, завідувач кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Борисов Ю. Б.**, доцент кафедри дизайну Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Братко К. В.**, доцент кафедри філософії та релігієзнавства Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького, м. Черкаси, Україна
- Буравченко Р. В.**, доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Гладун О. Д.**, кандидат мистецтвознавства, доцент, директор Черкаського обласного художнього музею, м. Черкаси, Україна
- Гончаренко Р.**, студент групи ЕКМ-016 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Даценко В. С.**, доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Даценко О. О.**, студент групи ТЕ-54 ФКТМД Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Денисенко Т. О.**, студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Деркач Ж. В.**, доцент філії «Черкаський кооперативний економіко-правовий коледж» ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», м. Черкаси, Україна
- Десятніков І. В.**, завідувач кафедри туризму Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, м. Черкаси, Україна
- Дроздова Т. О.**, доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна
- Дудко Л. А.**, голова Черкаського регіонального відділення Соціологічної асоціації України, м. Черкаси, Україна
- Іващук М. О.**, студент групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Ігнатенко Ю., студентка 1-го курсу магістратури ННІ історії і філософії ЧНУ імені Б. Хмельницького, м. Черкаси, Україна

Казєєва А. С., студентка групи ЕКМ-016 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Кожем'якіна О. М., доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Корж О. О., аспірантка кафедри загальної педагогіки та андрагогіки Полтавського національного педагогічного університету ім. В.Г. Короленка, м. Полтава, Україна

Кулєшов О. В., доцент кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Кучер А. В., студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Кучер Н. О., студентка групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Лисенко К. В., студентка групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Лисенко О. М., доцент кафедри теорії та історії держави і права Східноєвропейського університету економіки і менеджменту, м. Черкаси, Україна

Лисюк О. В., студент групи БІ-61 ФЕТ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Мороз Ю. А., студентка групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Назарчук Б. Є., студент групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Погасій Л., пошукач кафедри філософських і політичних наук Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Пушонкова О. А., доцент кафедри філософії та релігієзнавства ЧНУ імені Б. Хмельницького, м. Черкаси, Україна

Рилова О. Ю., викладач Черкаського державного бізнес-коледжу, м. Черкаси, Україна

Собко Н. М., студентка групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Сагайдак І. С., доцент кафедри техногенно-екологічної безпеки Університету державної фіскальної служби України, м. Ірпінь, Україна

Слинько М. Ю., студент групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Соколова А. В., студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Стоянова К. С., студентка групи БСМ-162 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Топалова Т. С., студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Усов Д. В., доцент кафедри гуманітарних наук та іноземних мов Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля НУЦЗ України, м. Черкаси, Україна

Федоринова Н. Є., директор Криворізької загальноосвітньої школи І-ІІІ ступенів № 122 Криворізької міської ради Дніпропетровської області, м. Кривий Ріг, Україна

Хроленко М. В., студентка групи БІ-065 ФЕТ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Хроль Ю. О., студентка групи ММ-166 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Чубіна Т. Д., професор кафедри гуманітарних наук та іноземних мов Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля НУЦЗ України, м. Черкаси, Україна

Шамара С., докторант кафедри історії України ЧНУ імені Б. Хмельницького, м. Черкаси, Україна

Шевела А. О., студентка групи БСМ-162 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Шевченко П. В., голова Федерації профспілок Черкаської області, м. Черкаси, Україна

Яковенко А. І., доктор філософських наук, професор кафедри гуманітарних наук та іноземних мов Черкаського інституту пожежної безпеки імені Героїв Чорнобиля НУЦЗ України, м. Черкаси, Україна

Ярмак Т. В., доцент кафедри філософії та педагогіки професійної підготовки Харківського національного автомобільно-дорожнього університету, м. Харків, Україна

Ярошенко В., студент групи ФКМ-161 ФЕУ Черкаського державного технологічного університету, м. Черкаси, Україна

Наукове видання

**СОЦІАЛЬНІ ТА ГУМАНІТАРНІ ТЕХНОЛОГІЇ:
ФІЛОСОФСЬКО-ОСВІТНІЙ АСПЕКТ**

Матеріали
ІІІ науково-практичної конференції
(23-24 березня 2017 року, м. Черкаси)

Наукове редагування і макетування: Дроздова Т.О.

Формат 60x84 1/16. Папір офс. Гарн. Times New Roman. Друк цифровий.
Ум. друк. арк. 10,31.

Видавець: ФОП Гордієнко Є.І.
Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до державного реєстру видавців, виготовників і
розповсюджувачів видавничої продукції
Серія ДК № 4518 від 04.04.2013 р.
Україна, 18000, м. Черкаси
тел/факс: (0472)56-56-12, (067)444-28-94

e-mail: book.druk@gmail.com