



МАУП

ЛЬВІВСЬКИЙ ІНСТИТУТ

ПраТ "ВНЗ "МАУП"

***ТЕОРЕТИЧНІ Й
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ
ЕКОНОМІКИ,
ПРАВА ТА ПСИХОЛОГІЇ
СУЧАСНОСТІ***

МАТЕРІАЛИ

мультидисциплінарної науково-практичної конференції

здобувачів вищої освіти

15 травня 2025 р.

м. Львів

Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради Львівського Інституту ПрАТ «ВНЗ МАУП» (протокол № 10/24/25 від 29.05.2025 р.)

Теоретичні й практичні аспекти економіки, права та психології сучасності: Матеріали мультидисциплінарної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (15 травня 2025 р.). Львів: МАУП, 2025 р. 132 с.

У збірнику представлено матеріали мультидисциплінарної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти, що відбулась 15 травня 2025 р. у Львівському інституті ПрАТ «ВНЗ «МАУП». Видання призначене для широкого кола здобувачів вищої освіти, аспірантів, молодих вчених та практиків.

Організаційний комітет:

Лелик Л. І. – к.е.н., доц., директорка Львівського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Парфенюк Є. І. – к.е.н., доц. заступниця директорки з навчально-методичної та виховної роботи

Магас Н. В. - к.е.н., доц., заступниця директорки з наукової роботи

Оліховська М. В. – к.е.н., доц., завідувачка кафедри менеджменту, економіки та туризму ЛІ ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Стефанишин О. Б. – к.е.н., доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму, керівник студентського наукового гуртка при кафедрі менеджменту, економіки та туризму «Економічні студії» ЛІ ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Відповідальні за випуск:

к.е.н., доц. Лелик Л. І.,

к.е.н., доц. Оліховська М. В.

Матеріали опубліковано в авторській редакції. Погляди, висловлені в публікаціях є позицією авторів. Повну відповідальність за достовірність та якість поданого матеріалу несуть учасники конференції та їх наукові керівники.

© Колектив авторів

© Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП», 2025

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-АУДИТОРІЇ

Дронь А. М., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,

Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.

професор кафедри математики та економіки

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

Інтернет-аудиторія – це група людей, що активно користуються мережею Інтернет за певним призначенням. Наприклад, вони можуть бути активними учасниками соціальних мереж, переглядати контент, взаємодіяти з іншими користувачами та брендами, відвідувати різні платформи, вебсайти та інші актуальні для аудиторії пропозиції, шукати інформацію, навчатися, активно розвиватися, розважатися, здійснювати покупки, влаштовувати онлайн-зустрічі та займатися багатьма іншими видами діяльності. Цей список є не вичерпним, оскільки можливості Інтернету постійно розширюються. В підсумку можна зазначити, що цих людей об'єднує використання інтернету для задоволення своїх потреб і зацікавлень.

«Соціальні мережі дозволяють компаніям взаємодіяти з аудиторією на більш персоналізованому рівні, що значно покращує ефективність комунікацій» [1]. Аудиторія є великим значенням для маркетологів, оскільки дозволяє точніше визначити цільову групу для рекламних кампаній, обрати відповідні канали комунікацій та оцінити ефективність реклами та контенту.

Інтернет-аудиторія може бути визначена за такими основними характеристиками, як демографічні показники, інтереси, поведінка в мережі Інтернет, соціально-економічний статус, мотивація та цілі користувачів, взаємодія з контентом.

Демографічна характеристика поділяється за віком, статтю, місцезнаходженням. Знання про вік аудиторії допомагає налаштувати контент і стиль спілкування: для молодіжної аудиторії доречним будуть неформальна мова та актуальні тренди, тоді як старша – оцінить серйозний та інформативний підхід.

Визначення статі цільової аудиторії дозволяє створювати таргетовану рекламу та пропонувати продукти, які відповідають їхнім потребам та інтересам. Жіночу аудиторію може ефективно приваблювати реклама про красу, догляд за собою та позитивні відгуки інших жінок, в той час, коли чоловічу аудиторію більше приваблює реклама з будівельною технікою.

Знання географічного розташування аудиторії допомагає врахувати культурні особливості, мову та інші локальні фактори, що є особливо важливим для міжнародного бізнесу або компаній, які працюють у різних регіонах. Наприклад, продаж зимового одягу потребує зосередження реклами в регіонах з холодним кліматом, пропонуючи товари, які відповідають місцевим погоднім умовам.

В кожній людини є свої інтереси та вподобання. Комуś подобається спорт, хтось любить стежити за новими технологіями, когось цікавить культура та

історія. Тобто індивідуальні зацікавлення охоплюють широкий спектр, від моди та кулінарії до фінансів та подорожей. Знання інтересів аудиторії є дуже важливим, оскільки це дозволяє не лише налаштувати рекламу та контент, а й заохотити користувача звернути увагу та позитивно відреагувати.

Онлайн- поведінка – це поведінка користувачів, що дозволяє визначити скільки часу вони витрачають в Інтернеті та як часто, які типи пристроїв використовують, які веб-сайти, соцмережі та онлайн- платформи відвідують, для того щоб визначити тип контенту.

Соціально-економічний статус пов'язаний з визначенням доходу, професійної діяльності, освіти, що дає змогу краще зрозуміти потреби та інтереси користувачів, ще є особливо важливим для маркетологів та компаній, що прагнуть націлити свою продукцію на певну групу споживачів. Наприклад, для робітників фізичних професій можуть бути актуальні інструменти, спеціалізований одяг, захисне обладнання, а для людей, які працюють в офісах – канцелярські товари та техніка.

Мотивація та цілі користувачів пов'язані з питанням: чому користувачі перебувають в Інтернеті? Чи вони хочуть взаємодіяти з іншими людьми, чи шукають певну інформацію, чи здійснюють покупки? Існує безліч таких думок. Відповідь на це питання допоможе зрозуміти, яка мета є у кожної людини та з якою ціллю вона використовує мережу Інтернет.

Інтеракція з контентом – це будь-яка дія користувача, що демонструє зацікавленість або взаємодію з контентом: перегляд відео, читання статей, лайки, коментарі, репости, перегортання слайдів, проходження тестів, участь в опитуваннях, перегляди товару та покупка після цього. Інтеракція є показником залучення аудиторії та часто використовується для аналізу ефективності онлайн-контенту.

Отже, Інтернет-аудиторія є складним явищем, що охоплює різні вікові, соціальні, економічні та поведінкові групи користувачів. Її дослідження дозволяє краще зрозуміти не лише загальні тенденції, а й ефективніше налаштувати комунікацію, маркетинг і контент відповідно до очікувань та інтересів конкретних сегментів. У добу активної цифровізації такі знання є надзвичайно цінними як для бізнесу, так і для дослідників. «Маркетинг більше не стосується того, що ви виробляєте, а того, які історії ви розповідаєте» [2]. Це підкреслює необхідність персоналізованого підходу до кожної категорії користувачів, заснованого на аналітиці та розумінні мотивацій аудиторії.

Список використаної літератури:

1. Філіп Котлер Маркетинг 4.0: перехід від традиційного до цифрового. 2021. С. 208.
2. Сет Годін Це маркетинг. Вас не побачать, доки ви не навчитеся. URL : <https://hub.kyivstar.ua/reviews/cze-marketing-tebe-ne-pobachat-poki-ti-ne-navchishsya-bachiti>

ЕЛЕКТРОННИЙ PR-МЕНЕДЖМЕНТ

Гарда М. М., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,

Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.

професор кафедри математики та економіки

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

У сучасному інформаційному суспільстві цифрова присутність організації є важливою для зміцнення довіри та підтримки постійного зв'язку з цільовою аудиторією. Е-PR змінив традиційні підходи до управління іміджем і репутацією, вимагаючи стратегії цифрових комунікацій, адаптованої до динамічного середовища онлайн-комунікацій. Електронне PR-менеджмент – це більше, ніж просто переміщення традиційних PR-інструментів в Інтернет. Це повна цифрова система, яка об'єднує соціальні медіа, онлайн-медіа та новітні технології для взаємодії з аудиторією: чат-боти, доповнену реальність, віртуальні події, штучний інтелект. Основними завданнями е-PR є створення прозорого та привабливого іміджу організації, забезпечення довіри громадськості та своєчасне реагування на інформаційні виклики.

Серед основних інструментів електронного PR варто виділити SMM (Social Media Marketing), що включає ведення облікових записів компанії в соціальних мережах, ORM (Online Reputation Management), цифровий сторітелінг – створення захоплюючих історій брендів, інфлюенсер-маркетинг, контент-маркетинг, SEO та онлайн-антикризове спілкування. Усі ці інструменти не лише дозволяють компаніям інформувати свою діяльність, але й формують довіру, емоційну прив'язаність та залучення споживачів до цінностей бренду. Серед основних переваг еPR – швидкість розповсюдження інформації, швидкий зворотній зв'язок, охоплення широкої аудиторії за мінімальних витрат і можливість точного вимірювання ефективності за допомогою сучасних платформ цифрової аналітики. Однак разом з цим приходять нові виклики: інформаційні атаки, фейкові новини, неконтрольоване поширення негативних коментарів, мова ворожнечі, ризик втрати кібербезпеки та залежність від алгоритмів великих технологічних платформ.

Тому електронний піар-менеджмент є важливим інструментом сучасного стратегічного управління організаціями. Він дозволяє ефективно формувати публічний імідж, оперативно реагувати на виклики інформаційного середовища та зміцнювати довіру цільових аудиторій. Завдяки використанню цифрових платформ, соціальних мереж та аналітичних інструментів, організації можуть не лише поширювати свої меседжі, а й отримувати зворотний зв'язок у режимі реального часу, що підвищує адаптивність управлінських рішень. Електронний піар також відкриває нові можливості для персоналізації комунікацій і таргетування інформаційних кампаній, що особливо актуально в умовах глобальної конкуренції та цифрової трансформації суспільства. Успішна реалізація стратегій електронного PR сприяє не тільки покращенню репутації

організації, а й підвищенню її стійкості до кризових ситуацій, мобілізації ресурсів та зміцненню взаємодії з партнерами і громадськістю.

У цьому контексті електронний піар-менеджмент стає інтегрованим компонентом загальної стратегії організації, тісно пов'язаним із брендингом, маркетингом, управлінням ризиками та корпоративною соціальною відповідальністю. Його ефективне застосування не тільки підтримує позитивний імідж, але й дозволяє швидко реагувати на виклики навколишнього середовища, створює лояльні спільноти навколо бренду та залишається конкурентоспроможним у цифрову епоху.

Успішна стратегія зв'язків з громадськістю базується на гнучкості, технологічній обізнаності та системності та є запорукою інформаційної стабільності організації в умовах соціальної цифрової трансформації.

Список використаної літератури:

1. Гутник Г. Б. Сучасні технології публік рилейшнз. Київ: КНЕУ, 2020. 240 с.
2. Зінченко О. А. Управління електронними комунікаціями у публічному просторі. Київ: НАДУ, 2021. 212 с.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Качмар Р. Р., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»,

Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.

професор кафедри математики та економіки

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

«Сучасне поняття «маркетинговий менеджмент» належить до числа найбільш уживаних. Воно вживається щонайменше у шести значеннях, зокрема, як:

- філософія управління;
- концепція;
- система;
- процес;
- функція;
- мистецтво та наука» [1, С. 741].

Сучасний маркетинговий менеджмент орієнтований на глибоке розуміння потреб споживачів і створення цінності для них. Він активно використовує цифрові технології, зокрема інтернет-маркетинг, соціальні мережі та аналітику великих даних для точного налаштування рекламних кампаній. Особливу увагу приділено персоналізації комунікацій і побудові довгострокових відносин із клієнтами. В умовах глобальної конкуренції та швидких змін ринку маркетинговий менеджмент стає більш гнучким і адаптивним. Крім того, посилюється акцент на сталий розвиток та етичні аспекти ведення бізнесу як важливу складову маркетингових стратегій.

Маркетингова діяльність підприємства спрямована на формування попиту, утримання існуючих клієнтів та залучення нових, що є чинником забезпечення його конкурентоспроможності. В сучасних умовах ринкової економіки маркетинг виконується не тільки в якості просування товарів і послуг, але й стає ключовим елементом стратегічного управління, забезпечуючи підприємству гнучкість та адаптивність до змін у зовнішньому середовищі.

Крім того, ефективна маркетингова стратегія включає аналіз ринкових тенденцій, прогнозування запиту, визначення цільової аудиторії, розробку унікальної пропозиції та формування оптимальних каналів збуту. Завдяки використанню сучасних маркетингових інструментів, таких як цифровий маркетинг, CRM-системи, інфлюенсер-маркетинг та персоналізовані програми лояльності, підприємство може значно підвищити взаємодію з клієнтами, підвищити рівень їхньої довіри та стимулювати повторні покупки.

Маркетинг відіграє важливу роль у підвищенні ефективності управлінських рішень, базується на детальному аналізі ринку, поведінки споживачів та конкурентного середовища. Використання маркетингових досліджень та аналітичних методів дає змогу керівництву підприємства прийняти обґрунтовані рішення щодо розвитку продукції, ціноутворення, рекламних уражень та розширення ринкових сегментів.

«Маркетинговий менеджмент розуміється як зміна способу мислення – це прийняття необхідних управлінських рішень з урахуванням вимог ринку, здатність до змін цих вимог, тобто це не тільки орієнтація організації на внутрішні можливості, але й на оцінку зовнішніх умов» [1, С. 742].

Отже, маркетинг в умовах ринкової економіки є не просто засобом підвищення ефективності діяльності підприємства, а й комплексною методологією, що забезпечує його стійкий розвиток та конкурентні переваги.

Науковці наголошують що «на підприємствах, що успішно ведуть ринкову діяльність, служба маркетингу – одна з головних у системі управління і впливає на підготовку та прийняття рішень її керівниками» [2]. Її функції охоплюють не лише вивчення ринку та споживчого попиту, а й аналіз конкурентного середовища, прогнозування тенденцій розвитку і формування стратегічних напрямів діяльності підприємства. Саме завдяки ефективній роботі служби маркетингу керівництво отримує обґрунтовані рекомендації щодо вибору цільових сегментів ринку, розробки нових продуктів, оптимізації цінової політики та каналів збуту [3].

Крім того, маркетинг забезпечує постійний зв'язок із зовнішнім середовищем, що дає змогу гнучко реагувати на зміни кон'юнктури та мінімізувати ризики при прийнятті управлінських рішень. Таким чином, служба маркетингу виступає стратегічним партнером у процесі управління організацією, забезпечуючи її конкурентоспроможність і стійкий розвиток. Вона аналізує ринкові тренди, вивчає поведінку споживачів і прогнозує зміни в попиті, що дозволяє своєчасно коригувати стратегії підприємства.

Завдяки маркетинговим інструментам компанія ефективно позиціонує свої продукти і формує позитивний імідж на ринку. Крім того, маркетинг сприяє впровадженню інновацій, допомагаючи адаптувати товарні пропозиції до

сучасних викликів і потреб споживачів. У результаті інтеграції маркетингових рішень в загальну систему управління підвищується загальна ефективність бізнесу та його здатність до динамічного розвитку.

Список використаної літератури:

1. Яроміч С.А., Величко Т.Г. Сутність поняття маркетингового менеджменту в науковому дискурсі. *Економіка та суспільство*. №9.2017. С. 740-746
2. Сидорук Ю.А. Маркетинговий менеджмент на підприємстві: теоретичні засади. *Ефективна економіка*. № 11, 2013
3. Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. New York : John Wiley & Sons, 2017. 848 с.

**ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ЦИКЛУ НАЛЕЖНОГО
ВРЯДУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ВУГІЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ**

***Костюк С. О., здобувач третього (наукового) рівня вищої освіти
спеціальності Публічне управління та адміністрування***

*Міжрегіональна академія управління персоналом,
Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.
професор кафедри математики та економіки*

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

В сучасних умовах вугільні громади України стикаються з низкою складних викликів, пов'язаних із трансформацією енергетичного сектору, закриттям шахт, соціально-економічною нестабільністю та необхідністю пошуку нових шляхів розвитку. «Залежність від вугілля створює ризики для економічної стабільності регіону. Зниження попиту на вугілля, зміни у світовій кон'юнктурі та екологічні проблеми можуть призвести до скорочення виробництва, втрати робочих місць та зниження доходів місцевого бюджету. Це створює невизначеність для підприємців та інвесторів, що ускладнює розвиток бізнесу» [1].

Справедлива трансформація вугільних регіонів є необхідною умовою для подолання економічної залежності від видобутку вугілля та створення нових джерел зайнятості. Вона дозволяє захистити соціальні права працівників шахт і їхніх родин, забезпечуючи можливості для перекваліфікації та гідної праці в нових секторах. Така трансформація сприяє відновленню екологічно порушених територій та підвищенню якості життя населення. Без справедливого підходу процес закриття шахт може призвести до соціальної напруги, зростання безробіття та міграції. Тому важливо забезпечити активну участь громад, прозоре управління змінами та залучення інвестицій у сталий розвиток цих територій.

«Останні декілька років тема справедливої трансформації регіонів постає однією з ключових на міжнародному рівні» [2]. Досвід країн, що пройшли шлях трансформації вугільних регіонів, свідчить про ключову роль циклу належного врядування (good governance cycle) у забезпеченні сталого переходу таких громад до нової моделі розвитку. Зокрема, у Німеччині, Польщі та Чехії цей

підхід був успішно застосований як основа для комплексних програм реструктуризації вугільної галузі та соціально-економічної диверсифікації шахтарських регіонів.

«Трансформація регіонів приносить значні зміни в адмініструванні, публічному управлінні, економіці, екології, енергетиці тощо» [1]. У німецькому регіоні Рур процес трансформації базувався на принципах прозорості, участі та підзвітності: органи влади активно залучали місцеві громади до розробки стратегій розвитку через громадські форуми та консультації, а хід реалізації проєктів регулярно моніторився і коригувався. У Польщі цикл належного врядування було використано при реалізації програми трансформації Сілезії, де завдяки партнерству держави, місцевого самоврядування, бізнесу та профспілок вдалося забезпечити зменшення соціальної напруги та створення нових робочих місць у промислових парках і сфері відновлюваної енергетики.

Чеський приклад показує ефективність застосування циклу good governance у рамках Програми справедливої трансформації Мораво-Сілезького краю, де значну увагу було приділено екологічній реабілітації територій та інклюзивній освіті для перепідготовки працівників. В усіх цих країнах системне використання етапів циклу – стратегічного планування, реалізації, моніторингу, оцінки та корекції – дозволило забезпечити не лише економічний перехід, а й збереження соціальної згуртованості громад.

Науковці наголошують, що «одним з ефективних рішень справедливої трансформації вугільних регіонів може бути трансформація/перетворення шахти як державного підприємства у паркову систему шляхом залучення енергетичних компаній» [3].

Таким чином, зарубіжний досвід підтверджує, що ефективне управління трансформацією вугільних громад неможливе без дотримання принципів належного врядування, які забезпечують прозорість процесів, участь усіх зацікавлених сторін і підзвітність перед громадою.

Список використаної літератури:

1. Левицька Я.В., Іванкова Н.О. Роль інноваційної екосистеми в справедливій трансформації Червоноградського вугільного регіону. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2025. № 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2156.2025.1.19>
2. Заблудська І., Рогозян Ю. Справедлива трансформація вугільних регіонів: світовий досвід та правовий аспект. *Економіка та право*. 2020, № 2. с. 14–31.
3. Вовк О., Рабош Р., Харченко Р. Перспективи та виклики справедливої трансформації вугільних регіонів України, *Енергетика: економіка, технології, екологія*. 2021. № 2, с. 59–72.

ВЕБ-САЙТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ

Павук Х. М., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка,
Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.*

*професор кафедри математики та економіки
Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка*

В сучасних умовах веб-сайт є одним із найважливіших і найефективніших інструментів маркетингу для будь-якої організації. Він виконує роль віртуальної візитівки, комунікаційного майданчика і центру для залучення потенційних клієнтів, партнерів та інвесторів. Завдяки правильному проектуванню та оптимізації веб-сайт сприяє формуванню позитивного іміджу бренду, підвищенню його впізнаваності та розширенню ринків збуту.

Веб-сайт забезпечує цілодобовий доступ до інформації про товари, послуги, новини та акції компанії, що значно підвищує зручність для споживачів і сприяє зростанню продажів. Інструменти SEO (оптимізація для пошукових систем) дозволяють залучати органічний трафік, а інтеграція з соціальними мережами та системами аналітики дає змогу краще розуміти потреби цільової аудиторії та оперативно коригувати маркетингові стратегії.

Крім того, сучасні веб-сайти часто виконують функції онлайн-магазинів, платформ для реєстрації на заходи, проведення опитувань та збору відгуків, що перетворює їх на універсальний інструмент взаємодії з клієнтами. Використання елементів контент-маркетингу – блогів, статей, відео та кейсів – дозволяє будувати довгострокові відносини з аудиторією та підвищувати її лояльність.

Таким чином, веб-сайт є стратегічним активом компанії, що забезпечує комплексне вирішення завдань з просування, комунікації та продажів у цифровому середовищі.

Правильно налаштований та оптимізований веб-сайт здатний зацікавити цільову аудиторію, збільшити довіру до бренду та суттєво збільшити продажі. На фоні зростаючої конкуренції важливо використовувати його не просто як вітрину, а як потужний маркетинговий інструмент. І зробити це можна з мінімальними витратами.

Щоб ефективно використовувати сайт для залучення клієнтів, важливо розуміти, що кожен його елемент має працювати на це завдання. І якщо дизайн та зручність роботи на сайті допомагає утримати користувача, то текст дає змогу зацікавити його. «Контент передре дизайну. Дизайн без контенту – це не дизайн, а прикраса» [1].

Важливими є не заклики до дії, описи товарів і розповіді про акції, а те, що текст має відповідати на питання або точніше – на пошукові запити клієнта.

Цей маркетинговий інструмент називається Search Engine Optimization (SEO) і його головне завдання – оптимізувати текст згідно з ключами – найчастішими запитами. Користувачі можуть не шукати саме ваш бренд, але вийти на нього через пошук.

Але інформація на сайті – це не тільки ключові запити (і не тільки текст), а й цікавий та/або корисний контент, пов'язаний з конкретною галуззю, який може привернути увагу нової аудиторії та утримати інтерес постійних користувачів [2].

Цей контент може мати різні форми – постати у вигляді блогу для публікації статей та інформаційних постів (акції, нові товари), відео, що

розповідають про товар чи послугу, поради та рекомендації щодо вирішення наявних проблем.

Важливим інструментом для досягнення ефекту за допомогою контенту виступають соціальні мережі. Важливо розвивати їх спільно з сайтом, щоб не втратити час.

Ще одним елементом підвищення ефективності веб-сайту вважаються «соціальні докази» – відгуки клієнтів, розміщені на головній сторінці сайту. Доповненням до них також стануть логотипи партнерів, сертифікати та нагороди.

Наступний інструмент – поштова розсилка або e-mail маркетинг. Вони допомагають повідомляти клієнтів про події та акції, нові товари та персоналізовані знижки. А також підтримувати увагу покупця на різних етапах угоди – наприклад, коли товар було додано до кошика, але його не викупили.

Соціальні мережі також можуть слугувати як формою збору, так і інструментом розсилки.

Ефективний сайт – це не сайт, побудований за один раз, а інструмент, що регулярно оновлюється. Щоб підвищити його якість, важливо постійно аналізувати трафік, його джерела і поведінку клієнтів, а потім оптимізувати його згідно з новими даними. «Велика різниця між створенням простого продукту і створенням продукту, який є простим у використанні» [3].

Сучасні інструменти запуску і редагування сайтів відкривають широке поле для експериментів. Можна перевіряти різні версії і теорії для кращої конверсії. Особливо це ефективно під час роботи з лендінгами – «точковими», односторінковими сайтами, єдина мета яких «закликати до дії».

Список використаної літератури:

1. Larman C. Applying UML and Patterns: An Introduction to ObjectOriented Analysis and Design and Iterative Development. London: Pearson, 2004. 736 p.
2. Fowler M. UML Distilled: A Brief Guide to the Standard Object Modeling Language. Boston: Addison-Wesley Professional, 2018. 191 p.
3. Rumbaugh J., M. Blaha UML 2.0. Object-Oriented Modeling and Design with UML. London: Pearson, 2012. 496 p.

ОСНОВНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Рогач Н. П., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Туризм і рекреація

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»,

Науковий керівник: Квасній Л. Г., к.е.н., доц.

професор кафедри математики та економіки

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка

Чинники, що впливають на розвиток туризму, в основному визначаються станом туристичних ресурсів в регіоні. О. О. Любіцева надає таке визначення: «Туристичні ресурси – це ті об’єкти природи, історії, культури, поточні події, явища, які можуть бути використані при створенні та реалізації туристичного продукту. Туристичні ресурси – це частина туристично-рекреаційного

потенціалу певної території, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою» [1, с.74].

Деякі науковці вважають, що туристичні ресурси не можуть існувати без певних умов, до яких належать:

- турист, який їх використовує;
- конкретне місце, де вони розташовані і можуть бути використані;
- унікальні характеристики чи особливості, які роблять їх неповторними [2].

Найбільш поширеними є класифікації, запропоновані польським дослідником М. Труасі (М. Troisi) у 1963 році та французьким вченим П. Дефером (P. Defert) у 1972 році.

М. Труасі поділяє туристичні ресурси на створені та не створені людиною, виділяючи три основні групи:

1. Природні туристичні ресурси – клімат, повітря, ландшафти, моря, річки, ліси, які він визначає як «потенційний туристичний капітал».
2. Ресурси, створені працею людини – архітектурні пам'ятки, витвори мистецтва та інші об'єкти, які мають екскурсійну та пізнавальну цінність.
3. «Додаткові» туристичні ресурси – інфраструктура та підприємства, що забезпечують розміщення й обслуговування туристів.

На відміну від М. Труасі, П. Дефер не включає до складу туристичних ресурсів об'єкти прийому та обслуговування туристів. П. Дефер класифікує туристичні ресурси на чотири групи:

- 1) Гідром – ресурси, що включають водні об'єкти.
- 2) Фітом – природні туристичні ресурси, що включають земельні угіддя.
- 3) Літом – об'єкти, створені людиною, які становлять інтереси для туристів як самі по собі, так і завдяки своєму призначенню.
- 4) Антропом – ресурси, що охоплюють різні види людської діяльності, які приваблюють туристів незалежно від їхнього оточення.

Існує також інший підхід до класифікації туристичних ресурсів, відповідно до якого вони виділяються на прямі (безпосередні) та непрямі [3].

- Прямі (безпосередні) ресурси – ті, що використовують туристи, наприклад, мальовничі ландшафти, лікувальні властивості місцевості, культурно-історичні пам'ятки.

- Непрямі ресурси – допоміжні складові, необхідні для освоєння безпосередніх ресурсів, такі як сировинні, енергетичні, фінансові, матеріальні та трудові ресурси. Вони мають вторинний характер, забезпечуючи функціонування туристичної інфраструктури.

Ця класифікація підкреслює важливість прямої залежності туристичного потенціалу території, через саме можливості його використання і створення рекреаційно-туристичної привабливості певної місцевості. Туристичні маршрути та заклади зосереджуються саме там, де є унікальні природні чи історико-культурні об'єкти, які приваблюють відвідувачів.

Одним із ключових чинників, що впливає на розвиток туризму, є рівень добробуту населення. Існує чітка кореляція між розвитком туристичної галузі, загальним економічним становищем і доходами громадян. Туристичний сектор надзвичайно чутливий до економічних змін. Щорічне зростання доходів

українців сприятиме посиленню туристичної активності, зокрема, зростанню кількості осіб із високими доходами.

Розвиток туризму в Україні сприятиме створенню нових робочих місць, поповненню валютних резервів, відновленню занедбаної інфраструктури та підвищенню міжнародного авторитету країни. Очікується, що в майбутньому швидко розвивається культурно-пізнавальний, тематичний та пригодницький туризм. Завдяки високій конкуренції якість туристичних послуг значно покращиться, а витрати домогосподарств на подорожчання пацієнтів швидше, ніж інші категорії витрат.

Одним із ключових факторів, що сприяє розвитку туризму, є рівень добробуту населення. Між розвитком туризму, загальним економічним прогресом та доходами громадян існує очевидний зв'язок. Туристичний ринок чутливо реагує на економічні зміни. Збільшення доходів громадян України щороку сприятиме активнішій туристичній діяльності, включаючи збільшення числа споживачів з високими доходами.

Список використаної літератури:

1. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-є вид., перероб. та допов.. Київ : «Альтерпрес», 2005. 436 с.
2. Тимошенко О.В., Мельник А.О. Сучасний рівень розвитку туризму у Львівській області. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2019. Том 30. № 6. С. 82–86. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-6-37>
3. Шепетюк С.М. Рекреаційно-туристські ресурси як основа туристично-рекреаційних послуг. *Туристична освіта в Україні: проблеми і перспективи*: Зб. наук. праць. Київ : Тонар, 2007.

ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Дума В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Економіка

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Костецька І. І., д.е.н., доц.

доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

«Стимулювання праці – це комплекс заходів, спрямованих на спонукання працівників до ефективної трудової діяльності шляхом застосування різних видів матеріальних і нематеріальних заохочень» [5, с. 23-24].

Основні завдання стимулювання праці:

- підвищення продуктивності праці;
- забезпечення задоволеності працівників своєю роботою;
- формування мотивації до професійного розвитку;
- зниження рівня плинності кадрів [4, с. 6].

Стимулювання праці відіграє важливу роль у створенні ефективної системи управління персоналом, сприяючи досягненню індивідуальних та організаційних цілей.

2. Класифікація форм стимулювання праці персоналу

Форми стимулювання праці поділяються на матеріальні та нематеріальні.

Матеріальне стимулювання передбачає використання фінансових та інших матеріальних засобів для підвищення мотивації працівників.

Фінансові стимули:

- Основна заробітна плата – гарантована оплата праці, яка встановлюється відповідно до трудового договору.

- Премії та бонуси – додаткові виплати за досягнення визначених результатів (перевиконання плану, якісне виконання завдань).

- Надбавки та доплати – фінансові заохочення за складність роботи, високий рівень відповідальності або специфічні умови праці.

- Участь у прибутках – виплати працівникам частки від прибутку компанії залежно від їхнього внеску.

- Комісійні винагороди – додаткові виплати за виконання певних показників, особливо у сфері продажів.

Нефінансові матеріальні стимули:

- Соціальний пакет – включає страхування, медичне обслуговування, оплату транспорту, харчування.

- Корпоративні пільги – знижки на товари або послуги компанії, фінансування відпочинку, надання службового житла.

- Фінансування навчання – оплата курсів підвищення кваліфікації, тренінгів, семінарів [8]



Рис. 1.1. Зміст матеріального стимулювання продуктивності праці

Нематеріальне стимулювання спрямоване на задоволення соціальних, психологічних та кар'єрних потреб працівників.

Соціально-психологічні стимули:

- Визнання заслуг – публічне оголошення подяки, вручення грамот, нагород.
- Кар'єрне зростання – надання можливості підвищення на посаді.
- Гнучкий графік роботи – можливість працювати за індивідуальним графіком, віддалено.
- Залучення до прийняття рішень – надання працівникам автономії у виконанні завдань, можливість висловлювати ідеї.
- Розвиток корпоративної культури – формування командного духу, організація спільних заходів.



Рис. 1.2. Нематеріальне стимулювання працівників у системі мотиваційної політики фірми [7, с. 6].

Організаційні стимули:

- Покращення умов праці – створення комфортного робочого середовища.
- Система наставництва – підтримка нових співробітників досвідченими колегами.
- Навчання та розвиток – надання можливості професійного навчання, стажувань.

Сучасні організації застосовують комплексний підхід до стимулювання праці, поєднуючи матеріальні та нематеріальні стимули. Серед актуальних тенденцій можна виділити:

- Індивідуальний підхід до стимулювання – створення персоналізованих програм мотивації.

- Гейміфікація трудового процесу – використання ігрових механік для підвищення зацікавленості працівників.
- Гнучкі системи оплати праці – запровадження змішаних форм винагороди.
- Розвиток корпоративної культури – формування середовища, що сприяє самореалізації працівників.

Стимулювання праці персоналу є важливою складовою ефективного управління організацією. Форми стимулювання поділяються на матеріальні (фінансові та нефінансові) і нематеріальні (соціально-психологічні, організаційні). Комплексне використання цих форм дозволяє підвищити мотивацію працівників, покращити продуктивність та забезпечити розвиток компанії [6, с. 30-31].

Методи стимулювання можна класифікувати за різними критеріями, такими як характер впливу, форма винагороди, орієнтація на потреби персоналу тощо [3, с.35].

За характером впливу

Методи стимулювання можуть бути:

1. Прямі – безпосередньо пов'язані з результатами діяльності працівника (підвищення зарплати, бонуси, премії).
2. Опосередковані – створюють загальні умови для підвищення мотивації (кар'єрне зростання, покращення умов праці, навчання).

За формою винагороди

Методи стимулювання поділяються на:

1. Матеріальні

○ Фінансові стимули:

- заробітна плата та її підвищення;
- премії та бонуси;
- оплата понаднормової роботи;
- участь у прибутках компанії.

○ Нефінансові матеріальні стимули:

- соціальні пакети (страхування, медичне обслуговування);
- оплата навчання та підвищення кваліфікації;
- корпоративні пільги (проїзд, харчування, житло).

2. Нематеріальні

○ Соціально-психологічні стимули:

- публічне визнання заслуг;
- нагороди, грамоти, почесні звання;
- можливість кар'єрного зростання.

○ Організаційні стимули:

- гнучкий графік роботи;
- можливість працювати віддалено;
- автономія у виконанні завдань [2, с. 34].

За орієнтацією на потреби працівників

1. Індивідуальні методи – стимулювання окремого працівника з урахуванням його особистих досягнень.

2. Групові методи – мотивація команди або структурного підрозділу, наприклад, бонуси за виконання спільних проєктів.

3. Колективні методи – орієнтовані на всю організацію (корпоративна культура, соціальні заходи, корпоративні події).

За часом дії

1. Короткострокові стимули – мають тимчасовий ефект, наприклад, одноразові премії чи бонуси.

2. Довгострокові стимули – забезпечують стабільну мотивацію працівників у довгостроковій перспективі, наприклад, програми професійного розвитку, пенсійні плани.

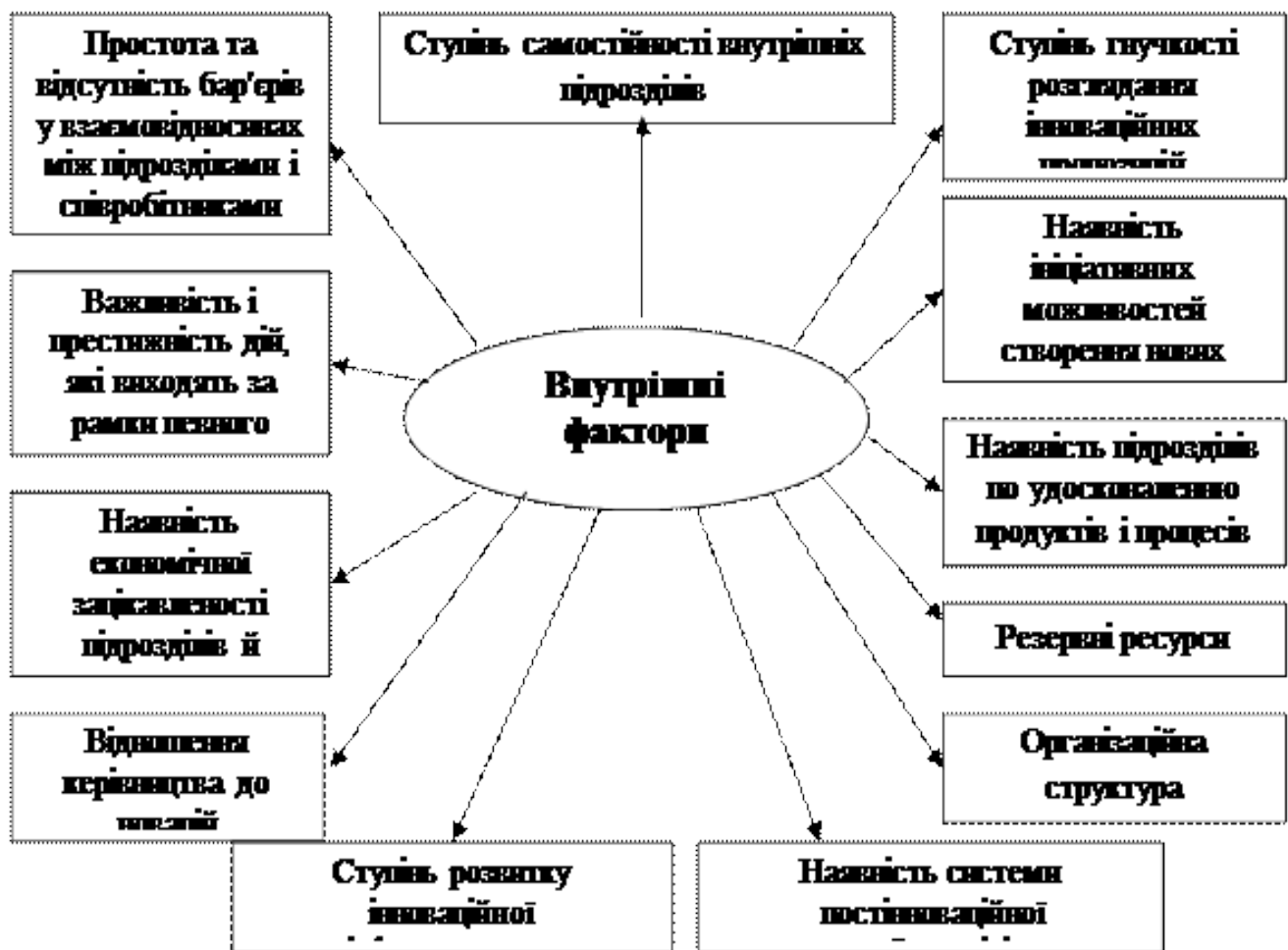


Рис. 1.3. Внутрішні фактори сприяння інноваціям [5, с. 16].

Сучасні підходи до стимулювання праці

Сучасні компанії використовують інноваційні методи стимулювання, які поєднують матеріальні та нематеріальні підходи. Серед таких підходів можна виділити:

- Гейміфікацію трудового процесу – застосування ігрових механік для підвищення залученості працівників.

- Індивідуалізацію мотиваційних програм – розробка персоналізованих стимулюючих заходів залежно від потреб працівників.
- Створення комфортного робочого середовища – запровадження корпоративної етики, підтримка психологічного здоров'я персоналу [4, с. 24].

Стимулювання праці персоналу є важливою складовою ефективного управління людськими ресурсами. Його методи поділяються на матеріальні та нематеріальні, прямі й опосередковані, індивідуальні та колективні. Сучасні організації комбінують різні підходи для забезпечення мотивації працівників, що сприяє їх професійному розвитку та підвищенню продуктивності праці.

Список використаної літератури:

1. Костишина Т. Конкурентоспроможна система оплати праці: проблеми теорії та практики : монографія. Полтава : РВВ ПУСКУ, 2018. 389 с.
2. Костін Д. Ю. Матеріальне стимулювання трудової діяльності: аналіз теоретико-методологічних підходів. *Економіка: реалії часу*. 2013. № 2 (7). С. 81-86.
3. Криворотько І. О. Дослідження зарубіжного досвіду мотивації персоналу для використання в українських умовах. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2013. № 2. С. 151-154.
4. Ксенофонтова М. М. Мотиваційний менеджмент. Сучасний менеджмент: напрямки, моделі, стратегії, технології : кол. монографія / за заг. ред. С. Г. Дубовик, Л. М. Баценко. Суми, 2018. С. 3-24.
5. Куделя В. І., Мирошніченко Ю. В., Моцна І. В. Організація праці як фактор удосконалення менеджменту персоналу. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2020. № 3 (1). С. 107-111.
6. Лепьохіна І. О. Фундаментальні принципи формування системи мотивації праці персоналу підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2013. № 11. С. 238-241.
7. Лутай Л. А. Модель «Дерево цілей – дерево ресурсів» в системі соціального управління персоналом. *Ринок праці та зайнятість населення* : зб. наук. праць ІПК ДСЗУ. 2017. № 4. С. 8-12.
8. Мантур-Чубата О. С., Рудь В. Ю. Мотивація і стимулювання праці персоналу як інструмент удосконалення діяльності підприємства. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 6 (11). С. 150-152.
9. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / уклад. Н. О. Пачева. Умань : Візаві, 2018. 267 с.

ОЦІНКА СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ

***Сорока Р. В., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Туризм і рекреація***

*Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Науковий керівник: Магас Н. В., к.е.н., доц.,
заступник директора з наукової роботи
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

У сучасному світі, де панує жорстка конкуренція, одним з основних шляхів розвитку кожної організації є пошук ефективних підходів до оптимізації використання людських ресурсів. Підсумок діяльності підприємства та раціональність використання його ресурсів значною мірою визначаються знаннями, навичками, досвідом, професіоналізмом, кваліфікацією та компетентністю персоналу. В цьому контексті важливе значення має мотивація працівників, що стимулює їх до ефективнішої роботи, більш активної участі у виконанні завдань, а також забезпечує якісне і своєчасне виконання робіт.

Питання мотивації працівників завжди було актуальним у світовому досвіді, і йому приділяли значну увагу. Головна ціль мотиваційного процесу полягає в тому, щоб забезпечити максимальну продуктивність існуючих трудових ресурсів, тим самим підвищуючи загальну ефективність та прибутковість підприємства. Для сучасних підприємств і організацій важливим є розроблення нових механізмів управління, що враховують вимоги ринкової економіки, а також підтримання стабільності виробничих процесів у динамічних умовах зовнішнього та внутрішнього середовища. Сучасна практика як зарубіжних, так і українських компаній показує тенденцію до істотних змін у підходах до вибору методів мотивації співробітників.

Мотивація співробітників є фундаментом кадрової політики кожної компанії або підприємства. Це комплекс стимулів, який формує поведінку як всього колективу, так і окремих працівників. Використання різноманітних мотиваційних підходів дозволяє збільшити ефективність роботи персоналу та досягати вищих результатів. За даними досліджень, лише 10% персоналу працюють стабільно, тобто без додаткових заохочень доволі важко налагодити дійсно продуктивний робочий процес.

Оптимально підібрана система мотивації співробітників приносить ряд вигод. Вдало організована мотивація сприяє:

- створенню позитивної атмосфери та розвитку корпоративної культури всередині команди;
- мінімізації конфліктів у робочому середовищі;
- зниженню плинності кадрів та утриманню стабільного складу працівників;
- підвищенню лояльності працівників та їх відповідального ставлення до виконання завдань[1, С. 210-214].

Мотивація співробітників формується під впливом різноманітних факторів, які діють на людину під час її професійної діяльності. Ці фактори можуть бути як об'єктивними, так і суб'єктивними, конкретними або абстрактними, та класифіковані за групами (рис. 1).

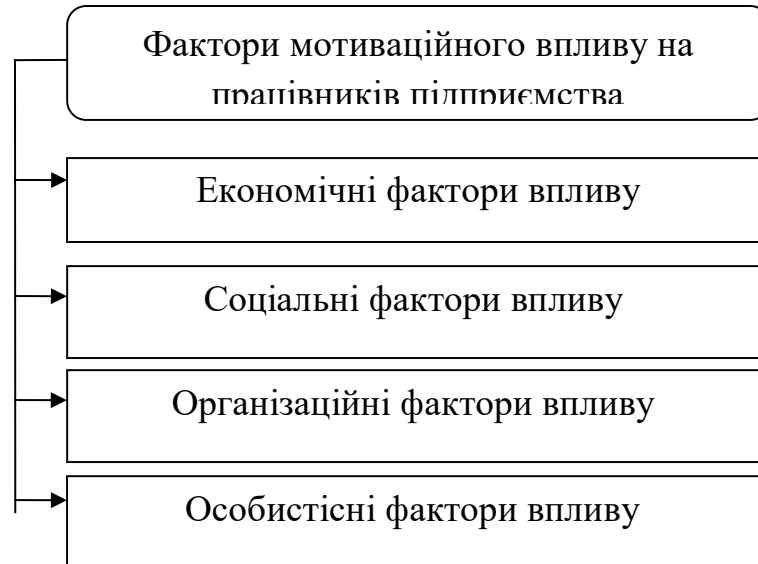


Рис. 1. Фактори впливу на формування системи мотивації працівників підприємства [2; 4]

Загалом, по території України 42% компаній повідомили, що у 2022 році продовжували навчати своїх працівників. Найвищий показник спостерігається серед великих підприємств і становить 50%, а трохи нижчий — середніх підприємств, де цей показник складає 38%. Слід зауважити, що багато підприємств не змогли оцінити навчання працівників. Це пояснюється особливостями збору інформації. Наприклад, на великих і середніх підприємствах часто за навчання відповідають різні підрозділи, що ускладнює узагальнення даних.

Аналіз офіційних даних Державної служби зайнятості показує, що найвищий рівень витрат на підвищення кваліфікації працівників за сферами економіки у добувній промисловості - 58,0%, охороні здоров'я - 55,0%, енергетичній сфері - 53,0%, освіті - 53,0%. Найменша сума витрат припадає на іншу послуги - 5,0%, нерухомість - 19,0%, мистецтво - 20,0%, торгівлю - 23,0%, будівництво - 24,0% [3].

Відповідно до даних опитування, у 2022 році серед компаній, які організовували навчання, в Україні в середньому 24% співробітників брали участь у навчальних програмах. Найбільша частка персоналу, який пройшов навчання, спостерігається у фінансовому та страховому секторах. В середньому, вона складає 48,1% в цьому секторі. Така ситуація, може бути пов'язано з численними змінами у функціонуванні фінансової системи в умовах воєнного стану. Істотна частка працівників, які брали участь у навчанні, зосереджена в

секторах освіти (34,1%) та охорони здоров'я (29,2%). У цих галузях навчання або вдосконалення кваліфікації співробітників є обов'язковим та визначено законодавством. Значна кількість працівників, які проходили навчання, спостерігається у сфері інформації і телекомунікацій - 29,1%. Найменші середні частки таких працівників зафіксовано у секторах мистецтва, водопостачання і нерухомості, де вони становлять у середньому менше 15% [3].

Проведений аналіз показує необхідність адаптації умов ринку праці до вимог його учасників та напрацювання дієвих інструментів мотиваційного механізму, що дозволить підвищити рівень їх ефективності праці та матиме соціально - економічний ефект для країни, регіону, підприємства.

Список використаної літератури:

1. Богацька Н.М. Мотивація як основний чинник підвищення ефективності праці на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 3. с. 210-214.
2. Оксенюк, К. (2022). Формування системи мотивації персоналу на підприємстві. *Економіка та суспільство*, (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-59>
3. Державна служба статистики. Режим доступу: URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Козак К. Б. Вплив мотивації на ефективність використання та розвитку трудового потенціалу персоналу. *Економіка харчової промисловості*. 2011. № 1 (7). С. 69-74.
5. Прохоровська, С. (2023). Мотивація персоналу підприємств в умовах сучасних викликів. *Трансформаційна економіка*, (2 (02), 45-48. <https://doi.org/10.32782/2786-8141/2023-2-8>.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Готь Н. П., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Магас Н. В., к.е.н., доц.,

заступник директора з наукової роботи

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Однією з аксіом ринкової економіки є те, що капітал повинен працювати і приносити своєму власнику дохід. Найактивнішою формою використання накопиченого капіталу є інвестиції. У ринковій економіці мати кошти на руках пов'язане з ризиком постійної втрати їх вартості внаслідок інфляції. Тому, незважаючи на ймовірність невдалого розміщення, їх власники постійно шукають можливості запустити останні в оборот, інвестувати, щоб отримати певні доходи.

Інвестиції є ключовим елементом економічного розвитку, використання якого дозволяє суб'єктам господарювання нарощувати потужності та обсяги

виробництва, переробки і реалізації продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Обсяг капітальних інвестицій склав на початок 2024 року 395450014 тисяч гривень, що на 115852182 тис. грн. більше у порівнянні на аналогічний період 2023 року, або 41,4%. Найбільший обсяг капітальних інвестицій спрямований у матеріальні активи - 376946529,0 тис. грн., машини, що становить 95,3% від обсягу усіх капітальних інвестицій, тоді, як у на аналогічний період попереднього року їх частка склала 94,6%, на обладнання та інвентар - 127900573,0 тис. грн., що склало 32,2% від усього обсягу капітальних інвестицій, та на 0,5% менше у порівнянні з попереднім роком, на інженерні споруди - 110953623,0 тис.грн., структурно 28,1% від загального обсягу, а у порівнянні з попереднім роком на 8,3% менше, будівлі нежитлові - 44537917 тис. грн., від загального обсягу це становить 11,3 %, що на 3,4% більше у порівнянні з попереднім роком, транспортні засоби - 40465188 тис. грн., а саме 10,2% від загального обсягу, у порівнянні з аналогічним періодом попереднього року на 0,4% більше, програмне забезпечення та бази даних -13690682 тис. грн., що склало 3,5% від загального обсягу, у порівнянні з попереднім роком на 0,4% менше [1].

Управління інвестиційною діяльністю є складовою частиною управлінського процесу, що реалізується суб'єктом із метою підвищення інвестиційної привабливості об'єкта інвестування, оцінки й реалізації інвестиційних проектів та створення умов для найбільш ефективного протікання процесів інвестування. Саме завдяки ефективному управлінню інвестиційною діяльністю підприємство є стабільним та ліквідним, тобто має змогу отримувати прибуток, при цьому покриваючи усі свої видатки. Управління інвестиційною діяльністю підприємства – це складова частина загальноекономічної системи управління підприємством, яка має свою мету, принципи побудови та виконує певні функції.

Управління інвестиційною діяльністю організації базується на наступних принципах:

- розвиток і постійне вдосконалення процесу управління;
- послідовність у досягненні цілей вчасно; наукова обґрунтованість у прийнятті управлінських рішень;
- єдність процесу розробки, впровадження та контролю у використанні інвестицій;
- цільове розміщення інвестиційних коштів [3, с. 246-250].

Необхідно підкреслити, управління інвестиційною діяльністю підприємства спрямовується на вирішення таких завдань:

- визначення основних напрямів інвестиційної діяльності відповідно до фінансової та загальної стратегій розвитку підприємства (розроблення інвестиційної стратегії);
- дослідження інвестиційного клімату і кон'юнктури інвестиційного ринку;
- оцінка інвестиційної привабливості об'єкта інвестування;

- визначення необхідного обсягу інвестиційних ресурсів та оптимізація їх структури;
- оцінка ефективності реалізації інвестиційних проектів;
- формування інвестиційного портфеля враховуючи прийнятні ризики і рівень прибутковості;
- контроль інвестиційної діяльності в цілому і кожного проекту зокрема [4, С. 90-93, 5, С. 140-145].

Система управління інвестиційною діяльністю являє собою комплексний підхід, який визначає основні принципи, порядок і послідовність дій, а також регламентує вплив суб'єктів управління на об'єкти. Це досягається шляхом реалізації управлінських функцій через елементи процесу керування, використовуючи різноманітні інструменти та методи. Усі заходи спрямовані на досягнення головної мети підприємства – отримання прибутку, при цьому враховуються постійні зміни як у зовнішньому, так і у внутрішньому середовищі його діяльності.

Для України формування інвестиційного потенціалу набуває особливого значення у процесі відновлення економіки після російсько-української війни. Саме завдяки інвестиціям партнерів планується здійснити перший етап реконструкції ключових інфраструктурних сфер країни. Важливим є правильне визначення пріоритетів для залучення інвестицій, що стане поштовхом до прискореного та інноваційного розвитку країни у визначених напрямках.

Список використаної літератури:

1. Державне управління статистики. Режим доступу: URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Войнаренко М.П., Єпіфанова І.Ю. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств: монографія. Вінниця : ВНТУ, 2011. 188 с.
3. Крамаренко К.М. Управління інвестиційною діяльністю підприємств в умовах сталого розвитку економіки. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 4 (21). С. 246-250.
4. Паньков О.Б. Управління інвестиційною діяльністю як базовий складник економічної безпеки підприємства. *Держава та регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. 2020. № 4(115). С. 90-93.
5. Феєр О.В. Управління інвестиційною діяльністю підприємств у ринкових умовах. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2016. № 851. С. 140-145.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Коздемба Д., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

*Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»
Науковий керівник: Магас Н. В., к.е.н., доц.,
заступник директора з наукової роботи
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Ключовою умовою успішного функціонування, сталого розвитку та забезпечення високої конкурентоспроможності підприємства є його фінансова стійкість. Саме вона відображає ефективність управління всіма аспектами діяльності – операційним, фінансовим та інвестиційним. Крім того, фінансова стійкість є важливим індикатором для інвесторів, свідчить про надійність підприємства та його спроможність відповідати за своїми боргами і зобов'язаннями.

Варто звернути увагу, методологія, послідовність, інструменти фінансової стійкості є широко описуваними в підручниках та наукових статтях таких авторів як: І.О. Бланк, М.Д. Білик, А.В. Василенко, Л.А. Костирко, І.Г. Ловінська, Н.А. Мамонтова, О.А. Островська, А.М. Поддєрьогін, О.О. Терещенко, Ю.С. Цал-Цалко та ін.

Розглянемо дефініції поняття «фінансова стійкість», які досліджуються різними науковцями.

Так у дослідженні [1] колектив авторів під загальною редакцією М. Білик розглядають «фінансову стійкість підприємства як такий стан його фінансових ресурсів, за якого раціональне розпорядження ними є гарантією наявності власних коштів, стабільної прибутковості та забезпечення процесу розширеного відтворення».

О. Островська [2] вивчає «фінансову стійкість підприємства як здатність підприємства функціонувати та розвиватися, зберігати рівновагу своїх активів та пасивів у мінливому внутрішньому та зовнішньому середовищі, яка гарантує його постійну платоспроможність та інвестиційну привабливість у межах допустимого рівня ризику».

Г. Крамаренко [3] досліджуючи фінансову стійкість зазначає, що це такий економічний стан підприємства, за якого платоспроможність зберігає тенденцію до стійкості, а співвідношення власного та позикового капіталу перебуває у межах, що забезпечують платоспроможність.

Варто розглянути визначення сутності фінансової стійкості запропонованого М. Коробовим, який зауважує: якщо параметри діяльності підприємства і розміщення його фінансових ресурсів відповідають критеріям позитивної характеристики фінансового стану, це свідчить про фінансову стійкість підприємства [4].

У монографії А. Поддєрьогіна та Л. Наумової [5], науковці розглядають фінансову стійкість підприємства як такий його стан, що дає змогу за рахунок власних і позикових коштів забезпечити поточну виробничу діяльність та інвестиційно-інноваційний розвиток підприємства, зберігаючи темпи приросту власного капіталу, платоспроможності.

Вважаємо, що поняття фінансової стійкості, звичайно, враховує платоспроможність, характеризуючи структуру майна (капіталу) підприємства в цілому, проте досліджуване поняття не обмежується тільки цим показником.

Аналізуючи всі наведені вище визначення сутності фінансової стійкості, можна дійти висновку, що фінансова стійкість характеризується спроможністю підприємства забезпечити стабільне функціонування та розвиток у довгостроковій перспективі, що базується на збалансованій структурі джерел

фінансування (оптимальному співвідношенні власного та позикового капіталу), ефективному використанні ресурсів та здатності своєчасно й у повному обсязі розраховуватися за своїми зобов'язаннями (кредитами, боргами тощо) в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Аналіз фінансової стійкості підприємства традиційно здійснюється шляхом аналізу ключових фінансових показників (рис. 1).



Рис. 1. Показники аналізу оцінки фінансової стійкості підприємства [6; 7]

Поряд з цим варто розглянути методології визначення ключових показників фінансової стійкості:

- коефіцієнт покриття (нормативне значення > 1);
- коефіцієнт швидкої ліквідності (нормативне значення $> 0,7$);
- коефіцієнт абсолютної ліквідності (нормативне значення $> 0,2$);
- коефіцієнт платоспроможності, автономії (нормативне значення $> 0,5$);
- показники оборотності активів;
- рентабельність продукції (чим вище значення тим краще).

Слід підкреслити, що існує безліч наукових поглядів на сутність фінансової стійкості, що свідчить про багатогранність цього поняття в економічній науці. За результатами проведеного дослідження, фінансова стійкість підприємства визначається як ступінь його фінансової незалежності від запозичених коштів. Вона також тісно пов'язана з ефективністю використання ресурсів та здатністю забезпечити перспективний розвиток, що передбачає зростання прибутковості та активів, одночасно підтримуючи високу платоспроможність та фінансову стабільність в кризових умовах функціонування.

Список використаної літератури:

1. Фінансовий аналіз : навч. посіб. М. Д. Білик [та ін.]. Київ : КНЕУ, 2009. 323 с.

2. Островська О. А. Фінансовий стан та фінансова стійкість підприємств: теоретичні аспекти визначення їх суті. *Стратегія економічного розвитку України*. 2012. Вип. 4 (11). 182 с.
3. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2007. 90 с.
4. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: 2-е вид. Київ : Знання, 2002. 274 с.
5. Поддєрьогін А. М., Наумова Л. Ю. Фінансова стійкість підприємств в економіці України : монографія. Київ : КНЕУ, 2011. 14 с.
6. Готра В. В., Ріпич В. В., Дячок А. В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення. *Економіка і суспільство*. 2017. No 8. С. 219–223.
7. Яцух О. О., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2018. No 3. С. 173–180.

РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ»)

Кушик О. В., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Магас Н. В., к.е.н., доц.,

заступник директора з наукової роботи

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

З огляду на кризовий стан вітчизняної економіки, більшість українських підприємств стикаються з нестабільністю та жорсткою конкуренцією. В такій ситуації життєво важливо уникати фінансових помилок та використовувати дієві підходи до управління. В умовах воєнного стану досить складно оцінювати чи прогнозувати фінансову стійкість підприємства, оскільки фактично війна створює форс-мажорні обставини, які передбачають не тільки скорочення обсягів активної діяльності підприємства, але й можливу повну його зупинку і навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів. Форм-мажорні обставини характеризуються непередбачуваністю та неможливістю прогнозування, що ускладнює процес аналітики та аудиторської оцінки [1].

Додамо, що саме фінансова стійкість підприємства надає можливість реалізувати стратегічні цілі діяльності, досягнути успіху, забезпечити фінансову стабільність та безпеку безперервного функціонування.

Дослідженням фінансової стійкості підприємства займалися такі вчені, як Ф. Бутинець, О. Мірошник, Т. Городня, І. Грицак, С. Дерев'яноко, О. Кузьмін, Н. Коцеруба, Я. Мулик, М. Никонович, М. Огійчук, С. Олійник, С. Петренко, О. Редько, Л. Тринька та інші.

Умовою життєздатності підприємства та основою його розвитку в конкурентному ринку є його фінансова стійкість та платоспроможність. Саме

вони слугують передумовою економічного розвитку господарюючого суб'єкту та економіки країни, в цілому.

На думку Б. Грабовецького [2] «фінансова стійкість – це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування».

Я. Мулик [3] розглядає «фінансову стійкість як узагальнюючу якісну характеристику фінансового стану підприємства, що відображає тенденції зміни фінансових відносин на підприємстві під впливом різноманітних внутрішніх і зовнішніх чинників. Стійкість фінансового стану забезпечується всією виробничо-господарською діяльністю підприємства».

Ми погоджуємося із думкою Б. Грабовецького, що фінансова стійкість забезпечує платоспроможність, рівновагу між власними та залученим капіталом, незалежність від партнерів, довіра кредиторів та інвесторів, а також високий рівень фінансової безпеки.

Доцільно виокремити певні особливості фінансової стійкості (рис. 1). При допомозі аналізу фінансової стійкості з'являється можливість описати спроможність підприємства адаптуватися до вимог зовнішнього середовища та виявити ступінь його автономності від зовнішніх джерел фінансування.



Рис. 1. Ключові аспекти фінансової стійкості підприємства

Джерело: розроблено автором

Відтак, доцільно зазначити, що саме фінансова стійкість та незалежність є ключовим інструментом забезпечення сталого розвитку підприємства, реалізації стратегічних цілей та гарантування фінансової безпеки. Показники аналізу фінансової стійкості дозволять визначити наскільки підприємство є залежним від зовнішніх джерел фінансування (табл. 1) та наскільки воно є автономним у прийнятті фінансових рішень (рис. 2).

Проаналізувавши показники фінансової стійкості та незалежності ТОВ «ЛКФ «Світоч» протягом 2021-2022 років, можемо стверджувати, що підприємство є фінансово незалежним від зовнішніх джерел фінансування.

Таблиця 1

Показники фінансової стійкості та незалежності ТОВ «ЛКФ «Світоч»
за 2021-2022 роки

Показники	Нормативне значення	За попередній період	За звітний період	Абсолютне відхилення (+, -)
1. Коефіцієнт автономії (фінансової незалежності, концентрації власного капіталу)	>0,5	0,69	0,56	- 0,13
2. Коефіцієнт стійкості фінансування (частка стабільних джерел у фінансуванні підприємства)	0,7-0,9	0,85	0,74	- 0,11
3. Коефіцієнт маневрування власного капіталу	>0,5	0,56	0,54	- 0,02
4. Коефіцієнт фінансової стійкості	> 1	2,23	2,31	+0,08

Частка стабільних джерел у фінансуванні підприємства складає у 2021 році 85 %, у 2022 році 74%, коефіцієнт маневрування власного капіталу більше 50 %, а коефіцієнт фінансової стійкості складає 2,23 у 2021 році та зростає до 2,31 у звітному 2022 році.

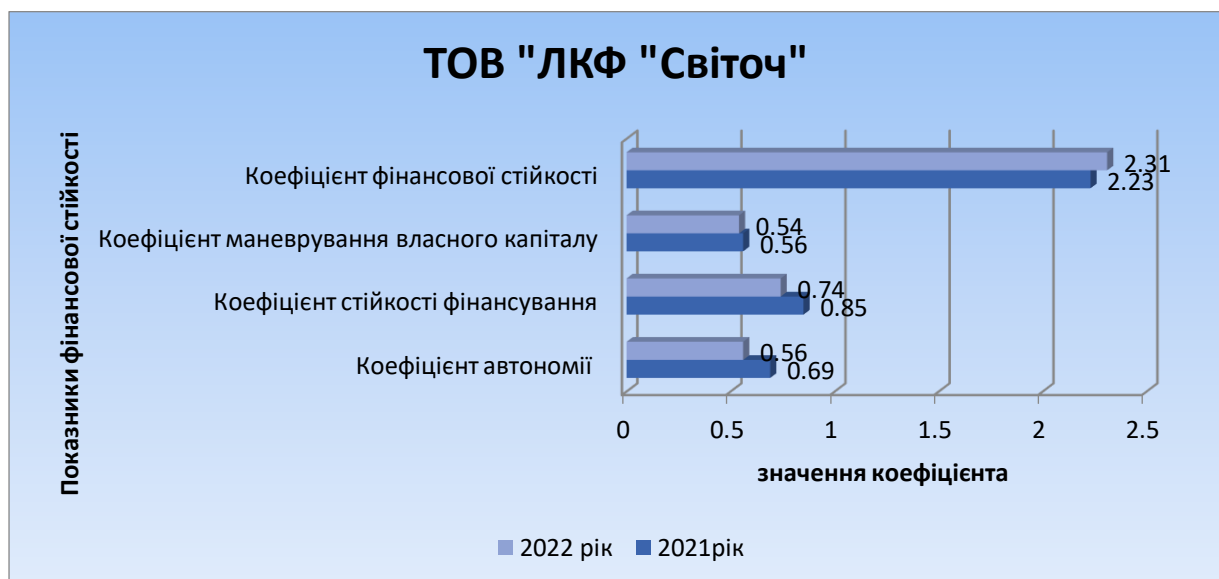


Рис. 2. Аналіз показників фінансової стійкості ТОВ «ЛКФ «Світоч» за 2021 –2022 роки

ТОВ «ЛКФ «Світоч» демонструє стабільні фінансові результати протягом останніх років, що свідчить про його здатність ефективно працювати в умовах мінливої ринкової кон'юнктури та забезпечувати стабільне зростання. Відтак,

фінансова стабільність та незалежність від зовнішніх джерел фінансування є ключовими факторами, що забезпечують ТОВ «ЛКФ «Світоч» стійке становище на ринку та можливість реалізації стратегічних цілей без значних фінансових ризиків.

Список використаної літератури:

1. Костенко Ю., Короленко О., Гузь М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № (43).
2. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз. 2009. URL: http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/ekonomichniy_analiz_-grabovetskiy_bye
3. Мулик Я. Оцінка фінансової стійкості як інструменту управління фінансовою безпекою молокопереробних підприємств. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. № 2. С. 283–291.
4. Фінанси підприємств у схемах і таблицях: навч. посіб. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2021. 111 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Гавришків А. З., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник : Міга В. К., к.е.н., доц.

доцент кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівського інституту ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Сучасні умови ринкової економіки вимагають розробки нових підходів до управління персоналом, зокрема через усвідомлення, що основним ресурсом підприємства є його працівники, а швидке старіння їхніх знань, вмінь та навичок є важливим фактором. Способи, якими організація розвиває свої кадри, стають критичними для забезпечення її конкурентоздатності на ринку товарів і послуг. Водночас багато вітчизняних підприємств все ще застосовують застарілі методи управління розвитком персоналу. Питання розвитку співробітників та удосконалення їхніх професійних якостей є особливо важливими, оскільки безпосередньо впливають на продуктивність праці, що, в свою чергу, веде до збільшення прибутку організації. Професійний розвиток працівників є важливим аспектом інвестицій у виробництво для кожного підприємства, оскільки через стимулювання навчання організація надає своїм співробітникам можливість вдосконалювати свої професійні навички та вміння. Це, у свою чергу, сприяє створенню умов для формування кваліфікованого персоналу [1, с. 420]. Персонал стає основним ресурсом, який є ключовим чинником успіху організації, і його розвиток інтегрується в загальну стратегію розвитку підприємства. Значення управління розвитком персоналу зумовлене тим, що швидкий науково-технічний прогрес викликає постійні зміни в вимогах до професійних знань, вмінь та навичок працівників.

Управління розвитком персоналу не тільки займає важливе місце в процесі формування системи соціальних і виробничих показників, але й має значний вплив на реалізацію стратегії сучасного підприємства. Постійне оновлення виробництва через впровадження нових технологій та обладнання вимагає від працівників удосконалення їхніх знань, вмінь та навичок, що, у свою чергу, призводить до зростання витрат на розвиток персоналу. Управління персоналом - це свідоме та організоване втручання керівництва організації в процеси розробки концепцій, стратегій кадрової політики та методів управління людськими ресурсами. Система розвитку персоналу – це комплекс організаційних структур, методів, процесів і ресурсів, які необхідні для ефективного виконання завдань у сфері розвитку працівників, а також для задоволення їхніх потреб у самореалізації, професійному навчанні та кар'єрному зростанні. Вона повинна забезпечувати працівникам можливості для отримання та підвищення професійної кваліфікації протягом усієї кар'єри, незалежно від рівня кваліфікації та відповідальності [3, с. 234]. Суб'єктами системи розвитку персоналу є працівники організації, а об'єктами — професійно-кваліфікаційні, особистісні та інші важливі для підприємства характеристики персоналу. Управління розвитком персоналу полягає в розробці та впровадженні заходів, спрямованих на поліпшення якості характеристик працівників.

Отже, розвиток професійних здібностей і якостей працівників підприємства має забезпечити [2, с. 140]:

- усвідомлення співробітниками необхідності постійного навчання для задоволення зростаючих вимог;
- здатність колективу визнавати важливість командного або групового управління, при активній участі всіх працівників, а не тільки керівників;
- розуміння підприємством ключової ролі кожного працівника та важливості розвитку його трудового потенціалу. Процес управління розвитком персоналу розпочинається з постановки мети, яка полягає в оптимізації витрат, тобто в забезпеченні більш швидкого зростання економічних результатів підприємства порівняно з витратами на утримання та розвиток працівників. Суть управління розвитком персоналу полягає в визначенні цілей розвитку працівників підприємства на конкретний період, постановці пріоритетних завдань і виборі методів для їх реалізації, а також виявленні трудових і фінансових ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей.

Основною особливістю формування системи управління витратами на утримання та розвиток персоналу є її залежність від факторів внутрішнього середовища (на які підприємство може впливати з метою оптимізації витрат на персонал) та зовнішнього середовища (факторів, на які підприємство практично не має можливості впливати). Витрати на розвиток персоналу мають значний потенціал для оптимізації, тому вони потребують ефективного управління, яке включає такі характеристики, як: цілеспрямованість (оптимізація витрат на персонал і забезпечення максимального прибутку); складність (наявність великої кількості функціональних процесів і елементів); гнучкість (адаптація до змін впливу внутрішніх і зовнішніх факторів); керованість (можливість коригування в функціональному аспекті відповідно до потреб підприємства). Урахування цих

аспектів дозволить підвищити лояльність працівників, зберегти найкращих співробітників, розвинути стратегічні компетенції, покращити структуру ризиків і звільнити кошти для подальшого розвитку персоналу.

Список використаної літератури:

1. Кудактін, С., Назаренко, С. Управління розвитком персоналу для посилення кадрового потенціалу та стану економічної безпеки суб'єктів господарювання. *Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice*. № 2 (49). 2023. С. 413–425. <https://doi.org/10.55643/fcaptr.2.49.2023.3992>
2. Дзямулич М. І., Шматковська Т. О. Управління розвитком персоналу підприємства в умовах економічної глобалізації. *Економічний форум*. № 3. 2020. С. 138-142.
3. Малтиз В., Батраченко А. Сучасний підхід до стратегічного управління розвитком персоналу підприємства. *Молодий вчений*. № 3 (79). 2020. С. 233-236. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-3-79-49>

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Нагайло С. З., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Оліховська М. В., к.е.н., доц.

завідувачка кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Сучасний туризм виник під час промислової революції в розвинених країнах в результаті технічного, економічного та соціального розвитку.

Виникнення та розвиток сучасного туризму передбачає :

1. можливість вільного пересування людей. Наприклад, туризм не міг би виникнути. у феодалізмі, де кріпак був залежним від свого господаря;
2. існування первинної пропозиції (природних та культурних умов), яка є основою для створення продукту як об'єкта споживання в туризмі;
3. рівень технічного, економічного та соціального розвитку, який призводить до:
 - поступове скорочення робочого часу та збільшення позаробочого часу (включаючи вільний час), який населення може вільно використовувати,
 - такий ступінь задоволення основних (біологічних) життєвих потреб, що стає можливим задоволення менш суттєвих (культурних) потреб, що включає також потреби, що задовольняються в туризмі;
 - будівництво необхідних транспортних, житлових, готельних, спортивно-рекреаційних та інших об'єктів для туризму.

У 20 столітті туризм досяг високого рівня розвитку на землі, ставши частиною споживання та способу життя жителів, особливо в економічно розвинених країнах. Наразі туризм утворює комплексну систему, яку ми далі дослідимо як економічне, соціальне та екологічне явище.

Туризм почали систематично вивчати на початку 20 століття в країнах, де він вже мав традиції розвитку. Наразі це є предметом досліджень у різних наукових дисциплінах, наприклад, економіка, географія, соціологія, психологія, педагогіка, медицина тощо. Усі дисципліни мають спільний предмет дослідження, але кожна розглядає його зі своєї точки зору та за допомогою власних методологічних засобів. Туризм має міждисциплінарний характер, коли результати однієї наукової дисципліни використовуються іншими науковими дисциплінами, таким чином збагачуючи свої знання. Кожна наукова дисципліна також визначає туризм і визначає предмет його дослідження.

У науковій літературі [1, 8, 11] існує понад 200 різних визначень туризму, які визначають його сутність. Однак, ми вважаємо, що туризм – це сукупність взаємозв'язків та явищ, що виникають в результаті подорожі або перебування осіб, де місце перебування не є основним або постійним місцем проживання та роботи.

У нашій країні туризм «розуміється як сукупність заходів, спрямованих на задоволення потреб, пов'язаних з подорожами та перебуванням осіб поза місцем їхнього постійного проживання, зазвичай у вільний час, з метою відпочинку, дослідження, розваг та відновлення сил, культурних та спортивних заходів, оздоровлення, ділових поїздок та отримання всебічного досвіду».

Ми часто зустрічаємо інші терміни для опису туризму, наприклад, оздоровлення, відпочинок, туризм тощо. Навіть якщо вони здійснюються у вільний час та поза місцем постійного проживання, ми не вважаємо їх синонімами туризму. Відновлення являє собою всі дії, пов'язані з усуненням втоми людини.

Це включає здоровий сон, здорове харчування та всі види діяльності, що виконуються у вільний час і пов'язані зі зміною щоденного стереотипу, наприклад, догляд за будинком, садівництво тощо. Відпочинок є одним з основних видів туризму. Туризм є частиною спортивного туризму (наприклад, гірський туризм, пішохідний туризм, мотоциклетний туризм тощо).

Всесвітня туристична організація (СОТ) також чіткіше визначила основні поняття, пов'язані з туризмом, на міжнародній конференції. Уніфікація має на меті уніфікувати термінологію, що використовується, та водночас забезпечити уніфікацію збору та обробки статистичних даних з туризму. Туризм вважається «діяльністю особи, яка тимчасово подорожує до місця поза межами свого звичного середовища, де основна мета її поїздки відрізняється від здійснення прибуткової діяльності у відвідуваному місці».

Хоча визначення туризму, надані різними авторами, формально відрізняються, за змістом вони підкреслюють загальну сутність туризму, яка полягає в тимчасовій зміні місця проживання учасника туризму в іншому конкретному середовищі, часто у вільний час, з метою відпочинку, розвитку знань або контакту з людьми.

Більшість авторів теорії туризму [4, 9, 12] говорять про туристичну галузь. Ці автори дотримуються думки про існування окремого сектору, який здатний створювати економічні ефекти, значущі для всієї економіки держави. Тобто вони говорять про галузь, яка пов'язана з подорожами.

У повсякденній практиці ми стикаємося з різними формами та видами туризму. Якщо за основу оцінки туризму взяти мотивацію його відвідувачів, тобто мету, з якою вони подорожують і тимчасово перебувають у чужому місці, то мова йде про види туризму. Якщо ми візьмемо за основу для оцінки туризму різні причини та наслідки, що впливають на нього, то мова йде про форми туризму.

До основних видів туризму належать рекреаційний, спортивно-пригодницький, культурний, спа-/оздоровчий та діловий туризм. На практиці види туризму поєднуються різними способами та доповнюють один одного, причому один тип завжди є домінуючим, наприклад, Рекреаційний туризм зазвичай поєднується зі спортивним, оздоровчим та культурним туризмом. Спа-туризм поєднується з культурним та оздоровчим туризмом, діловий туризм – з культурним туризмом тощо.

Форми туризму дозволяють нам точніше визначити характер туризму з точки зору потреб та цілей відвідувачів. Це дозволяє краще підготувати продукт та запропонувати його на ринку цільовим групам відвідувачів. Існує багато форм туризму, і ми розрізняємо їх з різних точок зору:

- 1) з географічної точки зору – внутрішні, національні, іноземні, міжнародні, регіональні,
- 2) за кількістю відвідувачів - індивідуальні, колективні (групові, клубні), масові, екологічні,
- 3) за віком відвідувачів – молодь, сім'я, люди похилого віку,
- 4) за сезоном - сезонні (літні, зимові), міжсезонні, цілорічні,
- 5) за тривалістю участі – екскурсійна, короткострокова, вихідного дня, довгострокова,
- 6) за способом організації – індивідуальна поїздка, організований тур,
- 7) за видами транспорту, що використовуються – залізничний, морський, повітряний, автомобільний туризм, мотоциклетний туризм, караванінг,
- 8) за динамікою – резидентські, мандрівні,
- 9) з соціологічної точки зору – візити до родичів та друзів, соціальні, етнічні,
- 10) за переважним місцем проживання – міське, приміське, сільське, гірське, приморське.

Туристичний відвідувач є носієм попиту та виступає споживачем туристичного продукту – це безкоштовні товари, суспільні блага, послуги та товари. Туристичний об'єкт є носієм пропозиції продукту, що є предметом споживання, і складається з дестинації, туристичних підприємств та установ. Усі, хто бере участь у задоволенні потреб відвідувачів, зобов'язані співпрацювати.

Виникнення та розвиток сучасного туризму передбачає :

- ✓ Можливість вільного пересування людей. Наприклад, туризм не міг би виникнути. у феодализмі, де кріпак був залежним від свого господаря;
- ✓ існування первинної пропозиції (природних та культурних умов), яка є основою для створення продукту як об'єкта споживання в туризмі;
- ✓ рівень технічного, економічного та соціального розвитку, який призводить до:

- ✓ поступове скорочення робочого часу та збільшення позаробочого часу (включаючи вільний час), який населення може вільно використовувати,
- ✓ такий ступінь задоволення основних (біологічних) життєвих потреб, що стає можливим задоволення менш суттєвих (культурних) потреб, що включає також потреби, що задовольняються в туризмі;
- ✓ будівництво необхідних транспортних, житлових, готельних, спортивно-рекреаційних та інших об'єктів для туризму.

Туризм належить до третинного сектору економіки, сфери послуг. Його розуміють як окремий сектор національної економіки, що складається з двох аспектів, а саме як значну частину:

- ✓ споживання населення – шляхом виконання функції відтворення робочої сили, розвитку людської особистості, впливу на знання, освіти та загальну культуру нації
- ✓ національна економіка – у розвитку та забезпеченні туризму бере участь низка секторів національної економіки, які переважно зосереджують свою діяльність на наданні послуг учасникам туризму (сюди входять розміщення, ресторанне харчування, обмін валют, транспорт, туристичні агентства тощо) та сектори, що надають послуги учасникам туризму як свою додаткову діяльність (торгівля, культура, страхування тощо).

Однак в Україні розвиток туризму здійснюється досить повільно. Серед основних проблем, які негативно впливають на розвиток туристичної галузі Західної України, можна віднести:

- маловиразний образ України на туристичному ринку;
- невисокий рівень розвитку туристичної інфраструктури;
- невідповідність засобів розміщення світовим стандартам;
- відсутність дорожніх вказівників і туристично-інформаційних знаків;
- незадовільний стан пам'яток історико-архітектурної спадщини, що не підлягають використанню для туристичних потреб;
- недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму;
- низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг.

Список використаної літератури:

1. Ватутін С. В. Прибуткова турфірма. Київ : Ліра-К, 2013. 208 с.
2. Галасюк С. С., Нездоймінов С. Г. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навч. посіб. Київ : Вид-во «ЦУЛ», 2013. 178 с.
3. Герасименко В. Г., Михайлюк О. Л. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
4. Головка О. М. Організація готельного господарства : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 338 с.
5. Городня Т. А., Щербак А. Ф. Економіка туризму: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Кондор, 2012. 436 с.

6. Господарський Кодекс України : Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст. 144.
7. Грищенко О. Ф., Косторнова С. О. Дослідження перспектив використання зеленого маркетингу в туризмі. Ефективна економіка. 2017. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5723>.
8. Гурбик Ю. Ю. Сучасні проблеми державного фінансування туристичної сфери економіки. Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електр. наук. фах. вид. Вип 1 (12). Дніпро, 2018. С. 67-71.
9. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації : дисер. ... д-ра екон. наук : 08.00.03 / Донецький нац. ун-т економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського, ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля». Дніпро, 2017. 439 с.
10. Гризовська Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. Економіка та управління підприємствами. Вип. 26-1. 2018. С. 115-118.
11. Давидова О. Г. Державне регулювання розвитку туристичної діяльності в Україні : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.03. ВНЗ Укоопспілки „Полтавський університет економіки і торгівлі”. Полтава, 2013. 20 с.
12. Давидова О. Напрями вдосконалення державного регулювання туристичної діяльності в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2014. Вип. 8 (161). С. 65-70.
13. Данько Н. І., Курінна С. С. Сучасні тенденції маркетингу на туристичних підприємствах. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2018. Вип. 7. С. 102–108.
14. Діджитал-маркетинг: навч.-метод. комплекс дисц. : навч. посіб. / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; авт. : Н. Л. Писаренко. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2020. 100 с.

АНАЛІЗ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ

***Науменко І. О., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності Менеджмент***

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Оліховська М. В., к.е.н., доц.

завідувачка кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

«Привабливість підприємства – це узагальнена характеристика, що відображає ступінь його здатності викликати інтерес з боку потенційних інвесторів, партнерів, клієнтів, персоналу, фінансових установ. Вона ґрунтується

на поєднанні економічних, організаційних, маркетингових, соціальних та інноваційних чинників» [3].

Отже, своїми словами, вважаємо, що привабливість фірми – це здатність підприємства викликати позитивне сприйняття у зовнішнього та внутрішнього середовища (споживачів, партнерів, інвесторів, працівників) на основі своїх характеристик, репутації, фінансових показників, якості продукції, інноваційності тощо.

Виділимо головні риси привабливого підприємства:

- ✓ має стабільні фінансові результати;
- ✓ володіє позитивною репутацією;
- ✓ демонструє ефективне управління;
- ✓ забезпечує умови для розвитку працівників;
- ✓ є відкритим до інновацій та інвестицій.

Тобто, вважаємо, що привабливість фірми – це сукупність характеристик, які формують позитивне сприйняття компанії як ефективного, надійного, перспективного та зручного партнера чи постачальника товарів/послуг

Головні сфери підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця «САЛО Роман Миколайович»:

- ❖ Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів;
- ❖ Установлення та монтаж машин і устаткування;
- ❖ Інші види роздрібної торгівлі поза магазинами;
- ❖ Консультування з питань інформатизації.

ФОП «САЛО Роман Миколайович» реалізує товари, роботи, послуги по цінам і тарифам, що встановлюються самостійно або на договірній основі, згідно з чинним законодавством.

Організаційна структура ФОП «САЛО Роман Миколайович» зображена на рис. 1.

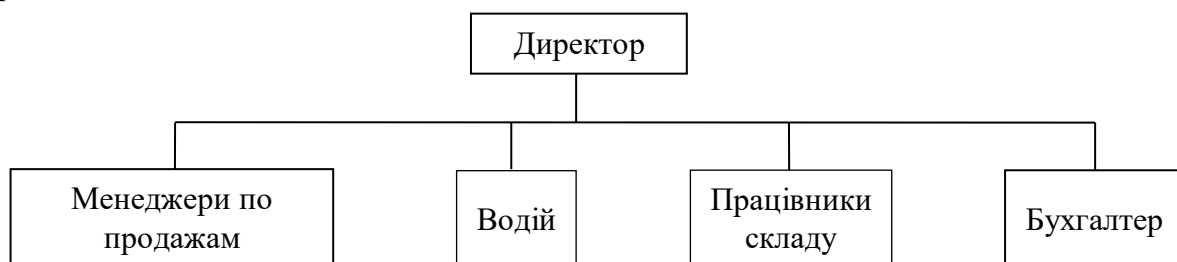


Рис.1. Організаційна структура ФОП «САЛО Роман Миколайович»

Керівництво поточною діяльністю підприємства покладено на директора підприємства, який і є його засновником.

Повноваження керівника підприємства:

- вирішення усіх питань діяльності підприємства;
- представництво підприємства в Україні та за її межами;
- оформлення усіх документів, необхідних для забезпечення діяльності підприємства;
- видача наказів, розпоряджень і доручень;
- прийняття на роботу і звільнення з роботи працівників, встановлення посадових окладів, заохочення працівників, які відзначились, накладення

дисциплінарних стягнень;

- прийняття управлінських рішень.

Директор ФОП «САЛО Роман Миколайович» несе особисту відповідальність в межах, передбачених трудовим договором та чинним законодавством за виконання покладених на нього завдань.

До повноважень менеджерів входить пошук нових клієнтів, приймання замовлення, як через телефон так і у електронному вигляді, опрацювання замовлення, виписування накладних та передача їх на склад, один із менеджерів здійснює також доставку замовлених товарів.

Як зазначали автори [4, 9, 11, 15] і ми з ними погоджуємось, що: «SWOT-аналіз є важливим інструментом стратегічного управління, що використовується для вибору оптимальної стратегії розвитку підприємства та прийняття раціональних управлінських рішень».

Отже, на нашу думку, методологія SWOT-аналізу передбачає спочатку виявлення сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, після цього встановлення зв'язків між ними, які в подальшому можуть бути використані для формування стратегії організації.

При проведенні SWOT-аналізу необхідно визначити не тільки можливості та загрози зовнішнього середовища організації, але й виявити ймовірність використання та вплив обраних можливостей та загроз на результати діяльності організації.

Використання цього методу відіграє важливу роль перш за все у прийнятті раціональних управлінських рішень щодо визначення напрямку розвитку підприємства в майбутньому, а також для діагностування привабливості та формування іміджу організації на майбутнє.

За результатами аналізу виявлено позитивні та негативні сторони, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства. Проведений SWOT-аналіз дає можливість виявити та запобігти ризиків, які чекають на фірму в момент розширення і удосконалення своєї діяльності.

Наразі транспортно-ремонтна галузь машинобудування є найперспективнішою на економічному ринку ринку в час військового стану з рф, але незважаючи на те, як і в кожній галузі, є свої проблеми та непередбачені моменти (митна та податкова політика), а також проблеми в політичному управлінні цієї галузі.

Ми провели загальний SWOT-аналізу ФОП «Сало Роман Миколайовича» і подали це у таблиці 1.

Застосовуючи метод SWOT, вдалося встановити зв'язки між силою і слабкістю, які властиві організації, і зовнішніми загрозами і можливостями.

SWOT-аналіз ФОП «САЛО Роман Миколайович» показує, що сильних сторін набагато більше, ніж слабких. Відповідно підприємства має на меті далі вдосконалюватися, розширювати свій ринок збуту та максимально задовольняти своїх клієнтів.

Таблиця 1

SWOT-аналіз ФОП «САЛО Роман Миколайович»

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - сильна позиція, добре знаний лідер на ринку монтажно-ремонтних виробів - висока репутація - достатні фінансові ресурси - наявність розвиненої дистрибуторської мережі (представленість у регіонах) - висока якість продукції - постійне оновлення асортименту - наявність постійного постачальника - сировини - зручне розташування підприємства в містах, де розвинена транспортна інфраструктура - використання потужних маркетингових заходів - потужний логістичний центр - сертифікати якості - висококваліфікований персонал 	<ul style="list-style-type: none"> - не весь асортимент продукції користується попитом серед споживачів - залежність від закордонних постачальників - залежність від нестабільного курсу національної валюти - слабка диверсифікація продукції - мала популярність бренду в області
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> - вихід на новий ринок - попит на нову продукцію - соціально-політична стабільність населення - розвиток економіки країни - зростання потреб у ремонтних роботах - збільшення імпорту вживаних машин - зниження цін на електричне авто - надходження великомасштабних замовлень ремонтних робіт для засобів ЗСУ - розробка продукції для нової групи споживачів 	<ul style="list-style-type: none"> - інфляція - зниження рівня доходу - політична нестабільність - поява нових конкурентів на ринку - збої у поставках сировини із-за кордону - форс-мажорні обставини - недобросовісна конкуренція - військовий стан в країні

Джерело: складено автором

Але є також і слабкі сторони. Серед таких проблем можна відзначити високу собівартість продукції, залежність від закордонних постачальників,

зниження рівня доходу населення, політична нестабільність, військовий стан в країні, мала популярність бренду в області. Наступною проблемою товариства є матеріаломісткість, адже основну частину собівартості продукції займають витрати на матеріали. І можливо бути таке, що через зростання цін на основну сировину збільшиться вартість готової продукції, а доходи споживачів будуть зростати значно меншими темпами, що призведе до зниження попиту на окремі види робіт чи засобів.

Що ж стосується слабких сторін, то підприємству варто направити свої зусилля на залучення додаткових інвестицій. Необхідно інформувати своїх потенційних споживачів про зміни, що мають місце в процесі функціонування будь-якого виробництва. Йдеться про зміну асортименту продукції, вдосконалення наявної тощо.

Наступною проблемою є те, що сучасний ринок капіталу перебуває у стадії становлення. Тому основна частина повинна надходити від іноземних інвесторів. В минулому інвестори закривали очі на слабкість корпоративного правління в Україні, але зараз через високий рівень ризику ситуація змінилася. Тому слабким моментом є те, що важко залучити додаткові кошти інвесторів. Що ж стосується слабких сторін, то є малий відсоток залучення додаткових інвестицій. У даному випадку підприємству варто обрати стратегію зростання. Оскільки його репутація на ринку уже сформована на досить не поганому рівні, проте мала популярність бренду в області цього підприємства все ж відчувається.

«Привабливість підприємства – це узагальнена характеристика, що відображає ступінь його здатності викликати інтерес з боку потенційних інвесторів, партнерів, клієнтів, персоналу, фінансових установ. Вона ґрунтується на поєднанні економічних, організаційних, маркетингових, соціальних та інноваційних чинників» [13].

Отже, своїми словами, вважаємо, що привабливість фірми — це здатність підприємства викликати позитивне сприйняття у зовнішнього та внутрішнього середовища (споживачів, партнерів, інвесторів, працівників) на основі своїх характеристик, репутації, фінансових показників, якості продукції, інноваційності тощо.

На нашу думку, виділяємо головну роль привабливості фірми на ринку функціонування:

1. Конкурентна перевага - приваблива компанія легше завойовує довіру ринку, навіть у ситуації, коли її ціни дещо вищі, ніж у конкурентів.
2. Залучення клієнтів - сильний бренд і позитивний імідж значно підвищують ймовірність купівлі саме цієї продукції.
3. Інвестиційна привабливість - фірми з позитивною репутацією частіше стають об'єктом уваги інвесторів.
4. Партнерство та співпраця - потенційні бізнес-партнери охочіше співпрацюють із компаніями, які мають високий рівень ринкової привабливості.
5. Утримання працівників - робота у привабливій компанії є престижною, що знижує рівень плинності кадрів.
6. Антикризова стійкість - позитивний імідж формує довіру до компанії у критичних ситуаціях, дозволяючи їй швидше відновлювати позиції.

У довгостроковій перспективі саме ті компанії, які працюють над підвищенням своєї привабливості на всіх рівнях, отримують стратегічну перевагу та стійкі позиції на ринку.

- ✓ SWOT-аналіз – визначає сильні, слабкі сторони, можливості і загрози;
- ✓ Метод експертних оцінок – залучення фахівців для визначення якісних характеристик;
- ✓ Бенчмаркінг – порівняння з провідними підприємствами галузі;
- ✓ Метод інтегральної оцінки – зведення показників у єдиний індекс привабливості;
- ✓ Фінансово-економічний аналіз – аналіз основних коефіцієнтів діяльності;
- ✓ PEST-аналіз – вивчення зовнішнього середовища впливу на підприємство.

SWOT-аналіз ФОП «САЛО Роман Миколайович» показує, що сильних сторін набагато більше, ніж слабких. Відповідно підприємства має на меті далі вдосконалюватися, розширювати свій ринок збуту та максимально задовольняти своїх клієнтів.

Список використаної літератури:

1. Жук Є. О. Управління виробничим потенціалом підприємства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2016. № 5 (77). С. 101-106.
2. Захарчин Г. М., Юринець О. В. Основи підприємництва: культура, технологія, відповідальність : навч. посіб. Київ : Знання, 2015. 254 с.
3. Захожай В. Б., Казак О. О. Моделювання управління інвестиційною діяльністю машинобудівних підприємств на базі виробничих функцій. *Наукові праці МАУП*. 2016. № 48. С. 143-153.
4. Злупко С. М., Стефанишин О. В., Швайка Л. А. Підприємництво: основи, особливості, механізми : навч. посіб. Львів : Нац. ун-т ім. І. Франка, 2017. 370 с.
5. Іванілов О. С. Економіка підприємства : підручник. Київ : ЦУЛ, 2021. 728 с.
6. Казак О. О. Моделювання ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7694>
7. Карінцева О. І., Харченко М. О., Мазін Ю. О., Пономарьова Г. С. Підвищення ефективності бізнес-процесів на виробничому підприємстві. *Механізм регулювання економіки*, 2020. № 4. URL : <https://doi.org/10.21272/mer.2020.90.04>
8. Кащена Н. Б., Гаркуша Н. М., Сідорова Т. О., Лисак Г. Г. Аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. Харків : ХДУХТ, 2014. 536 с.
9. Коленда Н. Виробнича стратегія підприємства: класифікація та види. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2017. Вип. 23 (1). С. 103-107.

10. Короткова К. О. Виробнича та операційна діяльність: сучасні трактування сутності та співвідношення понять. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2012. № 4. С. 29-34.
11. Кравченко О. С. Ризикостійкість як передумова ефективного розвитку підприємства: індикатори визначення та методика діагностики. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки*. 2013. № 4. С. 81-90.
12. Макалюк І. В., Кабанець В. А. Сутність та роль технічного переоснащення на виробничому підприємстві. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*. 2018. Вип. 21. С. 77-86.
13. Максименко І. Я., Іванченко А. Г. Особливості обліку виробничих запасів в управлінні діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7266>
14. Михайленко О. В., Комарицька Н. І. Розроблення операційної стратегії підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 176-179. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_1_2017ua/41.pdf
15. Небава М. І., Адлер О. О., Лесько О. Й. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства : навч. посіб. Ч. 1. Вінниця : ВНТУ, 2011. 117 с.
16. Олійник А. С., Тургеля Ю. С., Соколовська Ю. Є. Виробничо-маркетингові стратегії антикризового управління. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 19-20. С. 110-116.
17. Омеляненко Т. В. Виробнича стратегія підприємства : монографія. Київ : КНЕУ, 2013. 277 с.
18. Парій О. М. Організаційна культура як важлива складова системи управління підприємствами. *Інноваційна економіка*. 2018. № 3-4 (74). С. 66-74.
19. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. 168 с.
20. Підприємництво як чинник розвитку інноваційної моделі економіки України та її регіонів : монографія / за заг. ред. к.е.н., проф. Кривов'язюка І. В. Київ : ВД «Кондор», 2020. 172 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

***Гаврих І. А., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Менеджмент***

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Оліховська М. В., к.е.н., доц.

завідувачка кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

У сучасних умовах розвитку економіки успіх діяльності підприємства значною мірою залежить від того, наскільки добре налагоджена система внутрішніх та зовнішніх комунікацій. Саме тому завдяки якісному обміну

інформацією між структурними підрозділами, працівників різного рівня стає можливим своєчасне прийняття управлінських рішень, узгоджень дій та досягнення стратегічних цілей. Проте на багатьох українських підприємствах, особливо у виробничій галузі, система комунікацій залишається роз'єднаною, недостатньо гнучкою та адаптивною до зовнішнього середовища. Це знижує загальну ефективність управління, що є причиною конфліктів, дублювання функцій та інформаційних втрат. Отже, удосконалення системи комунікаційних зв'язків є необхідним напрямом підвищення ефективності управління на підприємстві.

Дослідженнями управлінських комунікацій займалися чимало вітчизняних та зарубіжних науковців, і кожен з них звертав увагу на різні аспекти комунікацій в організації. Зокрема, Ю. А. Боднар і Н. І. Легінькова [1; 2] наголошують: «Обмін інформацією всередині підприємства може впливати на формування конкретних цілей підприємства та швидкість їх реалізації». Вони визначають комунікацію як «одну із складових сучасного суспільства, що є основним аспектом соціальної взаємодії та однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності».

Отже, важливість обміну інформацією в управлінському процесі не викликає сумніву, оскільки це є ключовим для досягнення оперативності та ефективності на підприємстві.

У своїх роботах науковці також зазначають, що комунікація є основною для формування корпоративної культури, сприяє поліпшенню взаємодії між працівниками, а також забезпечує належний рівень зворотного зв'язку, що в свою чергу, дозволяє коригувати стратегічні рішення.

Проте на нашу думку, не зважаючи на незвичайний внесок досліджень науковцями, але є й досі невирішені питання, комунікаційних процесів на різних типах підприємств, таких як вугледобувні чи гірничодобувні. Ці підприємства, вимагають особливих підходів до організації обміну інформацією, таких як складні умови праці, великі виробничі масштаби та розподілені працівники у різних точках підприємства. Потрібно визначити, як покращити комунікації на таких підприємствах для підвищення ефективності управління.

Дослідження управлінських комунікацій на вугледобувних підприємствах є неповними, тому що досі науковці зосереджувалися на теоретичних аспектах чи лише на окремих сферах підприємств, не враховуючи специфіку галузей таких як вугледобувна.

Метою цього дослідження є вивчення можливостей удосконалення системи комунікаційних зв'язків на підприємствах вугледобувної галузі шляхом аналізу існуючих проблем та розробки практичних рекомендацій для покращення інформаційного обміну між працівниками і підвищення ефективності управлінських рішень.

Для досягнення цієї мети було поставлено такі завдання:

1. Дослідити теоретичні підходи до організації управлінських комунікацій;
2. Проаналізувати поточний стан комунікаційної системи на підприємстві;
3. Виявити основні проблеми у внутрішньому середовищі.

4. Запропонувати практичні заходи для покращення та підвищення комунікаційної культури працівників.

У процесі нашого дослідження було здійснено аналіз комунікаційної структури на підприємстві. Те, що на підприємстві переважає вертикальний тип комунікації - це коли інформація передається від керівника до підлеглого, а горизонтальний тип комунікації між підрозділами розвинений слабо. І це спричиняє затримку передачі і дублюванні інформації, прийняття рішень, та погане розуміння цілей.

А зокрема було виявлено кілька ключових проблем.

1. Нестача цифрових інструментів зв'язку, та це змушує працівників вести паперову документацію, і до усних узгоджень;
2. Відсутність зручної системи для обміну інформацією між підрозділами;
3. Слабка комунікаційна культура де працівники не завжди вчасно передають інформацію;
4. Недостатній рівень зворотного зв'язку між керівниками і підлеглими.

У зв'язку із визначеними проблемами, пропонуємо заходи, що, на нашу думку, можуть сприяти покращенню комунікаційної системи підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Запропоновані заходи та очікувані результати для покращення комунікаційної системи на підприємстві

Заходи	Результат очікування
Впровадження зручної системи або порталу.	Скорочення на передачу інформації, прозорість процесів.
Навчання працівників комунікаційній етиці.	Зменшення конфліктів та покращення передачу інформації.
Наприклад створити канал зворотного зв'язку	Підвищення довіри та швидко реагувати на проблеми
Регулярні інструктажі	Краще розуміння єдності команди та цілей підприємства.

У таблиці наведено основні, які, на нашу думку, доцільно запровадити для покращення системи комунікаційних зв'язків на підприємстві. Запропоновані дії базуються на результатах аналізу практичного функціонування підприємства, а також на узагальнених положеннях сучасної наукової літератури з питань управлінських рішень.

Дослідження яке було проведено підтвердило, що ефективна система комунікацій на підприємстві стосується не лише технології, а й культури взаємодії між працівниками. Іноді застарілі форми обміну інформацією, можуть нести недостатній рівень взаєморозуміння між відділами, а відсутність цифрових платформ значно знижують продуктивність та створюють управлінські помилки.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш глибокому аналізі бар'єрів комунікації, вивченні ефективності і впровадження цифрових платформ у вугледобувній галузі.

Список використаної літератури:

1. Бондар Ю.А., Легінькова Н.І. Особливості комунікаційного процесу в управлінні підприємством. *Науковий вісник Льотної академії. Серія: Економіка, менеджмент та право* : збірник наукових праць. гол. ред. М.С. Письменна. Кропивницький: ЛА НАУ, Вип. 3,4 2021. URL : <https://fmnzb.sfa.org.ua/wp-content/uploads/2021/05/3.pdf>
2. Інтернет джерело. URL : https://dspace.sfa.org.ua/handle/123456789/1358?utm_source=chatgpt.com
3. Інтернет джерело. URL : https://www.vspu.edu.ua/science/art/a152.pdf?utm_source=chatgpt.com

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пославська Г. М., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Оліховський В. Я., к.е.н.,

доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Досліджуючи наукову літературу різних авторів [1, 4, 5-6, 15-17] про методи прийняття управлінських рішень, пропонуємо розглянути їх у такій послідовності:

1. Перший метод: інтуїтивний – базується на досвіді та чуттях менеджера. «Інтуїтивне прийняття рішень – це метод, коли рішення ухвалюється не шляхом логічного аналізу чи глибоких розрахунків, а на основі внутрішнього чуття, досвіду, передчуття або миттєвого розуміння ситуації» [3].

Погоджуємось із думками Григораша О. В. [3], Злупко С. М., Стефанишин О. В., Швайка Л. А. [6] про те, що: «Інтуїція – це здатність людини швидко і несвідомо формувати правильні судження або вибирати оптимальний варіант на основі накопиченого досвіду, знань, емоційної пам'яті і підсвідомих зв'язків. Часто це відчувається як «впевненість без пояснень».

На нашу думку, характерні риси інтуїтивного методу це:

- ✓ Рішення приймається швидко – майже миттєво;
 - ✓ Відсутність глибокого аналізу – не завжди обґрунтовується логікою;
 - ✓ Базується на особистому досвіді керівника;
 - ✓ Часто застосовується у стресових або невизначених ситуаціях, коли немає часу на аналіз;
- ✓ Може виглядати як випадковий вибір, але має глибоке підґрунтя в підсвідомості.
 - ✓ Коли застосовується інтуїтивний метод?
 - ✓ У ситуаціях, коли час обмежений, а діяти треба негайно;
 - ✓ При недостатній або суперечливій інформації;

- ✓ Коли рішення потрібно ухвалити в унікальних або нових умовах, де немає типових алгоритмів;
- ✓ Якщо керівник має високий рівень експертності у певній сфері;
- ✓ У сферах, де емоційний інтелект та «відчуття» ситуації мають велике значення (наприклад, HR, маркетинг, управління людьми).

Наголошуємо, що перевагами інтуїтивного методу є:

1. Швидкість – дозволяє миттєво реагувати на ситуацію;
2. Гнучкість – добре працює там, де стандартні підходи не ефективні;
3. Досвід як основа – рішення базується на практичному знанні;
4. Інноваційність – може приводити до креативних та нестандартних рішень.

Як стверджували у своїй спільній праці Злупко С. М., Стефанишин О. В., Швайка Л. А. [6] недоліками інтуїтивного методу є:

1. Високий ризик помилки – особливо без належного досвіду;
2. Суб'єктивність – рішення може бути упередженим;
3. Труднощі з обґрунтуванням – складно пояснити логіку дій колегам або підлеглим;
4. Залежність від особистих якостей – ефективність сильно залежить від особистості керівника.

Уявімо, що керівник торговельної компанії має кілька потенційних партнерів для угоди. На папері всі мають однакові умови, але він обирає одного з них, бо «відчуває, що з ним буде легше працювати». Через деякий час інші партнери справді показали себе менш надійними. Хоча вибір здавався нелогічним, він виявився правильним.

Вважаємо, що інтуїцію слід використовувати особливо ефективно тоді, коли:

- ✓ Якщо менеджер має 10+ років досвіду у певній сфері;
- ✓ Якщо він часто зустрічав подібні ситуації у минулому;
- ✓ Якщо має розвинений емоційний інтелект і швидко "зчитує" людей і обставини;
- ✓ Якщо вміє аналізувати власну інтуїцію постфактум, щоб розвивати її далі.

Як зазначено автором [4]: «Інтуїтивний метод — це не просто вгадування, а форма несвідомого аналізу, що ґрунтується на багаторічному досвіді, знаннях та емоційних реакціях. Це цінний інструмент у руках досвідченого керівника, однак він повинен доповнюватися іншими методами прийняття рішень для зниження ризиків і підвищення обґрунтованості вибору».

2. Другий метод: раціональний – логічний аналіз альтернатив.

Михайленко О. В., Комарицька Н. І. [10] зазначали, що: «Раціональний метод – це логічний, систематичний і аналітичний підхід до вибору оптимального рішення на основі чітко визначеної інформації, оцінки альтернатив та об'єктивного аналізу наслідків».

Цей метод вважається класичним і широко використовується у менеджменті, особливо в ситуаціях, коли:

- ✓ є час на обмірковування,

- ✓ є достатня інформація,
- ✓ потрібно приймати виважене, обґрунтоване та ефективне рішення.

На нашу думку, основними рисами раціонального методу є:

- ✓ Базується на фактах, даних, логіці;
- ✓ Вимагає поетапного аналізу ситуації;
- ✓ Дає змогу порівнювати альтернативи на основі чітких критеріїв;
- ✓ Є формальним і структурованим підходом;
- ✓ Орієнтований на оптимальний результат.

Педько А. Б. [12] зазначив, що раціональний підхід передбачає послідовне проходження таких етапів:

1. Визначення проблеми – Чітке формулювання суті проблеми або завдання. Приклад: "Падає рівень продажів у певному регіоні".

2. Збір і аналіз інформації – Аналіз причин, впливових факторів, внутрішніх і зовнішніх даних. Наприклад: аналіз ринку, конкурентів, поведінки клієнтів.

3. Формування можливих альтернатив – Визначення кількох варіантів дій. Наприклад: знижки, зміна каналу продажів, запуск реклами.

4. Оцінка альтернатив – Порівняння варіантів за критеріями: вартість, ефективність, час реалізації, ризики.

5. Вибір найкращого варіанту – Прийняття рішення на основі аналізу.

6. Реалізація обраного варіанту – Впровадження рішення у практичну діяльність.

7. Контроль і оцінка результатів – Визначення ефективності прийнятого рішення, коригування у разі потреби.

Професори Гаврись О. М., проф. Погорелова М. І. [5] зазначили у своїй спільній праці про те, що інструменти раціонального методу використовують різні менеджерські інструменти, наприклад:

- ✓ SWOT-аналіз (сильні/слабкі сторони, можливості/загрози);
- ✓ PEST-аналіз (оцінка політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів);
- ✓ Аналіз витрат і вигод (Cost-benefit analysis);
- ✓ Дерева рішень;
- ✓ Матриці прийняття рішень (наприклад, за критеріями важливості);
- ✓ Сценарне планування;
- ✓ ABC-аналіз, Pareto-аналіз тощо.

Як зазначав автор [8] перевагами раціонального методу є:

- ✓ Обґрунтованість – рішення підкріплене даними та аналізом.
- ✓ Прозорість – кожен етап можна пояснити, а рішення – відстежити.
- ✓ Зниження ризиків – детальний аналіз мінімізує ймовірність помилки.
- ✓ Можливість навчання – дає змогу аналізувати помилки і вдосконалювати процес.

Варто згадати твердження Вальчук В. О [2] недоліками раціонального методу є:

- ✓ Тривалість – потребує значного часу на збір і обробку інформації.

✓ Залежність від якості даних – неточні або неповні дані ведуть до хибних рішень.

✓ Недостатня гнучкість – у швидкоплинних ситуаціях може бути запізнілим.

✓ Складність у креативних завданнях – не завжди підходить для вирішення

проблем, де потрібна інтуїція чи нестандартне мислення.

Приклад застосування раціонального методу

Ситуація: Компанія вирішує, в який регіон інвестувати у відкриття нового магазину.

Етапи:

1. Збирається статистика: купівельна спроможність, щільність населення, конкуренція.

2. Формуються 3 варіанти (Київ, Львів, Дніпро).

3. Оцінюється кожен за критеріями: вартість оренди, обсяг потенційних клієнтів, логістика.

4. Складається рейтинг за бальною системою.

5. Обирається регіон з найвищим балом.

6. Рішення реалізується.

7. Через 6 місяців аналізується рентабельність відкриття магазину.

Вважаємо, що найкраще застосовувати раціональний метод?

- У стратегічному плануванні;
- При прийнятті фінансових, інвестиційних, маркетингових рішень;
- Коли потрібно документально обґрунтувати рішення перед керівництвом або партнерами;

- У ситуаціях з високою складністю та високим ризиком;

- Коли є достатньо часу і ресурсів для аналізу.

Погоджуємось з думкою Гнат'єва Т. М., Лівінський А. І. [3] про те, що раціональний метод — це «золотий стандарт» у менеджменті, який дозволяє ухвалювати зважені, об'єктивні та логічно обґрунтовані рішення. Це універсальний підхід, що працює в більшості бізнес-ситуацій, особливо там, де помилка може дорого коштувати.

1. Колективний – залучення команди для спільного вирішення.

Колективний метод прийняття рішень

«Колективне прийняття рішень – це метод, за якого рішення ухвалюється не одноосібно, а групою людей: командою, відділом, комісією, робочою групою, радою тощо. Усі учасники залучені до обговорення проблеми, генерування ідей, оцінки альтернатив та вибору оптимального варіанту.

Основна ідея полягає у використанні сумарного інтелекту та різноманітного досвіду групи осіб для ухвалення найбільш збалансованого та ефективного рішення. Це дозволяє уникнути упередженості, розширює кут зору на проблему і підвищує прийняття рішення всіма залученими сторонами» [9].

Як відомо, учасниками колективного процесу є:

- ✓ Менеджери та керівники різних рівнів;

- ✓ Експерти у відповідній сфері;

- ✓ Представники функціональних підрозділів;
 - ✓ Співробітники, яких стосується проблема або рішення.
2. Евристичний – креативний підхід з використанням нестандартних ідей.

Евристика – це метод прийняття рішень, що базується на спрощених правилах, інтуїтивних судженнях, досвіді та «здоровому глузді». Це не алгоритм у математичному сенсі, а швидкий спосіб знаходження задовільного (але не обов'язково оптимального) рішення у складних або нестандартних ситуаціях.

Ключова ідея: замість довгих обчислень і аналізу — практичне скорочення шляху до результату за допомогою досвіду, шаблонів і припущень.

«Евристичний метод – це підхід до вирішення проблем, коли ми не маємо повної інформації, або часу мало, а діяти треба швидко, тому ми спираємося на досвід, інтуїцію, аналогії або попередні шаблони» [17].

Ми дослідили як працює евристика у прийнятті рішень, виділяємо етапи:

1. Визначення ситуації: менеджер стикається з проблемою або потребою у рішенні.
2. Аналіз аналогій: чи була схожа ситуація раніше? Який був результат?
3. Застосування правила/шаблону: використовується вже відоме рішення або модифікується під нову ситуацію.
4. Швидке прийняття рішення: без детального аналізу всіх альтернатив.
5. Оцінка «на око»: «Якщо схоже працювало раніше — має спрацювати і зараз».

Вважаємо, що управлінське рішення — це вибір альтернативи дії з кількох можливих варіантів, який ухвалюється керівником або менеджером з метою досягнення конкретних цілей організації.

Виділимо основні ознаки управлінського рішення:

- ✓ наявність проблемної ситуації або завдання;
- ✓ потреба в виборі з кількох альтернатив;
- ✓ спрямованість на досягнення цілей;
- ✓ формальність або неформальність прийняття;
- ✓ відповідальність за результати [3].

На нашу думку, основна роль управлінських рішень у менеджменті організацій полягає у:

- ✓ Забезпечують упорядкованість дій в організації;
- ✓ Визначають напрям розвитку;
- ✓ Впливають на морально-психологічний клімат в колективі;
- ✓ Формують взаємодію з зовнішнім середовищем;
- ✓ Відповідають за досягнення стратегічних і оперативних цілей.

Список використаної літератури:

1. Безкоровайна Л. В. Система комплексного управління виробничими витратами. *Економіка: проблеми теорії та практики* : зб. наук. праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2002. Вип. 119. С. 25-29.
2. Вальчук В. О. Управління збутовою діяльністю виробничого підприємства. *Актуальні проблеми вітчизняної економіки, підприємництва та управління на сучасному етапі (ч. 2)* : мат. доп. V Ювіл. наук.-практ. конф. студ.

та молодих вчен. з міжн. участю (м. Тернопіль, 12 лист. 2020 р.). Тернопіль, 2020. С. 352-355.

3. Гнатьєва Т. М., Лівінський А. І. Методологічне забезпечення виробничого потенціалу підприємств аграрного виробництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 5. С. 25-31.

4. Господарський Кодекс України : Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р. Відомості Верховної Ради України (ВВР). 2003. № 18, № 19-20, № 21-22. Ст. 144.

5. Економіка і маркетинг виробничо-підприємницької діяльності : навч. посіб. / за ред. проф. Перерви П. Г., проф. Гаврись О. М., проф. Погорелова М. І. Харків : НТУ „ХПІ”, 2003. 632 с.

6. Злупко С. М., Стефанишин О. В., Швайка Л. А. Підприємництво: основи, особливості, механізми : навч. посіб. Львів : Нац. ун-т ім. І. Франка, 2017. 370 с.

7. Казак О. О. Моделювання ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7694>

8. Кащена Н. Б., Гаркуша Н. М., Сідорова Т. О., Лисак Г. Г. Аналіз господарської діяльності підприємства : навч. посіб. Харків : ХДУХТ, 2014. 536 с.

9. Кравченко О. С. Ризикостійкість як передумова ефективного розвитку підприємства: індикатори визначення та методика діагностики. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки*. 2013. № 4. С. 81-90.

10. Михайленко О. В., Комарицька Н. І. Розроблення операційної стратегії підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. Вип. 16. Ч. 1. С. 176-179. URL : http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/16_1_2017ua/41.pdf

11. Небава М. І., Адлер О. О., Лесько О. Й. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства : навч. посіб. Ч. 1. Вінниця : ВНТУ, 2011. 117 с.

12. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес культури : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2019. 168 с.

13. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців : Закон України від 15 травня 2003 р. № 755-IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 15. Ст. 203.

14. Про підприємства в Україні : Закон України № 887-ХІІ від 27.03.1991 р. Відомості Верховної Ради України. 1991. № 24. Ст. 272.

15. Пуцентейло П. Р., Гуменюк О. О. Детермінанти аналітичного забезпечення процесу управління діяльністю підприємства. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління»*. Вип. 34. Київ : ДЕТУТ, 2015. С. 402-414.

16. Радіонова Н. Й. Організаційні аспекти формування механізму управління витратами на виробничому підприємстві. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2018. № 1 (86). С. 101-106.

17. Сахно Є. Ю. Менеджмент малих та середніх підприємств : навч. посіб. Київ : ВД «Кондор», 2020. 342 с.

РОЗВИТОК БРЕНДУ ЯК ІНСТРУМЕНТА КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ

Стебельський А. І., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності «Менеджмент»

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Рішняк О. Р., ст. викладач

кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Роль бренду як сучасної форми забезпечення конкурентоспроможності підприємства досліджуються американськими вченими ще з другої половини ХХ століття. З розвитком індустріалізації, коли почали з'являтися аналогічні, схожі товари за своїми характеристиками власники підприємств почали здійснювати пошук таких маркетингових продуктів, які будуть відрізняти даний товар від всіх інших при цьому, щоб зростало бажання споживача купити саме цей товар.

Вагомий внесок у розвиток методології та практики використання брендингу суб'єктами господарювання здійснили такі вітчизняні та зарубіжні вчені: Д. Аакер, В. Амбросов, А. Бадьїн, В. Бойко, А. Випперфюрт, С. Гаркавенко, Т. Геда, О. Годін, Дж. Грант, С. Девіс, С. Димитрова, П. Дойль, Н. Капферер, Ф. Котлер, Б. Карлоф, М. Марк, Б. Мельник, К. Пірсон, Л. Радкевич, Л. Райс, П. Темпорал, А. Уїллер та інші.

Термін «бренд» походить від давньогрецького і означає «випалювання», так у стародавньому світі бренд означав клеймо, яке випалювали на великій рогатій худобі і тим самим позначали кому вона належить для ідентифікації її власника.

Сучасний маркетинг настільки захопився розвитком бренду у США, що він за досить короткий термін часу розвинувся та модифікувався до нових вимог ринкової економіки. Успішний бренд запорука довготривалих, стабільних відносин з покупцем, його лояльність до продукту та бажання його отримати при цьому задовольнити свої емоції, відчути унікальність та особливість.

Американський економіст Томсон сказав «добре розрекламований бренд схожий на особистого товариша». На початку 60-х років ХХ століття в США починає набувати популярності серед корпорацій формування та розвиток бренду компанії. Бренд слугує основною характеристикою товару за назвою, покупці почувши назву товару вже можуть охарактеризувати його за ціною, якістю, популярністю та бажанням більшості отримати цей товар (попит на продукцію) [1].

Ф. Котлер наголошував на тому, що «бренд – це обов'язок продавця надати покупцеві певний набір властивостей товару, переваг та послуг, а також гарантії якості» [1].

Американські маркетологи у поняття бренду вкладали – прихильність споживача до товару, довіра та відданість торговій марці покупців, бажання

першими отримати нові випуски продуктів. Брендом також можна назвати якість товарів та відчуття задоволення від використання продукту протягом тривалого періоду.

Американська школа економістів та маркетологів зрозуміли, наскільки важливим для збільшення кількості продаж не тільки у середині країни, а й закордоном є брендинг продукції компанії. Більшість корпорацій починають формувати та розвивати свій бренд, відчуття значимості під час використання певного продукту покупцями.

Українські вчені, а саме С. Велешук досліджує : «бренд – це сукупність характеристик товару (його атрибутів, уявлень і знань споживачів про товар), елементів торгової марки (логотип, назва та звуковий ряд) і товарного знака (юридичний аспект)» [2].

БРЕНД = Знання торгової марки + Цінність торгової марки

Бренд характеризується такими ознаками:

- індивідуальність бренду;
- функціональне наповнення;
- висока стабільна якість;
- філософія торгової марки;
- відомі люди постійні покупці;
- обмежена лінія асортименту продукції;
- особливі форми купівлі продукції;
- емоційні характеристики, які проявляються через постійних клієнтів;
- словесна частина торгової марки;
- брендів знак, який є досить популярним та розрекламованим;
- цінова політика бренду.

Споживач завжди націлений отримати якісний продукт, якість у споживачів ототожнюється з брендом, який може задовольнити їхні очікування та бажання. Задоволеність після покупки товару чи послуги впливає на лояльність споживача до бренду та бажання знову купляти товар даної торгової марки. Проте, неякісний товар чи обслуговування буде підставою для споживача у майбутньому відмовитися від споживання даного продукту.

Бренд для споживачів часто характеризується такими чотирма значеннями (рис. 1).

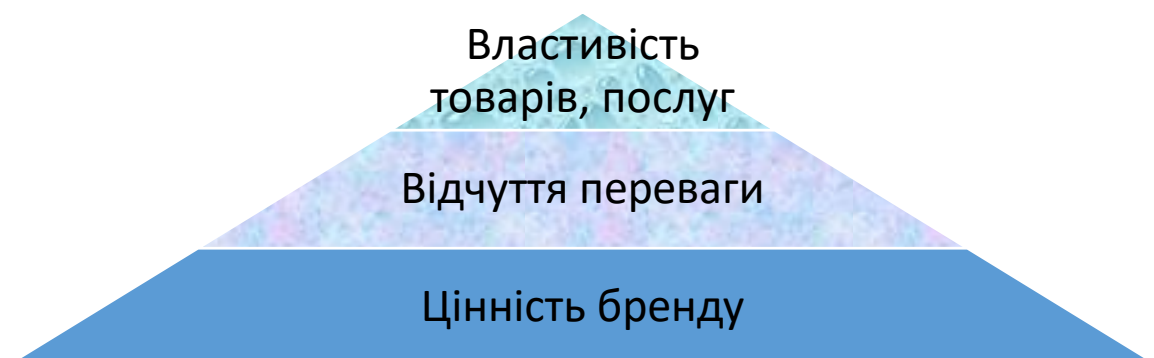


Рис. 1. Складові бренду для споживача

1. Властивість товарів, послуг (певні асоціації, які відчують споживачі даного бренду);
2. Відчуття переваги – споживач оцінює продукцію не за характеристиками, а емоційними відчуттями переваги.
3. Цінність бренду – покупець при здійсненні покупки отримує інформацію про систему цінностей.
4. Відчуття індивідуальності – при покупці, використанні, обслуговуванні.

Таким чином, бренд в сучасному розумінні є важливим елементом вартості активів підприємства, часто бренд підприємства у разі є дорожчим за розмір його ринкової вартості активів. Бренд для підприємства є важливим інструментом довготривалої взаємодії із споживачами, перевагою над конкурентами, можливістю збільшення об'ємів виробництва, вихід на нові ринки збуту тощо.

Список використаної літератури:

1. Аакер Д. А. Створення сильних брендів. К. : 2003. 544 с.
2. Велешук С. С. Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» (за видами економічної діяльності). Київ, 2008. 20 с.
3. Гриценюк В. В., Руснак А. В., Надточій І. І. Сутність брендингу та його роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12.
4. Ковальчук К. В., Подорожна М. Р. Концептуальні засади формування бренду. *Бізнес Інформ*. 2021. № 5. С. 396–401.

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ

Савчук В. І., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності менеджмент

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Стефанишин О. Б., к.е.н.,

доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ефективне функціонування підприємства залежить від наявності необхідних ресурсів та їх раціонального використання, серед яких важливу роль частину становлять кадри (персонал підприємства, організації), що є основою для досягнення результатів. Висококваліфіковані кадри, які професійно виконують свої обов'язки, становлять основу успіху підприємства. Водночас, ефективне використання ресурсів неможливо без кваліфікованих кадрів, здатних правильно організувати усі процеси на підприємстві. Робота персоналу не відбувається хаотично, вона відбувається узгоджено з забезпеченням стабільності та злагодженості всіх

процесів. Уся робота з персоналом є постійним процесом і потребує грамотного управління. «Управління персоналом – це комплекс заходів, спрямованих на створення умов для стабільної роботи, розвитку та ефективного використання трудових ресурсів організації» [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні і практичні основи керівництва персоналом неодноразово розглядалось у працях вітчизняних науковців. Наприклад, Ф. Хміль [1], М. Виноградський, А. Виноградська, С. Беляєва [2], О. Крушельницька [4], М. Недашківський [5], П. Гайдуцький, В. Терещенко, В. Юрчишин та багато інших. Зустрічаємо у працях дослідників, що «управління персоналом відбувається у формі комплексних програм відповідно до стратегії управління розвитком підприємства з обов'язковим врахуванням основних напрямів сучасної кадрової політики й демографічної ситуації, тенденцій науково-технічного прогресу, оцінки персоналу та результатів його трудової діяльності, удосконалення роботи з персоналом» [2, с. 235].

Формулювання цілей статті. Визначення особливостей управління персоналом підприємства та обґрунтування необхідності впровадження заходів щодо його вдосконалення.

Виклад основного матеріалу дослідження. У процесі створення підприємства чи організації закладаються основи системи управління персоналом. Від того, наскільки ця система буде сформована грамотно та раціонально і не передбачатиме дублювання функцій персоналу залежатиме й ефективність функціонування підприємства загалом. Тому завдання формування чи вдосконалення системи управління персоналом на сучасних вітчизняних підприємствах набуває особливої ваги в теперішніх складних умовах економічного розвитку країни та окремих суб'єктів господарювання на різних рівнях управління. Вирішувати її потрібно своєчасно, комплексно та на основі врахування провідного зарубіжного досвіду у цій сфері. У рамках системи управління персоналом відбуваються процеси управління персоналом на різних рівнях, у різних підрозділах [3].

Управління персоналом на підприємствах здійснюється через відповідну систему, яка повинна адаптуватися до сучасних викликів та сприяти розвитку людського капіталу. На думку О. В. Крушельницької, система управління персоналом – це «сукупність взаємопов'язаних елементів, які відрізняються функціонально, але направлені на досягнення загальної мети» [4]. М. М. Недашківський вважає, що «система управління персоналом є підсистемою системи управління підприємством, інтегрованою та направленою на вирішення загальних цілей організації» [5]. О. П. Гурченков вважає, що «система управління персоналом – це підсистема керування підприємством в цілому, яка має мету, зміст і певний механізм» [1].

На основі досліджених праць вчених, можемо узагальнити, що головною метою управління персоналом є формування необхідної бази кадрів, організація ефективного їх використання, забезпечення морального, духовного, професійного розвитку.

Можна визначити такі основні функції системи управління персоналом [6]:
– передбачити потреби у персоналі;

- використання персоналу;
- забезпечення персоналом;
- забезпечення розвитку, навчання, перенавчання та підвищення кваліфікації персоналу;
- мотивація праці робітників.

Управління персоналом в організаційному сенсі охоплює всіх робітників, а також усі структурні підрозділи та організації, що відповідають за роботу з персоналом.

Основним «змістом управління персоналом є багатогранний процес взаємодії між суб'єктом управління та об'єктом управління, де суб'єкт впливає на об'єкт для досягнення організаційних цілей. Елементи, на які спрямована діяльність управління, утворюють об'єкт управління. Зазвичай він має просторові межі та певне буття в часі. Інакше втрачається конкретність, а самоврядування стає неможливим» [3, с. 68].

Керуюча система, тобто суб'єкт – об'єднання органів управління й працівників з чіткими масштабами своєї роботи, компетенцією та специфікою виконуваних функцій. Її завжди представляють лінійні керівники, які розробляють комплекс економічних і організаційних заходів для використання і відтворення кадрів.

Суб'єктами виступають:

- функціональний управлінський персонал;
- лінійний управлінський персонал.

Реалізація управління персоналом здійснюється через розробку персонал-стратегії. Мистецтво розроблення стратегії управління персоналом полягає в тому, щоб наслідками формування загальних підходів стали конкретні дії, які забезпечували б високу ефективність використання людського потенціалу.

Стратегія управління персоналом є частиною загальної стратегії діяльності підприємства.

Об'єктом персонал-стратегії є працівники підприємства, які мають трудові відносини з роботодавцем, характеризуються певними якісними і кількісними характеристиками, що визначають їх здатність до діяльності в інтересах підприємства.

Керуючими органами персонал-стратегії (суб'єктами персонал-стратегії) є система органів управління, що включає служби управління персоналом, структурні підрозділи підприємства, об'єднані за принципом функціонального підпорядкування, а також лінійних керівників на всіх рівнях управління. Керівництво персоналом є комплексною системою, частиною якої є напрями, стадії, принципи, типи та форми кадрової роботи.

Основними напрямками менеджменту персоналу є прийом та утримання кадрів, професійне навчання, оцінювання роботи кожного працівника, що дозволяє коригувати можливі помилки та підвищувати ефективність діяльності.

Прийом та утримання персоналу передбачає підбір кваліфікованих працівників та створення умов для їхньої довготривалої роботи в компанії.

Професійне навчання спрямоване на підвищення рівня знань і навичок співробітників через різні освітні програми.

Оцінювання роботи кожного працівника допомагає визначити ефективність його діяльності та виявити можливі недоліки.

Виправлення можливих помилок дозволяє усунути недоліки в роботі співробітників і підвищити якість виконання завдань.

Висновки. Узагальнюючи викладений матеріал, можна зробити висновок, що ефективне управління персоналом є ключовим фактором економічного успіху сучасних організацій. Це інструмент, що дозволяє підвищити ефективність і продуктивність праці персоналу, забезпечуючи стабільний розвиток компанії та досягнення її стратегічних цілей. Управління персоналом повинно бути соціально орієнтованим, з фокусом на кожного працівника, що сприяє не лише покращенню трудової мотивації, а й задоволенню потреб співробітників через ефективну систему матеріальних та нематеріальних стимулів.

Для підвищення ефективності управління персоналом важливо зосереджувати увагу на соціально-психологічних та економічних методах управління. Окрім того, необхідно активно використовувати мотивацію праці на основі моральних та матеріальних стимулів, а також формувати належні соціально-психологічні умови для співробітників. Важливим аспектом є також зміцнення освітнього рівня та професійної придатності кадрів, що забезпечує конкурентоспроможність організації на ринку праці.

Ці заходи дозволять забезпечити ефективне функціонування організації, сприятимуть розвитку її людського капіталу та покращенню загальних результатів підприємства.

Список використаної літератури:

1. Хміль Ф. І. Управління персоналом: навч. посіб. Київ : Видавничий центр «Академія», 2006. 488 с.
2. Виноградський М. Д., Беляєва С. В., Виноградська А. М. та ін. Управління персоналом: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2006. 500 с.
3. Кредісов А. І. Менеджмент для керівників. Київ: Знання, 2000. 556 с.
4. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом : навч. посіб. Київ: Кондор, 2005. 304 с.
5. Недашківський М. М., Євтушенко Г. І., Гацька Л. П., Барабанова Н. І. Менеджмент персоналу в органах ДПС України: навч.-метод. посіб. Ірпінь: Академія ДПС України, 2001. 252 с.
6. Подольська О. В., Оберемок В. В. Напрямки підвищення ефективності управління персоналом на підприємствах. С. 284-289. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2018. Вип. 193. С. 284-289. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhdtusg_2018_193_31
7. Стефанишин О. Б., Швороб В. В. Аналіз економічних методів управління персоналом та людськими ресурсами в організації. *Сучасний стан та перспективи розвитку обліку, аудиту, оподаткування та аналізу в умовах міжнародної інтеграції* : матеріали IV Міжнар. наук.–практ. Інтернет-конф. (20 листопада 2024 р., м. Херсон – м. Хмельницький). Херсон : Книжкове

видавництво ФОП Вишемирський В. С., 2024. С. 424-429. URL: <https://kntu.net.ua/ukr/content/download/119335/668156/file.2024.pdf>

8. Стефанишин О. Б., Налєпа М. В. Розвиток компетентнісного підходу в управлінні персоналом : теоретико-історичний підхід. *Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів* : матеріали доп. II Всеукраїнської наук.-практ. конф. (01 лют. 2024 р.). Житомир : Поліський національний університет, 2024. С. 23-26. URL: http://ir.polissiauniver.edu.ua/bitstream/123456789/15623/3/EPUSV_2024_540.pdf

АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ

*Сеник М. Я., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності економіка*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Стефанишин О. Б., к.е.н.,

доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Важливою складовою кадрового менеджменту є адаптація персоналу. Оскільки, стаючи працівником організації, новий працівник стає перед невідкладністю прийняти організаційні вимоги: режим роботи та відпочинку, положення, посадові інструкції, накази і т. д. Він буде вимушений по-новому оцінити свій світогляд, звички, співвіднести їх з прийнятими в новому колективі нормами і правилами поведінки, іншими звичаями. Тому, адаптація як постійне явище, що є на кожному підприємстві, є водночас категорією, яку вивчають вчені, науковці різних галузевих напрямків.

Аналіз науково-методичної та навчальної літератури засвідчив особливу значущість процесу адаптації кадрів для успішної діяльності будь-якої організації [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7]. Саме цей процес є фундаментом для побудови ефективної командної роботи, зниження рівня конфліктності, підвищення продуктивності праці та зміцнення організаційної ідентичності.

«Адаптація персоналу – це процес акомодатії індивіда до нового середовища, яке базується на плавному включенні співробітника до процесу виробництва у нових умовах» [5].

«Адаптація – процес пристосування працівника до умов зовнішнього і внутрішнього середовища» [7].

«Адаптація персоналу – це процес ознайомлення співробітників з умовами і правилами роботи в організації, а також допомога в інтеграції працівника в колектив» [6].

Управління процесом адаптації – це активний вплив на фактори, що визначають її хід, терміни, зниження несприятливих наслідків тощо.

Кожен новоприйнятий працівник, влаштовуючись на роботу до тієї чи іншої організації, приходять із власними очікуваннями, потребами, особистими цілями, а також із сформованими нормами поведінки. Виходячи з цього

індивідуального базису, він формує певні вимоги до умов праці та до самої компанії загалом. У цьому контексті природно виникає зіткнення між очікуваннями нового працівника та настановами роботодавця, що безпосередньо пов'язане з проблематикою адаптації персоналу.

Процес ефективного пристосування працівника до нового середовища може забезпечити низку суттєвих соціально-економічних ефектів. Зокрема, серед таких результатів можна виділити зменшення нормативів часу на виконання трудових завдань у період початку роботи, що автоматично сприяє зниженню стартових витрат для підприємства. Крім того, успішна адаптація сприяє формуванню задоволення від виконуваної роботи, підвищенню емоційного комфорту та налагодженню позитивних стосунків із колегами. Водночас новий працівник включається у спільну професійну діяльність, знайомиться зі своїми обов'язками, правами, правилами внутрішнього розпорядку, а також з цінностями корпоративної культури, що панують в організації.

Рівень успішності адаптації значною мірою залежить від того, наскільки швидко працівник зможе прийняти та засвоїти чинні в організації норми, внутрішні цінності, а також оволодіти соціальною роллю, яку він повинен виконувати в новому колективі. Особливо складною адаптація може бути для тих осіб, які не мають достатнього професійного досвіду або вперше влаштовуються на роботу. У таких випадках ідеться про первинну адаптацію, що вимагає тривалішого періоду пристосування. Водночас вторинна адаптація – це процес, що стосується працівників, які вже мають досвід роботи, тому інтегруються у нову організацію значно швидше. Залежно від наявного професійного досвіду, рівня кваліфікації та посадових обов'язків, нових працівників умовно можна розділити на кілька основних категорій: молоді фахівці, робітничий персонал, фахівці середньої ланки, керівники середньої ланки, топ-менеджери і для кожної категорії працівників адаптація буде мати свої особливості (рис.1).

Для представників категорії молодих фахівці найбільш актуальною є професійна адаптація. Враховуючи, що молоді працівники зазвичай не мають достатнього практичного досвіду, їм доводиться одночасно опановувати як внутрішні особливості функціонування організації, так і загальні закономірності галузі. Тому, окрім професійної підготовки, надзвичайно важливою для них є і організаційна адаптація, яка допомагає краще зрозуміти структуру й механізми діяльності установи.



Рис. 1.1. Категорії працівників залежно від професійного досвіду, рівня кваліфікації та посадових обов'язків

До робітничого персоналу належать працівники, які найчастіше виконують завдання у складі змін або бригад. Тому пріоритетним для них стає процес соціально-психологічної адаптації. Для таких працівників надзвичайно важливо якнайшвидше інтегруватися в колектив, налагодити міжособистісні зв'язки та відчувати себе частиною згуртованої професійної спільноти.

Для фахівців середньої ланки особливо важливо якомога швидше ознайомитися зі специфікою роботи структурного підрозділу, до якого вони приєднуються. Крім того, необхідно швидко увійти в курс функціонування існуючих бізнес-процесів. Саме тому для фахівців ключовим є організаційний аспект адаптації, що дає змогу ефективно включитися в поточну діяльність компанії.

Працівники, які відносяться до категорії керівників середньої ланки потребують специфічного підходу до адаптації, адже на початковому етапі їм особливо важлива підтримка з боку безпосереднього керівництва. Саме керівник має ознайомити нового менеджера з колективом, відзначити наявність неформальних лідерів та вказати на особливості взаємодії у конкретному підрозділі. Крім того, лінійному керівнику важливо не лише зрозуміти специфіку галузі, а й опанувати прийняті в організації стандарти управління персоналом. З огляду на це програми адаптації для керівників середньої ланки суттєво відрізняються від загальних ввідних курсів для інших категорій працівників.

Адаптація керівників найвищої ланки – топ-менеджерів, має свою специфіку. У цьому випадку основна увага зосереджена не стільки на пристосуванні самого керівника до колективу, скільки на підготовці працівників до сприйняття нового лідера. Перед тим як топ-менеджер почне активно взаємодіяти з командою, служба управління персоналом повинна розробити детальну адаптаційну програму, яка допоможе забезпечити ефективну інтеграцію керівника в організаційне середовище з урахуванням його статусу та функціонального навантаження.

Недоцільно ототожнювати процес адаптації працівника виключно з оволодінням професійними знаннями чи спеціальністю. Насамперед адаптація повинна забезпечувати поступове входження новоприйнятого співробітника у внутрішнє середовище організації, передбачаючи його пристосування до існуючих у колективі норм поведінки, ціннісних орієнтирів і неписаних правил взаємодії.

Крім того, важливою складовою адаптаційного процесу є налагодження конструктивних стосунків між новим працівником та іншими членами трудового колективу. Ефективна адаптація повинна сприяти формуванню довіри, комунікаційної відкритості та соціального прийняття, що в сукупності створює сприятливий психологічний клімат і підвищує рівень залученості нового члена команди до спільної діяльності.

Список використаної літератури:

1. Баденіна О. О. Значення процесу адаптації для ефективного управління персоналом. *Управління розвитком*: зб. наук. праць. Харків : ХНЕУ, 2014. 8 (171). С. 34–35. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_8_16

2. Варіс І. О., Кравчук О. І., Івахненко К. О. Світовий досвід у процесах адаптації персоналу: від теорії до практичного впровадження в Україні. *Бізнес-інформ*. 2024. № 5. С. 357–366. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-5-357-366>
3. Винничук Р. О., Гладун С. О. Формування процесу адаптації на робочому місці молодого фахівця покоління Z. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. DOI: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-2-27>
4. Любомудрова Н. П., Гойчук В. І. Адаптація персоналу організацій до роботи в умовах воєнного стану. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2022. № 8(127). DOI: <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2022-8-8158>
5. Подольська О. В., Оберемок В. В. Процес адаптації персоналу на підприємстві. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2019. № 200. С. 283–290. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/20321/1/Visnyk%20KhNTUSH_200_2019_32.pdf
6. Стефанишин О. Б. Проблеми та тенденції адаптації персоналу на підприємствах. С. 372–374. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/2c301607-2189-46fc-84bd-eb047c7f61f2/content>
7. Чернява Г. Л., Корнілаєва Г. Г. Особливості вдосконалення системи адаптації персоналу. URL: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/55427/39-Sherniavoya.pdf?sequence=1>

МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА СЦЕНАРНОГО ПЛАНУВАННЯ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ

Сагура Г. І., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Міжнародні відносини

Львівський національний університет імені Івана Франка

Науковий керівник: Стручок Н. М., к.е.н, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Антикризове управління вимагає швидких, продуманих і водночас гнучких рішень. У кризових умовах – таких як пандемії, війни, економічні обвали чи природні катастрофи – саме сценарне планування дає змогу підготуватися до різних варіантів розвитку подій. Воно:

- формує стратегії на випадок непередбачених обставин;
- дозволяє збалансувати ресурси;
- виявляє вразливі точки у структурі державного управління;
- забезпечує узгодженість між секторами (оборона, охорона здоров'я, економіка, транспорт тощо) [1].

Сценарне планування (від англ. *scenario planning*) – це метод стратегічного аналізу, який полягає в розробці кількох логічно послідовних моделей можливого розвитку подій у майбутньому [2, С. 97–102]. Цей підхід базується не на точному

прогнозуванні, а на аналізі невизначеності та формуванні стратегій реагування на різні варіанти подій. Основна мета – забезпечити готовність до альтернативних майбутніх сценаріїв, зокрема до кризових.

Етапи роботи з сценарним плануванням:

1. *Ідентифікація проблеми або сфери планування.* Потрібно чітко визначити, яку саме кризову ситуацію або стратегічний виклик аналізує держава (наприклад, енергетична безпека, масова міграція, нестабільність на ринку праці тощо).

2. *Визначення ключових чинників впливу.* Аналізуються політичні, економічні, соціальні, екологічні, технологічні, безпекові чинники, які можуть змінити ситуацію. Часто використовується метод PESTEL-аналізу.

3. *Виявлення рушіїв невизначеності.* Наприклад, політична воля партнерів, глибина руйнувань інфраструктури, темпи відновлення економіки, поведінка ворога. Вибирають 2–3 ключових драйвери, які мають найбільший вплив і найвищу невизначеність.

4. *Побудова матриці сценаріїв.* На основі комбінацій найважливіших драйверів формують логічні сценарії. Часто використовують метод двовимірної матриці сценаріїв (axis matrix), де перетинаються дві головні невизначеності.

5. *Опис і деталізація кожного сценарію.* Кожен сценарій має мати опис ключових характеристик: що станеться, які наслідки, хто постраждає, які рішення будуть актуальними.

6. *Оцінка впливу та формування стратегій реагування.* Для кожного сценарію розробляються набори стратегій і рішень. Наприклад, для критичного сценарію – мобілізація резервів, міжнародна допомога, обмеження експорту; для оптимістичного – лібералізація торгівлі, запуск інвестпрограм.

7. *Моніторинг змін і оновлення сценаріїв.* Сценарне планування не є разовим актом. Держава повинна регулярно оновлювати сценарії залежно від нових даних, геополітичної динаміки, поведінки зовнішніх акторів.

Міжнародна практика сценарного планування.

Велика Британія

Уряд Великої Британії активно використовує сценарне планування в антикризових стратегіях. Наприклад, у 2016 році було розроблено кілька сценаріїв на випадок виходу з ЄС (Brexit), які включали сценарії з порушенням торгівлі, логістики, зростанням безробіття, протестами тощо. Ці сценарії лягли в основу рішень уряду щодо створення запасів продуктів, перерозподілу митних ресурсів і зміни правил податкового регулювання [3].

Сингапур.

Сингапур є світовим лідером у застосуванні сценарного мислення. З 1990-х років Центр стратегічного майбутнього при уряді застосовує сценарне планування до всіх стратегічних питань – від зміни клімату до технологічних зрушень. У 2003 році, коли розпочалася епідемія SARS, уряд мав готові сценарії дій, які зменшили вплив на систему охорони здоров'я. Цей досвід пізніше був використаний у відповідях на пандемію COVID-19.

Нідерланди.

Ця країна використовує сценарне планування для протидії змінам клімату та боротьби з наслідками повеней. Створено модель Deltascenario's – набір сценаріїв, що описують можливі кліматичні виклики до 2100 року. Вони використовуються для стратегічного управління інфраструктурними проектами, захисту водних ресурсів і енергетичного планування [3].

Сценарне планування в Україні ще не стало системною частиною державного управління, проте його елементи активно використовуються у кризовий період, особливо з 2014 року.

У 2022–2023 роках уряд спільно з Продовольчою та сільськогосподарською організацією ООН (FAO) проводив сценарний аналіз можливих збоїв експорту зерна через блокаду портів. Були змодельовані сценарії:

- зупинки експорту;
- часткової розблокади (зерновий коридор);
- переорієнтації на залізницю та річки.

Ці сценарії дозволили Україні розробити тимчасові маршрути через Румунію, Польщу, Словаччину, що зменшило масштаби продовольчої кризи в Африці.

Центр економічного відновлення разом із Міністерством економіки України у 2022–2023 роках розробив кілька сценаріїв економічного розвитку:

- базовий (стабілізація фронту і поступове відновлення),
- критичний (ескалація війни й зниження ВВП),
- оптимістичний (масштабна підтримка міжнародних партнерів, швидке відновлення логістики й інфраструктури).

Ці сценарії стали підґрунтям для розробки Плану відновлення України (Rebuild Ukraine) і впливали на стратегічні рішення щодо енергетичної безпеки, мобілізації ресурсів і співпраці з донорами.

Список використаної літератури:

1. Ситник Л. С. Організаційно-економічний механізм антикризового управління підприємством : монографія. Донецьк : ІЕП НАН України, 2000. 504 с.
2. Боняр С. М. Теоретичні основи антикризового управління. *Водний транспорт*. 2013. № 1. С. 97–102.
3. Грішова І. Ю., Гнатєва Т. М. Управління ризиками у контексті стратегії антикризового управління. *Український журнал прикладної економіки*. 2016. Том 1. № 3. С. 32-40.
4. Василенко В. О. Антикризове управління підприємством: навч. посіб. Центр навч. л-ри, 2005. 208 с.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Копиляк Д. М., здобувач першого (бакалаврського рівня) вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут МАУП

Науковий керівник: Стручок Н. М., к.е.н, доцент

Львівський інститут МАУП

Маркетинговий менеджмент займає ключову позицію в системі управління підприємством, оскільки він визначає напрям взаємодії з ринком, формує споживчу цінність і забезпечує стабільний розвиток бізнесу. На нашу думку, маркетинговий менеджмент не обмежується лише реалізацією товарів і послуг, а є важливим елементом стратегічного управління, що включає аналіз, планування, впровадження та контроль маркетингової діяльності в тісній взаємодії з іншими функціями управління.

На нашу думку, маркетинговий менеджмент – це також система взаємопов'язаних функцій, кожна з яких має вирішальне значення для досягнення загальних цілей підприємства (рис.1).

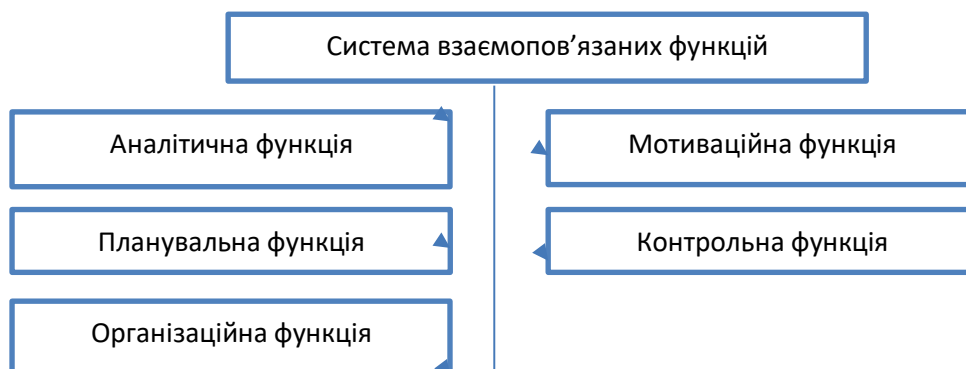


Рис. 1. Система взаємопов'язаних функцій маркетингового менеджменту підприємства [1, С. 397-405]

На рис. 1. наведено основні функції маркетингового менеджменту, кожна з яких виконує важливу роль у забезпеченні ефективної діяльності підприємства. Як зазначають О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун та О. М. Крапко: «основні функції маркетингового менеджменту включають аналіз ринку, визначення цілей, розробку стратегій, організацію та контроль маркетингової діяльності».

Аналізуючи сучасні тенденції, ми дійшли висновку, що маркетинговий менеджмент зазнав суттєвих трансформацій під впливом глобальних процесів цифровізації, діджиталізації бізнесу, розвитку електронної комерції та соціальних медіа. Сьогодні маркетинг – це не лише просування товару чи послуги, а повноцінне управління досвідом споживача, репутацією бренду та створенням доданої цінності для клієнта. Зростає значення аналітики даних, маркетингової автоматизації, CRM-систем та персоналізованих комунікацій.

Крім того, змінилася сама філософія маркетингу — сучасний споживач очікує не лише якості продукту, а й ціннісного резонансу з брендом: екологічної

відповідальності, етичності, прозорості та соціальної залученості. У такому контексті маркетинговий менеджмент набуває ознак не просто функціонального інструменту, а ключового елемента формування соціальної і культурної місії підприємства.

Сучасний маркетинговий менеджмент повинен базуватися на:

- системному підході;
- комплексному підході;
- оптимізаційному підході;
- ситуаційному підході [2, С. 227 –234].

Ці підходи забезпечують адаптивність і результативність управлінських рішень в умовах ринкової невизначеності. Тому розглянемо докладніше основні методологічні засади маркетингового менеджменту, а також організаційні принципи його впровадження на підприємствах.

Маркетинговий менеджмент як форма управління діяльністю підприємства передбачає зміну підходів до ухвалення управлінських рішень, зокрема їх орієнтацію на потреби ринку та врахування змін у зовнішньому середовищі. Аналізуючи суть цього поняття, можна стверджувати, що маркетинговий менеджмент спрямовує управління підприємством у бік відкритої системи, де взаємодія із зовнішніми факторами є ключовою умовою успішного функціонування.

Вимоги маркетингового менеджменту:

1. постійне вдосконалення як технічних так і споживчих характеристик продукції;
2. урахування під час ціноутворення не лише виробничих і збутових витрат, а й рівня цін конкурентів і попиту на товари;
3. розгляд упаковки як одного з активних інструментів просування продукції на ринку;
4. визначення успішності діяльності підприємства не лише за технологічними інноваціями, а й за рівнем задоволення споживчих потреб [3, С. 93 –97].

Ці підходи забезпечують адаптивність і результативність управлінських рішень в умовах ринкової невизначеності. Тому розглянемо докладніше основні методологічні засади маркетингового менеджменту, а також організаційні принципи його впровадження на підприємствах.

По-перше системний підхід розглядає маркетинг як інтегровану частину загальної системи управління, де всі елементи взаємопов'язані й працюють на досягнення єдиної мети [4, С. 195 –198]. Аналізуючи, ми вважаємо, що саме такий підхід дозволяє ефективно координувати діяльність різних підрозділів підприємства, створюючи цілісну стратегію розвитку.

По-друге, комплексний підхід полягає в інтеграції організаційних, економічних, правових, соціальних та психологічних аспектів у межах маркетингового управління. Ми переконані, що тільки така багатовимірність дозволяє побудувати гнучку і адаптивну модель прийняття рішень [5].

Третім є оптимізаційний підхід, який набуває особливої актуальності в умовах необхідності підвищення ефективності витрат. Він передбачає

застосування кількісних методів, математичних моделей та інструментів для прийняття обґрунтованих рішень у сфері маркетингової політики.

Ситуаційний підхід базується на припущенні, що не існує універсальних рішень – кожна управлінська дія повинна враховувати поточну ситуацію, стан внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства.

Список використаної літератури:

1. Коваль Т. О. Економічна сутність та закономірності формування маркетингового потенціалу підприємства. *Бізнес Інформ*. 2016. № 10. С. 397-405.
2. Кузенко Г. М. Управління та вдосконалення маркетингової діяльності на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2017. №12. С. 227 –234.
3. Мартиненко В. П., Манько І. В. Економічна сутність управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Підприємництво та інновації*. 2017. №4. С. 93 –97.
4. Рзаєв Г. І., Корольчук І. І. Управління маркетинговою діяльністю підприємства та напрями її удосконалення. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. №5. С. 195 –198.
5. Phil Barden (2013), *Hacking Marketing. The Science of Why We Buy*. John Wiley & Sons Inc, New York, United States.

ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ

Цяо С. Б., здобувач першого (бакалаврського рівня) вищої освіти спеціальності Міжнародні відносини

Львівський національний університет імені Івана Франка

Науковий керівник: Стручок Н. М., к.е.н, доцент

Львівський національний університет імені Івана Франка

Управління кризою та прийняття рішень мають вирішальне значення для всіх секторів суспільства, і те, як ви сприймаєте кризу, може відрізнитися від сектора до іншого, на додаток до широкого спектру криз, з якими ви можете зіткнутися.

Німецька модель кризового реагування демонструє універсальність, адже включає безпекові, соціальні, економічні й гуманітарні аспекти. Її головні ознаки:

- цифровізація процесів управління;
- прозорість і участь громадянського суспільства;
- інституційна стабільність та децентралізоване виконання;
- рівень довіри до держави, як до суб'єкта рятівних рішень [1, С. 143–156].

Досвід Німеччини свідчить, що ефективне реагування на кризи можливе лише тоді, коли інституції працюють як єдиний злагоджений механізм, а суспільство не відсторонене, а активно залучене до процесу. Це приклад того, як демократична держава з ринковою економікою може не тільки втримати рівновагу в період потрясінь, а й використати кризу як поштовх до структурних змін і модернізації. Німецька модель не універсальна, але вона демонструє

головне: у центрі антикризової політики має стояти не паніка чи сліпий ринок, а холодний розрахунок, чітка система управління та довіра громадян. Для України, яка переживає надзвичайно складний період, цей досвід є не шаблоном для копіювання, а нагадуванням: сильна держава – це не лише армія чи ресурси, а передусім здатність чути суспільство, діяти на випередження і брати відповідальність у найважчі моменти.

Система кризового менеджменту в Німеччині є децентралізованою, і це глибоко вкорінено у її федеративному устрої. Основна ідея полягає в тому, що відповідальність за дії у кризових ситуаціях розподілена між кількома рівнями — федеральним, земельним, регіональним та місцевим [2]. Кожен рівень має свої повноваження, інституції, завдання і механізми реагування, але ключовою особливістю є тісна координація між ними, що забезпечує ефективність навіть у ситуаціях надзвичайного масштабу.

На федеральному рівні головну відповідальність за кризовий менеджмент несе Федеральне міністерство внутрішніх справ (ВМІ)[3]. Воно розробляє стратегії, координує міжрівневу взаємодію та створює законодавчі рамки. У кризових ситуаціях, які виходять за межі однієї землі, саме федеральний уряд може втручатися для узгодження дій. При цьому він не має права напряму керувати кризовими службами на місцях – замість цього він підтримує та координує через спеціалізовані установи.

Найважливішою з таких установ є ВВК (Федеральне відомство з питань захисту населення та допомоги у разі катастроф) [3]. Воно виконує роль головного аналітичного, методичного та комунікаційного центру. ВВК управляє національною системою оповіщення MoWaS, розробляє плани дій на випадок катастроф, координує навчання персоналу і надає рекомендації органам на всіх інших рівнях.

Водночас, коли мова йде про технічну допомогу, на перший план виходить ТНВ (Федеральна технічна служба допомоги) – це напіввійськова, проте цивільна структура, що здебільшого базується на добровольцях [4]. ТНВ відповідає за практичну допомогу у випадках катастроф: евакуація, відновлення інфраструктури, водопостачання, логістика тощо.

Федеральні установи мають обмежені повноваження щодо безпосереднього втручання в операції на території земель [5]. Це пов'язано з принципом “subsidiarität” – субсидіарності, який є основоположним у державному устрої Німеччини. Згідно з ним, вирішення проблем має здійснюватися на найнижчому можливому рівні, а вищі рівні втручаються лише тоді, коли це абсолютно необхідно.

Ключова роль у повсякденному кризовому менеджменті належить урядам земель (Länder). Кожна з 16 німецьких земель має своє Міністерство внутрішніх справ, або подібний орган, який відповідає за цивільний захист, пожежну безпеку, рятувальні служби, охорону здоров'я тощо. У разі виникнення надзвичайної ситуації саме на рівні землі формується кризовий штаб, який керує діями нижчих рівнів, координує залучення ресурсів, надає розпорядження місцевим органам і, якщо потрібно, звертається за допомогою до федеральних структур.

У великих землях додатково функціонують проміжні адміністративні одиниці - урядові округи (Regierungsbezirke) [3, 5]. Вони виступають як регіональні координатори між землею та округами. Їхній апарат включає технічних експертів, медиків, логістів, які можуть оперативно аналізувати ситуацію, направляти ресурси у критичні точки, контролювати логістику та дотримання інструкцій.

Наступний рівень – окружний рівень (Kreise) та муніципалітети (Gemeinden) [2]. Саме на цьому рівні формується перша лінія реагування: місцеві пожежні частини, служби швидкої допомоги, відділи охорони громадського порядку, комунальні підприємства, а також волонтерські організації. У кожному муніципалітеті може бути створено локальний кризовий штаб (Stab für außergewöhnliche Ereignisse), який діє відповідно до напрацьованих інструкцій і планів. Вони відповідають за оперативне оповіщення населення, евакуацію, забезпечення безпеки та координацію з сусідніми громадами. Місцева влада має гнучкість у реагуванні, але водночас підзвітна вищим рівням щодо загальної стратегії та стандартів.

Кожен рівень має власні плани реагування, які періодично оновлюються та перевіряються через спільні навчання. Дуже важливу роль відіграє цифрова інфраструктура: Німеччина активно застосовує загальнонаціональні цифрові системи для оповіщення, обміну даними, аналітики та логістики. У кожного органу є спеціально навчені посадовці, які проходять тренінги в Академії цивільного захисту, яка теж є підрозділом ВВК.

Цікаво, що у Німеччині окрему нішу в системі займають добровольчі організації, зокрема Червоний Хрест, Johanniter, Malteser, які формально не є частиною державного апарату, але в кризових ситуаціях інтегруються у загальну систему через попередні домовленості (так звану систему «Vlaulichtorganisationen» – організації з мигалками).

Варто відзначити, що між усіма цими рівнями існує не лише вертикальний зв'язок, а й горизонтальна взаємодія — наприклад, сусідні округи можуть допомагати одне одному за спеціальними угодами. Такий підхід дозволяє адаптувати реагування до конкретного контексту, мінімізувати бюрократію в критичних ситуаціях і максимально використати потенціал наявних сил.

Список використаної літератури:

1. Аніщенко, Л. О. Зарубіжний досвід антикризового управління. *Економічний простір*. 2016. № 68. С. 143–156.
2. Börner S, Sasse-Zeltner U (2023) Solidarity during crises. the importance of welfare state solidarity in times of crisis. *Zeitschrift für Soziologie* 52(2): 126–142.
3. Dettling, Daniel (2022). Staatsreform 2030: Effektiv, agil und resilient in die Zukunft. Berlin: KonradAdenauer Stiftung. Retrieved from: <https://www.kas.de/documents/252038/16166715/Staatsreform+2030.pdf/c816f1e7-4397-46ffe2b2-525f5636768e?version=1.1&t=1641896729674>
4. International Monetary Fund: Global Financial Stability Report. Market Update. 2009. 28. Januar.
5. Pakt für Beschäftigung und Stabilität in Deutschland. Magazin für Wirtschaft und Finanzen. Nr. 66, 01/2009. S. 4–5.

СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

*Михалунь П., здобувач першого (бакалаврського рівня) вищої освіти
спеціальності Менеджмент*

Львівський інститут МАУП

Науковий керівник: Томашівський М. О.,

ст. викл. кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівський інститут МАУП

Основним шляхом удосконалення управління діяльності є побудова ефективної системи інформаційного забезпечення. Проблемі формування високоефективної системи інформаційного забезпечення управління підприємств і організацій науковими колами приділено недостатньо уваги. Актуальною є проблема визначення сутності інформаційного забезпечення та його особливостей в управлінні підприємств і організацій.

Існують різні підходи до визначення сутності та складу інформаційного забезпечення. Найширші напрацювання в цій сфері мають І.О. Бланк, К.В. Щиборщ, С.Н. Лебедева, В.С. Рожнов, Ф.І. Хміль, Н.М. Гуляєва, А.В. Гавриков та інші вчені.

Особливістю розвитку сучасних світових спільнот є перехід до нової сходинки еволюції – інформаційної стадії розвитку. Прогрес економіки багато в чому визначається передовими інформаційними технологіями. Глобальний характер розповсюдження інформатизації, що базується на інформаційних технологіях і охоплює практично всі сфери розвитку країн світу, викликає глибокі якісні зміни в організаційно-технологічній і соціально-економічній структурі будь-якої держави. За стрімкістю і масштабністю розповсюдження це явище є унікальним, адже жоден інший вид виробництва і жодна інша технологія не запанували у світі так швидко, надійно і практично.

У найрозвинутіших країнах, що переходять від індустріального до інформаційного суспільства, стрімкий розвиток інформаційних технологій виявляється насамперед у підсиленні інформаційного забезпечення в економіці й управлінні, а також постійній диверсифікації інформаційного сектору. Цей прояв відображається в конкретних соціально-економічних показниках, а саме збільшенні чисельності зайнятих в інформаційному секторі, модифікації професійно-кваліфікаційної зайнятості в національній економіці тощо.

Під час більш детального аналізу явища, що розглядається, виявляються й інші зміни в соціально-економічному житті розвинутих країн, насамперед збільшення частки національного продукту, створеного на базі інформаційних товарів і послуг.

З урахуванням ролі інформації в управлінні підприємств і організацій, що постійно зростає, важливу роль відіграє визначення сутності основних понять та їх особливостей в управлінні. Ефективність будь-якої управлінської технології значною мірою залежить від якості інформаційного забезпечення,

тобто від того, наскільки оперативно та точно буде отримана необхідна інформація для прийняття певних управлінських рішень.

У загальному розумінні інформаційне забезпечення – це система показників і засобів їх опису (класифікатори й коди, економічна документація та відповідним чином організована інформаційна база) [1, с. 57]. З точки зору системного підходу інформаційне забезпечення – це динамічна система даних і способи їх обробки, які дають змогу вивчити реальний стан керованого об'єкта, виділити чинники, що його визначають, а також виявити можливості здійснення необхідних управлінських дій. У науково-економічних дослідженнях є різні підходи до визначення сутності інформаційного забезпечення: як інформаційного обслуговування управління; як заходів зі створення інформаційного середовища управління; як сукупності дій з надання необхідної для управління інформації у зазначене місце із заданою періодичністю. У праці [2, с. 84] інформаційне забезпечення розглядається як необхідний елемент будь-якої організації, який стоїть вище за техніку управлінських робіт. На його думку, як матеріальне виробництво неможливо уявити без предметів праці, так і управління неможливо уявити без інформації. Ми розділяємо думку дослідника про те, що категорія інформаційного забезпечення повинна розглядатись у тісній взаємодії з іншими забезпечуючими ресурсами систем управління, а також про те, що інформаційне забезпечення управління – це зв'язок інформації із системами управління і процесом управління загалом.

До складових інформаційного забезпечення науковці відносять показники, довідкові дані, класифікатори і кодифікатори інформації, уніфіковані системи документації, інформацію на носіях тощо.

Таке бачення заслуговує на увагу, але, на наш погляд, є хибним з економічної точки зору і підходить лише для вирішення технічних завдань на підприємстві, зокрема такий розподіл (на інформаційне, технічне, програмне, методичне, організаційне, правове і лінгвістичне забезпечення) інформаційної системи підходить лише для створення автоматизованої системи управління підприємств і організацій як одного з інструментів ефективного управління.

Узагальнюючи і критично оцінюючи опрацьовані наукові праці, можна сформулювати сутнісні характеристики інформаційного забезпечення:

1) інформаційне забезпечення є функціональним комплексом, що забезпечує органічну взаємодію технічних засобів, методів і технологій роботи з інформацією;

2) інформаційне забезпечення – це сукупність інформаційних ресурсів, засобів, методів і технологій, яка сприяє ефективній реалізації процесу управління;

3) інформаційне забезпечення є інструментом, що генерує інформацію, яка складається з важливих даних та не дає відволікатись менеджерам на зайву та громіздку інформацію;

4) інформаційне забезпечення – це безперервний процес постійного забезпечення можливості збирання, пошуку, групування, аналізу, зберігання та поширення інформації серед зацікавлених менеджерів підприємств і організацій;

5) інформаційне забезпечення є інструментом, що забезпечує надходження інформації про стан та параметри функціонування певних об'єктів управління через визначені проміжки часу або відповідно до її запитів та орієнтується на раніше визначені основні показники діяльності суб'єкта;

6) інформаційне забезпечення – це управлінська технологія, оскільки відображає інформацію щодо стану керованого об'єкта і є основою для прийняття управлінських рішень;

7) інформаційне забезпечення є інструментом, що підтримує функціонування системи менеджменту, оскільки надає своєчасну, достовірну та повну інформацію про бізнес-процеси та бізнес-об'єкти для ефективного управління певними аспектами діяльності вищому менеджменту та керівникам усіх рівнів;

8) інформаційне забезпечення – специфічний вид професійної діяльності, оскільки враховує інформаційні потреби різних суб'єктів, зокрема суб'єктів управління;

9) інформаційне забезпечення є складовою системи та процесу управління, виражаючи на міжсуб'єктивному рівні відносини щодо організації та здійснення підприємництва, метою створення якої є забезпечення повної і достовірної інформації для ефективного здійснення підприємницької діяльності [16, с. 21].

Інформаційне забезпечення управління підприємств і організацій, як і будь-які інші економічні явища, має певні особливості, які слід враховувати під час розроблення цілісної теоретичної концепції інформаційного забезпечення управління. Основними з них є:

1) велика кількість інформаційних даних із зовнішнього та внутрішнього середовища, які значно впливають на результати діяльності підприємств і організацій, порівняно із суб'єктами господарювання інших сфер національної економіки;

2) під час створення інформаційного забезпечення управління увага повинна бути сконцентрована на урахуванні усіх основних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища;

3) система інформаційного забезпечення повинна враховувати підтримку менеджменту під час забезпечення їх самоокупності, гнучкості та певного рівня самостійності;

4) особливу увагу потрібно звертати на автоматизацію управління логістичним процесом [8, с. 68].

Основне призначення інформаційного забезпечення управління полягає у створенні такої організації і такого механізму подання інформації, які б відповідали будь-яким вимогам користувачів, а також умовам автоматизованих технологій [7, с. 24]. Призначення інформаційного забезпечення обумовлює і вимоги до нього:

1) надання повної, достовірної, однозначної, релевантної та своєчасної інформації для проведення розрахунків і реалізації процесів прийняття управлінських рішень у функціональних підсистемах з мінімумом витрат на її збирання, зберігання, пошук, обробку і передачу;

2) сформована інформація повинна із заданим рівнем точності відображати параметри функціонування певного об'єкта;

3) інформаційне забезпечення повинно надавати інформацію, достатню для ефективної реалізації всіх функцій об'єкта;

4) необхідними є кодування інформації та створення надійних засобів її передавання та зберігання для забезпечення її захисту від несанкціонованого використання та для спрощення роботи з інформаційними потоками в системі управління підприємств і організацій;

5) для підтримання відповідного рівня оперативності надання необхідної інформації повинна бути забезпечена сумісність з інформаційними системами, що взаємодіють із системою інформаційного забезпечення об'єкта;

6) в інформаційній системі мають бути передбачені засоби контролю вхідної і результативної інформації, оформлення даних в інформаційних масивах та контролю цілісності інформаційної бази;

7) форми документів повинні не лише відповідати вимогам корпоративних стандартів підприємства, але й оперативно трансформуватися у прийнятну для сприйняття іншими користувачами форму;

8) інформація має надходити до системи управління підприємством не тільки із заданою періодичністю, але й на запит користувачів, оскільки параметри функціонування певних об'єктів управління змінюються з плином часу;

9) використання керівниками підприємств і організацій певної інформації має сприяти підвищенню ефективності їхньої діяльності.

Висновки. Інформаційне забезпечення, що базується на широкому застосуванні нових інформаційних технологій, засобів комп'ютерної та комунікаційної техніки, дає змогу підвищувати ефективність роботи підприємств і організацій у декілька разів, оптимізувати за заданими критеріями використання ресурсів, скорочувати документообіг з переходом до електронних технологій управління.

Таким чином, можна запропонувати таке визначення особливостей інформаційного забезпечення управління підприємств і організацій: це функціональний комплекс, що забезпечує органічну взаємодію технічних засобів, методів та технологій роботи з інформацією, можливість цілеспрямованого безперервного збору, пошуку, групування, аналізу, зберігання та поширення інформації серед зацікавлених менеджерів підприємств і організацій, а також надходження своєчасної, достовірної та повної інформації про стан та параметри функціонування певних об'єктів управління через визначені проміжки часу або відповідно до їх запитів; відображає інформацію щодо стану керованого об'єкта і є основою для прийняття управлінських рішень; формує інформацію, яка складається з важливих даних та не дає відволікатись менеджерам на зайву та громіздку інформацію, сприяючи ефективній реалізації процесу управління та враховуючи інформаційні потреби всіх користувачів.

Список використаної літератури:

1. Безбородова Т. В. Структурно-морфологічна модель системи інформаційного забезпечення процесу управління. *Економіка та держава*. 2012. № 4. С. 27–29.
2. Височин І. В. Інформаційне забезпечення управління товарооборотом підприємств роздрібною торгівлі. *Схід*. 2011. № 7 (114). С. 3–7.
3. Денисенко М. П., Колос І. В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством. *Економіка і держава*. 2006. № 7. С. 19–24.
4. Корнєєв Ю. О. Інформаційне забезпечення розвитку підприємницької діяльності. *Вісник НАН України*. 2011. № 5. С. 24–31.
5. Кулицький С. П. Основи організації інформаційної діяльності у сфері управління. Київ : МАУП, 2012. 426 с.
6. Павленко М. С., Мельник А. О. Менеджмент персоналу в системі ефективної діяльності підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Економіка і управління*. 2020. Т. 31 (70). № 2 (2). С. 13–18
7. Терещенко Л.О., Матієнко-Зубенко І. І. Інформаційні системи і технології в обліку: навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2004. 87 с.

СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ І НАПРЯМИ ЇЇ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ

Манєров Д., здобувач першого (бакалаврського рівня) вищої освіти спеціальності Менеджмент

Львівський інститут МАУП

Науковий керівник: Томашівський О. З., к.е.н.,

доц. кафедри менеджменту, економіки та туризму

Львівський інститут МАУП

Механізм організації праці, у свою чергу, охоплює сукупність заходів, що забезпечують раціональний розподіл, координацію та контроль завдань, повноважень і відповідальності працівників. Він тісно пов'язаний з мотиваційною стратегією, оскільки ефективна організація праці є передумовою для позитивної мотивації та підвищення продуктивності [3].

Успішна мотиваційна стратегія повинна враховувати:

- ✓ індивідуальні потреби працівників;
- ✓ організаційну культуру;
- ✓ специфіку трудових процесів;
- ✓ наявні ресурси (матеріальні й нематеріальні);
- ✓ конкурентне середовище.

Місце мотивації в управлінні є центральним, оскільки вона є одним із ключових механізмів впливу на поведінку працівників, їхню ефективність і прагнення досягати поставлених цілей. Управління без урахування мотиваційного чинника втрачає гнучкість, керованість і орієнтованість на результат [2].

У класичному управлінському циклі (планування – організація – мотивація – контроль) мотивація є тією ланкою, яка перетворює плани та організаційні структури на конкретні дії людей. Без мотивації управлінські рішення залишаються формальними або не реалізуються належним чином.

Функції мотивації в управлінні:

- ✓ Активізуюча функція – спонукає працівників діяти;
- ✓ Спрямовуюча функція – координує зусилля працівників відповідно до цілей організації;
- ✓ Регулююча функція – забезпечує сталість і прогнозованість поведінки;
- ✓ Контрольна функція – дозволяє оцінити ступінь досягнення цілей завдяки поведінковим показникам.

3. Мотивація в управлінні персоналом

У сфері HR-менеджменту мотивація:

- формує систему стимулів;
- сприяє адаптації нових працівників;
- підтримує професійне зростання;
- знижує рівень стресу та вигорання;
- підвищує утримання кадрів.

Роль мотивації у стратегічному управлінні

Мотивація відіграє важливу роль при реалізації стратегій розвитку, оскільки саме людський фактор (інноваційність, ініціативність, гнучкість) забезпечує виконання стратегічних цілей. Керівники мають створювати мотивуюче середовище, де працівники готові вкладати свої зусилля в розвиток компанії.

Вплив мотивації на ефективність управління

- Знижує витрати на контроль і адміністрування;
- Підвищує продуктивність праці;
- Зменшує конфліктність у колективі;
- Сприяє позитивному іміджу керівництва [1].

6. Взаємозв'язок з іншими управлінськими функціями представлено у таблиці 1.

Таблиця 1

Мотивація в контексті інших функцій менеджменту організацій [5]

Управлінська функція	Роль мотивації
Планування	Створює реалістичність і досяжність цілей
Організація	Підвищує відповідальність за розподіл обов'язків
Контроль	Формує самоконтроль через внутрішню мотивацію
Координація	Стимулює ефективну командну взаємодію

Мотивація в управлінні – це не лише один з етапів управлінського процесу, а системоутворюючий елемент, що забезпечує ефективність діяльності всього підприємства. Ефективний менеджер має не лише організувати та контролювати, а й надихати, стимулювати та підтримувати працівників у досягненні спільних цілей.

Аналізуючи таблицю 2, варто деталізувати, що кожен автор тлумачив трактування поняття «мотиваційна стратегія» по-своєму.

Таблиця 2

Порівняльна характеристика поняття «мотиваційна стратегія» у працях видатних економістів [9]

Автор	Ключове визначення поняття	Особливості трактування
А. Маслоу	Ієрархія потреб як основа мотивації	Мотиваційна стратегія повинна враховувати різні рівні потреб (від фізіологічних до самореалізації)
П. Друкер	Теорія двох факторів: мотиваційні та гігієнічні	Розмежування факторів, які підтримують мотивацію і тих, які лише запобігають незадоволенню
В. Шекшня	Мотивація через участь в управлінні	Включення персоналу до формування цілей і зворотного зв'язку
Ф. Герцберг	Мотиваційна стратегія – система взаємопов'язаних дій для формування мотивів працівників	Наголос на зв'язку стратегії з досягненням результатів і адаптацією до особливостей працівників
І. Ансофф	Стратегічне планування як гнучкий інструмент адаптації	Підкреслює важливість гнучкості мотиваційної стратегії до змін у середовищі
Р. Лайкерт	Мотивація через стиль керівництва	Орієнтація на участь, довіру та співробітництво
Г. Мінцберг	Стратегія як зразок поведінки організації	Мотиваційна стратегія має бути послідовною і вбудованою в організаційну культуру

1. А. Маслоу (Maslow A.) Хоча Маслоу не використовував термін «мотиваційна стратегія», його ієрархія потреб заклала теоретичну базу для розуміння мотиваційного впливу в організаціях. Відповідно, мотиваційна стратегія повинна враховувати різні рівні потреб працівників – від базових (заробітна плата) до вищих (самореалізація) [4].

2. Ф. Герцберг (Herzberg F.) Згідно з його двофакторною теорією, мотиваційна стратегія повинна розрізняти гігієнічні фактори (умови праці, політика компанії) і мотиваційні фактори (визнання, можливості розвитку). Це означає, що ефективна стратегія має комбінувати обидва типи стимулів [5].

3. П. Друкер (Drucker P.) На думку Друкера, ефективне управління персоналом ґрунтується на залученні співробітників до формування цілей і оцінювання результатів. Тобто мотиваційна стратегія – це не лише система стимулів, а й інструмент участі працівників у стратегічному процесі організації [4].

4. В. Шекшня, український дослідник управління зазначає, що мотиваційна стратегія – це «система взаємопов'язаних дій, спрямованих на формування мотивів, які забезпечують досягнення організаційних результатів». Така стратегія повинна бути адаптована до культурних, галузевих та індивідуальних характеристик персоналу [8].

І. Ансофф (Ansoff I.) У своїх роботах із стратегічного управління Ігор Ансофф акцентував на адаптаційній здатності стратегії, що у випадку мотиваційної стратегії означає її гнучкість до змін середовища і людських ресурсів [2].

На основі аналізу поглядів різних науковців, можна сформулювати узагальнене визначення:

Мотиваційна стратегія – це довгострокова, інтегрована система управлінських рішень та інструментів, що формує стійкі мотиви працівників для досягнення цілей підприємства, з урахуванням соціально-психологічних особливостей, організаційного середовища та динаміки зовнішнього ринку.

На нашу думку, термін «мотиваційна стратегія» формується на перетині двох понять — *мотивація* та *стратегія*. Якщо мотивація охоплює процеси внутрішніх і зовнішніх стимулів до дії, то стратегія — це довгостроковий план досягнення певної мети. У контексті управління персоналом, мотиваційна стратегія визначається як комплекс заходів, що забезпечують цілеспрямоване формування мотиваційної поведінки працівників для досягнення стратегічних цілей організації.

Мотивація – це внутрішній або зовнішній стимул, який спонукає працівника до виконання завдань та досягнення цілей підприємства. У контексті організації праці вона відіграє роль ключового управлінського інструменту, що спрямовує поведінку колективу відповідно до корпоративних цілей.

Виділимо основні ролі мотивації в організації праці колективу

1. Підвищення продуктивності праці

Мотивовані працівники демонструють вищу ефективність, працюють швидше та якісніше, що прямо впливає на фінансові результати підприємства.

2. Формування позитивного трудового клімату

Мотивація створює умови для довіри, поваги та підтримки між співробітниками, знижує ризики виникнення конфліктів та плинності кадрів.

3. Забезпечення ініціативності та креативності

Коли працівники бачать зв'язок між зусиллями і винагородою, вони проявляють більше творчого підходу, шукають нові рішення, пропонують удосконалення.

4. Досягнення стратегічних цілей організації

Правильно побудована система мотивації орієнтує персонал на реалізацію довгострокових цілей підприємства, включаючи інновації, якість обслуговування, сталий розвиток.

5. Види мотиваційних впливів у колективі

- Матеріальні (заробітна плата, премії, бонуси, соцпакети)
- Нематеріальні (визнання, можливість професійного зростання, автономність, гнучкий графік)

- Колективні стимули (мотивація через командні досягнення, корпоративні заходи, групові премії)

6. Мотивація як фактор зниження опору змінам

У впровадженні нововведень важливо заручитися підтримкою колективу. Мотивація дозволяє пом'якшити страхи та спротив, забезпечити залученість персоналу до процесів трансформації.

7. Роль керівника в мотивації

Менеджер має не лише створювати систему стимулювання, а й бути її прикладом – демонструвати справедливість, відкритість до діалогу та заохочення. Ефективний лідер адаптує підхід до мотивації залежно від типу особистості працівника [4].

Вважаємо, що мотивація – не просто інструмент впливу, а основа ефективної організації праці. Її роль полягає в об'єднанні особистих інтересів працівників із цілями компанії, що в результаті створює стійкий, лояльний і продуктивний колектив.

Отже, рекомендуємо підприємствам різних галузей економіки використовувати потенціал організації в напрямку досягнення довгострокової конкурентної переваги на ринку завдяки своєчасного коригування операційних цілей у відповідь на зміни, що відбуваються у зовнішньому середовищі шляхом інноваційної спрямованості, зростання масштабів бізнесу, корпоративної реструктуризації або антикризового менеджменту.

Список використаної літератури:

1. Економіка праці та соціально-трудова відносини: практикум : навч. посіб. / М. В. Семикіна, М. В. Бугаєва, Л. Д. Запирченко та ін. ; за наук. ред. Семикіної М. В. Кропивницький : Вид. Лисенко В. Ф., 2020. 228 с.
2. Єфіменкова О., Язініна Р. Мотивація як елемент управління персоналом. *Київ. ін-т бізнесу і технологій* / редкол. : В. В. Пастухова та ін. Київ, 2014. Вип. 1 (23). С. 118–121.
3. Зайцев В. С. Основні напрями удосконалення мотивації праці робітників промислових підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2018. № 1. (34). С. 29–35.
4. Занюк С. С. Психологія мотивації. Київ : Ніка-Центр, 2001. 349 с.
5. Занюк С. С. Психологія мотивації : навч. посіб. Київ : Либідь, 2002. 304 с.
6. Захарчин Г. М., Любомудрова Н. П. Соціальні аспекти мотивації праці. *Вісник НУ “Львівська політехніка”* : зб. наук.-приклад. пр. / відп. ред. Й. М. Петрович. Львів, 2014. № 799. С. 179–183.
7. Корольков В. В., Бабенко Д. О. Удосконалення мотиваційного механізму управління персоналом підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8345>

8. Лутай Л. А. Модель «Дерево цілей – дерево ресурсів» в системі соціального управління персоналом. *Ринок праці та зайнятість населення* : зб. наук. праць ІПК ДСЗУ. 2017. № 4. С. 8–12.

9. Павленко М. С., Мельник А. О. Менеджмент персоналу в системі ефективної діяльності підприємства. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*. Серія : Економіка і управління. 2020. Т. 31 (70). № 2 (2). С. 13–18.

ПСИХОЛОГІЧНА РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ЯК ОСНОВА МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ЮРИСТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

Гаталяк Х. Р., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Зошій І. В., к.психол.н., доц.

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Поняття «резилієнс» (resilience) увійшло в психологію з механіки, і окреслює фізичну здатність матеріалу «повертатись у вихідний стан». Сьогодні цей термін використовують у не лише в психології, а й в соціальних науках, медицині і розглядають у зв'язку з питаннями впливу на людину несприятливих (екстремальних, загрозливих, стресових) умов і здатності до нормального функціонування людини та/або соціальної системи (сім'ї, громади, організації) під час та після такого впливу [5, 6]. В україномовній літературі з психології та соціальної роботи resilience перекладали як стресостійкість, життєстійкість, життєздатність, стійкість до травми, психологічна стійкість. Ці терміни вживають для позначення ресурсів подолання надзвичайних і стресових подій, психологічних наслідків травматичного стресу, втрати та інших лих. Також зустрічаються публікації, в яких використовується такий український переклад поняття «резилієнтності», як «пружність», зокрема «психологічна пружність» [1].

Особливого значення набуває вивчення феномену резильєнтності в умовах війни, коли психоемоційне навантаження охоплює не лише осіб, які безпосередньо перебувають у зоні бойових дій, але й представників цивільних професій, які забезпечують функціонування систем правосуддя, зокрема юристів. Професійна діяльність юристів в умовах воєнного стану супроводжується високим рівнем емоційного виснаження, стикуванням із моральними дилемами, хронічною невизначеністю та необхідністю приймати складні рішення в умовах дефіциту часу та ресурсів. У такому середовищі резильєнтність виступає як ключовий психічний ресурс, що забезпечує не лише здатність протистояти стресу, але й активне функціонування, прийняття обґрунтованих рішень, збереження професійної ідентичності та готовність до посттравматичного зростання.

Досвід українських науковців, зокрема Г. Лазос, О. Кокуна, Н. Гусак, С. Богданова та інших, свідчить про зростаюче визнання ролі резильєнтності як системної характеристики, що охоплює когнітивний, емоційний та поведінковий

компоненти. У наукових дослідженнях окрему увагу приділено професійній резильєнтності як формі адаптації фахівців до умов постійного стресу в робочому середовищі. Резильєнтність розглядається не лише як вроджена властивість, але і як така, що може бути цілеспрямовано сформована через розвиток адаптивних стратегій, емоційного інтелекту, навичок саморегуляції, підтримку соціальних зв'язків та посилення почуття сенсу і життєвої мети [2, 3, 4].

Розвиток резильєнтності є фундаментальною передумовою забезпечення ментального здоров'я юристів в умовах війни. Інтегративний підхід, що поєднує біологічні, психологічні, соціальні та професійні чинники, дозволяє не лише зберігати функціональність у складних умовах, але й сприяє формуванню внутрішніх ресурсів для довготривалої психологічної стійкості, особистісного розвитку та професійного зростання. У цьому дослідженні зроблено акцент на розробці й впровадженні психоосвітніх та інтервенційних програм, спрямованих на формування і підтримку резильєнтності серед представників правничої професії як одного з ключових чинників стратегії збереження людського капіталу в умовах соціальних потрясінь і воєнного конфлікту.

За результатами дослідження за показниками загальної резильєнтності юристи демонструють вищу адаптивність до змін. Це зумовлено потребою швидко реагувати на нові правові норми, нестабільність середовища та необхідність постійного навчання. Юристи мають вищий рівень впевненості у власних силах, що базується на досвіді прийняття рішень, умінні аргументувати позицію та брати на себе відповідальність. Здатність долати складні ситуації є помітно вищою у юристів, що пояснюється систематичною взаємодією з конфліктами та роботою у високостресових обставинах. Рівень стресостійкості у юристів і фахівців інших спеціальностей є майже однаковим, проте юристи повільніше відновлюються після стресових подій. Це може свідчити про накопичення емоційної напруги та потребу у формуванні механізмів відновлення. Інші фахівці краще справляються з неприємними або болісними відчуттями, що, ймовірно, пов'язано з меншою тривалістю впливу стресу та меншою відповідальністю за критичні рішення.

Таким чином, високий рівень професійної життєстійкості та резильєнтності юристів забезпечує їм здатність адаптуватися до складних умов праці, однак емоційне відновлення потребує додаткової уваги, оскільки затримка у відновленні може призвести до накопичення хронічного стресу та зниження добробуту в довгостроковій перспективі.

Юридична професія сприяє розвитку психологічної витривалості та впевненості, проте потребує створення системних умов для підтримки ментального здоров'я.

Результати дослідження підтвердили ефективність впливу тренінгових інтервенцій з розвитку резильєнтності, самопомоги та протидії емоційному вигоранню. Зникли випадки низького рівня резильєнтності, а кількість учасників із високим рівнем зросла втричі. Позитивна динаміка зафіксована в компонентах адаптивності, здатності справлятися зі складними ситуаціями, стійкості до стресу та подоланні болісних переживань. Також покращилися показники

професійної життєстійкості, особливо в емоційному та мотиваційному компонентах.

Крім кількісних змін, учасники тренінгу відзначили якісні зміни у ставленні до себе, до професії, до власного добробуту. Високу ефективність показали практики емоційної та тілесної саморегуляції, рефлексійні вправи, робота з цінностями та соціальною підтримкою. Саме ці елементи сприяли не лише зростанню показників резильєнтності, а й підвищенню рівня суб'єктивного добробуту.

У категорії особистого добробуту спостерігалось зростання позитивних відповідей за ключовими твердженнями — від відчуття бадьорості до впевненості у собі. У категорії «здатність до відчуття добробуту» найбільший прогрес зафіксовано у сфері самозарадності, управління стресом та звернення по допомогу. Міжособистісний добробут і робоче середовище залишилися стабільними на високому рівні.

Таким чином, тренінгове втручання підтвердило свою ефективність як інструмент розвитку психологічної стійкості, профілактики вигорання та підтримки ментального здоров'я юристів. Отримані результати є підґрунтям для подальшого впровадження подібних програм у практику професійного навчання та супроводу правничих кадрів.

Резильєнтність є ключовим адаптаційним ресурсом у діяльності юристів в умовах війни, що забезпечує стійкість до стресу, здатність приймати обґрунтовані рішення та підтримувати ментальне здоров'я. Хоча юристи демонструють вищі за середні показники резильєнтності та професійної життєстійкості, однак мають потребу в додатковій підтримці емоційного відновлення та мотиваційного ресурсу. Тренінгові інтервенції позитивно вплинули на рівень резильєнтності, добробуту та професійної життєстійкості.

Доцільним є інституційне впровадження програм розвитку резильєнтності як складової професійного навчання, профілактики вигорання та підтримки ментального здоров'я у сфері правосуддя

Адже ментальне здоров'я — це внутрішній стан людини, за якого вона розпізнає й усвідомлює свої емоції, здатна долати стреси та життєві виклики, ефективно працювати й навчатися, підтримувати гармонійні взаємини з іншими та брати активну участь у суспільному житті. Воно є невід'ємною складовою загального стану здоров'я та базовим правом кожної людини. Саме від ментального добробуту залежить здатність людини мислити критично, приймати рішення, спілкуватися та взаємодіяти зі світом [7].

Власне, розвиток резильєнтності є одним з найважливіших способів підтримки ментального здоров'я. Це про здатність залишатися в ресурсі, відновлювати емоційний баланс та зберігати важливі соціальні зв'язки навіть у складних обставинах.

Список використаної літератури:

1. Асонов Д.О. Розвиток концепції резилієнсу в науковій літературі протягом останніх років. *Psychosomatic Medicine and General Practice*, 2019. URL: <https://www.doi.org/10.26766/PMGP.V4I3-4.219>.

2. Гусак Н.О. Керівництво МПК з психічного здоров'я та психосоціальної підтримки в умовах надзвичайної ситуації. Київ: Унів. вид-во ПУЛЬСАРИ, 2017. 216 с.

3. Кокур, О. М. (2020). Професійна життєстійкість особистості: аналіз феномена. Актуальні проблеми психології: *Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Том. V, Вип. 20, 68–81. URL: <https://lib.iitta.gov.ua/721356>

4. Лазос Г.П. Теоретико-методологічна модель резильєнтності як основа побудови психотехнології її розвитку. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2019. № 2-3 (17). С. 77-88.

5. Bonnano G.A. Loss, trauma, and human resilience: have we underestimated the human capacity to thrive after extremely aversive events? *American psychologist*. 2004. № 59. P. 21.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ

Бойко С. О., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Компанович М. С., к. психол. н.,

завідувачка кафедри психології,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ«МАУП»

Соціально-психологічні чинники включають такі аспекти, як взаємодія людей, соціальні норми, стереотипи, уподобання, стосунки в групі, вплив засобів масової інформації тощо. Ці фактори можуть впливати на поведінку, думки і емоції людей у соціальному середовищі.

Соціально-психологічні фактори, що впливають на адаптацію внутрішньо переміщених осіб (ВПО), є надзвичайно актуальною проблемою в сучасному світі. Внутрішньо переміщені особи – це люди, які вимушені покинути свої оселі через конфлікти, природні катаклізми чи інші небезпечні обставини. Соціально-психологічні фактори відіграють ключову роль у формуванні та утриманні стабільної адаптації внутрішньо переміщених осіб, включаючи питання самоідентифікації, взаємодії з іншими членами суспільства, здолання стресу та травм, а також побудови нових соціальних зв'язків.

Адаптація внутрішньо переміщених осіб є складним і багатограним процесом, що може відбуватися під впливом різноманітних соціально-психологічних чинників. Дослідження в цій сфері сприяють глибшому розумінню таких аспектів, як стрес, втрата соціального статусу, відчуття втрати та невпевненості, які можуть виникати у внутрішньо переміщених осіб.

Агресія росії проти України триває з 2014 року. В Україні, внаслідок анексії Криму та збройного конфлікту в окремих районах Донецької і Луганської областей, виникла значна кількість внутрішньо переміщених осіб (далі – ВПО). У 2014 році був ухвалений Закон України “Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб”, згідно з яким внутрішньо переміщеною особою

вважається “громадянин України, який постійно проживає в Україні, і якого змусили або який самостійно залишив своє місце проживання через або з метою уникнення негативних наслідків збройного конфлікту, тимчасової окупації, загального насильства, масових порушень прав людини та надзвичайних ситуацій природного або техногенного характеру”. За даними Міністерства соціальної політики України, з тимчасово окупованих територій до інших регіонів переселено понад 1,5 мільйона осіб. Наразі Україна входить до десятки країн з найбільшою кількістю ВПО.

Виокремлюються дві категорії переміщених осіб:

1) особи, які змушені були залишити свої країни походження або місця постійного проживання, перетнули державний кордон і опинилися в умовах, схожих на статус біженців, але залишаються під захистом свого уряду;

2) особи, які, хоча й залишилися в межах своїх країн, були змушені покинути свої постійні місця проживання або припинити звичну економічну діяльність через загрозу їхньому життю, безпеці або свободі внаслідок насильства, збройного конфлікту чи внутрішніх заворушень.

Адаптація, як термін, запозичений з соціології та психології, використовується для опису процесу освоєння людиною різних аспектів природного та соціального середовища.

Метою нашого дослідження було вивчити, яким чином процес соціально-психологічної адаптації впливає на загальний стан психологічного благополуччя серед внутрішньо переміщених осіб.

Дослідження було проведене на базі Львівського центру професійно-технічної освіти Державної служби зайнятості. У дослідженні взяли участь 60 осіб. З них, 24 особи чоловічої статі, та 36 особи жіночої статі. Усі респонденти є клієнтами даного навчального закладу. Учасники з різних регіонів, соціальних груп і вікових категорій були відібрані за методом випадкової вибірки серед осіб, які добровільно погодилися брати участь у дослідженні.

Дослідження, яке було здійснене в межах цієї роботи, складалося з декількох основних кроків, що дозволили досягти поставлених цілей. Кожен крок був спрямований на збір, обробку та інтерпретацію даних для детального аналізу взаємозв'язку між соціально-психологічною адаптацією та психологічним благополуччям. Підготовчий етап передбачав розробку теоретичної основи дослідження, вибір методик, визначення об'єкта та предмета дослідження.

Були обрані методи дослідження, а саме, методика дослідження соціальної адаптованості, шкала сприйнятого стресу (PSS–10), опитувальник Міні–мульти (скорочений багатofакторний опитувальник для дослідження особистості – СБОО) та авторська анкета. Основний етап дослідження передбачав безпосередній збір та обробку даних.

Методика дослідження соціальної адаптованості застосовується для вивчення та оцінювання здібності особи успішно взаємодіяти з іншими та пристосовуватися до різних соціальних обставин, включаючи робоче середовище та суспільні взаємини. Ця методика дозволяє розуміти, наскільки дієво людина може розв'язувати конфлікти, спілкуватися з іншими, а також адаптуватися до

змін у суспільному оточенні. При використанні методики дослідження соціальної адаптованості були виявлені наступні результати: у жінок у 11,1 % виявлена висока соціальна адаптованість (це вказує на те, що людина здатна успішно взаємодіяти з оточуючими, піднятися над стандартними ситуаціями, адекватно й ефективно вирішувати проблеми), у 44,4 % – середня соціальна адаптованість (вказує на здатність людини успішно функціонувати в суспільстві, взаємодіяти з оточуючими, відповідати соціальним нормам і вимогам, адекватно справлятися з різними життєвими ситуаціями), у 8,9 % – низька соціальна адаптованість (може вказувати на ймовірні проблеми взаємодії з іншими людьми, відчуття відчуженості від соціуму, нерівномірний розвиток соціальних навичок, неспроможність пристосуватися до змін у соціальному оточенні, відсутність відчуття належності до спільноти або соціальної групи), а у 5,6 % – соціальна адаптованість дуже низька (може вказувати на ймовірні проблеми взаємодії з іншими особами, на відчуття відчуження чи нездатності пристосуватися до соціальних обставин), у чоловіків висока соціальна адаптованість у 12,5 %; середня соціальна адаптованість у 83,3 % та низька соціальна адаптованість у 4,2 %.

Шкала сприйнятого стресу (PSS) – відомий інструмент для визначення рівня стресу. Він використовується для оцінки та вимірювання загального відчуття напруги, яке люди мають у повсякденному житті. Цей інструмент допомагає визначити, наскільки особа відчуває ситуації як стресові, і допомагає враховувати цей фактор під час планування та оцінки програм здоров'я та добробуту.

Результати дослідження по шкалі сприйнятого стресу показали, що у 38,9 % жінок низький рівень сприйнятого стресу може вказувати на загальні почуття спокою та внутрішнього комфорту, більшу концентрацію й продуктивність, кращий сон та загальне фізичне та емоційне відчуття; у 61,1 % жінок спостерігається помірний сприйнятий стрес (це свідчить про те, що особистість відчуває невеличке напруження, проте вона ще здатна ефективно діяти та вирішувати задачі). Такий рівень стресу може навіть бути корисним, адже допомагає зосередитися й швидше розв'язувати проблеми.

У 41,7 % чоловіків низький рівень сприйнятого стресу; а у 58,3 % – помірний рівень сприйнятого стресу.

Методика міні-мульти дає змогу оцінити рівень нервово-психічної стійкості, ступінь поєднання особистісних рис, рівень пристосування особи до соціального середовища.

Результати дослідження засвідчили, що у жінок показник іпохондрії (Hs) вищий, ніж у чоловіків – це може вказувати на те, що жінки частіше відчувають тривогу стосовно власного здоров'я та здатні більше схилитися до гіпохондрії, тобто надмірної зосередженості на своїх фізичних симптомах і переконаннях у власній хворобі; показник депресії (D) в чоловіків вищий, аніж у жінок – це здатне засвідчувати більшу схильність чоловіків до розвитку депресії або те, що у них прояви цього стану можуть бути яскравішими; показник істерії (Hu) у жінок вищий, ніж у чоловіків – це може свідчити про те, що вони більш схильні до емоційних відгуків, стресу та тривоги; показник психопатії (Pd) у чоловіків

вищий, ніж у жінок – це може вказувати на те, що у чоловіків більше звичних ознак психопатії, які виявляються в їх поведінці та мисленні; показник паранойяльності (Pa) у жінок суттєво перевищує, аніж у чоловіків – це може свідчити про більш виражену схильність до перебільшення деяких ситуацій, відчуття небезпеки або підозріливості; показник психастенії (Pt) у чоловіків вищий ніж у жінок – це може вказувати на те, що чоловіки в цьому конкретному дослідженні мають більш виражену тенденцію до психічної нестабільності або тривожних розладів, ніж жінки; показник шизоїдності (Se) в жінок трохи вищий ніж у чоловіків – це може вказувати на ймовірні відмінності в їхніх психологічних рисах чи способах сприйняття соціальних ситуацій; показник гіпотонії (манії) (Ma) у жінок вищий за чоловіків – може вказувати на можливість ризику виникнення низького артеріального тиску у жінок порівняно з чоловіками.

Отже, аналіз показників різними методиками дає змогу висвітлити різноманітні соціально-психологічні фактори, що впливають на процес адаптації внутрішньо переміщених осіб. Усі показники підтверджують значущість врахування соціально-психологічних факторів для успішного пристосування внутрішньо переміщених осіб.

Список використаної літератури:

1. Закон України № 1706-VII від 20.10.2014 р. «Про забезпечення прав і свобод внутрішньо переміщених осіб». URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1706-vii>
2. Вимушені переселенці та приймаючі громади: уроки для ефективної суспільної адаптації й інтеграції: наукова доповідь / за ред. О. М. Балакіревої. Київ, 2016. 140 с.
3. Романовська Д. Д., Ілащук О. В. Соціально-психологічні чинники розвитку стресостійкості особистості. Чернівці: ЧНУ, 2018. 200 с.
4. Камбур А.В. Соціальна адаптація особистості : монографія. Чернівці: Вид-во «Золоті литаври», 2012. – 252 с.

ДИНАМІКИ ПОКАЗНИКІВ САМОСТАВЛЕННЯ ЯЕ РЕЗУЛЬТАТ ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

***Карпінська А. Р., здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої
освіти***

спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Компанович М. С., к. психол. н.,

завідувачка кафедри психології,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ«МАУП»

Сучасна соціальна ситуація в Україні, обумовлена повномасштабною війною, посилила значущість ідентифікаційних процесів у свідомості особистості. Етнічна ідентифікація, як один із ключових аспектів соціальної ідентичності, у періоди суспільної нестабільності відіграє особливо важливу роль у формуванні світогляду, життєвих орієнтацій і самоствавлення індивіда. Під

самостваленням розуміється система уявлень, емоційних оцінок і ставлення особистості до самої себе, що формується під впливом соціокультурного середовища, міжособистісних взаємодій і власного життєвого досвіду [2, с. 97].

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розуміння психологічних механізмів, які формують і змінюють самоствалення особистості в контексті її етнічної приналежності, особливо в умовах посилення національної самосвідомості, інформаційного тиску та соціальної турбулентності. Вивчення взаємозв'язку етнічної ідентифікації з динамікою самоствалення дозволяє не лише глибше зрозуміти внутрішній світ працівника в умовах воєнного часу, а й сприяти розробці практичних рекомендацій для підтримки психологічної стійкості [4, с. 45].

Питання самоствалення активно досліджували вітчизняні науковці, зокрема І. Бех, В. Синьов, Т. Титаренко, Н. Чепелєва. Самоствалення розглядається як комплексна система, що включає емоційно-оцінне, когнітивне та поведінкове ставлення до себе. Відповідно до сучасних підходів, самоствалення формується під впливом соціальних факторів, серед яких значну роль відіграє ідентифікація з певною соціальною або етнічною групою [1, с. 52].

Етнічна ідентифікація, як психологічний феномен, вивчалася такими дослідниками, як Н. Лук'янова, В. Рибалка, О. Цокур. Вони зазначають, що етнічна ідентичність може виступати як ресурс позитивного самосприйняття або, навпаки, чинником внутрішнього конфлікту у випадках маргіналізації чи міжгрупової напруги.

Попри наявність численних праць, досі залишаються малодослідженими конкретні механізми впливу етнічної ідентичності на структуру і динаміку самоствалення у дорослих людей, зокрема в контексті виробничого середовища під час воєнного стану. Саме цій проблемі присвячені ці тези [5, с. 87].

Метою дослідження стало вивчення особливостей самоствалення працівників підприємства як результату їхньої етнічної ідентифікації. Основні завдання включали:

- Визначити рівень та тип етнічної ідентифікації серед учасників дослідження;
- Встановити рівень та структуру самоствалення працівників;
- Проаналізувати взаємозв'язки між показниками етнічної ідентичності та особливостями самоствалення;
- Виявити роль соціокультурних чинників у формуванні самоствалення в умовах війни.

Емпіричне дослідження проводилося на базі підприємства з продажу керамічного посуду. У ньому взяли участь 29 осіб, що становить вибірку дорослих працівників різного віку, статі та професійного досвіду. Дослідження проводилося із застосуванням таких методик:

1. Шкала позитивності та невизначеності етнічної ідентичності (за методикою О. Цокур);
2. Методика діагностики значущості етнічної ідентичності (за Ю. А. Андрєєвою);

3. Шкала валентності етнічної ідентичності (емоційне ставлення до своєї етнічної групи);

4. Опитувальник самоствавлення С. Розумного;

5. Оцінка ціннісних орієнтацій (за методикою Ш. Шварца).

За шкалою позитивності етнічної ідентичності:

4 учасники продемонстрували високий рівень, 10 – середній, 15 – низький.

За шкалою невизначеності етнічної ідентичності:

3 учасники мали високі показники невизначеності, 9 – середній рівень, 17 – низький.

Щодо значущості етнічної ідентичності:

Висока значущість зафіксована у 8 респондентів, середня – у 13, низька – у 8.

За шкалою валентності переважали позитивні емоції: гордість (10 осіб), спокійна впевненість (9), нейтральне ставлення (6), образа (3), приниження (1). Середній бал – 4,03, що вказує на загальний позитивний емоційний фон ідентифікації.

Дослідження самоствавлення виявило:

4 респонденти мали високий рівень самоповаги;

11 – середній;

10 – коливальний;

4 – низький рівень самоповаги.

Загалом у більшості працівників спостерігається достатній рівень самоповаги, однак частина вибірки демонструє нестабільність у самооцінюванні.

Аналіз результатів засвідчив наявність прямого зв'язку між позитивною етнічною ідентифікацією та високими показниками самоствавлення. Особи з гордістю та спокійною впевненістю у своїй етнічності схильні демонструвати вищу самооцінку, стабільну самоповагу та впевненість у власних діях. Натомість ті, хто виявляє байдужість або образу щодо своєї етнічної належності, частіше мають нестабільне або занижене самоствавлення.

Соціокультурні чинники – зокрема вплив воєнних подій, колективна солідарність, підвищення рівня національної свідомості – відіграють важливу роль у зміцненні етнічної ідентичності, що в свою чергу позитивно впливає на емоційне самосприйняття [3, с. 132].

Результати дослідження свідчать, що етнічна ідентичність є значущим чинником, який впливає на формування самоствавлення особистості. Позитивна етнічна ідентифікація сприяє підвищенню рівня самоповаги, впевненості в собі та стабільності самооцінки. Натомість невизначеність або негативне ставлення до власної етнічності може бути фактором ризику для психологічного благополуччя.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні гендерних, вікових, професійних відмінностей у динаміці взаємозв'язку між самоствавленням та етнічною ідентичністю, а також у розробці психопрофілактичних програм для підтримки працівників у період соціальних криз [1, с. 21].

Список використаної літератури:

1. Артеменко С. І., Лазебна О. В., Кравченко Л. О., Думчева О. В. Психологічна допомога людям, які зазнали вимушеного переміщення, 2019. 145 с.
2. Дуб В. Соціокультурні характеристики ціннісних орієнтацій вимушених переселенців. Проблеми гуманітарних наук. Психологія, 2021. № 49. С. 61–71.
3. Карамушка Л. М. Психічне здоров'я особистості під час війни: як його зберегти та підтримати: метод. рекомендації. Київ: Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України, 2022. 213 с.
4. Кононов І., Кононов І. Концепція ідентифікації та ідентичності в психоаналізі: Зигмунд Фройд та Ерік Еріксон. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Соціологічні науки*. 2013. № 23 (3). С. 5–7.
5. Маліновська О. В. Соціально–демографічний портрет внутрішньо переміщених осіб в Україні. *Психологічний журнал*, 2020. №41 (5). С. 34–40.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СКЛАДОВИХ Я-КОНЦЕПЦІЇ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ *Вінтюк Л. Я., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

*Науковий керівник: Компанович М. С., к. психол. н., доц.
завідувач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Період підліткового віку є критичним для становлення особистості, оскільки у цей час відбувається перехід від дитинства до дорослості. З огляду на це формування самосвідомості школярів належить до вкрай важливих завдань навчально-виховної роботи у загальноосвітніх закладах. Для їх успішного вирішення важливо зрозуміти, як виховання, навчання та впливи оточення формують свідоме ставлення підлітків до себе, яке впливає на увесь процес їхнього подальшого розвитку. Відповідно, дослідження психологічних особливостей формування компонентів самосвідомості в підлітковому віці має важливе практичне та наукове значення, що може сприяти покращенню психологічної підтримки та оптимізації розвитку учнів. Вказане обумовлює актуальність даного дослідження, яка не обмежується лише психологічними аспектами, а охоплює також широке коло соціальних і культурних питань.

Мета дослідження: висвітлити теоретичні та практичні підходи до вивчення складових Я-концепції учнів шкіл підліткового віку, необхідні для організації і проведення заходів з їхнього формування в роботі шкільного психолога.

Як самосвідомість дітей підліткового віку, так і їхні окремі складові компоненти, неодноразово досліджувалися вітчизняними науковцями [1 - 7] та ін. В своїх публікаціях на дану тему вони розглянули питання становлення і прояву як самосвідомості взагалі, так і окремих її складових, а також особливості

їхнього формування у процесі навчально-виховної взаємодії педагогів і психологів з тими, хто навчається в навчальних закладах.

Формування самосвідомості у підлітковому віці визначає становлення певної внутрішньої позиції, в основі якої перебуває намагання бути відповідальним за себе, за свій особистісний розвиток, за наявні погляди та переконання, прояви поведінки, а також за наявність власної життєвої позиції та спроможність відстоювати її. В цей період підліток проявляє інтерес до свого духовного зростання, а тому у нього починається розвиток всіх складових самосвідомості. Його самосвідомість вже містить всі компоненти самосвідомості дорослої людини; проте важливо, якого рівня розвитку вони досягнуть у кожного конкретного індивіда і які з них займуть домінуюче становище у структурі особистості підлітка. Самосвідомість становить зі себе складну, багатомірну психологічну структуру, до найважливіших компонентів якої переважно відносять: Я-концепцію, самооцінку, рівень домагань і психологічний захист особистості [7, с. 176].

Згідно з сучасними уявленнями, Я-концепція – це система уявлень та переконань особистості про себе, що формується у процесі соціалізації під впливом соціальних стандартів, норм та стереотипів, яка є важливими чинниками розвитку особистості [3, с. 341]. Система уявлень підлітка про себе відіграє важливу роль у функціонуванні його особистості, оскільки визначає, як він сприймає себе, бачить і розуміє свій світ та взаємодіє з соціальним оточенням. Дане поняття включає у себе уявлення, переконання, переживання, стереотипи і оцінки, які людина має про себе.

«Я-концепція» відіграє важливу роль у житті кожної людини, сприяє формуванню самоідентичності, адаптації до умов довкілля, формує і зберігає ціннісні уявлення підлітка, забезпечує цілісність його особистості та стійкість поведінкових проявів. «Я-концепція» також визначає спрямованість активності людини і забезпечує формування самооцінки та рівня домагань особистості, які, в поєднанні з наявними досягненнями, впливають на мотивацію та задоволеність собою й результатами власної діяльності [6]. Вона також включає ті властивості особистості, які забезпечують становлення її ідентичності, їхні прояви і саморозвиток, самореалізацію в різних сферах, зокрема, зумовлюючи ставлення до навчальної діяльності, а також спілкування з соціальним оточенням.

У сучасних умовах, де особистість кожного суб'єкта суспільного процесу набуває все більшого значення, «Я-концепція» виступає не лише її психологічним аспектом, але й головним елементом самовизначення та взаємодії зі світом. Важливим чинником внутрішньої узгодженості уявлень та їхніх проявів є думки індивіда про себе, тому у своїй поведінці особистість у будь-якому випадку буде керуватися результатами самосприйняття. З огляду на це важливо вивчати та трактувати «Я-концепцію» як головний аспект розвитку особистості та формування системи її відносин у суспільстві.

Самооцінка підлітків формує уявлення про власну значущість, місце серед інших людей, популярність і авторитет серед однолітків, позитивну чи негативну оцінку власних рис особистості, достатній чи недостатній їх розвиток тощо. Вона формується під впливом виховання, як у сім'ї так і у школі, а також є результатом

врахування наявного досвіду діяльності. Як батькам, так і вчителям та психологам вкрай важливо сформуванню в учнів адекватну самооцінку, оскільки від стану її сформованості залежить не лише ставлення підлітка до себе і соціального оточення, але й моделі його поведінки у певних ситуаціях.

Рівень домагань у цьому віці полягає у виборі ступеня складності поточних і перспективних завдань, які підлітки ставлять перед собою. Як і самооцінка, він формується як під впливом виховання, так і врахування наявного власного досвіду діяльності, а тому тісно з нею пов'язаний. Завдання шкільних педагогів і психологів полягає у тому, щоб сформуванню у підлітків такий рівень домагань, який забезпечить їх належну результативність діяльності, навчальної передусім.

Психологічний захист особистості включає наявність і сформованість певних психологічних механізмів захисту індивіда від дії різноманітних психотравмуючих чинників, що дозволяє зберігати цілісність компонентів самосвідомості у різноманітних несприятливих життєвих ситуаціях. Саме через це психологічний захист також виступає важливим компонентом взаємодії особистості з наявним оточенням, соціальним передусім. Переважно дія механізмів психологічного захисту не усвідомлюється особистістю, тому це ускладнює як їхню діагностику, так і розвиток у потрібному напрямку; однак їхнє формування також належить до завдань педагогів та психологів загальноосвітніх навчальних закладів.

Незважаючи на те, що різні аспекти становлення і функціонування складових Я-концепції учнів шкіл підліткового віку в наявних публікаціях висвітлені достатньо повно, даних про стан їхньої сформованості і особливості формування в сучасних умовах військового стану в країні виявлено не було, що спонукало до організації відповідного самостійного дослідження.

Після з'ясування сучасних теоретичних уявлень про самосвідомість, особливості її розвитку і функціонування у підлітковому віці, складові та їхню сумісну взаємодію, складено план дослідження і здійснено вибір необхідних психодіагностичних методик.

Відбір необхідних для проведення дослідження сформованості компонентів самосвідомості підлітків було здійснено за наступними вимогами:

- розроблені відомими фахівцями у галузі психодіагностики;
- опубліковані в офіційних фахових виданнях, стандартизовані й адаптовані для обстеження відповідного контингенту;
- придатність для психодіагностичних обстежень осіб підліткового віку;
- інформаційно ємкі та не надто складні в застосуванні.

Враховуючи наведені вимоги, для проведення діагностичного обстеження школярів підліткового віку були відібрані наступні методики:

1. Тест-опитувальник для визначення самоствавлення особистості (В. В. Століна і С. Р. Пантелеєва);
2. Методика діагностики самооцінки і рівня домагань (Т. В. Дембо і С. Я. Рубінштейна);
3. Методика діагностики домінуючої стратегії психологічного захисту у спілкуванні (В. В. Бойка);
4. Методика вивчення ясності Я-концепції (Дж. Кемпбела).

Передбачено провести заплановане психодіагностичне дослідження серед учнів загальноосвітніх навчальних закладів міста Львова під час проходження переддипломної практики.

Висновок. Проведене дослідження підтверджує наявні наукові уявлення та дає підстави констатувати, що сформованість компонентів самосвідомості у підлітків є важливим чинником їхнього особистісного розвитку на даному віковому етапі, що визначає хід подальшого їхнього становлення, формування їхньої зрілості, та забезпечує перехід на наступний етап їхнього розвитку в юнацькому віці, а тому потребує належного вивчення і врахування у процесі їхнього виховання та навчання; проте з'ясування особливостей формування та стану розвитку компонентів самосвідомості учнів шкіл підліткового віку потребує організації та проведення окремого, самостійного психодіагностичного дослідження.

В майбутньому передбачено дослідити вплив сформованості складових самооцінки підлітків на успішність їхнього навчання.

Список використаної літератури:

1. Богданова К. Д. Особливості самосвідомості сучасного підлітка. Збірник наукових праць: *Актуальні проблеми психології в закладах освіти*. 2016. № 6. С. 31-35.
2. Вовканич М. Д. Самосвідомість як чинник особистісного розвитку підлітка. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Педагогіка, соціальна робота»*. Випуск 23. С. 41-42.
3. Демчук О. А. «Я-концепція» як продукт розвитку самосвідомості особистості. *Молодий вчений*. 2016. № 12(39). С. 240–243.
4. Кучеренко С. Методологічні підходи до вивчення самосвідомості особистості підлітків та юнаків. *Психологія і суспільство*. 2009. № 1. С. 134-151.
5. Розвиток самосвідомості у підлітковому віці. URL: https://stud.com.ua/120195/psihologiya/rozvitok_samosvidomosti_pidlitkovomu_vitsi#google_vignette
6. Самосвідомість – новоутворення особистості підлітка. URL: http://megalib.com.ua/content/5652_3_Samosvidomist___novoytvorennya_osobistos_t_i_pidlitka.html
7. Сергєєнкова О. П., Столярчук О. А., Коханова О. П., Пасека О. В. *Загальна психологія : навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури, 2012. 296 с.

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК ПРОФІЛАКТИКИ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ОСОБИСТОСТІ

*Лесник С. В., здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

*Науковий керівник: Компанович М. С., к. психол. н., доц.,
завідувачка кафедри психології*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

У сучасних умовах, коли рівень стресу постійно зростає, а навантаження на працівників збільшується, професійне вигорання стало серйозною проблемою. Особливо актуальним це стало в умовах війни, коли важко планувати не лише робочі задачі, а й саме життя.

Професійне вигорання – це стан емоційного виснаження, зниження мотивації та продуктивності. Одним з ефективних способів його профілактики є тайм-менеджмент – мистецтво раціонального управління часом.

Метою дослідження було проаналізувати, як саме тайм-менеджмент впливає на зниження ризику професійного вигорання.

Гіпотеза дослідження – припускаємо, що ефективне використання тайм-менеджменту допомагає знизити рівень професійного вигорання.

У межах дослідження були використані такі методики:

- діагностика емоційного вигорання за К. Маслач, С. Джексон
- методика визначення стресостійкості та соціальної адаптації Т. Холмс, Р. Праге
- методика вивчення часової перспективи Ф. Зімбардо
- анкетування та бесіда з працівниками.

В дослідженні приймали участь 60 респондентів жіночої та чоловічої статі Львівського центру професійно-технічної освіти ДСЗ. За допомогою отриманих результатів ми встановили, що присутня наявність професійного вигорання у 40% працівників.

У цих працівників наявні всі ознаки професійного вигорання, а саме: неуважність; розгубленість; надлишкова відповідальність; слабка мотивація; негативізм; у всьому пошук поганих ознак, негативу; загальмованість; моральна дезорієнтація.

За результатами діагностики у цих респондентів ми виділили чинники, які впливають на професійне виснаження працівників: стаж роботи; вік працівників; наявність конфліктних ситуацій; велике емоційне навантаження; стрес.

Нами була розроблена програма, яка містила в собі тренінг з тайм-менеджменту та тренінгових занять, лекцій, психо-корекційних вправ, ігор, спрямованих на профілактику професійного вигорання (табл. 1).

Програма розрахована на 4 тижні, протягом яких було проведено 9 занять по 4 години (2 пари) кожне з розрахунку 2-3 заняття на тиждень. Ефективність тренінгу підвищувалася з допомогою постійного ведення психологічного щоденника (регулярно виконуваного домашнього завдання), що робило навчання у певному розумінні безперервним, спрямованим, насамперед, в розвитку рефлексії.

Програма ґрунтувалася на принципі поступовості та етапах: кожен наступний етап логічно впливав з наступного. Завдяки цьому учасники тренінгу поступово поглиблювалися у процес усвідомлення своїх особливостей регуляції нервово-психічних функцій, емоцій та сприйняття стресових ситуацій, випробували нові форми самодетермінації та організації часу.

Проведене повторне дослідження підтвердило ефективність та доцільність застосування тайм-менеджменту з метою профілактики професійного вигорання продемонструвавши кращі показники в порівнянні з первинними показниками.

Таблиця 1

Програма тренінгу

№	Заняття	Вправа/техніка
1.	Заняття 1. Мета: Знайомство з групою, формування міжособистісних зв'язків спілкування.	Вступ. Оголошення мети та теми заняття.
		Вправа «Правило роботи групи»
		Вправа «Дивись, це Я»
2.	Заняття 2 Мета: Формування сприятливого ставлення до себе та своїх вчинків	Вступ. Вітання.
		Вправа «Мої прекрасні якості»
		Техніка «Скеля»
3.	Заняття 3 Мета: Формування самооцінки та позитивного ставлення до себе	Вітання.
		Вправа «Напиши собі листа»
		Техніка «Болото»
		Вправа «Я називаюсь»
4.	Заняття 4 Мета: Формувати здорове сприйняття власних ресурсів, захисних механізмів	Вітання.
		Вправа «Ресурси»
		Вправа «Важливі риси характеру»
		Лекція «Тайм-менеджмент»
5.	Заняття 5 Мета: Емоційне і психологічне розвантаження, розслаблення. Налагодження духовного стану.	Експерсія на заняття йогою.
6.	Заняття 6 Мета: Формування міжособистісних стосунків, плідного спілкування. Вправи для формування організації власного часу.	Привітання.
		Вправа «Моя особливість та моя неповторність»
		Перегляд мультфільму «Будинок»
		Гра «Поміняйтеся місцями ті, хто...»
		Рефлексія «Умови ефективного спілкування»
7.	Заняття 7 Мета: Знайомство з емоціями, формування власного ставлення до емоцій своїх та чужих. Цінності організації власного часу.	Вправа «Позитив-негатив спілкування»
		Вправа «Емоції – друзі чи вороги?»
		Вправа «Золота рибка»
		Вправа «Асоціації»
8.	Заняття 8 Мета: знайомство зі стресом, формування стресостійкості	Перегляд відеоролику «Контроль емоцій»
		Гра-розминка «Стрес в роботі»
		Вправа «Склянка з водою»
		Вправа «Поглиначі часу»
9.	Заняття 9 Мета: розвивати стресостійкість, формувати техніки самозаспокоєння та організації часу.	Релаксація «Водоспад»
		Притча «Про мужність ризикнути та спробувати»
		Рекомендації для самозаспокоєння.
		Рефлексія «Для мене час – це...»

Джерело: Розроблено автором

Результати підтвердили: люди, які володіють навичками управління часом, краще справляються зі стресом, встигають виконувати свої обов'язки без надмірного напруження та мають нижчий рівень емоційного вигорання.

Список використаної літератури:

1. Алюшина Н. О. Тайм-менеджмент: Мистецтво планувати та управляти своїм часом. Київ : Національна академія державного управління при Президентіві України, 2008. 119 с.

2. Пахомов І. В. Профілактика професійного та емоційного вигорання педагогічних працівників закладів професійної (професійно-технічної) освіти: навч. посіб. Біла Церква : БНПО ДЗВО «УМО» НАПН України, 2024. 114 с.

3. Синдром «професійного вигорання» та професійна кар'єра працівників освітніх організацій: тендерні аспекти. За наук. ред. С. Д. Максименка, Л. М. Карамушки, Т. В. Зайчикової. Київ : Міленіум, 2018. 368 с.

4. Ярощук Л., Удовенко А. Професійне вигорання особистості психолого-педагогічний супровід фахового зростання особистості в системі неперервної професійної освіти. Київ, 2022. с. 332.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ У СТУДЕНТСЬКОМУ ВІЦІ

***Мота Ю. В., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія***

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

викладач кафедри психології,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

У сучасних умовах інтенсивного інформаційного та соціального навантаження проблема емоційного вигорання серед студентської молоді набуває все більшої актуальності. Студенти часто стикаються з надмірними вимогами з боку навчального середовища, високими очікуваннями з боку родини та суспільства, а також із власними внутрішніми конфліктами та амбіціями. Емоційне вигорання стає бар'єром для реалізації потенціалу молодої людини, негативно впливає на її психічне здоров'я та соціальну активність.

Емоційне вигорання – це психологічний стан [1], що характеризується втратою емоційної енергії, зниженням мотивації, апатією, почуттям безпорадності, цинічним ставленням до оточення та самого себе. У студентському віці цей стан формується під впливом поєднання академічного навантаження, невизначеності майбутнього, міжособистісних конфліктів, соціально-економічних труднощів і нестачі ресурсів для повноцінного відновлення.

Серед основних психологічних чинників, що сприяють розвитку емоційного вигорання, можна виділити: високий рівень тривожності, низьку самооцінку, недостатній рівень емоційного інтелекту, невміння регулювати емоції, відсутність стратегій психологічної самодопомоги. Важливим чинником також є надмірна залежність від зовнішньої оцінки та прагнення до перфекціонізму.

Результати досліджень свідчать, що студенти з внутрішньою мотивацією та розвиненими навичками саморефлексії [3] менш схильні до емоційного вигорання. Водночас ті, хто перебуває у постійному стані психологічного напруження через страх невдачі або критику, частіше демонструють симптоми вигорання.

Значний вплив має й соціальне середовище: брак підтримки з боку однолітків, викладачів, родини посилює відчуття самотності та беззахисності. Відсутність балансу між навчанням і відпочинком, недотримання режиму сну, нерегулярне харчування – все це створює сприятливий ґрунт для формування стійкого вигорання.

З метою профілактики та подолання емоційного вигорання [2] серед студентської молоді необхідно впроваджувати психолого-педагогічні програми, спрямовані на розвиток емоційної компетентності, формування адаптивних стратегій поведінки, навичок тайм-менеджменту та саморегуляції. Важливою є й просвітницька робота щодо зниження стигми до психологічної допомоги, створення у навчальних закладах доступного середовища підтримки.

Отже, емоційне вигорання є складним багатофакторним явищем, яке потребує системного підходу до його розуміння, профілактики та корекції. Особливої уваги потребують студенти як соціально вразлива категорія, що перебуває у фазі активного психологічного становлення. Своєчасна психопрофілактика та підтримка на цьому етапі є запорукою не лише психічного здоров'я, а й майбутньої професійної успішності особистості.

У контексті вищої освіти важливо звертати увагу на формування у студентів здатності до саморегуляції та психологічної гнучкості. Ці якості дозволяють краще адаптуватися до стресових ситуацій [5], зберігати внутрішній баланс та ефективно долати емоційне навантаження. Студенти, які вміють усвідомлювати власні емоції, формувати реалістичні очікування та приймати тимчасові труднощі як частину розвитку, менш схильні до виснаження. Саме розвиток таких особистісних рис як резильєнтність, емоційна стійкість та толерантність до фрустрації є необхідною умовою профілактики емоційного вигорання.

Додаткову роль відіграють соціальні зв'язки, які забезпечують ресурс підтримки. Дослідження засвідчують, що студентам, які залучені до групової діяльності, мають друзів серед однокурсників та підтримку з боку викладачів, легше долати виклики навчального процесу. Відкриті комунікації в студентському середовищі знижують ризик ізоляції та сприяють формуванню відчуття причетності до колективу, що є захисним чинником у контексті вигорання.

Поряд із цим, важливо враховувати й індивідуальні особливості темпераменту, характеру та попереднього досвіду особистості. Наприклад, студенти з переважно інтровертованими рисами можуть бути більш схильними до накопичення внутрішньої напруги, тоді як екстраверти частіше шукають підтримку назовні. Розуміння цих особливостей дозволяє будувати індивідуалізовані підходи до профілактики вигорання.

Таким чином, боротьба з емоційним вигоранням серед студентів вимагає комплексного підходу: поєднання індивідуальної роботи з психологом, освітніх програм розвитку емоційної компетентності, створення підтримуючого середовища у ЗВО та активного залучення студентів до формування здорового способу життя. Саме такий підхід дозволить забезпечити гармонійне

психоемоційне становлення молоді особистості та сприятиме формуванню стресостійкого, відповідального й психологічно зрілого фахівця.

Список використаної літератури:

1. Бойко В. В. Енергія емоцій в спілкуванні : погляд на себе та на інших, 2005. 368 с.
2. Каравайко С. Психогігієна та профілактика емоційного вигорання. Київ : Освіта України, 2021. 176 с.
3. Франкл В. Людина в пошуках справжнього сенсу. Київ : Наш формат, 2019. 212 с.
4. Коробкіна Н. І. Особливості емоційного вигорання студентів-психологів *Психологія і суспільство*. 2022. № 2. С. 56–63.
5. Лазарус Р. Стрес і способи опанування. 2001. 327 с.

**ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНО-ОСОБИСТІСНИХ
ВЗАЄМОВІДНОСИН СЕРЕД ПІДЛІТКІВ**

Душкіна В. С., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

*старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Сучасна соціальна реальність, позначена швидкими цифровими трансформаціями, воєнним станом та змінами у міжособистісній комунікації, істотно впливає на формування особистості підлітка. Одним із ключових завдань психології розвитку є вивчення формування комунікативної компетентності в перехідному віці, адже саме в цей період спілкування стає провідною діяльністю [3, с. 128].

Актуальність теми зумовлена зростаючими труднощами у міжособистісному спілкуванні серед підлітків, зокрема внаслідок зростання ролі віртуального спілкування, емоційної нестабільності та соціальної тривожності [1, с. 156].

Метою дослідження було виявити особливості розвитку комунікативної компетентності підлітків у сучасних соціальних умовах та апробувати психокорекційну програму її розвитку.

Дослідження проводилось на базі середньої школи та охоплювало 50 учнів віком 13–15 років. У процесі дослідження використовувались такі методики:

1. Тест «Комунікативна компетентність»;
2. Методика діагностики емпатичних тенденцій;
3. Методика визначення стилів спілкування;
4. Методика В. Бойка для виявлення емоційних бар'єрів у спілкуванні [5, с. 120].

Результати дослідження засвідчили, що:

- більшість підлітків мають середній рівень комунікативних умінь (56%),
- 26% демонструють низький рівень,

- лише 18% — високий;
- у 38% виявлено підвищену соціальну тривожність у спілкуванні;
- 10% підлітків мають агресивний стиль комунікації, а 34% — залежний [3, с. 128].

На основі аналізу отриманих результатів була розроблена та впроваджена психокорекційна програма, що включала 8 тренінгових занять, спрямованих на розвиток навичок активного слухання, самопрезентації, подолання комунікативних бар'єрів та підвищення впевненості в собі [2, с. 140].

Після впровадження програми спостерігалось покращення показників у 72% учасників: знизився рівень соціальної тривожності, зросла частота використання асертивного стилю спілкування, а також покращились навички конструктивного розв'язання конфліктів.

Отже, розвиток комунікативної компетентності підлітків є важливою умовою їхньої соціалізації, самоствердження та психологічного благополуччя. Подальші дослідження доцільно спрямувати на адаптацію програми до потреб різних вікових та соціокультурних груп підлітків.

У підлітковому віці формуються ключові елементи соціального інтелекту, здатність до рефлексії та усвідомленого управління власними емоціями, які є основою ефективного спілкування. Підвищується значущість неформальних соціальних зв'язків, розширюється коло контактів та ускладнюється структура спілкування. Комунікативна компетентність у цьому віці включає не лише володіння мовними навичками, а й розвиток емпатії, асертивності, здатності до активного слухання та розв'язання конфліктів [4, с. 103].

Варто зазначити, що розвиток комунікативних навичок значною мірою залежить від соціального середовища. Успішне формування компетентності відбувається в умовах підтримувального мікроклімату, коли підліток відчуває довіру, прийняття та розуміння з боку однолітків і дорослих. Натомість емоційна ізоляція, булінг чи ігнорування з боку значущих осіб можуть стати причиною тривожності, заниженої самооцінки та труднощів у встановленні контактів [5, с. 120].

Суттєву роль відіграє також вплив цифрового простору. З одного боку, спілкування в соціальних мережах відкриває нові можливості для самовираження, з іншого – може формувати ілюзорні уявлення про стосунки, сприяти емоційному відчуженню та дефіциту живого діалогу [1, с. 156]. У нашому дослідженні було виявлено, що підлітки з надмірним використанням онлайн-комунікації мали нижчі показники за шкалами емоційного контакту та впевненості у комунікації.

Результати показали, що значна частина підлітків демонструє недостатню сформованість етичних комунікативних навичок, таких як дотримання норм мовного етикету, здатність вести конструктивний діалог, поважати позицію іншого. Також ускладнення виникають у ситуаціях міжособистісних конфліктів: домінують агресивні або унікальні стратегії поведінки [2, с. 140].

Реалізація програми тренінгових занять передбачала використання інтерактивних форм навчання: рольові ігри, дискусії, мікрогрупову роботу, елементи арт-терапії. Акцент було зроблено на розвитку самоусвідомлення,

навичок ефективного зворотного зв'язку, моделювання конструктивних стратегій взаємодії. Учасники відзначили, що завдяки участі у програмі вони стали впевненішими, відкритішими у спілкуванні, краще розуміють емоційні реакції інших.

Таким чином, розвиток комунікативної компетентності у підлітків потребує системного та диференційованого підходу з урахуванням індивідуально-психологічних особливостей, контексту соціального функціонування та викликів сучасного інформаційного суспільства.

Перспективи подальших досліджень включають вивчення міжгендерних відмінностей у формуванні комунікативних стратегій, а також розробку методичних рекомендацій для шкільних психологів і педагогів з метою профілактики комунікативних бар'єрів у підлітковому середовищі.

Список використаної літератури:

1. Боровець О. Спілкування підлітків у віртуальному просторі. Київ: *Слово*, 2020. 156 с.
2. Косташ В. А. Соціальні аспекти підліткових взаємин. Львів: *Світ*, 2022. 140 с.
3. Савчин М. М. Комунікативна компетентність у підлітковому віці. Ужгород: Вид-во УжНУ, 2021. 128 с.
4. Хоменко Е. Гармонійна педагогічна взаємодія. Одеса: *Професіонал*, 2021. 103 с.
5. Шевченко Л. В. Формування комунікативних навичок у школярів. Харків: *Основа*, 2018. 120 с.

ПРОВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРЕНІНГУ (СПТ) ДЛЯ ДІТЕЙ ТРАВМОВАНИХ НАСЛІДКАМИ ВІЙНИ

*Доріна Л. Л., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

*старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Оскільки психологічна допомога сприяє адаптивному функціонуванню та запобіганню короткострокових та довготривалих психологічних проблеми як наслідок переживань травм та психологічно складних інцидентів. Сьогодні зростає кількість досліджень, які підтверджують адекватну підтримку з боку родини, професіоналів, таких як вчителі, та інших осіб із найближчого оточення як найбільш важливий фактор для розвитку дітей і відновлення після важких переживань.

Використання соціально-психологічного тренінгу (СПТ) як системи спеціально організованого інтенсивного впливу потенційно може сприяти вирішенню низки поточних питань (комунікативних, мотиваційних, особистісних тощо) у різноманітних сферах повсякденної діяльності людини. Його ефективність забезпечується низкою групових феноменів – можливістю

отримати зворотній зв'язок і підтримку з боку людей зі спільними проблемами та переживаннями; самоприйняттям та активним прийняттям інших; сприяння та розрахунок на отримання допомоги; експериментування з різними стилями спілкування; вивчення та застосування абсолютно нових звичок і навичок взаємодії; ототожнення себе з іншими; накопичення досвіду виживання; отримати інтенсивної підготовки для активного та повноцінного життя серед людей тощо. В ході навчання відбувається активний обмін досвідом між учасниками, що розширює їхній індивідуальний поведінковий репертуар і можливості для вирішення різних проблем. Емоційна включеність у різні ситуації дозволяє творити з високою мотивацією до участі в груповій роботі, сформованих звичок і навичок в створеному соціально-психологічному середовищі, що сприяє оволодінню складними міжособистісними відносинами в реальному світі [2].

Сучасна реальність є невичерпним джерелом травмуючих ситуацій, під якими розуміють екстремальні критичні події та ситуації загрози, що потужно та негативно впливають на особистість та вимагають серйозних зусиль для подолання наслідків цього впливу.

Дослідження щодо теорії та практики психотренінгу зробили такі науковці як І. Вачков, Т. Зайцева, Б. Карвасарський, Є. Карпенко, К. Левін, І. Матійків, К. Л. Мілютіна, К. Рудестам, В. Ромен, О. Сидоренко, М. Форверг, С. Харин. Дослідження щодо застосування тренінгу з дітьми Є. Карпенко, З. Ковальчук, Е. Лютова, С. Коробко, І. Мамайчук, Л. Турищева.

У сучасному світі існує багато видів тренінгів: найпопулярніші та широко використовувані тренінги для розвитку професійних навичок у продажах, ораторському мистецтві, тренінги для побудови успішної команди, тілесно-орієнтовані тренінги, тренінги особистісного зростання. В самостійну категорію слід виділити соціально-психологічні тренінги, які на сьогодні є найефективнішими методами навчання психологічних навичок в побудова міжособистісних стосунків у спеціально створених малих групах за участю провідного психолога [3].

У групі за допомогою спланованої системи психологічних вправ та ігор учасники отримують можливість побачити себе з боку, свої проблеми очима інших людей, це безпечно для них самих приміряти багато нових ролей, набути необхідних умінь і навичок спілкування [4].

Соціально-психологічний тренінг (СПТ) більш придатний в порівнянні з іншими видами практичних занять у формуванні і розвитку комунікативних та особистісних навичок. Тому що соціально-психологічні тренінги плануються і організовані відповідно до умов професійної діяльності та використовують елементи практичних ситуацій більше.

Дитяча травма може приймати різні форми, включаючи фізичне насильство, емоційне нехтування, сексуальне насильство та свідок насильства. Кожен тип травми унікальним чином впливає на розвиток дитини, проте всі вони мають потенціал для значних, довготривалих наслідків.

Травма у дітей часто виникає через сімейні проблеми, такі як домашнє насильство або зловживання психоактивними речовинами батьками, але також

може виникати в шкільному середовищі через цькування або громадські фактори, такі як насильство в сусідстві. Стихійні лиха та нещасні випадки також сприяють травматичному досвіду у дітей [1].

Розпізнавання травми у дітей може бути складним. Симптоми можуть включати тривогу, депресію, замкнутість, агресію та труднощі з концентрацією уваги. Також можуть проявлятися фізичні ознаки, такі як головний біль або біль у животі, що свідчить про глибокий вплив травми на самопочуття дитини.

Дослідження проводилось з дітьми, що є місцевими та переміщеними. Дослідження мало констатуючий (використано 3 методики дослідження) та формуючий етапи дослідження. Соціально-психологічний тренінг розглядався саме як етап реалізації формуючого етапу дослідження. Після якого було здійснено повторну діагностику.

За результатами проведеного напівструктурованого інтерв'ю було виявлено такі узагальнення:

У місцевих дітей негайне реагування виявлено у 32% до соціально-психологічного тренінгу та у 30% після. У групі переміщених дітей у 50% до соціально-психологічного тренінгу та у 42% після.

Нав'язливе відтворення виявлено у місцевих дітей у 24% до та у 22% після тренінгу. У групі переміщених дітей у 52% до та у 44% після.

Уникнення у місцевих дітей виявлено у 34% до та у 34% після СПТ. У переміщених у 58% до та у 50% після СПТ.

Збудливість складала 54% до СПТ та 52% після. Для групи переміщених дітей – 62% до та у 54% після.

Порушення функціонування у місцевих дітей виявлено у 56% до та у 56% після СПТ. У переміщених дітей виявлено у 64% до та у 56% після СПТ.

Загальний рівень посттравматичних симптомів. У групі досліджуваних місцевих дітей виявлено у 34% до СПТ та у 32% після участі у ньому. У групі переміщених дітей виявлено у 44% до соціально-психологічного тренінгу та у 34% після його проведення.

Таким чином помітно, що найпозитивніші зміни відбулись за критерієм занурення в себе, відгородження від однокласників, друзів, розрив раніше важливих контактів у переміщених дітей – зміни із 58% та 40%; та тривога за майбутнє у переміщених дітей – 74% та 54% відповідно.

Аналогічно відбулись незначні зрушення в видах міжособистісної, самоцінності та шкільної тривожності. Таким чином підтверджено те, що використання з дітьми соціально-психологічного тренінгу зменшує симптоми прояву переживання травм війни.

Список використаної літератури:

1. Невидимі наслідки війни. Як розпізнати? Як спілкуватись? Як допомогти подолати? Довідник для широкого кола фахівців Київ, 2023. 164 с. Друге видання, доповнене. Загальна редакція: Київ. Возніцина, Л. Литвиненко <https://legal100.org.ua/wp-content/uploads/2020/09/Nevidimi-naslidki-viyni-2023-1.pdf>
2. Мюллер М. Якщо ви пережили психотравмуючу подію Львів: Видавництво Українського католицького університету: Свічадо, 2014. 120 С.

3. Психологічна допомога постраждалим внаслідок кризових травматичних подій: методичний посібник / З.Г. Кісарчук, Я.М. Омельченко, Г.П. Лазос, Л.І. Литвиненко, Л.Г. Царенко / За ред. З.Г. Кісарчук. Київ: ТОВ «Видавництво «Логос». 207 С.

4. Психологічна допомога особистості, що переживає наслідки травматичних подій: зб. статей / Ін-т соціальної та політичної психології ; Представництво Польської академії наук у м. Києві ; Соціально- психологічний методичний реабілітаційний центр. Київ : Міленіум, 2015. 150 С.

АГРЕСИВНІСТЬ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖОСОБИСТІСНІ СТОСУНКИ

***Збишко Г. Я., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія***

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

*старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Підлітковий вік – це етап, що характеризується значними змінами в соціальному житті молоді. У міру дорослішання підлітки починають поступово віддалятися від батьків і будувати свою ідентичність через міжособистісні стосунки. Ці стосунки, які включають дружбу, романтичні стосунки та зв'язки з дорослими поза сім'єю, відіграють вирішальну роль в емоційному та соціальному розвитку підлітків.

Однак перехід до соціальної незалежності може бути складним і сповненим труднощів. Підлітки перебувають на етапі, коли вони шукають приналежності, підтвердження та емоційної підтримки, що може призвести до переживання як позитивних і збагачуючих стосунків, так і конфліктних або шкідливих стосунків. Батьки, усвідомлюючи важливість цих стосунків і викликів, які вони несуть, можуть відігравати життєво важливу роль у керівництві та підтримці своїх дітей на цьому етапі [1].

У підлітковому віці розвивається та зростає компетентність у міжособистісних стосунках. Однак учні все ще стикаються з деякими проблемами під час статевого дозрівання. До них належать агресивність, глузування один з одного, неприємна атмосфера в класі, ізоляція та егоїзм. Для подолання цих проблем необхідні консультаційні послуги. Тим не менш, для ефективності важливо точно розуміти міжособистісні проблеми учнів.

Дослідники, які вивчали агресивну поведінку підлітки та зробили значний внесок це К. Лоренц, Е. Фромм, З. Фрейд, А. Басс, Р. Беррон, Д. Річардсон, Л. Берковіц, Д. Доллард тощо. Дослідження підліткової агресії висвітлено у працях сучасних українських науковців П. Артёмов, А. Юдіняк, О. Качмар, Г. Киричук, В. Павелків, М. Рева, О. Файдюк, Н. Цап.

Спостерігається постійне зростання досліджень, що аналізують проблеми агресивної поведінки серед дітей і підлітків у школі, що відображає зростаючу серйозність цього проблеми в деяких європейських країнах та у всьому світі.

Така поведінка включає агресію проти шкільного майна та інших однокласників, а також агресія по відношенню до вчителів і самих однолітків. Дане дослідження було зосереджено на агресії по відношенню до однолітків у школі, дотримуючись класифікації агресивної поведінки, запропонованої Літлом та іншими [3]. Ці автори розрізняють явну агресію, вид поведінки, яка передбачає пряме та явне насильство, реляційну агресію або заподіяння шкоди іншим шляхом маніпулювання міжособистісними стосунками (наприклад, поширення чуток, виключення однолітка з групи), а також інструментальна агресія, яка використовується для того, щоб досягти своїх найближчих цілей (наприклад, вдарити однолітка, щоб отримати гроші).

Згідно Басс-Перрі аспекти агресивної поведінки складається з чотирьох аспектів, а саме [2]:

- а) фізичної агресії,
- б) словесної агресії,
- в) гніву,
- г) ворожості.

Агресивна поведінка може бути викликана багатьма факторами. За Стюартом, агресивна поведінка є взаємодією між біологічними факторами, психологічними та соціокультурними.

Насильницька поведінка у дітей та підлітків може включати широкий спектр форм поведінки: вибухові істерики, фізичну агресію, бійки, погрози або спроби заподіяти шкоду іншим (включаючи думки про бажання вбити інших), використання зброї, жорстоке поводження з тваринами, підпали, навмисне знищення майна та вандалізм.

Численні дослідження дійшли висновку, що складна взаємодія або поєднання факторів призводить до підвищеного ризику насильницької поведінки у дітей та підлітків. Ці фактори включають [3]:

Попередня агресивна або насильницька поведінка.

Досвід бути жертвою фізичного та/або сексуального насильства.

Вплив насильства вдома та/або в громаді

Булінг.

Генетичні (сімейна спадковість) фактори.

Зображення насильства в засобах масової інформації (телебачення, фільми тощо).

Вживання наркотиків та/або алкоголю.

Поєднання стресових сімейних соціально-економічних факторів (бідність, серйозні позбавлення, розпад шлюбу, самотнє виховання дітей, безробіття, втрата підтримки з боку розширеної родини).

Щодо факторів, які можуть лежати в основі цих проблем, попередні дослідження задокументували зв'язок між агресивною поведінкою в підлітковому віці та конкретними індивідуальними та соціальними чинників, які пізніше стосуються переважно сімейного та шкільного контекстів, найважливіших соціальних контекстів розвитку та психосоціальної адаптації в цей період життя.

Підлітки, які поводяться насильницько, зазвичай мають проблеми з контролем та вираженням своїх почуттів. Попереджувальні ознаки можна розділити на дві широкі категорії: фізичні та поведінкові.

Поведінкові попереджувальні ознаки, включають:

Дратівливість.

Надзвичайна імпульсивність.

Сильний гнів.

Відсутність емпатії.

Відсторонення від друзів та однолітків і антисоціальна поведінка у підлітків.

Зниження успішності в школі.

Фізичні попереджувальні ознаки включають:

Синці від бійок.

Шрами від бійок або знищення майна.

Порізи, які можуть бути внаслідок самоушкодження.

Зловживання наркотиками та алкоголем.

Важливо стежити за змінами в поведінці підлітка, оскільки це може свідчити про початок агресивної поведінки.

Інші недавні дослідження дійшли висновку, що агресивні підлітки в школі виявляють дуже сильну потребу в соціальному визнанні; вони хотіли б, щоб їх вважали могутніми, соціально прийнятими, різними та бунтарськими однокласниками. Іншими словами, деякі автори припускають, що прагнення до популярності, лідерства і влади призводить до залучення багатьох підлітків в руйнівну поведінку, тобто (агресивні дії, вживання наркотиків), надаючи їм можливість створити соціальну репутацію, яку вони бажають.

Більше того, це бажання бути визнаним бунтівником означає, що ці підлітки скоріше тримаються негативного ставлення до влади. Справді, було задокументовано, що агресивні підлітки зазвичай виявляють дещо негативне ставлення до інституційних органів, таких як поліція, закон, а також школа та вчителі. Тому виникає питання як вони розвивають таке ставлення, цілі та у результаті отримують такі недоліки.

Сімейне оточення та шкільне оточення регулярно пов'язують у науці та літературі про психосоціальні та поведінкові проблеми адаптації в підлітковому періоді. Якість взаємодії підліток – батьки, підліток – однолітки та підліток – вчитель впливають і можуть визначати те, як підлітки сприймають себе по відношенню до інших, їх ставлення та їхню поведінку.

Список використаної літератури:

1. Боришевський М. Й. Психологічні механізми розвитку особистості *Педагогіка і психологія*. 1996. №3. С. 26 – 33.

2. Шкарлатюк К. І. Агресія та здатність до прогнозування в підлітковому віці *Психологічні перспективи*. Вип. 17. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк. 2010. С. 273 – 280

3. Chou, C., & Peng, H. (2007). Net friends: Adolescents' attitudes and experiences vs. teachers' concerns. *Computers in Human Behavior*, 23, 2394-2413. doi:10.1016/j.chb.2006.03.015

СПЕЦИФІКА САМОТНОСТІ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ

Слюбик Б. І., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Питання самотності та особливостей її переживання цікавило людство протягом всієї історії. Процеси глобалізації та преселення людей особливо гостро може активізувати проблему самотності. Саме відчуття самотності часто стає причиною депресій та суїцидів. Особливо складно дана проблема переживається у підлітковому віці, оскільки вони лише готуються вступити у доросле життя. Їм бракує вмінь та досвіту для подолання гнітючого почуття самотності. Хоча не завжди самотність розглядається як негативне явище. Існуюча суперечність в оцінці характеру впливу самотності на життєздатність людини виражається в тому, що з одного боку вона сприймається як негативна для людини, а з іншого – вважається необхідним етапом для самопізнання та самовизначення. У зв'язку з цим проблема самотності є вкрай неоднозначною і причини такого різкого розходження поглядів полягають, перш за все, в недостатній вивченості феноменології самотності і тим більше – психологічних механізмів її виникнення, особливо, коли мова йде про конкретного підлітка. З огляду на особливості фізіологічного та психологічного розвитку підлітків створення сприятливих умов для самопізнання та самовизначення має бути провідним завданням виховання, з метою уникнення негативного впливу переживання відчуття самотності.

Водночас, в українському суспільстві існує проблема незахищеності, нестабільності, розмитості ціннісних орієнтирів, що є наслідком зростання соціального сирітства. Незважаючи на те, що проблема дослідження самотності в підлітковому віці висвітлюється у роботах багатьох психологів, все-таки спостерігається дефіцит досліджень, що розривають феномен самотності в підлітковому віці.

Вивченням почуття самотності, причинами її виникнення та перебігом займалися К. Дальберг, Р. Вейс, Г. Зілбург, Р. Мей, К. Мустакас, М. Салліван, К. Роджерс, Д. Рассел, Д. Рісмен, Д. Слейтер, М. Фергюссон. Вітчизнянні дослідники самотності – В. Бедан, О. Данчева, Т. Драгунов, І. Кон, С. Малишева, О. Саннікова тощо.

Хоча самотність може вразити в будь-якому віці, підлітковий вік є особливо вразливим періодом. Понад 50% підлітків повідомляють про те, що вони неодноразово відчували самотність, що різко контрастує з менш ніж 20% дітей, які повідомляють про подібний досвід. Чому самотність так поширена в цій віковій групі?

Підлітковий вік позначений численними змінами розвитку, тілесними та емоційними. Підлітковий вік – це час, коли соціальні стосунки стають центральними для особистості людини, а друзі та групи однолітків набувають

підвищеного значення. Підлітки добре сприймають соціальну динаміку навколо себе, часто порівнюючи свій соціальний статус із становищем однолітків. Коли підлітки вважають себе менш зв'язаними або прийнятими, ніж інші, може настати самотність.

Підлітковий вік – це період розвитку, який передбачає зміни в динаміці міжособистісних стосунків. Наприклад, роль дружби змінюється від товариства в дитинстві до емоційної підтримки в підлітковому віці; тим часом підлітки прагнуть автономії від батьків, які спочатку надавали цю емоційну підтримку [3].

Таким чином, підлітки вимагають від своїх друзів більшого рівня близькості, ніж у дитинстві, і керуються цими вимогами, борючись із дослідженнями власної ідентичності. Це означає, що підлітки повинні збалансувати свої потреби в емоційній підтримці зі змінами своїх цінностей і переконань, які можуть відрізнятися від їхніх друзів дитинства. Відповідно до цього ранній підлітковий вік характеризується високим рівнем нестабільності дружби. Ці соціальні та емоційні виклики допомагають пояснити, чому підлітковий вік є періодом розвитку, коли самотність є найбільш поширеною, незважаючи на те, що соціальні мережі розширюються.

Є багато різних факторів, які можуть викликати почуття самотності та ізоляції у підлітків. Вони можуть включати [2]:

- почуття нерозуміння або відчуття, що вони не «вписуються»,
- порівняння своїх здібностей з іншими, наприклад, не бути обраними до спортивних команд,
- відчуття зміни свого психічного здоров'я чи благополуччя,
- залякування,
- проживання з довгостроковим розладом здоров'я або інвалідністю,
- часи змін, такі як перехід до школи, перехід від початкової школи до середньої або перехід від коледжу,

Не завжди легко помітити явні ознаки самотності чи ізоляції. Деякі речі, на які варто звернути увагу, можуть включати [1]:

- низька самооцінка та втрата впевненості в собі та своїх силах,
- переживання суму,
- віддалення та відсторонення від інших,
- помітні зміни в їх поведінці,
- небажання займатися хобі чи громадською діяльністю,

Підлітковий вік – це період підвищеного стресу, що виникає внаслідок соціального тиску та біологічних змін, пов'язаних із статевим дозріванням. Ця підвищена реактивність на стрес відіграє значну роль у поведінці відміни.

Коли підлітки стикаються зі стресом, їх організм виділяє більше гормонів стресу, таких як кортизол і адреналін. Відповідні зміни серцево-судинної функції можуть впливати на соціальну поведінку.

Деякі підлітки можуть прийняти реакцію «бийся або тікай», стаючи більш схильними до конфліктів або соціальної самоізоляції, коли стикаються зі стресом. На жаль, така поведінка може відштовхнути інших, що призведе до подальшої ізоляції та загострення почуття самотності.

Хронічна самотність у підлітковому віці – це не просто швидкоплинна емоція – вона має довгострокові наслідки для психічного здоров'я. Автори вказують на тривожний зв'язок між постійною самотністю та розладами психічного здоров'я, такими як депресія, тривога, біполярні розлади та навіть суїцидальні думки [2].

Підлітки, які відчують постійну, непохитну самотність, швидше за все, будуть боротися з розладами настрою, які можуть зберігатися в дорослому віці та мати довгостроковий вплив на їхнє благополуччя.

Статеве дозрівання (як і менопауза) може тимчасово зробити людину нездатною регулювати свої емоції. Парадоксально, але самотність також може ускладнити контроль над емоціями. Перебуваючи на самоті, людина більш схильна відчувати себе небажаною або відкинутою.

Таке самонегативне ставлення до себе може посилити стрес і зберегти негативний світогляд і втрату емоційного контролю.

Серед основних причин самотності в підлітковому віці також виявили, що певні риси особистості можуть піддавати своїх носіїв більшому ризику відчувати більший рівень самотності, неприязні та покинутості. Молоді люди з високим рівнем інтроверсії та нейротизму за 5-факторною моделлю особистості схильні відчувати себе самотніми та негідними бути коханими.

Наприклад, підлітки з високим рівнем інтроверсії мають значно більші труднощі з ініціюванням соціальних взаємодій, тоді як підлітки з високим рівнем невротизму є значно більш чутливими до неприйняття та соціальної образи, що підвищує схильність обох типів особистості до замкнутості та самотності.

Якість соціальних стосунків підлітка також відіграє значну роль у переживанні самотності. Погані стосунки з батьками, братами і сестрами та однолітками можуть сприяти почуттю соціальної ізоляції.

Як зазначають автори, підлітки, які зазнають відкидання однолітків, віктимізації або знуцань, особливо вразливі до самотності протягом усього життя. Цей негативний соціальний досвід може мати довготривалі наслідки, ще більше закріплюючи почуття самотності та незаслугування уваги чи турботи інших.

Наприклад, самотні підлітки можуть віддалятися від соціальних ситуацій або демонструвати зміни настрою, що ускладнює підтримку стосунків. Така поведінка, у свою чергу, може посилити їхню самотність.

Не маючи навичок ефективно регулювати свої емоції, підлітки, які переживають самотність, можуть реагувати на стрес відстороненням або вступати в конфлікт з іншими.

Така поведінка, у свою чергу, призводить до подальшого соціального роз'єднання, посилюючи почуття самотності. Це порочне коло важко розірвати, особливо якщо його не вирішити.

Соціальна самоізоляція є особливо проблематичною, оскільки створює петлю зворотного зв'язку. Коли підлітки віддаляються від соціальних ситуацій, вони втрачають можливості для позитивної соціальної взаємодії, яка може допомогти полегшити їхню самотність. Натомість їхня ізоляція поглиблюється, а їхнє сприйняття себе нелюбимими чи небажаними стає ще сильнішим.

Люди з хронічно високим рівнем самотності, так і ті, чия самотність зростає з низького базового рівня, мають гірші результати щодо психічного здоров'я порівняно з несамотними людьми. Крім психічного здоров'я, самотність у молодих людей одночасно пов'язана з низкою інших труднощів, включаючи ризиковану поведінку, погану якість сну, низький рівень освіти та безробіття. Таким чином, навіть якщо довгострокові наслідки хронічної самотності для фізичного здоров'я можуть бути виявлені лише в більш пізньому віці, моделі самотності в підлітковому віці можуть мати наслідки для різноманітних найближчих результатів.

Крім того, на розвиток самотності в підлітковому віці може вплинути попередній досвід. У тій мірі, в якій вплив навколишнього середовища відіграє роль у стабільності та зміні самотності, виявлення модифікованих аспектів середовища, які можуть змінити його курс, було б інформативним для втручання та профілактичних заходів. Попередні дослідження показують, що проблеми з однолітками, такі як знуцання та соціальне відчуження в дитинстві, передвіщають більшу самотність у підлітковому віці. З одного боку, це може відображати хронічну траєкторію самотності, яка встановлюється під час цькування; з іншого боку, це може відображати стабільну приховану вразливість до самотності, яка зберігається до пізнього підліткового віку, навіть якщо знуцання більше не триває. Окрім впливу однолітків, сімейне домашнє середовище та поведінка батьків також можуть відігравати роль у формуванні траєкторій самотності.

Список використаної літератури:

1. Лашук В. Г. Особистісні якості людини як фактор виникнення почуття самотності. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. Сер. Психологічні науки*, 2008. Вип. 59. Т. II. С.10–13
2. Помазова О.В. Самотність як психологічний феномен. Наукові записки. *Серія Психологія і педагогіка*, 2013. Вип. 23. С. 206-214.
3. Савчин М.В., Василенко Л.П. Вікова психологія : навч. посіб. Вид. 3-тє, перероб., допов. Київ : Академія, 2017. 366 с.

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОЇ «Я-КОНЦЕПЦІЇ» В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Микитишин Д. А., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Я-концепція визначається тим уявленням, яке людина має про себе, і відчуттям, які вона має про себе. Це значною мірою поєднання його самооцінок. Тепер уже загально доведено, що те, чого людина досягає в житті, прямо пропорційно її самооцінці. Людські істоти мають безмежний потенціал, але насправді більшість людей використовує лише невеликий відсоток цього потенціалу.

Отже, Я-концепція на сьогодні є однією із значимі в суспільстві тем, що цікавить різні галузі психології. Створення передумов для формування адекватної, гармонійної та позитивної «Я-концепції» є нагальною потребою сучасного суспільства, щоб покращити показники психічного та психологічного здоров'я населення.

Позитивна «Я-концепція» сприятиме відчуттю внутрішньої узгодженості особистістю, визначає характер сприйняття та розуміння людиною її досвіду, міжособистісних стосунків, рівень її задоволеності та суб'єктивного відчуття щастя в цілому. Явище «Я-концепції» виникло за потреби пізнання та дослідження глибинних психологічних структур та процесів. Так як під «Я-концепцією» розуміють структуровану систему уявлень, образів та оцінок людини стосовно самої себе, то цей феномен часто використовується з такими термінами які «самосвідомість», «самооцінка, «Я», «картина Я», «уявлення про себе». Оскільки «Я-концепція» має такі компоненти як емоційно-оцінний, когнітивний та поведінковий, то вона виконує такі функції: сприяння досягненню внутрішньої узгодженості, пояснення власного досвіду, вплив на очікування.

Не дивлячись на це питання формування позитивної «Я-концепції» в юнацькому віці залишається актуальним.

Питаннями дослідження «Я-концепції» займалися як вітчизняні, так і зарубіжні науковці психологи Р. Бернс, С. Васьківська, П. Гороностай, У. Джеймс, Л. Долинська, Ч. Кулі, С. Д. Максименко, К. Роджерс, О. Т Соколов, С. Стейнс, Х. Хортман, Г. Радчук, що висвітлювали питання самосвідомості та її структури тощо.

Сучасне розуміння явища Я-концепції полягає в уявленні, як про стрижневе утворення у розвитку онтогенезу індивіда, центральний компонент самосвідомості, відносно стабільне та в той же час динамічне утворення свідомої системи уявлень людини про саму себе як цілісний образ «Я».

Я-концепція – це образ, який ми маємо про себе. На нього впливає багато чинників, у тому числі взаємодія з важливими людьми в житті. Це те, як ми сприймаємо поведінку, здібності та унікальні характеристики.

Наприклад, такі переконання, як «Я хороший друг» або «Я добра людина» є частиною загальної самооцінки.

Інші приклади Я-концепції включають [3]:

Як людина бачить риси свого характеру, наприклад, чи є вона екстравертом чи інтровертом.

Як особистість бачить свої ролі в житті, наприклад, чи відчуває, що є батьком, братом, сестрою, другом і партнером, що це є важливою частиною її особистості.

Хобі чи пристрасті, які важливі для відчуття ідентичності, наприклад, захоплення спортом або приналежність до певної політичної партії чи релігійної групи.

Ставлення до своєї взаємодії зі світом, наприклад, думки про те, що особистість робить внесок у розвиток суспільства.

Я-концепція – це загальний термін для того, як людина думає, оцінює або сприймає себе. Усвідомлювати себе – це мати поняття про себе. Він формується через досвід, взаємодію та роздуми та відіграє ключову роль у впливі на поведінку, емоції та міжособистісні стосунки. Здорова самооцінка сприяє благополуччю, тоді як негативна може призвести до емоційних і соціальних проблем [1].

Підлітковий вік – ключовий період для самооцінки. Я-концепція, сформована в підлітковому віці, як правило, є основою для Я-концепції на все життя. У підлітковому віці люди експериментують з різними ролями, персонажами. На самооцінку підлітків впливають успіхи в сферах, які вони цінують, і відповіді інших, які вони цінують. Успіх і схвалення можуть сприяти підвищенню самооцінки та міцнішому самопочуттю у дорослому віці [2].

Навчальні плани та програми з формування позитивної Я-концепції базуються на філософії, згідно з якою особистість має почуватися добре, коли бере участь у позитивних діях. Однією з перших речей, які мають на меті формування – позитивна самооцінка, яка є сильним показником довгострокового психічного здоров'я та загального благополуччя. Позитивна Я-концепція має велике значення в освітній психології, і тому її виховання часто розглядають як освітню мету, пов'язану з різними позитивними результатами.

Здоровий образ себе означає наявність позитивного та реалістичного сприйняття себе, включаючи свій зовнішній вигляд, здібності, цінність і загальну ідентичність.

Це передбачає прийняття власної унікальності, визнання сильних і слабких сторін і збереження збалансованого бачення особистих якостей.

Ставлення дорослого, який не засуджує, а проявляє прийняття по відношенню до кожної особистості є важливим. Це допомагає кожному юнаку відчувати себе прийнятим як особистість, якою вона є, а не за поведінку, одяг або навички. Один із способів зробити це – виявляти щирі вдячність кожній людині. Якщо важливий дорослий щирий, то дитина, підліток чи юнак дізнається це відразу. Відгук – щира вдячність також є позитивним відгуком. Більшість хоче чути лише позитивні відгуки стосовно себе, але частина того, щоб бути прикладом для наслідування для молоді, включає адекватне сприйняття критики та пропозиції щось в собі виправити чи покращити. Оскільки кожна людина унікальна і вже має в собі своє уявлення про себе, і не завжди процес розвитку, можна контролювати та гарантувати, як і що дитина, підліток чи юнак прийме до виправлення.

Один із методів, який може допомогти молоді відкрити свою унікальність – це неосудливе ставлення – ставлення до кожного члена в сім'ї, класі буде очевидним для особистості. Мати і виражати неосудливе ставлення є важливою частиною допомоги молоді у формуванні позитивної самооцінки [9].

Слухання – вислуховування дитини, підлітка чи юнака та поводження з ними з повагою, сприяє розвитку самоповаги. Людина повинна мати можливість висловитися, близькі оточуючі повинні слухати уважно і визнавати те, що говорять.

Турбота – дорослі, які передають молоді почуття турботи і почуття особистої цінності допомагають зростати кожній людині з позитивною Я-концепцією. Зробити це можна, створивши середовище взаємної підтримки та турботи.

Справедливість також дуже важлива для формування самоповаги та самоприйняття. Така атмосфера довіри та прийняття допоможе молодим людям розпізнати що їх цінують і можуть розраховувати на щирю прихильність і підтримку.

Ранні впливи мають значний відбиток на формування Я-концепції та самооцінки. Щиро впевнені в собі люди знають, що вони можуть впоратися з будь-якими викликами, які ставить життя. Вони готові вчитися і є не бояться робити помилки. Вони мають сильну самоповагу. І вони мають однакову повагу до почуттів і здібностей інших людей. Вони не відчувають себе нижчими ні перед ким.

Я-концепція починає формуватися в ранньому дитинстві і залежить від відгуків, які дитина отримує від оточуючих. У ці самі роки у дитини може сформуватися негативна самооцінка, але якщо це стосується дитини, це не обов'язково означає, що у дитини погана сім'я чи батьки. Є речі, які батьки можуть і мають робити, щоб допомогти покращити самооцінку дитини [3].

Важливо заохочувати дітей використовувати позитивну мову для опису себе та своїх досягнень. Якщо дитина описує себе негативно, це може зашкодити її почуттю власної гідності. Батьки повинні навчити своїх дітей приймати себе. Також доцільно перешкоджати дітям порівнювати себе з іншими; натомість заохочуйте їх робити все можливе. Крім того, не забувайте подавати хороший приклад, роблячи це самостійно.

Діти мають кращий образ себе, коли відчувають відповідальність. Це допомагає дитині відчувати, що вона робить внесок у сім'ю, школу чи громаду. Якщо навчити дитину відповідати за свої вчинки, вона може відчувати себе важливою та стати відповідальними громадянами. Ось кілька кроків, які батьки можуть зробити, щоб допомогти своїй дитині навчитися бути відповідальним.

Дозвіл дитині приймати деякі власні рішення, а потім покладіть на неї відповідальність за результати.

Встановлення правил, яких дитина повинна дотримуватися, і нести наслідки за їх порушення.

Моделювання відповідальної поведінки для дитини, приймаючи відповідальність за будь-які помилки.

Висловлення компліментів своїй дитині, коли вона бере на себе відповідальність за свою поведінку. Навчіть дитину, що вона може вчитися на своїх помилках.

Отже, Я-концепція не просто відображає поточну поведінку, але натомість опосередковує і регулює цю поведінку. У цьому сенсі Я-концепція розглядається як динамічний – як активний, сильний і здатний змінюватися компонент особистості. Він інтерпретує та організовує самовідповідні дії та досвід; це має мотиваційні наслідки, надання стимулів, стандартів, планів, правил і сценаріїв поведінки.

Список використаної літератури:

1. Гуменюк О. Є. Психологія «Я»-концепції: Монографія. Тернопіль: Економічна думка, 2002. 186с.
2. Дмитрова Т.В. Образ «Я» як регулятор міжособистісних стосунків у ранній юності. Дисс... канд. психол. наук. Київ. 1993. 187с.
3. Marsh, H.W. and Craven, R. (1997). Academic Selfconcept: Beyond the Dustbowl, In G. Phye (Ed.), Contemporary Educational Psychology, 29(3), pp. 264-282.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Михалець О. Р., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

*старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Шкільні психологи відіграють невід'ємну роль у процесі спеціальної освіти та є важливими членами мультидисциплінарних команд, які підтримують учнів з в шкільному освітньому середовищі. Зазвичай вони витрачають значну частину свого часу на проведення експертиз, тобто психоосвітніх оцінок, які складаються зі збору інформації за допомогою проведення тестів та інших інструментів оцінювання, щоб визначити, чи мають діти право на послуги спеціальної освіти. Діяльність з питань експертного оцінювання часто включає проведення спостережень за поведінкою та проведення стандартизованих діагностичних оцінок, опитування батьків та представлення результатів оцінювання на зборах щодо відповідності вимогам освіти. Шкільні психологи, якщо вони відповідають вимогам, беруть участь у розробці індивідуального плану навчання дитини.

Шкільні психологи також навчені підтримувати академічні, поведінкові та психічні потреби всіх учнів, незалежно від освітньої програми чи розміщення. Вони часто консультуються та співпрацюють з батьками, вчителями, адміністраторами та іншими зацікавленими сторонами, щоб якнайкраще задовольнити потреби дітей у своїх школах. Важливо, що вони також знають системи освіти та наполегливо працюють над створенням позитивного навчального середовища шляхом співпраці, лідерства та пропаганди. Крім того, вони можуть відповідати за надання консультаційних послуг, консультації з вчителями щодо втручання та підтримки та відвідування зустрічей з керівниками шкіл для визначення того, як покращити шкільні системи. Це лише кілька прикладів обов'язків і відповідальності, які можуть мати шкільні психологи. Хоча конкретні заходи можуть змінюватися щодня, шкільні психологи завжди працюють над покращенням результатів для учнів. Допомогти учням досягти успіху є основою шкільної психології.

Питаннями психологічної експертизи в сфері освіти займались О.І. Галян, Є. В. Єгорова, І.В. Заєць, О.М. Ігнатович, І. П. Підласий, С. П. Дерев'яно, Ю. В. Примаєк.

Експертиза – це науково практичне дослідження. Різновид експертизи, що проводиться в практиці шкільної психологічної служби можна віднести до психолого-педагогічної експертизи. Найбільш загальним об'єктом вивчення даного виду експертизи є особливості розвитку, формування дитини в класі, шкільному середовищі. Інформація стосовно психолого-педагогічної експертизи може позитивно відобразитись на діяльності психолога тим, що вдосконалити її, опанувавши принципи професійної оцінки процесу здобуття знань, окреслити позитивні та негативні аспекти освітньої практики, тобто уроків, ігор, гуртків, факультативів тощо та використавши отримані узагальнення як висновки у практичній роботі [2].

Психологічна експертиза є критично важливим інструментом, який використовується для розуміння, діагностики та лікування проблем психічного здоров'я людини. Це комплексний процес, який включає різноманітні методи оцінки поведінки, особистості, когнітивних здібностей та інших психологічних атрибутів людини. Цей процес дає цінну інформацію, яка може допомогти людям покращити своє психічне здоров'я та загальне самопочуття.

Психологічна експертиза – це метод, який використовують психологи для вимірювання та спостереження за поведінкою клієнта, щоб поставити діагноз і спрямувати лікування. Це передбачає систематичне оцінювання за допомогою різних інструментів і методів, таких як тести, інтерв'ю, спостереження та тематичні дослідження, щоб зібрати інформацію про психічне здоров'я та функціонування людини [2].

В даний момент в нашій країні експертиза в шкільній практиці має такі напрямки [1]:

- експертиза освітнього середовища, що має на меті вивчення психологічних компонентів сутності, методів та організації навчання;
- експертиза навчальних (освітніх) технологій – дослідження якості навчання, умов, яких відбувається навчально-виховний процес,
- експертиза, що визначає комфорт та безпеку освітнього середовища, що вивчає стабільність, організаційний та емоційний компоненти комфорту,
- експертиза професійної діяльності вчителя – дослідження та визначення професійно важливих якостей педагога,
- програм експертиза дитячих іграшок та ігор,
- експертиза, підручників, посібників та освітніх.

Окрім того психологічну експертизу можна сприймати як певний вид наукової роботи, оскільки окрім проведення дослідження, потрібно здійснювати узагальнення та написання їх у формі висновків. Експертизою також прийнято називати дослідження та уважне вивчення певного питання, для того, щоб адекватний та грамотно сформульований висновок дав коректну оцінку досліджуваному питанню.

Практика проведення експертиз засвідчує те, що вони мають відповідати та контролюватись певним правилам, методологічним принципам [3]:

1. Принцип полісуб'єктності. Педагогічна система первинно є штучною системою, тому вона існує та діє за рахунок цілеспрямованих зусиль тих працівників, що відносяться до неї. Тобто під час проведенні експертного дослідження потрібно виділяти всі основні діяльнісні позиції та описувати психологічні структури та функції відповідних суб'єктів. Мінімально необхідний склад таких суб'єктів становить: розробник навчального проекту та програми, педагог та учень. У певних випадках цей склад може бути переглянуто та змінено, але ці позиції мають бути обов'язкові.

2. Принцип взаємного відображення. Всі діяльнісні позиції, що складають педагогічну систему, потрібно сприймати не як самостійні, а як залежні від інших. Це означає, що описуючи кожний суб'єкт, необхідно приховувати те, як він бачить або уявляє інших суб'єктів. Чим більша кількість позицій враховано в дослідженні, тим складнішою буде система опису.

3. Принцип додатковості. Специфічною особливістю педагогічних систем є те, що ні одна діяльнісна позиція не може бути реалізована самостійно без задіяності інших. Програмування припускає розгортання діяльності вчителя та учня (діяльність вчителя без навчальної програми або за відсутності учня є безглуздою та неможливою).

4. Принцип «матрошечності». Педагогічні системи та процеси є багаторівневими та для кожної ситуації педагогічної експертизи потрібно визначити та описати ту систему до якої входить та, що аналізується, та, яка вписана до системи, що аналізується. Метою експертизи є оцінка впливу педагогічної системи на психологічний розвиток людей, які до неї включені.

Отже, психологічна експертиза є важливим інструментом, який використовується для розуміння, діагностики та лікування проблем психічного здоров'я людини. Це комплексний процес, який включає різноманітні методи оцінки поведінки, особистості, когнітивних здібностей та інших психологічних атрибутів людини.

Список використаної літератури:

1. Дерев'янка С. П., Примак Ю. В. Д Психолого-педагогічна експертиза : навчально-методичні рекомендації. Чернівці : НУЧК імені Т.Г. Шевченка, 2023. 88 с.
2. Дичківська І. Педагогічна експертиза інноваційної діяльності. *Дошкільне виховання*. 2004. №9. С. 6–10.
3. Петренко Л. Система внутрішньошкільного експертного оцінювання результатів навчальної діяльності учнів. *Освіта і управління*. 2006. Т. 9. № 1. С. 83 – 90.

ОСОБЛИВОСТІ АДИТИВНИХ ОСІБ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ **Литвишко В. Я., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти**

спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Залежність від соціальних мереж насправді стає важливим фактором, що негативно відображається на психічному здоров'ї, викликати такі поведінкові явища як тривога, стрес, депресія тощо. Психосоціальні проблеми у молоді може негативно впливати також на академічне формування. Наслідки можуть бути сумними та руйнівними для чийогось життя.

Залежність сучасної молоді від соціальних мереж стає більш всепоширеною поведінковою залежністю, що серйозно відображається на повсякденному житті. Взаємодія з платформами соціальних мереж стала звичайною діяльністю в сучасному суспільстві настільки, що часто переплітається з повсякденним життям. Саме тому не всі усвідомлюють серйозні проблеми з психічним здоров'ям, які можуть виникнути через надмірне використання соціальних мереж.

Оскільки в наш час відбувається стрімка зміна ракурсів комунікативних можливостей і можливостей самореалізації в соціальних мережах, то характерним способом комунікації стають способи взаємодії у віртуальній реальності. Питання інтернет-залежності було приділено у працях таких науковців як К.В. Аймедов, М.О. Бердяєв, В. Гріффіт, О.Ю. Єгоров, А.В. Тончева, М. Хайдер, Л. Юрева, К. Янг. Питання профілактичної та просвітницької діяльності психолога стосовно залежності розкрито в роботах А. О. Андієнко, Т. М. Вакуліч.

Українські дослідники описуючи інтернет залежність зазначали, що вона має містити сукупність когнітивних, емоційних та фізіологічних порушень, які проявляються в поведінці та вказують на те, що людина втратила можливість контролювати використання інтернету. На думку Х. Турецької до поведінкових, когнітивних та емоційних проявів інтернет адикції можна віднести: постійне відчуття потреби проводити час в інтернеті, невдалі спроби контролювати інтернет активність, відображення негативним чином проведеного часу в інтернеті на фізичному, соціальному та професійному життю. В пізнавальній сфері проявами виступають думки стосовно того, що цінність власної особистості виникає при активності в соцмережі, комфортне самопочуття та відчуття налагодження стосунків відбувається в просторі інтернету. На рівні емоційної сфери проявами виступають переживання тривоги, депресії, роздратування в ситуації неможливості мати доступу до мережі [1;2;3].

Залежність від соціальних мереж в Інтернеті може бути потенційною проблемою психічного здоров'я для деяких користувачів.

Існує п'ять різних типів інтернет-залежності, а саме: *комп'ютерна залежність, перевантаження інформацією, мережеві компульсії, кіберсексуальна залежність, залежність від кібер-стосунків*. Залежність від соціальних мереж потрапляє в останню категорію, оскільки метою та основною мотивацією використання соцмереж є встановлення та підтримка стосунків як онлайн, так і офлайн.

До негативних наслідків, які можуть виникнути залежність від соціальних мереж: невротизм і тривога, розлади харчової поведінки, зменшення сірої

речовини, когнітивні ефекти, гнів, підвищений ризик самогубства, відволікання від оточення [2].

Соціальні мережі задовольняють основні людські потреби, як спочатку описано в ієрархії потреб Маслоу. Згідно з цією теорією, соціальні мережі відповідають потребам безпеки, асоціації, оцінки та самореалізації.

Потреби безпеки задовольняються завдяки налаштуванню конфіденційності соціальних мереж, що дозволяє користувачам контролювати, з ким ділитися інформацією.

Асоціативні потреби задовольняються за допомогою зв'язуючої функції соціальних мереж, що дозволяє користувачам «дружити» з однодумцями та «стежити за ними».

Потреба в оцінці задовольняється тим, що користувачі можуть «збирати» друзів і «лайки», а також порівнювати себе з іншими, і тому вона пов'язана з потребою Маслоу в повазі.

Нарешті, потреба в самореалізації, найвища досяжна мета, яку здатна досягти лише незначна меншість людей, може бути досягнута, представивши себе так, як хочеться представити себе, і підтримуючи «друзів» у соцмережах, які потребують допомоги [1].

Відповідно, соціальні мережі зачіпають дуже фундаментальні людські потреби, пропонуючи можливості соціальної підтримки та самовираження [2]. Це може пояснити популярність і відносно високу взаємодію в соціальних мережах у сучасному суспільстві.

Зростає наукова база доказів того, що надмірне використання соціальних мереж може призвести до симптомів, які традиційно пов'язують із залежностями, пов'язаними з речовинами. Ці симптоми були описані як зміна настрою, толерантність, абстиненція, рецидив і конфлікт щодо поведінкових залежностей, і були перевірені в контексті моделі компонентів Інтернет-залежності. Для невеликої меншості людей використання ними соціальних мереж може стати єдиною найважливішою діяльністю, якою вони займаються, що призводить до заклопотаності використанням соціальних мереж. Діяльність на цих сайтах потім використовується для того, щоб викликати зміни настрою, приємні відчуття або ефект оніміння (зміна настрою). Щоб досягти тих самих відчуттів і стану розуму, які були на початкових етапах використання (толерантність), потрібно витратити більше часу та енергії на участь у активності в соціальних мережах. Коли використання соціальних мереж припиняється, залежні особи відчуватимуть негативні психологічні, а іноді й фізіологічні симптоми (абстиненція), що часто призводить до відновлення проблемної поведінки (рецидив). Проблеми виникають як наслідок участі в проблемній поведінці, що призводить до інтрапсихічних (конфліктів всередині індивіда, які часто включають суб'єктивну втрату контролю) та міжособистісних конфліктів (тобто проблем із безпосереднім соціальним оточенням, включаючи проблеми у стосунках і роботі та/або навчанні, що скомпрометовано) [3].

Список використаної літератури:

1. Ісакова Т. О. Інтернет-залежність як новий феномен сучасного світу: сутність і проблеми. Київ: НІСД. 2011. 47 с.

2. Данько Ю. А. Соціальні мережі як форма сучасної комунікації : плюси і мінуси. *Сучасне суспільство*. 2022. Вип. 2. С. 179–184.
3. Девтеров І. Етичні проблеми кіберпростору. *Вища освіта України: теоретичний та науково-методичний часопис*. 2021. № 2. С. 27– 32.

КОНФЛІКТНА ПОВЕДІНКА ПІДЛІТКІВ ТА РОЛЬ САМОРЕГУЛЯЦІЇ В НІЙ

***Русяк Н. З., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія***

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Петринич О. Г.

*старший викладач кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,
Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»*

Підлітковий вік є критичним і вразливим періодом до конфліктів у повсякденному житті. Тому для уникнення соціальних проблем підліткам потрібне відповідне вирішення конфліктів. Вирішення конфліктів – це процес, який враховує потреби різних людей і вимагає певного рівня саморегуляції.

Саморегуляція впливає на здатність людини встановлювати соціальні зв'язки та розвиватися емоційно пізніше, коли вона з підлітка переходить до дорослого віку. Якщо дитина не навчиться керувати тривожними емоціями чи подразниками, вона стане підлітком або дорослою людиною, якій буде важко контролювати свої імпульси чи поведінку, оскільки вона не може терпіти неприємні відчуття. Цьому підлітку чи дорослому може бракувати емоційної зрілості та впевненості в собі, йому важко налагодити зв'язок з іншими, і внаслідок цього погіршується психічне та емоційне благополуччя. Здатність до саморегуляції пов'язана з покращенням настрою, покращенням сну та кращою якістю життя [2].

Якщо міжособистісний конфлікт залишити невирішеним, він може призвести до проблем із психічним здоров'ям; однак, коли конфлікт буде розв'язаний, він може мати позитивні результати.

Подолання конфліктної поведінки передбачає особистістю використання механізмів саморегуляції. Вченими саморегуляція розглядається як активне ставлення особистості до впливів зовнішнього середовища, свідоме керівництво власною поведінкою у відповідності до прийнятих норм у суспільстві. Таке розуміння властиве дослідникам К.О. Абульханова-Славська, М.Я. Ботришевський, І.Д. Бех, М.Д. Віноградова, В.А. Крутецький, А.В. Кучменко, Т.М. Титаренко, Г. Філіпчук [1].

Підлітковий вік – це час швидких змін, і разом із цими змінами часто виникають конфлікти. Префронтальна кора головного мозку, відповідальна за прийняття рішень і саморегуляцію, все ще розвивається. Це може призвести до імпульсивної поведінки та загострення емоцій. Це також період їхнього життя, коли дружба та визнання однолітків досягають нових висот. Це час коливань самооцінки та змінної ідентичності. Соціальна динаміка та групи часто змінюються, коли вони експериментують з різними типами особистості та

групами друзів. Це нормально, але через це учні можуть відчувати себе вразливими та чутливими до сприйняття інших, і через ці зміни можуть виникати конфлікти.

Підлітковий вік – це період значного емоційного, соціального та психологічного розвитку, який може призвести до різноманітних конфліктів. Ось кілька основних причин конфлікту на цьому етапі [4]:

1. Дослідження ідентичності: підлітки часто перебувають у процесі формування своєї ідентичності, що може призвести до конфліктів з батьками, однолітками чи авторитетними особами, оскільки вони прагнуть незалежності та самовизначення.

2. Тиск з боку однолітків. Бажання бути прийнятим однолітками може призвести до конфліктів через цінності, поведінку та вибір, наприклад вживання психоактивних речовин, академічну успішність і соціальну діяльність.

3. Сімейна динаміка: зміни в сімейній структурі, такі як розлучення або поява нових членів сім'ї, можуть створити напругу. Підлітки також можуть кинути виклик батьківській владі, прагнучи автономії.

4. Академічний тиск: стрес, пов'язаний із шкільною роботою, іспитами та плануванням майбутнього, може призвести до конфліктів із вчителями, батьками та навіть однолітками, особливо щодо очікувань і успішності.

5. Романтичні стосунки: налагодження романтичних інтересів може призвести до ревнощів, непорозумінь і конфліктів як з однолітками, так і з членами сім'ї.

6. Вплив соціальних медіа: онлайн-взаємодія може загострити конфлікти, оскільки виникають такі проблеми, як кіберзалякування, соціальне порівняння та неправильне спілкування.

7. Проблеми психічного здоров'я: підлітки можуть мати проблеми з психічним здоров'ям, як-от тривога чи депресія, що може призвести до конфліктів із собою та іншими.

8. Культурні та суспільні очікування: конфлікти можуть виникати через різні культурні цінності чи очікування, пов'язані з гендерними ролями, сексуальністю та соціальними нормами.

9. Відсутність спілкування: погані комунікативні навички можуть призвести до непорозумінь і конфліктів у стосунках, чи то з друзями, родиною чи романтичними партнерами.

10. Зміни розвитку: фізичні та гормональні зміни в підлітковому віці можуть сприяти перепадам настрою та емоційній мінливості, що призводить до конфліктів.

Розуміння цих причин може допомогти батькам, педагогам і одноліткам підтримати підлітків у більш ефективній доланні цих проблем.

Приклади як батьки можуть взаємодіяти з підлітком навчаючи саморегуляції в конфлікті [3]:

1. Зразковий спокій: підлітки уважно спостерігають за поведінкою дорослих. Демонстрація спокою під час конфліктів вчить їх реагувати обдуманно, а не імпульсивно. Зберігаючи стабільний тон і поведінку, дорослі подають приклад саморегулювання, який підлітки можуть наслідувати.

2. Заохочення відкритого спілкування: створення вдома середовища, де підлітки почуватимуться безпечно, висловлюючи свої думки та емоції. Активне слухання, при обмірковуванні почутого, не пропонуючи негайно рішення, допомагає підліткам відчутти визнання та повагу. Це відображає підхід щодо поваги до автономії дитини.

3. Сприяти вирішенню проблем: коли виникають конфлікти, направлення підлітка через кроки вирішення проблем, а не пропонування готового рішення. Ставлення відкритих запитань на кшталт: «Як ви відреагували, коли це сталося?» «Чи було це ефективним?» «Як це викликало у вас почуття?» «Як ви думаєте, що відчувала інша особа?» «За що вам потрібно нести відповідальність?» «Що тобі потрібно/треба зробити, щоб зробити це правильно?» «Яке рішення є справедливим?» Такий стиль запитань спонукає їх мислити критично та брати відповідальність за свої дії або краще раціоналізувати дії інших.

4. Сприяти емпатії: підлітки отримують користь від розуміння різних точок зору. Будь ласка, запропонуйте їм подумати про те, як їхні дії впливають на інших або чому інші діяли так, як вони. Надайте контексти, які їм все ще може знадобитися, щоб допомогти розпізнати їх самостійно. Це може включати визнання того, що культура чи нейрорізноманіття можуть впливати на реакцію людини чи її здатність розуміти наміри іншої людини. Рольові ігри або обговорення гіпотетичних ситуацій можуть допомогти розвинути це усвідомлення та зміцнити цінності емпатії, співчуття та соціальної гармонії.

5. Відновні практики: Дотримання принципів відновного правосуддя заохочує підлітка брати на себе відповідальність за свою роль, виправляти конфлікти та розвивати емпатію у розумінні дій інших. Це може включати заохочення підлітка до вибачення або прийняття простих вибачень, або ж до участі у відновлювальній розмові, де обговорення можуть допомогти зміцнити розуміння. Такі практики підкреслюють відповідальність та важливість роботи над стосунками та підтримки зв'язків у громаді.

Підтримка підлітків у зрілому управлінні конфліктами є постійним процесом. Це може бути незручно, виснажливо, а іноді й болісно для всіх учасників, але це також може допомогти у розвитку позитивних навичок стосунків на все життя.

Зображуючи спокій і доброзичливість до себе, ви допомагаєте своїй дитині зрозуміти, що робити помилки – це нормально, прощати себе та намагатися зробити краще наступного разу. Підтримка підлітків у вирішенні конфліктів має вирішальне значення для їхнього розвитку в зрілих, чуйних дорослих.

Список використаної літератури:

1. Кириченко Т.В. Аналіз проблеми розвитку механізмів саморегуляції поведінки підлітків. *Scientific Journal «ScienceRise»*. 2018. № 9(50). С. 16–19.
2. Лисенко-Гелемб'юк К.М. Саморегуляція як чинник розв'язування міжособистісних конфліктів студентської молоді : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія, психологія соціальної роботи»; Інститут соціальної та політичної психології НАПН України. Київ, 2011. 19 с.

3. Токарева Н.М., Шамне А.В., Макаренко Н.М. Сучасний підліток у системі психолого педагогічного супроводу : монографія. Кривий Ріг, 2014. 312 с.

4. Харченко А.С. Загальна характеристика отроцтва. Психологія розвитку особистості у підлітковому та ранньому юнацькому віці. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Н.О. Гончарова, Ю.Л. Горбенко, Ю.І. Калюжна та інш. Полтава : Астроя, 2018. 6–43 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОГІГІЄНИЧНИХ ЗАСОБІВ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я У ЧАС ВІЙНИ

*Іськович В. В., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності Психологія*

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Гнатко М. М., к.психол.н., доц.

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Психічне здоров'я є ключовим фактором добробуту людини, особливо у кризових умовах, таких як війна. Тривалий стрес, втрати та невизначеність негативно впливають на адаптацію військових і цивільного населення. Психогігієнічні засоби сприяють стабілізації емоційного стану та формуванню механізмів психологічної стійкості. Їх ефективне застосування допомагає запобігти розвитку посттравматичних розладів, професійного вигорання та загального психоемоційного виснаження [6].

Війна спричиняє глибокі психологічні наслідки, впливаючи на рівень стресу, соціальні зв'язки та здатність людей справлятися з навантаженням. Вимушене переселення та економічна нестабільність ускладнюють психосоціальну адаптацію, що підкреслює необхідність системного використання психогігієнічних методик [5]. Важливо враховувати індивідуальні, соціальні та професійні фактори, які впливають на стратегії подолання стресу.

Ефективність психогігієнічних засобів залежить від їх структурування та інтеграції у повсякденне життя. Використання медитативних практик, фізичної активності, когнітивно-поведінкових технік сприяє формуванню сталісних coping-стратегій. Оцінка психологічного стану респондентів підтверджує, що раціональне мислення стає основним механізмом адаптації у воєнних умовах, тоді як рівень емоційного вираження знижується [4].

Дослідження показують, що соціальна підтримка сприяє зниженню рівня тривожності та депресивних розладів. Люди, які мають стабільні соціальні зв'язки, легше адаптуються до кризових умов [3]. Психогігієнічні заходи повинні сприяти активному залученню до спільнот самодопомоги, волонтерської діяльності та підтримуючих груп.

В умовах війни виникає потреба у системному використанні психогігієнічних методик, які сприяють підтримці психічного благополуччя через розвиток адаптаційних механізмів, зниження рівня тривожності та формування стійкості. Важливо визначити особливості застосування таких заходів у кризових ситуаціях, враховуючи індивідуальні, соціальні та професійні

фактори, що впливають на здатність людей справлятися зі стресом. Адже психогігієнічні практики можуть бути ефективними лише у разі їхньої відповідності специфічним потребам різних соціальних груп, зокрема військових, вимушених переселенців, цивільних, волонтерів та фахівців допомагаючих професій. Війна призводить до значної кількості психоемоційних проблем, включаючи підвищену тривожність, депресивні розлади, професійне вигорання та посттравматичний стресовий розлад (ПТСР). Використання психогігієнічних заходів допомагає запобігти розвитку цих станів, пропонуючи стратегії саморегуляції, когнітивного управління емоціями, соціальної підтримки та відновлення життєвих ресурсів. Важливим є не лише індивідуальне застосування таких практик, але й їхня інтеграція в систему підтримки психічного здоров'я на рівні громадських організацій та державних програм.

Рівень психологічного навантаження у військових, медиків та соціальних працівників є підвищеним, що вимагає спеціалізованих програм. Дослідження підтверджують, що військовослужбовці схильні до когнітивного аналізу ситуації, що допомагає стабілізувати емоційний стан, але водночас може призводити до накопичення внутрішньої напруги [7].

Таким чином, визначення особливостей застосування психогігієнічних засобів у час війни є критично важливим завданням, що дозволяє розробити ефективні механізми стабілізації психічного здоров'я, оцінити вплив соціальних, професійних та культурних факторів на coping-стратегії та розробити практичні рекомендації для їхнього впровадження. Дослідження цих аспектів сприятиме підвищенню рівня психологічної стійкості суспільства, мінімізації негативних наслідків тривалого стресу та створенню ефективних програм психосоціальної підтримки.

Українські дослідники активно працюють над розробкою методик психогігієнічної підтримки в умовах війни, адаптуючи міжнародні підходи до специфіки українського суспільства. Значний внесок у цю сферу зробили науковці Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, зокрема Людмила Карамушка, яка досліджує механізми збереження психічного здоров'я в умовах війни та розробляє методичні рекомендації для організаційних психологів [1].

Національний інститут стратегічних досліджень також аналізує вплив війни на ментальне здоров'я українців, наголошуючи на необхідності комплексної державної політики у сфері психосоціальної підтримки. Дослідження показують, що близько 40–50% населення України потребують психологічної допомоги, а серед військових та ветеранів цей показник сягає 1,8 млн осіб [2].

Дослідження coping-механізмів серед респондентів дозволяє оцінити, як саме воєнні обставини формують їхні стратегії подолання стресу. Зокрема, аналіз coping-стратегій показує, що люди, які зазнали втрат, мають підвищений рівень мотивації, але також більш інтенсивне емоційне напруження, тоді як ті, хто адаптувався до умов війни, частіше використовують раціональні механізми стабілізації. Визначення цих особливостей сприяє розробці більш ефективних програм психологічної підтримки та стабілізації емоційного стану.

Проведений тренінг із застосування методики «Зупинись! Подумай! Дій!» продемонстрував її високу ефективність у стабілізації емоційного стану респондентів. Через два тижні після навчання рівень тривожності учасників знизився на 3–4 пункти, що свідчить про позитивний вплив структурованого прийняття рішень на coping-стратегії. Методика навчила учасників послідовності дій у складних ситуаціях, що зменшило їхню емоційну напругу та допомогло впоратися зі стресом. Крім того, покращилася соціальна залученість учасників, оскільки вони почали активніше використовувати міжособистісні контакти як ресурс для регулювання емоційного стану. Аналіз впливу тренінгу підтвердив важливість використання психогігієнічних методик у кризових умовах, що може бути інтегровано у масштабні програми самопомоги та психологічної підтримки.

Адаптація психогігієнічних методик до специфіки воєнного досвіду сприяє ефективній стабілізації психічного здоров'я. Соціальна залученість, структура coping-стратегій та спеціалізовані програми для військових є ключовими факторами підтримки психологічного благополуччя.

Список використаної літератури:

1. Карамушка Л. М. (2024). Психічне здоров'я особистості в умовах війни: як його зберегти та підтримати <https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi79/0059604.pdf>
2. Національний інститут стратегічних досліджень. Підтримка ментального здоров'я в часи війни <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/pidtrymka-mentalnoho-zdorovya-v-chasy-viyny>
3. Betancourt, T. S., Keegan, K., Farrar, J., & Brennan, R. T. (2020). *The intergenerational impact of war on mental health and psychosocial wellbeing: lessons from the longitudinal study of war-affected youth in Sierra Leone*. *Conflict and Health*.
4. Bonanno, G. A. (2004). *Loss, Trauma, and Human Resilience: Have We Underestimated the Human Capacity to Thrive After Extremely Aversive Events?* *American Psychologist*, 59(1), 20–28.
5. Herman, J. L. (1992). *Trauma and Recovery: The Aftermath of Violence – From Domestic Abuse to Political Terror*. Basic Books.
6. Selye, H. (1956). *Stress and Adaptation*. New York: McGraw-Hill.
7. Vostanis, P. (2024). *Mental health provision for children affected by war and armed conflicts*. *European Child & Adolescent Psychiatry*.

ВПЛИВ СТИЛЮ УПРАВЛІННЯ НА КОМАНДОУТВОРЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Іськович В. С., здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Гнатко М. М., к.п.н., доц.

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Стиль управління відіграє ключову роль у формуванні команди, визначаючи рівень її згуртованості, мотивації та продуктивності. Вибір

управлінських підходів безпосередньо впливає на комунікацію всередині колективу, рівень довіри між його членами, а також ефективність прийняття рішень (Kotter, 1996).

У сучасних організаціях, де команди є основними операційними одиницями, правильний стиль управління сприяє не лише оптимізації робочих процесів, а й створенню сприятливого психологічного клімату. Командна взаємодія залежить від стилю керівництва, оскільки саме управлінський підхід формує культуру організації та впливає на рівень мотивації персоналу (Goleman, 2000).

Демократичний стиль управління передбачає активне залучення членів команди до ухвалення рішень. Він сприяє розвитку ініціативності, гнучкості та високого рівня внутрішньої мотивації (Bass, 1990). Такий підхід підвищує рівень довіри у команді та сприяє формуванню інноваційної культури, оскільки співробітники мають можливість висловлювати свої ідеї та брати участь у їх реалізації.

Однак демократичний стиль має свої обмеження. Зокрема, тривалі дискусії можуть затримувати ухвалення критично важливих рішень, а надмірний фокус на командній взаємодії іноді призводить до браку чіткої відповідальності (Kotter, 1996).

Автократичний стиль управління базується на централізованому прийнятті рішень керівником. Такий стиль часто використовують у кризових ситуаціях, коли необхідно швидко реагувати на виклики та забезпечити структурованість процесів (Lewin et al., 1939).

Автократичний стиль забезпечує чіткість у розподілі функцій та контроль над виконанням завдань. Водночас він може знижувати рівень ініціативності серед співробітників, оскільки робочі процеси вимагають жорсткої ієрархії та суворого дотримання наказів. Працівники можуть відчувати себе менш залученими до команди, що обмежує розвиток творчості та самостійності (Goleman, 2000).

Ліберальний стиль управління передбачає максимальну автономність працівників. Він ефективний у висококваліфікованих командах, де члени колективу мають достатній рівень компетенцій для самостійного ухвалення рішень (Bass & Avolio, 1994).

Такий підхід сприяє гнучкості, креативності та особистій відповідальності співробітників. Проте у разі слабкої координації ліберальний стиль може спричинити дезорганізацію робочих процесів та проблеми з управлінням командою (Kotter, 1996).

Дослідження, проведене на базі ТОВ «ІТ Техноресурс», показало важливість адаптивного управління, що комбінує елементи всіх трьох стилів. Соціометричний аналіз комунікаційних зв'язків у команді підтвердив, що найбільш ефективний стиль керівництва залежить від професійного середовища та особливостей команди (Tuckman, 1965).

Впроваджена управлінська інтервенція, зокрема застосування методик фасилітації та коучингу, сприяла покращенню командної взаємодії та комунікації між підрозділами. Спостереження за керівником у реальних

управлінських ситуаціях засвідчило, що стратегічні обговорення допомогли підвищити рівень довіри серед співробітників та сформувати культуру відкритості (Goleman, 2000).

Соціометричний аналіз є ефективним методом оцінки внутрішньої динаміки команди, оскільки дозволяє визначити комунікаційні зв'язки, рівень довіри та лідерські позиції (Moreno, 1953).

Метод соціометрії допомагає виявити ключові вузли комунікації, ізольованих учасників та потенційні проблеми у роботі команди. Висока кількість взаємних виборів між учасниками свідчить про добре налагоджену систему комунікації, що позитивно впливає на згуртованість колективу (Bass, 1990).

Проте дослідження також виявило периферійних учасників, які отримали мінімальну кількість виборів. Це свідчить про їхню недостатню інтеграцію у командні процеси, що може бути спричинено різними факторами: браком соціальних контактів, низьким рівнем залученості або недостатньою взаємодією з основними комунікаційними вузлами.

Адаптивне управління, що поєднує різні стилі керівництва, сприяє формуванню сильної корпоративної культури та розвитку організаційної стійкості. Соціометричний аналіз дозволяє керівникам не лише оцінити командну згуртованість, а й розробити заходи для покращення взаємодії між співробітниками.

Стиль керівництва суттєво впливає на ефективність організаційної взаємодії та рівень згуртованості колективу. За даними Шелегія (2019), керівники, які застосовують демократичний підхід, сприяють формуванню позитивного психологічного клімату, що підвищує мотивацію співробітників та їхню готовність до командної роботи. Водночас недостатньо структурований стиль управління може призводити до невизначеності та зниження ефективності ухвалення рішень, особливо в умовах швидкозмінного робочого середовища.

Каваленко (2021) зазначає, що згуртованість колективу напряду залежить від стилю керівництва та способу організації комунікаційних процесів. Авторитарне управління може забезпечити чітку ієрархію та контроль, але водночас може знижувати рівень внутрішньої мотивації. Козлов (2018) додає, що адаптивний стиль управління, який комбінує різні управлінські підходи залежно від ситуації, сприяє формуванню ефективних команд. Застосування гнучких стратегій дозволяє враховувати індивідуальні особливості працівників, що позитивно позначається на продуктивності колективу та організаційному розвитку.

Основні рекомендації для керівників:

1. Запровадження фасилітаційних методик – регулярні стратегічні зустрічі допомагають активніше залучати працівників до ухвалення рішень.
2. Посилення коучингового підходу – розвиток управлінських компетенцій через навчальні програми підвищує якість командної роботи.
3. Оптимізація комунікаційних процесів – ефективний обмін інформацією між підрозділами сприяє формуванню згуртованої команди.

Список використаної літератури:

1. Каваленко, Н. Г. (2021). Стили управління як чинник згуртованості робочого колективу. *Науковий вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Психологія»*, 70(3), 113–119.
2. Козлов, І. В. (2018). Вплив стилю керівництва на формування ефективної команди. *Вісник соціально-економічних досліджень*, 67(1), 87–92.
3. Шелегій, А. І. (2019). Психологічні чинники ефективності керівництва в організаціях. *Організаційна психологія*, 1(2), 45–52.
4. Bass, B. M. (1990). *From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision*. *Organizational Dynamics*, 18(3), 19–31.
5. Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Transformational leadership and organizational culture*. *International Journal of Organizational Analysis*, 2(1), 68–84.
6. Goleman, D. (2000). *Leadership That Gets Results*. Harvard Business Review.
7. Kotter, J. P. (1996). *Leading Change*. Harvard Business Review Press.
8. Lewin, K., Lippitt, R., & White, R. K. (1939). *Patterns of aggressive behavior in experimentally created social climates*. *Journal of Social Psychology*, 10(2), 271–299.
9. Moreno, J. L. (1953). *Who Shall Survive? Foundations of Sociometry, Group Psychotherapy and Sociodrama*. Beacon House.
10. Tuckman, B. W. (1965). *Developmental sequence in small groups*. *Psychological Bulletin*, 63(6), 384–399.

**АНАЛІЗ СТРЕСОЗАХИСНОЇ ТА АДАПТИВНОЇ ФУНКЦІЇ
ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ**
Дарморіз М. В., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Гнатко М. М., к. психол. н.,

доцент кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Емоційний інтелект важливий, цінність і переваги його розвитку великі та в багатьох сферах недостатньо оцінені та не використовуються сповна. Емоційний інтелект – це шлях до повноцінного та щасливого життя, тому що він дозволяє розуміти свої емоції та керувати ними, щоб самомотивуватися та створювати позитивні соціальні взаємодії; це перший крок до реалізації справжнього потенціалу.

Цінність і переваги емоційного інтелекту величезні з точки зору особистого, академічного та професійного успіху. Люди з вищим рівнем емоційного інтелекту мають меншу ймовірність піддатися негативному впливу стресових факторів, але вони ефективно допомагають людям справлятися з негативними емоціями та сприяють переживанню більш позитивних емоцій замість них. Загальний інтелект працює найкраще, коли він супроводжується високим емоційного інтелекту.

Використання та розвиток емоційного інтелекту на робочому місці може значно покращити продуктивність роботи та соціальні здібності людей на цьому робочому місці. Емоційний інтелект – це корисна навичка для запобігання прийняттю рішень на основі емоційних упереджень [2].

Люди в час війни перебувають у складній емоційній ситуації, борючись із почуттям провини, безпорадності, тривогою та відповідальністю, намагаючись зберегти емоційну та психологічну рівновагу. Тому дана тема вкрай актуальна саме в даний період для населення України.

Дослідженням емоційного інтелекту займались Е. Носенко, Н. Коврига, В. В. Заріцька, Р. Бар-Он, Д. Гоулман, Д. Майєр, П. Саловей. Питаннями стресостійкості займались Г. Гартман, Г. Гарднер, С. Кобейс, Р. Лазарус, С. Мадді, Г. Сельє, С. Фолькман. Розвитком емоційного інтелекту займались В. У.Друскат, С. Б. Вольф.

Існують різні підходи до трактування категорії «емоційний інтелект». Визначено, що єдиного підходу до тлумачення цього терміну немає, але науковці будують визначення емоційного інтелекту з урахуванням чотирьох аспектів людської психіки щодо емоцій: самоуправління, самосвідомості, соціальної свідомості та контролю [1].

Історія становлення емоційного інтелекту виглядає як категорія, яка є дуже насиченою щодо розуміння цього поняття та його дослідження. Визначено, що протягом життя людина може розвивати власний емоційний інтелект, оскільки він не є постійним від народження; його можна культивувати [3].

Емоційний інтелект відіграє вирішальну роль в оцінці адаптивності до змін. Люди з високим емоційним інтелектом краще вміють керувати своїми емоціями, розуміти емоції інших і ефективно спілкуватися під час змін. Це дає їм змогу долати невизначеність зі стійкістю та гнучкістю, що зрештою призводить до успішної адаптації до нових обставин.

Крім того, дослідження показали, що емоційний інтелект є ключовим фактором у прогнозуванні того, наскільки добре люди зможуть впоратися зі змінами та невизначеністю. Розвиваючи навички емоційного інтелекту, люди можуть покращити свою здатність справлятися зі стресом, залишатися відкритими для нових ідей і розвивати позитивні стосунки в динамічному середовищі. Тому організації повинні надавати пріоритет розвитку емоційного інтелекту у своїх співробітників, щоб створити більш адаптивну та міцну робочу силу.

Особам, які прагнуть покращити свою здатність до адаптації, доцільно зосередитися на самосвідомості, саморегуляції, соціальній обізнаності та управлінні стосунками – ключових компонентах емоційного інтелекту. Розвиток цих аспектів через коучинг, тренінги та саморефлексію може значно покращити адаптивність людини в різних професійних та особистих ситуаціях. Зрештою, оволодіння емоційним інтелектом є потужним інструментом для подолання невизначеності та досягнення успіху в умовах, що швидко змінюються [1].

За допомогою врахування ключових ідей відповідних теорій і сучасних досліджень, це дослідження розглядає стресозахисну та адаптивну функцію

емоційного інтелекту як ключову навичку, яка сприяє емоційній стійкості колективні дії в умовах геополітичного конфлікту.

Емоційний інтелект є критично важливим психологічним активом для населення, які живуть в часі війни і переживають самі та те як їхні рідні та близькі також терплять труднощі війни. Люди керуються цілим комплексом переживань в емоційній сфері, боротьба з провинною, безпорадністю, тривогою та відповідальністю, намагаючись підтримувати емоційну та психологічну рівновагу [4].

Досліджувані склали кількість – 45 осіб віком від 23 до 45 років. 20 чоловіків та 25 жінок. База дослідження – ТОВ «БАРКОМ».

Так як у науковій літературі сам термін емоційний інтелект визначають по-різному, то цілісне розуміння даного явища можливе через добір найбільш вдалих його характеристик: здатність діяти з внутрішнім середовищем свої почуттів та бажань, вміння розрізняти відношення особистості, що виражаються в емоціях та здатність до керівництва емоційною сферою на основі процесів мислення, а саме аналізу та синтезу, здатність контролювати емоції та використовувати їх для покращення мислення, феномен, що відбиває внутрішній світ і його зв'язки з поведінкою особистості та взаємодією з реальністю, а кінцевим продуктом емоційного інтелекту є прийняття рішення на основі відображення та осмислення емоцій, які є диференціацією подій, які оцінюються через особистісні сенси як унікальне перетинання почуттів та розуму; ясне усвідомлення при розпізнаванні, ідентифікації та усвідомленні емоційних реакцій. Дехто виокремлює такі компоненти: самосвідомість, самомотивація, стійкість до несприятливих обставин, контроль збудження, регуляція настрою, емпатія, оптимізм, здатність керувати емоціями та використовувати їх у стосунках з іншими, регуляція настрою. Але єдиного ідеального визначення емоційного інтелекту немає, то цим можна пояснити труднощі, що пов'язані з вимірюванням рівня його розвитку та прояву.

Згідно методики дослідження рівня розвитку емоційного інтелекту В. В. Заріцької помітно переважає розуміння особистістю власних емоцій на достатньому рівні у 8 (40%) чоловіків та у 9 (36%) жінок; самоконтроль та саморегуляція емоцій на середньому рівні виявлено у 7 (35%) чоловіків та у 8 (32%) жінок; розуміння особистістю емоцій інших на достатньому рівні виявлено у 7 (35%) чоловіків та на середньому рівні у 8 (32%) жінок; здатність використовувати емоції у діяльності та спілкуванні на середньому рівні виявлено у 7 (35%) чоловіків та у 8 (32%) жінок. Загальний рівень емоційного інтелекту на середньому рівні виявлено у 7 (35%) чоловіків та у 8 (32%) жінок.

Таким чином в результаті діагностики соціально-психологічної адаптації у досліджуваних чоловіків на високому рівні виявлено прийняття інших у 14 (70%), емоційний дискомфорт у 14 (70%), прагнення домінування у 13 (65%) та екстернальність у 13 (65%). У жінок на високому рівні виявлено прагнення домінування у 18 (72%), емоційний дискомфорт у 16 (64%) та прийняття інших у 16 (64%).

Обробка результатів згідно проведеної методики вимірювання рівня стресостійкості виявила, що переважає середній рівень стресостійкості або середньоадаптивний тип у 11 (55%) чоловіків та у 12 (48%) жінок.

Отже, помітно, що у досліджуваних переважає організаційно-поведінковий блок, на середньому рівні виявлено у 10 (50%) чоловіків та у 13 (52%) жінок, тобто вони можуть планувати та організувати як залагодити стрес, але психобіологічний блок, тобто те як досліджувані реагують на фізіологічному рівні на стреси та відновлюють ресурси на середньому рівні виявлено у 8 (40%) чоловіків та у 11 (44%) жінок.

Отже, для досліджуваних з різним рівнем розвитку та прояву у них емоційного інтелекту властивості відповідний прояв адаптивної та стресозахисної функції, що виражається у певному рівні досліджуваних показників та властивостей.

Рекомендації для розвитку стресозахисної та адаптивної функції емоційного інтелекту в умовах військового стану мають вигляд вправ на емоційний інтелект, що підвищують самосвідомість, емпатію та комунікативні навички, що має вирішальне значення для особистого та професійного успіху через покращення стресозахисної та адаптивної функції.

Регулярна участь у цих заходах сприяє зміцненню стосунків і покращує емоційне благополуччя, забезпечуючи користь протягом усього життя.

Список використаної літератури:

1. Дерев'янка С. П. Психологія емоційного інтелекту: Навчально-методичні рекомендації. Чернігів : НУЧК імені Т. Г. Шевченка, 2023. 80 с.
2. Когут О. О. Психологія стресостійкості особистості. Монографія. Кривий Ріг : ДЮІ МВС України, 2021. 435 с.
3. Averill J. R. Individual differences in emotional creativity: structure and correlates. *Journal of Personality*. 1999. Vol. 67. P. 331–371.
4. Bar-On R. Emotional and social intelligence: Insights from the Emotional Quotient Inventory. *Handbook of emotional intelligence*. San Francisco, 2000. P. 363–388.

ВПЛИВ СІМЕЙНИХ ВІДНОСИН НА РОЗВИТОК ІНІЦІАТИВНОСТІ ПІДЛІТКІВ

Березовський В. Т., здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності Психологія

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Науковий керівник: Романець З. О., к. психол. н.,

доцент кафедри психології та соціально-гуманітарних наук,

Львівський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

Спілкування в сімейному середовищі зазвичай визначається як здатність членів сім'ї ділитися своїми потребами, почуттями та бажаннями один з одним і позитивно реагувати на мінливі потреби членів сім'ї. Шаблони сімейного спілкування виникають через процеси, за допомогою яких сім'ї створюють свою соціальну реальність і діляться нею. Незважаючи на те, що якість сімейного

спілкування важлива протягом усього життєвого циклу розвитку сім'ї/дитини, вона стає вирішальною в підлітковому віці, оскільки це час, коли батьки та підлітки стикаються зі швидкими змінами розвитку та повинні обидва до них адаптуватися.

Сучасні дослідження свідчать про те, що сімейні стосунки, які сприймають і підтримують, можуть позитивно вплинути на психосоціальне функціонування дорослої людини. Прояв ініціативи допомагає рухати життя вперед у цілеспрямованому напрямку. Ініціатива спрямовує увагу на складну мету і допомагає долати перешкоди. Навчитися проявляти ініціативу є важливим аспектом позитивного розвитку особистості починаючи з підліткового віку. Оскільки ініціативність починає формуватися з дитинства, то тому саме ролі сім'ї відводиться особлива увага. Однією з головних цілей загальноосвітньої підготовки дітей є розвиток їх здатності проявляти ініціативу, діяти самостійно.

Основні теоретичні напрямки стосовно виховання дитини, впливу сімейних відносин на підлітків у працях Г. Костюка, Д. Локка, М. Пирогова, І. Песталоцці, В. Сухомлинського, К. Ушинського тощо. Дослідженням ініціативності та її особливостей формування та розвитку досліджено у працях таких вчених В. Ю. Белан, О. В. Долгова, О. В. Касьянова, Т. К. Окушко, О. В. Пащенко, Ж. В. Петрочко, Л. М. Сокол, Н. В. Чиренко, Н. О. Шпиг.

Ініціатива – це здатність самостійно оцінювати та починати речі. Це влада чи можливість діяти або брати на себе відповідальність раніше, ніж це зроблять інші. Бути ініціативним значить бути винахідливим і здібним.

Соціальна ініціатива, одна з форм соціальної компетентності, визначається як соціальна залученість, лідерство, встановлення кордонів, вираження своїх вимог, комунікабельність і здатність розрізняти емоції інших людей. Було виявлено, що соціальна ініціатива безпосередньо пов'язана з дискримінацією. Чим вищий рівень соціальної ініціативи, тим менше сприймається дискримінація проти підлітків, що в чомусь залишилися позаду і, отже, соціальна ініціатива допомагає запобігти розвитку психічних захворювань, таких як депресія. Соціально компетентні підлітки більш схильні до самовизначення та орієнтації на досягнення, хоча значною мірою піддаються впливу екологічного соціального середовища (сім'я, школа, громада та однолітки) підлітків.

У підлітковому віці дівчата та хлопці починають взаємодіяти зі світом повновому – ризикувати, освоювати навички та відчувати незнайомі емоції.

Вони виходять за межі своїх сімей, щоб створити міцні зв'язки з однолітками. Вони шукають способи виділитися та приєднатися, знайти своє місце в суспільстві та змінити свій світ.

Перспективи підлітків залежать від якості їхнього середовища, стосунків і досвіду. Догляд і підтримка, яку вони отримують, послуги, до яких вони можуть отримати доступ, соціальні норми, якими керуються їхні громади, і ступінь, до якого вони можуть впливати на рішення, які їх стосуються, – усе це має значення.

Відносини підлітків з батьками проходять період переосмислення, під час якого підлітки стають більш автономними, а аспекти батьківства, такі як дистальний моніторинг і психологічний контроль, стають більш помітними. Стосунки з однолітками є важливим джерелом підтримки та товариства в

підлітковому віці, але також можуть сприяти проблемній поведінці. Одностатеві групи однолітків еволюціонують у змішані групи однолітків, і романтичні стосунки підлітків, як правило, виникають із цих груп. Формування ідентичності відбувається, коли підлітки вивчають різні ролі та ідеологічні позиції та беруть на себе зобов'язання [2].

Хоча однолітки набувають більшого значення в підлітковому віці, сімейні стосунки також залишаються важливими. Однією з ключових змін у підлітковому віці є перегляд стосунків між батьками та дітьми. У той час як підлітки прагнуть до більшої незалежності та самостійності, різні аспекти батьківства стають більш помітними. Наприклад, дистальний нагляд і моніторинг з боку батьків стають більш важливими, оскільки підлітки проводять більше часу далеко від батьків і в присутності однолітків. Батьківський моніторинг охоплює широкий діапазон поведінки, наприклад спроби батьків встановити правила та знати друзів, діяльність і місцезнаходження своїх підлітків, а також готовність підлітків розкривати інформацію своїм батькам. Психологічний контроль, який передбачає маніпуляцію та втручання в емоційний і когнітивний світ підлітків через приниження почуттів підлітків і примушування їх мислити певним чином, є ще одним аспектом виховання, який стає більш помітним у підлітковому віці та пов'язаний із більш проблематичною адаптацією підлітків.

Коли діти стають підлітками, вони зазвичай починають проводити більше часу зі своїми однолітками та менше часу зі своїми сім'ями, і ці взаємодії з однолітками все частіше відбуваються без нагляду дорослих. Дитячі уявлення про дружбу часто зосереджуються на спільній діяльності, тоді як у підлітків уявлення про дружбу все більше зосереджуються на інтимному обміні думками та почуттями [1].

Розвиток підлітка характеризується біологічними, когнітивними та соціальними змінами. Соціальні зміни особливо помітні, оскільки підлітки стають більш автономними від своїх батьків, проводять більше часу з однолітками та починають досліджувати романтичні стосунки та сексуальність. Підлітковий вік характеризується ризикованою поведінкою, яка стає більш імовірною через зміни в мозку, в якому центри обробки винагороди розвиваються швидше, ніж системи когнітивного контролю, що робить підлітків більш чутливими до винагород, ніж до можливих негативних наслідків. Незважаючи на ці узагальнення, такі фактори, як країна проживання, стать, етнічна приналежність і сексуальна орієнтація, формують розвиток таким чином, що призводить до різноманітності досвіду в підлітковому віці [3].

Динаміка сім'ї значно впливає на поведінку підлітків, охоплюючи такі сфери, як емоційна регуляція, формування особистості, ризикована поведінка, академічні досягнення та результати психічного здоров'я. Такі фактори, як участь батьків, моделі спілкування, сімейна структура, культурні впливи та соціально-економічний статус, відіграють вирішальну роль у формуванні розвитку підлітків.

Батьківська підтримка дуже важлива для підлітків, які часто не розуміють свого дорослішання та покладаються на розуміння, любов і підтримку батьків.

На практиці ця інформація може стати основою для втручання в сім'ю, батьківських програм і шкільних ініціатив, спрямованих на сприяння позитивному розвитку підлітків. У соціальному плані розуміння сімейної динаміки може сприяти створенню сприятливого середовища для підлітків у сім'ях, школах і громадах.

Список використаної літератури:

1. Кравченко Т.В. Життєві сценарії сім'ї та їхній вплив на соціальний розвиток особистості. *Педагогіка і психологія*. 2012. № 1. С. 62– 64.
2. Формування соціальної ініціативності підлітків у дитячому об'єднанні : монографія / Т. К. Окушко, Ж. В. Петрочко, Н. В. Чиренко, Н. О. Шпиг, О. В. Касьянова, Л. М. Сокол, О. В. Пащенко, О. В. Долгова, В. Ю. Белан; наук. ред. Т. К. Окушко. Харків : «Друкарня Мадрид», 2015. 318 с.
3. Cowan P. A., Cowan C. P., Pruett M. K. Fathers' and mothers' attachment styles, couple conflict, parenting quality, and children's behavior problems: an intervention test of mediation. *Attachment and human development*. 2019. V. 21.5. P. 532–550.

ЗМІСТ

1. *Дронь А. М.* ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ІНТЕРНЕТ-АУДИТОРІЇ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц.
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 3
2. *Гарда М. М.* ЕЛЕКТРОННИЙ PR-МЕНЕДЖМЕНТ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 5
3. *Качмар Р. Р.* ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 6
4. *Костюк С. О.* ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ЦИКЛУ НАЛЕЖНОГО ВРЯДУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ВУГІЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 8
5. *Павук Х. М.* ВЕБ-САЙТ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 9
6. *Рогач Н. П.* ОСНОВНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ
Науковий керівник: *Квасній Л. Г.*, к.е.н., доц. 11
7. *Дума В.* ОСОБЛИВОСТІ СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ В ОРГАНІЗАЦІЇ
Науковий керівник: *Костецька І. І.*, д.е.н., доц. 13
8. *Сорока Р. В.* ОЦІНКА СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ
Науковий керівник: *Магас Н. В.*, к.е.н., доц. 19
9. *Готь Н. П.* СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА
Науковий керівник: *Магас Н. В.*, к.е.н., доц. 21
10. *Коздемба Д.* КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
Науковий керівник: *Магас Н. В.*, к.е.н., доц. 23
11. *Кушик О. В.* РОЛЬ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЛКФ «СВІТОЧ»)

- Науковий керівник: *Магас Н. В., к.е.н., доц.* 26
12. *Гавришків А. З.* ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ
Науковий керівник: *Міга В. К., к.е.н., доц.* 29
13. *Нагайло С. З.* ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
Науковий керівник: *Оліховська М. В., к.е.н., доц.* 31
14. *Науменко І. О.* АНАЛІЗ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ОРГАНІЗАЦІЇ
Науковий керівник: *Оліховська М. В., к.е.н., доц.* 35
15. *Гаврих І. А.* УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗВ'ЯЗКІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ
Науковий керівник: *Оліховська М. В., к.е.н., доц.* 41
16. *Пославська Г. М.* ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ У МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА
Науковий керівник: *Оліховський В. Я., к.е.н.* 44
17. *Стебельський А. І.* РОЗВИТОК БРЕНДУ ЯК ІНСТРУМЕНТА КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ
Науковий керівник: *Рішняк О. Р.* 50
18. *Савчук В. І.* УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ЯК ЧИННИК ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ
Науковий керівник: *Стефанишин О. Б., к.е.н.* 52
19. *Сеник М. Я.* АДАПТАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ ЯК КЛЮЧОВИЙ ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ: ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ
Науковий керівник: *Стефанишин О. Б., к.е.н.* 56
20. *Сагура Г. І.* МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА СЦЕНАРНОГО ПЛАНУВАННЯ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ
Науковий керівник: *Стручок Н. М., к.е.н., доц.* 59
21. *Копиляк Д. М.* СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

- Науковий керівник: *Стручок Н. М., к.е.н, доц.* 62
22. *Цяо С. Б.* ДОСВІД НІМЕЧЧИНИ У ФОРМУВАННІ СИСТЕМИ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ
Науковий керівник: *Стручок Н. М., к.е.н, доц.* 64
23. *Михалунь П.* СУТНІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ
Науковий керівник: *Томашівський М. О.* 67
24. *Манєров Д.* СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ І НАПРЯМИ ЇЇ РАЦІОНАЛІЗАЦІЇ
Науковий керівник: *Томашівський О. З., к.е.н.* 71
25. *Гаталяк Х. Р.* ПСИХОЛОГІЧНА РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ЯК ОСНОВА МЕНТАЛЬНОГО ЗДОРОВ'Я ЮРИСТІВ В УМОВАХ ВІЙНИ
Науковий керівник: *Зошій І. В., к.психол.н., доц.* 76
26. *Бойко С. О.* СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ АДАПТАЦІЇ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ
Науковий керівник: *Компанович М. С., к. психол. н., доц.* 79
27. *Карпінська А. Р.* ДИНАМІКИ ПОКАЗНИКІВ САМОСТАВЛЕННЯ ЯК РЕЗУЛЬТАТ ЕТНІЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ
Науковий керівник: *Компанович М. С., к. психол. н., доц.* 82
28. *Вінтюк Л. Я.* ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ СКЛАДОВИХ Я-КОНЦЕПЦІЇ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ
Науковий керівник: *Компанович М. С., к. психол. н., доц.* 85
29. *Лесник С. В.* ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ЧИННИК ПРОФІЛАКТИКИ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ОСОБИСТОСТІ
Науковий керівник: *Компанович М. С., к. психол. н., доц.* 88
30. *Мота Ю. В.* ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ЕМОЦІЙНОГО ВИГОРАННЯ У СТУДЕНТСЬКОМУ ВІЦІ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 91

31. *Душкіна В. С.* ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНО-ОСОБИСТІСНИХ ВЗАЄМОВІДНОСИН СЕРЕД ПІДЛІТКІВ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 93
32. *Доріна Л. Л.* ПРОВЕДЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ТРЕНІНГУ (СПТ) ДЛЯ ДІТЕЙ ТРАВМОВАНИХ НАСЛІДКАМИ ВІЙНИ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 95
33. *Збишко Г. Я.* АГРЕСИВНІСТЬ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА МІЖОСОБИСТІСНІ СТОСУНКИ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 98
34. *Слюбик Б. І.* СПЕЦИФІКА САМОТНОСТІ В ПІДЛІТКОВОМУ ВІЦІ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 101
35. *Микитишин Д. А.* ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОЇ «Я-КОНЦЕПЦІЇ» В ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 104
36. *Михалець О. Р.* ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОВЕДЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 108
37. *Литвишко В. Я.* ОСОБЛИВОСТІ АДИТИВНИХ ОСІБ ВІД СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 110
38. *Русяк Н. З.* КОНФЛІКТНА ПОВЕДІНКА ПІДЛІТКІВ ТА РОЛЬ САМОРЕГУЛЯЦІЇ В НІЙ
Науковий керівник: *Петринич О. Г.* 113
39. *Іськович В. В.* ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ПСИХОГІГІЄНИЧНИХ ЗАСОБІВ ЗБЕРЕЖЕННЯ ПСИХІЧНОГО ЗДОРОВ'Я У ЧАС ВІЙНИ
Науковий керівник: *Гнатко М. М., к. психол. н., доц.* 116
40. *Іськович В. С.* ВПЛИВ СТИЛЮ УПРАВЛІННЯ НА КОМАНДОУТВОРЕННЯ В ОРГАНІЗАЦІЇ
Науковий керівник: *Гнатко М. М., к. психол. н., доц.* 118

41. *Дарморіз М. В.* АНАЛІЗ СТРЕСОЗАХИСНОЇ ТА АДАПТИВНОЇ ФУНКЦІЇ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ
Науковий керівник: *Гнатко М. М., к. психол. н., доц.* 121
42. *Березовський В. Т.* ВПЛИВ СІМЕЙНИХ ВІДНОСИН НА РОЗВИТОК ІНІЦІАТИВНОСТІ ПІДЛІТКІВ
Науковий керівник: *Романець З. О., к. психол. н., доц.* 124