



CONTEMPORARY ISSUES OF DIGITAL ECONOMY AND SOCIETY

Monograph 36

Katowice 2020



Contemporary Issues of Digital Economy and Society

Edited by Tetyana Nestorenko
and Paweł Mikos

Series of monographs Faculty
of Architecture, Civil Engineering
and Applied Arts
Katowice School of Technology
Monograph 36

Publishing House of Katowice School of Technology, 2020

Editorial Board :

Tamara Makarenko – PhD, Associate Professor, Dean of Faculty of the Humanities and Economics,
Berdyansk State Pedagogical University (Ukraine)

Alicja Matyja – Master, Katowice School of Technology

Paweł Mikos – Master, Katowice School of Technology

Oleksandr Nestorenko – PhD, the University of Economics in Bratislava (Slovakia)

Tetyana Nestorenko – prof. WST, PhD, Associate Professor, Berdyansk State Pedagogical
University (Ukraine)

Anna Panasiewicz – Master, Katowice School of Technology

Magdalena Wierzbik-Strońska – Vice-Rector, Katowice School of Technology

Reviewers :

*Olena Chukurna – Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Odessa National Polytechnic
University (Ukraine)*

Aleksander Ostenda – prof. WST, PhD, Rector of Katowice School of Technology

Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and
Applied Arts, Katowice School of Technology

Monograph · 36

The authors bear full responsible for the text, data, quotations and illustrations

Copyright by Katowice School of Technology, 2020

ISBN 978-83-957298-1-2

Editorial compilation

Publishing House of Katowice School of Technology

43 Rolna str. 43 40-555 Katowice, Poland

tel. 32 202 50 34, fax: 32 252 28 75

TABLE OF CONTENTS:

Preface	5
Part 1. Social and Humanitarian Aspects of Digital Society Becoming	6
1.1. Functional aspect of compound term-nouns in English texts on electrical engineering	6
1.2. Socio-humanitarian dimensions of the quality of urban public transport services in the context of the emerging digital economy and information society	14
1.3. Global informatization of higher technical education as a component of humanization of professional culture	22
1.4. Features of studying Ukrainian language as foreign by Indian students of the English form study	30
1.5. Some aspects of studying power fitness by students of specialty "Physical culture and sports"	39
1.6. Development of communication management in tourism	46
1.7. Use of Internet technologies in the marketing activities of the tourism enterprises	54
1.8. Specifics of representing character's voice in the English modernist text	61
1.9. Revitalizing ancient pathos in English Internet media discourse (based on materials of BBC news texts)	67
1.10. Investigation of the strength of steel reinforcement of operated structures by the method of "thread cut"	74
1.11. Digital branding as the basic construction of creating the humanity of the brand	85
1.12. Features of formation of information society in Ukraine in the conditions of hybrid peace and war	99
1.13. Development of informative assistance that features of establishing the primary medium of now having a purchase of visit	109
1.14. Influence of information-communication technologies development on humanitarian education	117
Part 2. Psychological and Educational Aspects of the Digital Society Development	126
2.1. Higher education in an information society environment	126
2.2. Priority changes in the education sphere in the conditions of digital transformation	132
2.3. Psychological mechanisms of emotional stress correction	140
2.4. Personal development of the law students in the information society	147
2.5. The problem of bullying in the modern information society	153
2.6. Modern trends in distance learning in higher education institutions	160
2.7. Social, administrative and educational dimensions of the "human – subject of economic life" phenomenon under conditions of information society transition to a new level of development	170
2.8. Mental deprivation in quarantine and insulation conditions in connection with COVID-19	177
2.9. Pedagogical modeling of junior schoolchildren's cognitive motivation formation	184
2.10. The essence of "culture" and "pedagogical culture" in the context of modern training of future teachers	198

Part 3. Modern Issues of the Digital Economy Development	206
3.1. Introduction of purchase management information systems and partnership relations with suppliers	206
3.2. Evaluation of marketing activity of trading enterprises	214
3.3. Information technologies and digitalization in logistics	230
3.4. Using a value approach for managing innovative projects	236
3.5. Methods of assessment of the efficiency of use of information technologies at the tourist industry enterprises	246
3.6. Economy digitalization as a geo-economic transformations vector and a factor of international trade development	256
3.7. Quality criteria tree as the main method of qualimetry	266
3.8. Digital transformation of socio-economic systems (regions) of Ukraine	272
Annotation	282
About the authors	290

PREFACE

The monograph is devoted to the problems of the digital economy and society. In the context of the digitalization of society and the development of a communicative online environment and a system of promotion via the Internet, the social and humanitarian problems of becoming a digital society are of particular relevance. Covering all spheres of economic, political and civic life with digital technologies requires the development of fundamental foundations and ethical rules for regulating the digital economy and society. In this context, the monograph is a modern scientific development, which aims to develop solutions to social and humanitarian issues digital society.

The first chapter of the monograph is devoted to the social and humanitarian aspects of becoming a digital society. Particular attention is paid to measuring the quality of services in the conditions of digital economy and information society, global informatization of higher technical education, use of Internet technologies in the marketing activity of enterprises, peculiarities of information society in Ukraine in the conditions of hybrid peace and war. The authors of the study revealed the issues of information society development and the features of functioning and development of higher education institutions, as well as the impact of information and communication technologies on humanitarian education.

The second chapter of the monograph deals with psychological and educational aspects of the development of digital society. In the context of research on this topic, attention was paid to issues of social, managerial and educational dimensions in the conditions of transition of information society to a new level of development. In the context of these changes, the authors of the study focused on the problematic issues of the impact of informatization on the higher education system and its development trends. Particular attention is paid to the research of priority changes in the educational sphere in the conditions of digital transformation, the modern tendencies of development of distance learning in higher education institutions and the problem of bullying in the modern information society. Some of the issues in this section are devoted to mental deprivation under quarantine and isolation in connection with COVID-19, which is of particular relevance in a global pandemic.

The third section of the monograph deals with the contemporary problems of digital economy development. It was investigated the influence of digitalization on various sectors of the national economy, for example, on: transport, tourism, trade and logistics. It was considered the issues of implementation of procurement management information systems and partnerships with suppliers. It was presented the results of the study of digital transformation of socio-economic systems (regions) of Ukraine. The digitization of the economy is considered as a vector of geo-economic transformations and a factor of development of international trade.

Authors hope that the monograph contains useful research results that are relevant for researchers, scientists, students and all those who are interested in marketing technology business development.

Editors

Part 1. SOCIAL AND HUMANITARIAN ASPECTS OF DIGITAL SOCIETY BECOMING

1.1. FUNCTIONAL ASPECT OF COMPOUND TERM-NOUNS IN ENGLISH TEXTS ON ELECTRICAL ENGINEERING

The object of the study is to identify and analyze main functions of compound term-nouns (CTN) in scientific and technical texts on electrical engineering. 2000 CTN were taken from science and technical literature: 15 textbooks (9725 pages), 15 scientific articles (160 pages), 15 contracts (70 pages), 15 instructions (341 pages).

Rapid pace of technology development and increasing need for communication between different countries all over the world became a reason for terminology formation as a separate scientific and technical area. As a result new terminological units appear and function actively in all scientific and technical areas. Obviously that the essential aspect in investigating any language phenomenon is the functional aspect which involves studying the process of functioning, in this case, determining the main functions the CTN perform in scientific and technical texts on electrical engineering.

In modern linguistics, functionalism refers to the theoretical approach or direction, the sense of which lies in functioning of linguistic units as a means of communication that cannot be characterized without considering the main CTN functions and their peculiarities in language and speech. At the current stage of the linguistics development, there is both common language interpretation of the concept "function" and a specific interpretation of the concepts "function of language" and "function of word". The term "function" (from Latin *functio* – performance) has two meanings: the first, it is the role played by the linguistic unit (grammatical category, grammatical form) reproducing in speech, and the second, functional determination of different aspects of language and its elements. "Word function" means purpose, actualization of the lexical unit in language.

The main target of the study is to identify, unify and describe common functions that perform CTN in scientific and technical texts on electrical engineering.

After having analyzed current research findings^{1,2,3} based on functions classification that can perform terminological units in the text and their quantity, in the study was made an attempt to emphasize those main common functions which play CTN in scientific and technical texts on electrical engineering. It was considered that compound terminological units of the analyzed area have such common functions as nominative (representative), refinement, communicative, word-building function, syntactic, text-building function, compressive and pragmatic.

Whereas the CTN is the result of one way of creating new words to mark processes, objects and phenomena in electrical engineering, its main function is considered to be **nominative**, the sense of which is to represent the linguistic unit in the act of nomination by means of language and in the subsequent replacement of this notion in the process of speech and thinking.

In other words, the nominative function performed by CTN is realized in the naming of certain concepts, objects, processes and phenomena in electrical engineering that serve as a means of cognition of things in the world outside. It is more correct to call this function representative rather than nominative, as recently it is spoken more not about the naming of objects, but about their representation by lexical units.

As the CTN is a constant nominative sign, it is therefore characterized by integrity of the meaning and reproducibility; it tends to have holistic design, meaning the process and method of nomination of an object or phenomenon by means of a complex holistic structure marked by a

¹ Бацевич Ф. С., Космеда Т. А. Очерки по функциональной лексикологии. Львов, 1997. 392 с.

² Іщенко Н. Г. Прагматичне значення похідних іменників // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2012. № 14 (249). С. 78-84.

³ Харитончик З. А. Лексикология современного английского языка. Минск, 1992. 228 с.

single notion. In the process of nomination, the types of separately directed, typed, cumulative, and idiomatic meanings play an important role.

Directed separation of the CTN represents the way of nomination when the whole word does not have common lexeme and the naming of the notion is done with the help of two or more relatively independent lexemes. In this case, the CTN has essentially identical meaning to their related phrases: '*coffeemaker*' from independent words '*to make*' and '*coffee*' or '*coffee-grinder*' from two independent lexical units '*to grind*' and '*coffee*'.

During the typing, the way of naming an object or phenomenon is somewhat different, as in the case of being formed holistically, the CTN has a single lexeme, a single semantic content capable of expressing a single concept. In such nomination, the CTN denotes not only the subject, the phenomenon and its attribute, quality or its sign, but also the type of relations: the internal signs correspond with certain typical relations as a relatively habitual, stable natural inclination to typical actions. Presence of a typed value distinguishes the meaning of the CTN from related phrases. A nominative function that determines the nature of the relation between the word and the object or phenomenon designated by it, is related to the general character of the meaning of the word. The naming of objects, phenomena, processes by their description, that is the formation of compound words, the basis of which is the sustainable use of word combinations – one of the traditional methods of nomination.

The idiomaticity of the lexical meaning of the CTN means that it is almost impossible to get absolute lexical meaning of the CTN from its separate components as the components create a new word with a certain independent lexical meaning. For example, the CTN "*engine-belt*", the components of which are two meaningful parts of language that have independent meaning, and the interaction of these components motivates the semantics of a compound terminological unit. Each component of this compound noun, used independently, denotes a separate notion of the "*engine*", meaning the most important of the systems of any device or appliance, and a "*belt*" – a garment, a long leather, cloth strap with a metal clasp. However, the new CTN formed by word-building (by combining both components "*engine*" and "*belt*") has received a new lexical meaning for an important component of the drilling rig. The process of naming a new linguistic unit is characterized by the searching for the right word to denote certain notion with the help of already established in the language word-building models.

In the study the CTN is investigated as onomasiological structure, consisting of onomasiological basis and onomasiological trait. The role of the onomasiological basis of nominative units, formed by word building, play independent motivational words. In this case, the motivation is usually straightforward, it is implemented on the basis of the derivation of the total value of the composite from the value of its components. In the meanings of the CTN, which is conveyed not by a list of features, but by summarizing the content into one whole utterance, one can clearly distinguish generic and species components that are linked by certain syntactic relations.

Mostly, the first element of the CTN is a generic component relative to the second, for example: *battery-inverter* (*inverter of the battery*), where the first component '*battery*' in relation to the second '*inverter*' serves as a generic, for instance: *equipment-engineer*, *pipe-cutter*, *service-engineer*, *design-engineer*, *lamp-holder*. The first component of the CTN can also act as an explanatory element according to the second: *print-punch*, *electroheater*, *engine-capacity*. Both components of the CTN can be words with a metaphorical meaning that identify a new compound terminological unit in terms of shape, size and function: *gooseneck*.

The peculiarity of the new CTN as a unit of nomination is that it is enough for the speaker to name two related objects, one or both of which denote a new notion, so that the reader / listener can independently determine those type of communication he or she had at speech. From this point of view, the new CTN serves not to call a connection, but to arouse the idea of its existence. In this case, recognizing the character of the relation depends on the recipient's linguistic and extra-linguistic experience. It is conditioned both by the knowledge of the real world of things and phenomena, as well as by the knowledge of the semantic image of this model, created by a certain morphological structure.

Terminological units are characterized by a constant nomination that lies in clear fixation of the lexical meaning a particular word. Sense of the nominative function of the CTN lies in the naming of certain objects, processes and phenomena, particularly in electrical engineering.

Refinement function of CTN is closely related to the nominative, because refinements of the terminological unit value are reached in the process of defining interpreting the meaning of that unit, which can only be found in professional literature or terminological dictionaries. One of the main reasons for the formation of CTN in electrical engineering is the need for an accurate and meaningful expression of a particular process, concept or phenomenon in a rather compact form. CTN are used to clarify certain names in the analyzed field, combining in a single terminological unit two or more components that more fully describe, characterize and clarify the meaning of the object, process or phenomenon in electrical engineering. As A. S. Kubryakova pointed out, a compound word is a carrier of hidden meanings that are directly related to the structure and semantic scheme of its organization⁴. A characteristic structural and semantic feature of CTN in electrical engineering is that their first component, when used independently, denotes a broader concept, and their second component serves to clarify the first and narrow the meaning of the whole terminological unit. Among all CTN analyzed in the study, the highest frequency of usage have the lexical units: *engine, valve, piston, tap, gear, vacuum, robot, current, antenna* and these are the initial components of the CTN, and their final component narrows the value of the whole terminological units, for example: *tap-switch, tap-wrench, engine-brake, engine-lathe, gearwheel, piston-drill, valve-cage*.

However, in contrast to the word building, the first component of CTN, which is formed by the use of stem building, is the borrowed basis of Greek or Latin origin, which is for the most part more specific about the second. It is these basics that indicate the size, frequency, sound quality or belonging of the device or apparatus to a particular subset in electrical engineering, or indicate their functional purpose.

Each of stems listed below, which stands in the preposition specifies the meaning of the entire terminological unit, for example in such CTN where the first component is the stem *vibro-*, indicates how the device performs functions, such as: *vibromixer*; stems: *video-, hydra-, audio-, stereo-, tele-, radio-, electro-* characterize separate subgroups of CTN by their belonging to certain subjects and performing functions, such as: *videoadapter, stereo-speaker, audiolocator, photoreceptor, teleport, radio-saw*; stem *auto-* indicates the principle of operation of devices, for example: *autobulb*; *mono-, poly-, multi-, micro-* stems indicate the size of the object being depicted or their number, for example: *polyprocessor, ultramicroelectrode, multiboard, microtower*.

In case of convertible CTN, the second component, which is in the post position, performs the refinement function, for example: *layout, pump-out, ramp-up, cutout, shutoff, cut-off, takeout*.

Therefore, the sense of refinement function of CTN is based on the word-building structure of compound terminological units, where one component of a this unit is refinement to another.

Communicative function. For the science and scientific development and technological progress, an extremely important condition is the transmission, reception and dissemination of scientific information by certain channels, means or methods between scientists and specialists of a particular field of science and technology. Communication in scientific and technical field can be subject to five mandatory elements, namely: communicator (addresser) – the person who generates, processes and transmits information; communicative code – encoded using certain symbols or signs of scientific information; channel – a way of transmitting scientific information; the recipient (addressee) – the person receiving the scientific information and interpreting it in some way; feedback – the response of the recipient to the scientific message received.

Therefore, the essence of the communicative function of CTN is to transfer certain meaningful information through feedback words; it is intended to provide understanding between specialists within specific or related fields. This function influences the process of choosing specific means, the generation of the information itself, the means and results of its interpretation, the

⁴ Ріба О. М. Німецька фахова мова нафтової промисловості: структурно-семантичні та функціональні особливості: дис. ...канд. філол. наук. Івано-Франківськ, 2010. 296 с.

process of activity of the language collective, which promotes successful and effective communication between specialists of a certain branch.

The field of professional communication is a specific environment of using CTN, which makes more accurate usage of such terminological units by its participants. Whereas CTN in electrical engineering are distinguished among other nominative units by semantic capacity, conciseness, informativeness, they serve as the core of professional communication, therefore, are capable of transmitting special knowledge in space and time, because the transfer of knowledge is a prerequisite for scientific and technological evolution society.

The word-building, stem-building and compound derivation are considered to be one of the most productive ways of CTN building in electrical engineering in Modern English, as a result new terminological unit is formed with all its inherent features, in particular - word-building function, because in the study CTN are defined as a new lexical formation, the result of word-building derivation, which is characterized by its structural integrity, not only syntactic, but also by the lexical filling of words that expresses a coherent concept.

Therefore, the essence of the word-building function lies in the ability of CTN to form new terminological units. Since the basis of our research is two-component compound terminological units, which are quantitatively dominant, the word-building function is manifested in the process of creating more often three- and rarely four-component compound nouns on the basis of two-component. For example, from terminological units *'cutoff'* was created three-component CTN *'engine-cutoff'*. The same thing happens with such terminological units as: *'flameout'* is the basement for building *engine-flameout*; from *'output'* was created *'energy-output'*; from *'headlamp'* – *'headlamp-bulb'*.

The word-building function is inherent for the CTN that are formed by the stem-building, for example: *telephone-microtelephone*, *radio-microtelephone*, *micrometer – radiomicrometer – electromicrometer – electroradiomicrometer*.

Therefore, the word-building function of the CTN in electrical engineering provides lexical unfolding of the terminological unit, since word-building structures are characterized by the recurrence of lexical stems, which contributes to a better and more comprehensive understanding of the whole concept.

Syntactic function. In the last decade's research, CTN has been considered from the standpoint of a syntactic approach, as indicated above. It is believed that the compound terminological unit is the result of the transformation of phrases, extended syntactic constructions, or even sentences. Hence, the structural relationships of the components of CTN are close to the vocabulary relationships of words that are included in syntactic words or sentences. The creation of CTN in electrical engineering vocabulary is based on syntactic constructions such as phrases or sentences. The purpose of the creation of such compound terminological units is the need for generalization of values, which could be transmitted by one lexical unit, will promote a more rational organization of what is expressed.

Consider the first group of CTN formed on the basis of phrases, for example: *"oven-drier"* formed on the basis of the phrase *"oven for drying"*. Another group is formed by CTN, created on the basis of whole syntactic constructions, for example: a multi-element antenna system specially designed to be electrically rotatable for a full 360 for scanning is the core to create the CTN *"antenna-scanner"*. A descriptive method was used to nominate an *"e-vapor"* invention, namely: a handheld electronic device that tries to create the feeling of tobacco smoking. It works by heating a liquid to generate an aerosol, commonly called a "vapor", which the user inhales.

CTN, outlined above are generalized representation of means that formed both from nouns and whole syntactic constructions, which enables us to assert that such terminological units can perform a syntactic function.

The syntax of CTN lies in the way they are created, as they are formed by certain fixed derivational models in the English language. Derivational models of CTN are stable sequences of its components, whose means can often be inferred from the individual meanings of each of them, but the components of this compound terminological unit cannot individually enter into syntactic

links as independent members of a sentence, thereby forming a whole a unit based on a phrase or syntactic construction.

In scientific and technical literature, preference is given to CTN over the word-combinations, as this saves print space, costs and also avoids the use of additional minor sentence members, such as prepositions, conjunctions and articles. For example, consider the syntactic construction: *“The LCD display of the phonocardiograph is also capable of displaying a visual representation of the recorded body sounds. The present invention is applicable to heart sounds, lung sounds, and bruit”*. Instead of the common explanatory phrase *“an instrument, utilizing microphones, amplifiers, and filters, for graphically recording the heart sounds, which are displayed on an oscilloscope or analog tracing,”* the CTN *“phonocardiograph”* is used to facilitate the perception of information heard or read.

Therefore, if a CTN exists, obviously must be a special syntactic construction or phrase, on the basis of which the given terminological unit is formed, by S. A. Kharitonchik, every compound word is formed as a substitute for a syntactic whole⁵.

In the scientific and technical literature, CTN perform the function of building material, the function of the most important semantic elements of the text, acting as components of the nominative and compositional organization of the whole text.

The text-building function of CTN is realized through their potential ability to influence on text as an integral structural entity and to be one of the means that contributes to the actualization of such text category as integrity. The role of CTN in the implementation of the integrity of the scientific and technical text is to provide semantic unity by nominating certain concepts and processes in electrical engineering, because it is the CTN that denotes the concepts, processes or names of devices, on the base of which scientific discussions will be conducted.

Providing meaningful and thematic development of scientific and technical text is also occur due to CTN that are able to change their semantics by changing at least one component of a compound terminological unit that can contribute to a more accurate characterization of the object, concretization of concepts that form the main meaning statement. An example of this phenomenon would be a syntactic construction, taken from the instruction manual of microscopes and their variations: *“When the diameter of a particle is below or near the wavelength of visible light (around 500 nanometers), the particle cannot be seen in a light microscope with the usual method of illumination. A system of illumination that allows viewing of tiny particles is called an ultramicroscope which is based on light scattering, not light reflection”*.

The CTN is mostly the result of the refinement of a certain process, phenomenon, or description of the object in the context, and the context acts as an exposition that prepares the emergence of a new terminological unit, for example, consider the syntactic structure taken from the instruction manual of a fantastic wheel: *“You now have a fantastic product in your possession that is both practical and fun to use, it’s a one-wheeled single-track vehicle similar to a unicycle, so called “MonoWheel. Please read the entire manual before using “MonoWheel” for the first time!”*

The meaning of such CTN is most often understood from the context, and such terminological units reveal their communicative functions based on the situation in which they arose.

Thus, CTN can act as a structural means of communication, helping to strengthen the semantic coherence in scientific and technical text on electrical engineering, which indicates that compound terminological units are characterized by text-building function, because they determine the main content of the subsequent teaching, a generalized core of the whole content of the scientific and technical text.

Compressive function. As mentioned above, on the base of the syntactic approach are formed most English CTN in electrical engineering. The essence of this approach is that every CTN is based on a summarizing syntactic construction – a phrase or sentence. It follows that the CTN is a short form of the expression of an entire phrase or an entire sentence.

⁵ Харитончик З. А. Лексикология современного английского языка. Минск, 1992. 228 с.

The reason for the creation of CTN in scientific and technical text on electrical engineering is due to the need to indicate a new nomination, that is, in most cases, the CTN is created for a more accurate expression of thoughts, a more rational organization of the expression, and the reason for the increase of such nominations in the scientific and technical literature of the analyzed industry is a general tendency to save communication time, printed space or money.

The principle of compression or economy of linguistic units is based on the use of a CTN in a short form to nominate the term that can be expressed as a phrase or a sentence. It should be borne in mind that the implementation of the principle under consideration depends primarily on the needs of native speakers. Its direct manifestation of the tendency to economy is found in the correlation of linguistic means to the volume of information. Any CTN is more economical than its basic syntactic group in terms of linearity, graphical and audio representation.

In the scientific and technical literature, linguists, based on the principle of informational correlation of CTN and their parallel structures, distinguish between linear and semantic compression. CTN that result from linear compression can easily be converted into a phrase.

In modern linguistics, these types of linear compression are distinguished:

- the use of the CTN instead of the verb and prepositional phrase, for example: *shutoff* – *to shut off*; *cutout* – *to cut out*;

- the CTN functions instead of nouns that are joined by an adjective “of”, indicating a generic relation to each other: “*engine-baffle*” is formed on the basis of the phrase “*the baffle of an engine*” or “*laser-amplifier*” is formed on the basis of the phrase “*an amplifier of the laser*”;

- the CTN replaces the phrase combining noun and participle with an explanatory pronoun “for”: “*robot-placer*” or “*robot for placement*”, “*robot-packer*” or “*robot for packing*”;

- use the CTN instead of an explanatory syntactic construct: “*washer-dryer*” formed on the basis of an explanatory sentence “*a washing machine with an inbuilt tumble dryer*”, “*shaker-washer*” formed on the basis of a clarifying sentence “*a washing machine with tremble or vibrate*” or “*finger tip*” formed on the basis of a concise insertion sentence “*a device using a system that is operated by the fingers*”.

Consequently, linear compression is more common in CTN formed by word-building and conversion.

The phenomenon of semantic compression demonstrates the fusion of two concepts into the new one. During the creation of the new CTN by semantic compression there is an expression of the initial word, because at the word fusion at least one of the elements of the new word appears in a deformed form due to the shortening of the form. Changes in formal side of the initial word occur through the conscious or unconscious desire of people to find new means of nominating a word or an object, whether it be a new phenomenon or a substitute for a new, sometimes more complex one, for already known concepts in order to enhance expression.

The shortened components of the CTN in the initial words concentrate the content expressed in the initial word as a whole. In shortened elements such as: – *tron* (*electron*), *tele-* (*television*), *micro-* (*microscopic*), *auto-* (*automatically*), *macro-* (*macroscopic*) *thermo-* (*thermoelectric*) and others we observe the process of transferring the meaning of this element to a whole compound terminological unit. If in the initial word this element does not contain the information embedded in the word as a whole, then, becoming part of a compound unit, it completely preserves the meaning of the initial word and begins to act as a two-sided unit. This process is connected, as noted by I. R. Halperin, with the realization of the language-created morpheme's ability to mean more than it is ranked⁶.

Whereas the basis for the creation of new CTN by stem building is already available in the language of morphemes and words, such new words are both structurally and semantically linked to morphemes or words that formed the basis for their creation. Therefore, the meaning of the new word is largely due to the semantic relationship between the new word and its basic elements.

⁶ Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. Москва, 1989. 293 с.

Due to the character of means correlation of the components of the newly formed CTN, by stem-building, we distinguish the semantic group of units marked by an uneven semantic load of two components, one of which is basic, the other complements it: *microchopper*, *microprojector*, *electrolaser*, *electroscope*.

Thus, such CTN emerge to satisfy people's needs in a concise, economical, rational and information-saturated nominative units that are capable of transmitting a large amount of information in a concise form within one nominative unit, in addition to the basics of Greek and Latin origin a sign of exaggeration or reduction.

Pragmatic function. Recently, the central status in the structure of the words lexical meaning has acquired a pragmatic component, which provides the word with additional information about the participants and conditions of communication, serves as a means of influencing the addressee and a means of displaying the off-label conditions of the sign. As a means of displaying additional information, the pragmatic component reproduces the contextual and situationally determined meaning of the lexical unit, and as a means of extrinsic factors of the communicative act, the pragmatic component causes the need to express the speaker's response to the depicted notion.

The concept of linguistic units pragmatics is not limited only to defining their pragmatic meanings, but also containing questions related to peculiarities of understanding of linguistic communication participants and their different interpretation depending on linguistic and non-linguistic experience of communicators⁷.

Participants in communication can be both experienced specialists, workers in various fields of science and technology and students in the learning process. However, no matter who is involved in the communication of the research field, their goal is to convey to the addressee information in an accessible, understandable form, using a range of linguistic means that will vary depending on what professional level the communication will last. One of those linguistic tools is a CTN, used in contextually predetermined situation according to the addressee's specialty, purpose, professional skills and age.

In the communication process, the addresser chooses from the available lexical material what can express his or her thoughts, but if there is no such word in the addresser's lexicon, he or she, using the language capabilities, creates a new lexical unit that will be more understandable to the addressee⁸.

For example, consider the compound highly specialized terminology unit "*scanner-selector*". Such a compound terminological unit can be used in the process of communication between specialists in electrical engineering and related fields, between the teacher and students in the process of studying highly specialized terminology, if the lexical unit is to be used in everyday life with ordinary citizens, addresser need to choose those syntactic construction by which knowledge is transmitted to the addressee.

As we can see, the use of CTN in the field of electrical engineering may be limited by their sphere of function, certain social group, status, age of the communication participants and the conditions of the communication itself.

Under the pragmatic function of CTN we mean the deliberate use by the addresser of those compound terminological units that will help to influence the addressee in the best way. CTN are used, taking into account the age, profession, social status of the addressee to establish contact between the addresser and the addressee, to provide understanding and communication through appropriate verbal and non-verbal means, the use of which implements the pragmatic guidance of the author.

⁷ Карачун Ю. Г. Структурно-семантичний та функційно-прагматичний аспекти складних термінів-іменників в англійськомовних текстах з електричної інженерії: дис. ... канд. філол. наук. Чернівці, 2019. 204 с.

⁸ Іщенко Н. Г. Прагматичне значення похідних іменників // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2012. № 14 (249). С. 78-84.

References

1. Бахтин М. М. Собрание сочинений: Проблема речевых жанров. Москва, 1997. 730 с.
2. Бацевич Ф. С., Космеда Т. А. Очерки по функциональной лексикологии. Львов, 1997. 392 с.
3. Гальперин И. Р. Стилистика английского языка. Москва, 1989. 293 с.
4. Іщенко Н. Г. Прагматичне значення похідних іменників // Вісник ЛНУ ім. Т. Шевченка. 2012. № 14 (249). С. 78-84.
5. Карачун Ю. Г. Структурно-семантичний та функційно-прагматичний аспекти складних термінів-іменників в англomовних текстах з електричної інженерії: дис. ... канд. філол. наук. Чернівці, 2019. 204 с.
6. Кубрякова Е. С. Типы языковых значений: Семантика производного слова. Москва, 1981. 200 с.
7. Ріба О. М. Німецька фахова мова нафтової промисловості: структурно-семантичні та функціональні особливості: дис. ...канд. філол. наук. Івано-Франківськ, 2010. 296 с.
8. Харитончик З. А. Лексикология современного английского языка. Минск, 1992. 228 с.

1.2. SOCIO-HUMANITARIAN DIMENSIONS OF THE QUALITY OF URBAN PUBLIC TRANSPORT SERVICES IN THE CONTEXT OF THE EMERGING DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION SOCIETY

1.2. СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНІ ВИМІРИ ЯКОСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В УМОВАХ СТАНОВЛЕННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Постановка проблеми. Як зазначається на офіційному сайті Президента України, «Цифрова економіка – пріоритет для Президента».⁹ 21 червня 2020 р. в Офісі Президента України відбулося обговорення концепції «Держава у смартфоні» як одного з важливих компонентів цифрової економіки. Учасники зустрічі відзначили розробку законопроекту «Про розвиток цифрової економіки», у якому необхідно закріпити цифрові права громадянина на рівний доступ до технологій і цифрових інфраструктур, насамперед широкосмугового доступу до Інтернету; визначити сутність та параметри цифрових універсальних послуг для громадян у різних сферах життя (освіта, медицина, *транспорт – курсив наш – (М.Б.)*, екологія, туризм тощо).¹⁰ Зважаючи на сферу наших наукових розвідок, зосередимо увагу на забезпеченні якості транспортних послуг у містах.

Як зазначає В. П. Степаненко, «інформаційне суспільство – соціологічна концепція постіндустріального суспільства; нова історична фаза розвитку суспільства, в якому виробництво, використання та споживання інформації стає визначальним способом діяльності в усіх сферах суспільного буття (економіці, політиці та культурі). Особливістю цього типу суспільства є вирішальна роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ), виробництво інформації та знання, тому доволі часто концепцію «І. с.» в економічній сфері доповнюють поняттям «економіка знань».¹¹ На наше глибоке переконання, на сучасному етапі становлення інформаційного суспільства в Україні, саме його важелі та інструменти можуть стати вагомим фактором забезпечення якості транспортних послуг у містах.

Виходячи з вищенаведеного, було обрано тему даного дослідження, що поєднує як аспекти цифрової економіки, так і інформаційного суспільства, у процесах забезпечення якості транспортних послуг населенню. У свою чергу, саме належна якість послуг є передумовою гідного життя усіх мешканців міст України.

Світова спільнота знаходиться у процесах пошуку засад стійкого розвитку усіх систем життєзабезпечення, що є особливо важливим для міст. Однією із значущих систем життєдіяльності міст є система громадського транспорту. На жаль, вона є джерелом екологічного збитку, що завдається здоров'ю людини, флорі і фауні, а також іншим елементам довкілля. Попит населення, що проживає в міських районах, на мобільність стає дедалі більшим через його бажання брати участь в різноманітних заходах, мотивованих фізіологічними, психологічними, соціальними і економічними потребами. Для того щоб задовольнити постійно мінливий попит на мобільність, населення змушене використовувати різні види громадського транспорту. Тенденція перерозподілу перевезень на користь приватного автомобіля призводить до зростаючих екологічних зовнішніх ефектів, що вимагає більш високої екологічної стійкості транспортних систем. Отже, необхідне створення більш стійких систем громадського транспорту і підвищення мобільності населення для економічного зростання і підвищення якості життя. Вочевидь, вказана якість життя передбачає співмірне їй функціонування усіх систем міста. Вважаємо за необхідне дослідити методичні засади забезпечення якості надаваних послуг системою громадського транспорту міст.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання якісних транспортних послуг розглядалися у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Слід вказати на

⁹ Офіційне інтернет-представництво Президента України.

¹⁰ Там само.

¹¹ Степаненко В. П. Інформаційне суспільство. Енциклопедія Сучасної України.

фундаментальні напрацювання наших співвітчизників.¹² Значущим є і науковий доробок закордонних вчених.¹³ В існуючій науковій літературі, що досліджує проблеми формування системи показників якості обслуговування на громадському транспорті, питання якості та ефективності діяльності транспортних організацій тісно пов'язані і взаємообумовлені таким чином, що якість послуг в показнику їх ефективності є результатом функціонування систем громадського транспорту.¹⁴ Як переконливо свідчить проведений аналіз, питання якості міських транспортних громадських перевезень є вельми актуальним. Водночас, проблематика методичних положень щодо визначення якості послуг міського громадського транспорту ще не перебувала предметом окремого наукового дослідження, що і визначило мету підготовки даної публікації.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даного дослідження є обґрунтування соціально-гуманітарні вимірів якості послуг міського громадського транспорту в умовах становлення цифрової економіки та інформаційного суспільства. Варто наголосити, що параметри якості обслуговування можуть бути оцінені як із суб'єктивної точки зору, що базуються на особистісних враженнях та оціночних судженнях, так і з об'єктивних позицій, які є принципово вимірюваними та мають числові показники, що дає змогу аналізувати кореляцію з наявними стандартами надання послуг. Ставимо за мету сформулювати засади, що є узагальнюючими, та поєднують сильні сторони обох підходів.

Виклад основного матеріалу. Громадський транспорт покликаний здійснити свій внесок у поліпшення якості повітря в великих міських центрах і реформувати транспортну систему для забезпечення збалансованих, ефективних місцевих інтермодальних перевезень. Ефективна система громадського транспорту покращує довкілля, що є важливим чинником в ієрархії прийняття управлінських рішень, а модальні заміщення (перехід від особистого автомобіля до громадського транспорту) представляються важливою стратегією управління попитом для досягнення стійкого розвитку ТГ і міської інфраструктури, так як системи громадського транспорту характеризуються високими показниками якості, соціальної та екологічної ефективності.¹⁵

З метою забезпечення сталого розвитку послуг, що надаються громадським транспортом, необхідна розробка показників їх якості, які є важливим інструментом досягнення стратегічних цілей місцевого розвитку. Існує цілий ряд показників ефективності, розроблених для оцінки різних аспектів послуг громадського транспорту. Визначення цих показників може здійснюватися на основі опитувань і анкетування існуючих і потенційних пасажирів громадського транспорту, транспортних операторів і органів управління в ТГ. Точка зору пасажирів відображає їх суб'єктивне сприйняття якості послуг, транспортних операторів – відображає результативність послуг в аспекті їх прибутковості для

¹² Ігнатенко О. С., Ігнатенко Д. О. До якості транспортних послуг через адаптацію законодавства; Маркова В. Д. Маркетинг услуг. М.: Финансы и статистика, 2006; Управление качеством. Часть 1: Сем простых методов: Уч. пособ. для вузов / Адлер Ю. П., Полховская Т. М., Шпер В. Л., Нестеренко П. А. – 2-е изд. Перераб. и доп. М.: МИСИС.2001; Федюкин В. К. Управление качеством процессов. М., Филин, 2014; Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. Посібник. Київ.: НАУ, 2018.

¹³ Akao Y., Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design, Chicago, American Marketing Association, 2011; Battellino, H. Transport for the transport disadvantaged: A review of service delivery models in New South Wales [Text] / H. Battellino // Transport Policy Special Issue International Perspectives on Transport and Social Exclusion. –2009. – №16: 3; Buliung, R. Active school transportation in the Greater Toronto Area, Canada: An exploration of trends in space and time (1986–2006) [Text] / R. Buliung, R. Mitra, G. Faulker // Preventive Medicine. – 2009. – № 48; Fornell C., Johnson M. D., Anderson E. W., Cha J., Bryant B. E., «The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings» Journal of Marketing, vol. 60 (October 2006).

¹⁴ Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента, с. 89; Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики. 6-е издание, с. 45; Тойменцева И. А. Определение интегрального показателя развития услуг пассажирского транспорта на основе экономико-математического моделирования. *Вестн. Самар. гос. экон. ун-та*. Самара, 2010. № 2 (64) Б с. 118; Яковенко В. Б. Введение в инновационные технологии. К.: Изд. Европ.ун-та финансов, информ. систем, менеджмента и бизнеса. 2009, с. 42.

¹⁵ Федюкин В. К. Управление качеством процессов. М., Филин, 2014, с. 92; Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. Посібник. Київ.: НАУ, 2018, с. 89.

фінансування витрат, ОМС – як ступеня досягнення їхніх спільних цілей. Так, спільними цілями для ОМС щодо послуг громадського транспорту є забезпечення зайнятості, поліпшення екології міста, економічне зростання міського господарства тощо.

Є кілька точок зору на формування системи показників якості послуг громадського транспорту. Відповідно до одного з підходів, всі показники можна систематизувати на три групи:

- показники як міра якості обслуговування за суб'єктивними оцінками клієнтів;
- показники результатів, що відображають вихідні параметри системи громадського транспорту;
- показники ефективності витрат як відношення результатів (виходів) до витрат транспортних операторів (входів).

Остання група показників ефективності послуг громадського транспорту більшою мірою орієнтована на точку зору транспортних операторів (організацій громадського транспорту). Вихідними параметрами в даній системі показників є такі, як число перевезених пасажирів, обсяг виробленої транспортної роботи в пасажиро-кілометрах, а вхідними – чисельність персоналу, собівартість перевезень, число транспортних засобів і т.д.

Інша класифікація показників якості обслуговування клієнтів на громадському транспорті передбачає їх поділ на три категорії. Перша категорія представлена такими загальними показниками, як зона транспортного обслуговування населення, число пасажирських перевезень, тривалість пробігу транспортних засобів та відпрацьований час. Друга категорія представлена такими показниками ефективності перевезень, як число пасажирських поїздок на душу населення, пасажирських поїздок в годину, показниками якості обслуговування на громадському транспорті – середня швидкість руху транспортних засобів, темпи зростання середньої швидкості, число інцидентів на транспорті, число маршрутів на квадратний кілометр міської території. Третя категорія системи показників включає в себе заходи по підвищенню ефективності перевезень, які поділяються на:

- економічну ефективність (експлуатаційні витрати на пасажирські поїздки, операційні витрати), прибутковість перевезень (різниця отриманих доходів і операційних витрат);
- ефективність використання ресурсів транспортних операторів (фондовіддача основних транспортних засобів, завантаження транспортних засобів по числу пасажирів, інтенсивність використання транспортних засобів в години пік, продуктивність праці персоналу транспортних організацій);
- ефективність використання паливно-енергетичних ресурсів (витрати паливно-енергетичних ресурсів на один транспортний засіб, на один пасажиро-кілометр, одного перевезеного клієнта).

Наступна класифікація показників якості та ефективності обслуговування клієнтів на громадському транспорті передбачає їх поділ на об'ємні показники числа транспортних засобів, кількості маршрутів, числа перевезених пасажирів за рік; показники продуктивності, середньої швидкості та інтенсивності; транспортні роботи в пасажиро-кілометрах, кілометрах пробігу транспортного засобу; показники ефективності як відносини об'ємних показників до показників ресурсів або витрат.

Розглянуті класифікації показників якості та ефективності послуг громадського транспорту мають такий недолік, як відсутність орієнтації на існуючих і потенційних клієнтів транспортних операторів, оцінки їх очікувань та задоволеності від наданих послуг перевезення і супутнього сервісу до, під час і після спожитої послуги, виключення з розгляду чинників безпеки поїздок, охорони навколишнього середовища, соціальної підтримки і комунікативності.

Судження клієнтів щодо якості послуг можуть бути виражені в термінах їх очікувань отримання даної якості послуг і їх сприйняття від дійсно отриманої якості.¹⁶ Проведене автором дослідження суб'єктивної оцінки (сприйняття) якості послуг міського громадського

¹⁶ Енциклопедія державного управління. У 8 т. – Т. 8: Публічне врядування, с. 274.

транспорту можна попередньо представити наступною системою факторних ознак. Суб'єктивна оцінка якості послуги формується з наступних складових: задоволеність вартістю проїзду і формою її оплати; доступність, зручність зупиночних пунктів, посадки пасажирів і безпеку очікування; сприйнята якість управління транспортним засобом і оптимальна швидкість; комфорт, дизайн і екологічність салону транспортного засобу; відчуття безпеки і надійності проїзду пасажирів і провезення багажу; інформаційно-комунікаційна взаємодія з маршрутним персоналом; візуальний стан транспортного засобу і зовнішнього вигляду маршрутного персоналу; ввічливість, люб'язність і компетентність маршрутного персоналу.¹⁷

Якість обслуговування, виміряна на основі думки споживачів про дійсний стан послуги громадського транспорту, дозволяє провести його діагностичний аналіз.¹⁸ Основним недоліком такої оцінки та аналізу є значний суб'єктивізм суджень споживачів послуг міського громадського транспорту і неприйняття до уваги думки його потенційних пасажирів. Крім того, значні статистичні помилки можуть виникнути при неправильній вибірці числа респондентів або високої різноманітності в їх судженнях щодо якості послуг. З цих причин в практичній діяльності транспортних організацій і ОМС використовуються об'єктивні і визначаються статистичні показники якості послуг громадського транспорту, так звані, об'єктивні показники.

Об'єктивну оцінку якості послуг міського громадського транспорту може, наприклад, характеризувати наступна система показників. Об'єктивна оцінка якості послуги передбачає кореляцію факторів: наявність пільгового проїзду для окремих груп населення; рівень шуму і загазованості дороги і салону транспортного засобу; наявність обладнання та посадочних (вільних) місць для осіб з обмеженими можливостями; наявність інформаційно-комунікаційного забезпечення перевезення пасажирів; завантаження транспортного засобу в години пік, частка площі посадочних місць в загальній площі салону; ступінь зносу транспортних засобів, дорожнього полотна, зупиночних пунктів на маршруті; рівень кваліфікації маршрутного персоналу; число аварійних і нещасних випадків на маршруті, наявність медичної аптечки; частота і швидкість руху транспортного засобу на маршруті.

Щоб мінімізувати ці проблеми, деякі дослідники пропонують використовувати змішану методологію опитування споживачів, засновану на вимірі їх поведінкових намірів, які в значній мірі залежать від сприймають цінності та якості послуг, пов'язаних з рівнем задоволеності.¹⁹

Для забезпечення більш точного і надійного вимірювання якості послуг міського громадського транспорту сучасні дослідження на цю тему стають все більш орієнтованими на облік як об'єктивних, так і суб'єктивних параметрів якості обслуговування. Крім того, практика подібних досліджень показує, що досить точні і надійні результати можуть бути отримані за допомогою комбінації цих двох типів вимірювань.

На додаток до цих типів вимірювань слід врахувати кілька сторін, зацікавлених в ефективній і якісній роботі систем громадського транспорту, де все ж можливий конфлікт інтересів. У той час як пасажирів громадського транспорту зацікавлені у високому рівні обслуговування, транспортні оператори зосереджені, перш за все, на економічній ефективності послуг, що надають перевезення, а ОМС домагаються цілей економічного зростання і соціального благополуччя. Для того щоб отримати компромісне рішення, пропонується використовувати методологію багатокритеріальної оцінки якості послуг громадського транспорту та прийняття відповідних рішень. Ця методологія дозволяє особі, що приймає управлінське рішення щодо якості обслуговування на громадському транспорті,

¹⁷ Кессон Герберт Н. Как завоевать престиж // Пер. с англ. Н. Д. Дикусара. — М.: Агентство «ФАИР», 2016, с. 27.

¹⁸ Акуліч І. Л. Маркетинг взаємовідносин. М.: Вища. шк., 2010.

¹⁹ Амблер Т. Практический маркетинг / Пер. с англ. под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. — СПб.: Издательство «Питер», 2009, с. 153.

брати до уваги кілька суперечливих точок зору, і вибрати найбільш задовільний для всіх сторін і компромісне рішення.

Таким чином, повинна бути сформована система як суб'єктивних, так і об'єктивних показників ефективності та якості послуг громадського транспорту, розроблені методи і способи моніторингу, оцінки та реалізації заходів щодо поліпшення обслуговування пасажирів. Для цієї мети транспортні оператори можуть бути зацікавлені в зборі широкого спектру інформації.

Збір і аналіз подібної інформації повинен бути зосереджений на тих аспектах послуг громадського транспорту, які мають вирішальне значення і більш точно відображають потреби існуючих і потенційних клієнтів.

В даному методологічному підході до визначення якості послуг міського громадського транспорту була зроблена спроба встановлення взаємозв'язку між такими поняттями: якістю послуг, рівнем обслуговування і задоволеністю споживачів (пасажирів). Так, якість послуги громадського транспорту як сукупність її споживчих властивостей поділяється на очікувану і сприйняту якість. Очікувана якість послуги визначається споживачем до моменту її надання (використання), а сприйнята – під час і після взаємодії з персоналом транспортної організації на маршруті руху, а також під час очікування на зупиночному пункті, посадці і висадці з транспортного засобу. У свою чергу, рівень обслуговування – це нормативно закріплені основні параметри якості послуг міського громадського транспорту, що відображають сучасні вимоги населення, громадських організацій та ОМС до обслуговування пасажирів на міському громадському транспорті.

У науковій літературі є значні відмінності у визначенні задоволеності, хоча все визначення мають деякі загальні елементи. Можна виділити три основних узагальнюючих ознаки в цих визначеннях: задоволеність споживачів є відповіддю (емоційною або когнітивною) на сприйняту якість обслуговування; реакція клієнтів відноситься до конкретного виду послуги в даний час і даних умовах; реакція споживача відбувається під час споживання послуги і після її надання. Задоволеність споживачів складається з таких трьох основних компонент, як емоційна відповідь на сприйняту якість обслуговування, раціональна оцінка якості даної послуги на основі досвіду і порівняння, закріплення отриманої оцінки в досвіді споживача.²⁰

Таким чином, можна дати наступне визначення задоволеності клієнтів послугами міського громадського транспорту: задоволеність клієнтів послугами міського громадського транспорту - це їх емоційна відповідь на сприйняту якість перевезення і сервісу, засновану на раціональній оцінці їх параметрів і попередньому досвіді. Якість обслуговування диференціюється на очікувану, нормальну і таку, що викликає захоплення. Підвищення будь-якого типу якості обслуговування веде до обов'язкового зростання задоволеності споживачів, однак, по неоднаковим залежностям.

Цей підхід передбачає більшою мірою емоційну, ніж раціональну оцінку якості обслуговування, отже, високий ступінь суб'єктивності, що ускладнює його практичну реалізацію, наприклад, ОМС міським громадським транспортом.

Методи визначення ступеня задоволеності споживачів послугами громадського транспорту як одного з видів економічної діяльності досить різноманітні, однак мають деякі загальні принципи застосування, які пов'язані з формуванням системи показників якості, їх агрегування на основі вагових коефіцієнтів і поданні у вигляді відносної або процентної величини. Так, американський індекс задоволеності клієнтів конструюється на основі причинно-наслідкових зв'язків між очікуваним, сприйнятою якістю обслуговування, а також сприйнятою цінністю послуг, і задоволеністю, яка має негативний взаємозв'язок зі скаргами клієнтів і позитивний – з їх лояльністю. Задоволеність клієнта залежить від сприйнятої

²⁰ Бодди, Р. Пейтон. Основы менеджмента. Спб.: Питер, 2011, с. 164; Ігнатенко Д. О. Критерії ефективності в проєктах щодо надання транспортних послуг. *Вісник Національного транспортного університету*. Вип. 13, Ч. II. – К.: НТУ, 2015, с. 75; Кессон Герберт Н. Как завоевать престиж // Пер. с англ. Н. Д. Дикусара. – М.: Агентство «ФАИР», 2016, с. 59.

якості, очікувань клієнта та сприйнятої цінності. У свою чергу, задоволеність клієнта визначає наявність скарги чи його лояльність.²¹

Очікування клієнтів є їх передбаченням якості взаємодії з транспортною організацією, дорожньою інфраструктурою та екологічними умовами, пов'язаними з перевезенням. В основі очікувань клієнтів лежать попередній досвід споживання послуг перевезення та сервісу, реклама і спілкування з іншими споживачами, а також прогноз здатності транспортної організації надавати якісні послуги в майбутньому.

Сприйнята якість обслуговування формується, виходячи з останнього досвіду взаємодії клієнта з транспортною організацією та споживання послуг перевезення та сервісу. Якість вимірюється відповідністю індивідуальних потреб клієнта і споживчих властивостей наданої послуги.

Сприйнята цінність – це співвідношення тарифу на перевезення міським громадським транспортом і якістю обслуговування. Співвідношення ціни та якості важливо для першого взаємодії пасажира і транспортної організації, а повторне взаємодія, як правило, має менший вплив на задоволеність пасажира.

Скарги споживачів послуг міського громадського транспорту вимірюються у відсотках від загального числа респондентів упродовж певного періоду часу. Задоволеність має негативний зв'язок зі скаргами клієнтів.

Лояльність клієнтів являє собою поєднання ймовірності споживання послуг перевезення та сервісу в майбутньому і ймовірності того, що вони будуть користуватися послугами транспортної організації навіть при зміні (підвищенні) тарифу на перевезення. Лояльність клієнтів є важливим компонентом задоволеності, адже забезпечує рентабельність діяльності транспортних організацій.

Національний індекс задоволеності клієнтів, застосований в Великобританії, використовує ту ж методологію, що і американський індекс задоволеності клієнтів. Даний індекс дозволяє компаніям порівнювати задоволеність клієнтів в одній галузі (одному виді економічної діяльності), а також по галузях. Індекс задоволеності клієнтів розраховується в балах за 100-бальною шкалою і заснований на результатах онлайн-анкет, які складаються з 26000 відповідей на рік. Клієнтів просять оцінити організації в різних секторах економіки по кожному з встановлених факторів, які вважаються найбільш важливими. В онлайн-анкетах також містяться відомості про скарги і дії з ними відповідних організацій. Індекс задоволеності клієнтів включає 20 найважливіших споживчих пріоритетів і розраховується кожні шість місяців, потім обстеження споживчих переваг повторюється.

Для розрахунку індексу задоволеності клієнтів в анкетах пропонується дати оцінку задоволеності такими показниками, як: професіоналізм (за п'ятьма параметрами), якість і ефективність (за чотирма параметрами), легкості ведення бізнесу (за п'ятьма параметрами), рішення проблем клієнтів (за чотирма параметрами), своєчасність обслуговування (за двома параметрами).

Розрахунок індексу задоволеності клієнтів (CSI) проводиться за такою формулою:

$$CSI = \frac{100}{m-1} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^q (x_{ij} - 1) \cdot w_j,$$

де m – число показників якості обслуговування;

x_{ij} – бальні оцінки споживачів окремих показників якості обслуговування;

w_i – вага i -го показника якості обслуговування в індексі задоволеності в процентах.

Визначення індексів задоволеності клієнтів за використовуваною в зарубіжних країнах методологією, має такий недолік, як ігнорування логістичної залежності між задоволеністю клієнтів і якістю їх обслуговування. Справа в тому, що якість послуг має розраховуватися як інтегральна якість, де її окремі показники (суб'єктивні та об'єктивні) агрегуються на основі вагових коефіцієнтів (вкладу приватних показників якості в зміна інтегрального).

²¹ Криворучко О. Системна оцінка якості транспортних послуг. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2011, с. 50.

Висновки та перспективи подальшого розвитку в цьому напрямі. В результаті проведеного дослідження було обґрунтовано соціально-гуманітарні виміри якості послуг міського громадського транспорту в умовах становлення цифрової економіки та інформаційного суспільства, а саме, доведено, що людина, яка виступає вищою цінністю суспільства, одержує належну якість послуг лише у тому випадку, якщо прогнозується динаміка сподівань та очікувань передбачуваної якості послуги. Зважаючи на необхідність поєднання суб'єктивних та об'єктивних факторів, які формують очікувану якість, нами передбачено засади формування узагальнюючого показника якості послуг перевезення міським громадським транспортом. Отриманий інтегральний показник якості, виражений у відносних одиницях виміру, вважається незалежною змінною або факторинговою ознакою в експериментальній логістичній залежності між індексом задоволеності і інтегральним показником якості обслуговування. Для розрахунку індексу задоволеності споживачів (пасажирів) послугами міського громадського транспорту інтегральний показник якості обслуговування повинен розраховуватися, виходячи зі складу його суб'єктивних і об'єктивних параметрів з урахуванням вагових коефіцієнтів. **Перспективи подальших наукових досліджень** пов'язані із розробкою стратегічних заходів, спрямованих на підвищення якості послуг громадського транспорту.

Література

1. Акуліч І. Л. Маркетинг взаємовідносин. – М.: Вища. шк., 2010. – 256 с.
2. Амблер Т. Практический маркетинг / Пер.с англ, под общей ред. Ю. Н. Каптуревского. – СПб.: Издательство «Питер», 2009. – 400 с.
3. Бодди, Р. Пейтон. Основы менеджмента. – СПб.: Питер, 2011. – 523 с.
4. Енциклопедія державного управління. У 8 т. – Т. 8: Публічне врядування / наук.-ред. кол.: В. С. Загорський та ін. – Львів: ЛРІДУ, НАДУ, 2011. – 712 с.
5. Ігнатенко Д. О. Критерії ефективності в проектах щодо надання транспортних послуг. *Вісник Національного транспортного університету*. Вип. 13, Ч. II. – К., НТУ, 2015. – С. 72-78.
6. Ігнатенко О. С., Ігнатенко Д. О. До якості транспортних послуг через адаптацію законодавства. *Автомобільник України*. – 2015. Окрем. вип. – С. 12-17.
7. Кессон Герберт Н. Как завоевать престиж // Пер. с англ. Н. Д. Дикусара. – М.: Агентство «ФАИР», 2016. – 176 с.
8. Криворучко О. Системна оцінка якості транспортних послуг. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2011. № 2. С. 46-51.
9. Маркова В. Д. Маркетинг услуг. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 128 с.
10. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992. – 701 с.
11. Огвоздин В. Ю. Управление качеством. Основы теории и практики. 6-е издание. – М.: Дело и Сервис, 2009. 304 с.
12. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/news/cifrova-ekonomika-prioritet-dlya-prezidenta-j-nashoyi-komand-56025> (дата звернення 26. 03. 2020 р.).
13. Степаненко В. П. Інформаційне суспільство. Енциклопедія Сучасної України. URL http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12462 (дата звернення 26. 03. 2020 р.)
14. Тойменцева И. А. Определение интегрального показателя развития услуг пассажирского транспорта на основе экономико-математического моделирования. *Вестн. Самар. гос. экон. ун-та*. – Самара, 2010. № 2 (64). С. 115-119.
15. Управление качеством. Часть 1: Сем простых методов: Уч. пособ. для вузов / Адлер Ю. П., Полховская Т. М., Шпер В. Л., Нестеренко П. А. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: МИСИС, 2001. – 138 с.
16. Федюкин В. К. Управление качеством процессов. – М.:, Филин, 2014. – 325 с.

17. Яковенко В. Б. Введение в инновационные технологии. – К.: Изд. Европ. ун-та финансов, информ. систем, менеджмента и бизнеса, 2009. – 67 с.
18. Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. Посібник. Київ.: НАУ, 2018. – 469 с.
19. Akaoy Y., Quality Function Deployment: Integrating Customer Requirements into Product Design, Chicago, American Marketing Association, 2011. – 435 p.
20. Battellino, H. Transport for the transport disadvantaged: A review of service delivery models in New South Wales [Text] / H. Battellino // Transport Policy Special Issue International Perspectives on Transport and Social Exclusion. – 2009. – № 16: 3. – P. 90-96.
21. Buliung, R. Active school transportation in the Greater Toronto Area, Canada: An exploration of trends in space and time (1986-2006) [Text] / R. Buliung, R. Mitra, G. Faulker // Preventive Medicine. – 2009. – № 48. – P. 507-512.
22. Fornell C., Johnson M. D., Anderson E. W., Cha J., Bryant B. E. The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, vol. 60 (October 2006). – P. 7-18.

1.3. GLOBAL INFORMATIZATION OF HIGHER TECHNICAL EDUCATION AS A COMPONENT OF HUMANIZATION OF PROFESSIONAL CULTURE

1.3. ГЛОБАЛЬНА ІНФОРМАТИЗАЦІЯ ВИЩОЇ ТЕХНІЧНОЇ ОСВІТИ ЯК СКЛАДОВА ГУМАНІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Сучасна освіта стає одним із факторів глобалізації, що є не лише складовою глобалізаційних процесів, а й одним із найпотужніших факторів світової інтеграції. Прискорення процесів глобалізації ставить все нові вимоги до структури та якості освіти. У сучасному світі змінюється роль освіти, оскільки вона перетворюється на тривалий і безперервний процес, так як упродовж усього життя людина стикається з проблемою неактуальності знань, необхідністю їх оновлення, поповнення й освоєння нових професійних сфер. Ці зміни, характерні для самого процесу освіти, що відбуваються на фоні глобальних процесів, що охоплюють економіку окремих країн, регіонів і світу в цілому.

Глобалізація означає процес взаємозв'язку, взаємообумовленості і об'єднання зусиль багатьох країн у різноманітних сферах людської діяльності. Глобалізація як новий якісний стан міжнародних суспільних відносин, є наслідком різноманітних факторів інформатизації суспільства; розвитку продуктивних сил; нове уявлення про місце людини в суспільстві; розвитку науки і культури.²² Сучасний стан інформатизації освіти в країні характеризується тим, що сформована і реалізується державна політика у сфері інформатизації. Базисом глобального процесу інформатизації суспільства є інформатизація освіти, яка повинна випереджати інформатизацію інших напрямів суспільної діяльності. Інформатизація освіти сприяє підвищенню ефективності та інтенсифікації навчального процесу за рахунок використання інформаційних технологій і впровадження нових методичних розробок в процес навчання.²³

Результатами інформатизації освіти повинні бути: розвиток комп'ютерної освіченості, розвиток змісту, методів і засобів навчання до рівня світових стандартів, інтеграція навчальної, дослідницької та виробничої діяльності, кадрове забезпечення усіх напрямків інформатизації, шляхом підготовки відповідних кадрів. У контексті нових цілей впровадження інноваційних освітніх програм, програма включає в себе перехід освітнього процесу на нові сучасні електронні, web технології, системи on-line навчання. Поява нових технологій та інформатизація формують новий образ освітнього простору завдяки тому, що глобальне суспільство повинно бути глобально інформаційним. У цьому аспекті освіта відіграє провідну роль. Зокрема, вона повинна навчити людину пізнавати і діяти таким чином, щоб робити потрібні зміни у сфері свого існування, а також жити в суспільстві, беручи участь у всіх видах людської діяльності в співпраці з іншими.

Інформатизація освіти є головним напрямом її сучасної модернізації та підвищення її якості. Для європейської вищої школи як складової суспільства знань в інформаційну епоху, притаманні свобода доступу інформації й її використання для створення, накопичення і розповсюдження знань. Вона повинна орієнтуватися на інтереси тих, хто навчається; постійне накопичувати нові знання та підвищувати рівень освіченості. А для цього необхідно не лише забезпечувати впровадження інформаційних технологій в навчання, але й створити з них єдину органічну систему, де всі ланки доповнюють одна одну, забезпечують постійний контроль за якістю навчання, об'єднують суб'єктів творення і використання ресурсів в єдину національну систему навчальний процес в технічному закладі вищої освіти; повинен враховуватися прогноз науково-технічного прогресу з напрямків відповідних ЗВО спеціальностей і окремих навчальних дисциплін, тому що від правильного визначення структури спеціальностей і спеціалізацій, кількості і якості спеціалістів, що закінчують технічний університет, залежить не тільки реалізація науково-технічного потенціалу, але й

²² Головань М. (2011). Аналіз розвитку вищої освіти в умовах глобалізації, інтеграції та інформатизації суспільства, с. 205.

²³ Преподавание в сети Интернет: учеб. пособие (2003), с. 33-34.

темпи розвитку науково-технічного прогресу в цілому. З іншого боку, в період, що характеризується глобальними змінами в науково-технічній сфері, процес навчання людини не може обмежуватися певним віковим бар'єром або освітнім інститутом.

Особливістю нової парадигми технічної освіти в сучасних умовах повинна стати неперервність освіти для всіх членів суспільства. При цьому, суспільство починає грати все більшу роль в придбанні знань людиною для наступного життя. Підсилюється зв'язок вищої школи з усіма інститутами суспільства, внаслідок чого змінюється сам процес навчання в ній, який все більше організується виходячи із потреб в певній структурі знань. Це все ставить перед вищою технічною школою нове завдання – готувати фахівця не заради конкретної професії, яка може зникнути через певний проміжок часу, а для творчої праці в, можливо, різних сферах економіки країни. Аспект інформатизації суспільства включає такий зміст: нова парадигма інформаційного суспільства, розвиток безперервної освіти в умовах інформаційного суспільства, електронна модель технологічного підручника і її розвиток, забезпечення якості навчання та підходи до побудови відкритих педагогічних систем (відкрита освіта), інформаційні та комунікаційні технології в додатковій освіті, поєднання можливостей традиційного і сучасного способів навчання в інформаційному суспільстві, дистанційне навчання як синтез педагогічних та інформаційних технологій, формування інформаційної культури викладачів закладів вищої для роботи в системі дистанційного навчання, психологічні та педагогічні проблеми освіти в умовах інформаційного суспільства, використання мультимедіа технологій в освіті, глобалізація та інтеграція освіти і освітніх послуг в інформаційному суспільстві, дидактичні можливості інформаційних технологій, виховний вплив інформаційних технологій, інформаційні технології та нові підходи до управління школою і оцінці якості педагогічної праці тощо.

Для дослідження даної тематики важливі аспекти, які пов'язані з системою вищої освіти, оскільки сучасний процес освіти в технічному університеті повинен відповідати таким критеріям, як: креативність, інтелект; педагогічні технології як педагогіка співдружності, рівноправна співдружність та партнерство між викладачем та студентом, педагогіка, яка направлена на виявлення творчого таланту людини. Метою такого навчання та виховання є цілісність розвитку, тобто розвиток всіх людських якостей і саморозвиток як головний засіб навчально-виховного процесу. Інформатизація в сфері вищої освіти - це процес забезпечення вищої освіти методологією і практикою розробки та оптимального використання сучасних засобів інформаційних та комунікаційних технологій, орієнтованих на реалізацію цілей навчання і виховання. Цей процес вдосконалює механізми управління системою вищої освіти на основі використання автоматизованих банків даних науково-педагогічної інформації, інформаційно-методичних матеріалів, а також комунікаційних мереж; на вдосконалення методології та стратегії відбору змісту, методів і організаційних форм навчання і виховання, що відповідають завданням розвитку особистості студента в сучасних умовах інформатизації суспільства; створення методичних систем навчання, орієнтованих на розвиток інтелектуального потенціалу, на формування умінь самостійно здобувати знання, здійснювати інформаційно-навчальну, експериментально-дослідницьку діяльність, різноманітні види самостійної діяльності по обробці інформації; на створення і використання комп'ютерних методик контролю і оцінки рівня знань.

В освітній процес вводиться категорія «електронне навчання», що є підтвердженням актуальності проблеми інформатизації освіти. Під електронним навчанням розуміється організація освітньої діяльності із застосуванням, що міститься в базах даних і використовується при реалізації освітніх програм інформації та забезпечують її обробку інформаційних технологій, технічних засобів, а також інформаційно-телекомунікаційних мереж, що забезпечують передачу зазначеної інформації. Під дистанційними освітніми технологіями розуміються освітні технології, які реалізовані в основному із застосуванням інформаційно-телекомунікаційних мереж при опосередкованій взаємодії студента і викладача. Аналіз розвитку передових в економічному відношенні країн показує, що

інформатизація системи вищої освіти є одним з ключових умов, що надалі визначають успішний розвиток економіки, науки і культури держави.

Відповідно до інформатизації освіти сформульовані наступні напрями: інформатизація навчального процесу; інформатизація наукових досліджень у ЗВО; створення єдиного освітнього середовища вищої школи; інформатизація управління вищою школою; інтеграція вищої освіти України у світову систему. Реалізація зазначених напрямів передбачає використання і розвиток наступних нових інформаційних технологій: комп'ютерних навчальних систем; комп'ютерного тестування; баз даних; електронних бібліотек; експертних систем; мультимедійних технологій; технологій віддаленого доступу до баз даних і інших. У вітчизняних наукових розробках реалізацією можливостей засобів ІКТ в сфері професійної освіти займається галузь педагогічної науки – інформатизація освіти, яка розглядається як цілеспрямовано організований процес забезпечення сфери освіти методологією, технологією і практикою розробки та оптимального використання засобів ІКТ, що використовуються в комфортних умовах, орієнтований на реалізацію цілей навчання, розвитку індивіда.

Разом із тим, інформатизація вищої освіти розглядається в даний час як нова галузь педагогічного знання, орієнтована на забезпечення сфери вищої освіти методологією, технологією і практикою вирішення наступних проблем і завдань: науково-педагогічні, методичні, нормативно-технологічні і технічні передумови розвитку вищої освіти в умовах масової комунікації та глобалізації сучасного інформаційного суспільства; розробка дослідних, демонстраційних прототипів електронних засобів освітнього призначення; створення і застосування засобів автоматизації для психолого-педагогічних тестувань, діагностика методик контролю і оцінки рівня знань, їх просування в навчанні, встановлення інтелектуального потенціалу; здійснення педагогічно-ергономічної оцінки, інформаційних і комунікаційних технологій, що використовуються в сфері вищої освіти; вдосконалення механізмів управління системою освіти на основі використання автоматизованих баз даних науково-педагогічної інформації, інформаційно-методичних матеріалів, телекомунікаційних мереж, а також вдосконалення процесів інформатизації управління освітньою установою. Організації, які здійснюють освітню діяльність, мають право застосовувати електронне навчання, дистанційні освітні технології при реалізації освітніх програм. При реалізації освітніх програм із застосуванням виключно електронного навчання, дистанційних освітніх технологій в організації, що здійснює освітню діяльність, повинні бути створені умови для функціонування електронної інформаційно-освітнього середовища, що включають в себе електронні інформаційні ресурси, електронні освітні ресурси, сукупність інформаційних технологій, телекомунікаційних технологій, відповідних технологічних засобів.

Потреби суспільства у вивченні та реалізації можливостей засобів ІКТ для підвищення загальнокультурного та професійного рівня визначається ще й тим, що постійно розвиваються наукові та виробничі технології, технології бізнесу, освітні технології набувають все більшої залежності від засобів ІКТ, на базі яких вони створюються і удосконалюються. При цьому науково-технічний прогрес останніх десятиліть визначає тенденцію розвитку і ускладнення інформаційних і комунікаційних технологій. Психологічне прийняття індивідом і освоєння їх можливостей в різних сферах життєдіяльності дозволяє сучасній людині віртуально здобувати освіту, в досить стислі терміни пізнавати особливості різних культур світу тощо. Інформатизація освітнього простору є широким поняттям і стратегічним процесом. До нього входять, принаймні, кілька напрямків. Перш за все йдеться про інформатизацію самого навчального процесу, активне використання інформаційних технологій та сучасного телекомунікаційного обладнання в ньому. Цей напрямок передбачає активний розвиток матеріально-технічної бази установ вищої професійної освіти, оновлення обладнання, розвитку максимально високої інформаційної культури всіх суб'єктів навчального процесу. Нові інформаційні технології є найважливішим фактором подолання світової та вітчизняної кризи освіти, становлення нової якості навчання та виховання. Інформатизація вищої технічної освіти - це не тільки проблема

застосування нових технічних засобів в існуючій освітній системі, а й стратегія створення нової системи освіти в сучасній технологічній та інформаційному середовищі. Ця проблема важлива для всіх сфер освіти, але для технічної - особливо. Рівень і складність інформатизації промисловості досі залишаються найвищими в інформаційному суспільстві і інформатизація технічної освіти повинна не тільки відповідати цьому процесу, але й випереджати його. Зростання промисловості на базі високих технологій прямо пропорційний рівню її інформатизації.

Дослідженням специфіки організаційної поведінки займалися ряд відомих зарубіжних і вітчизняних науковців. Зокрема, такі дослідження проводили Мінцберг Х., Танненбаум А. С., Хеллер Ф. А., Богиня Д. П., Семікіна М. В., Палеха Ю. І. та ряд інших. Зазначені науковці розглядали різні аспекти організаційної поведінки працівників, в тому числі соціальні, економічні тощо. При цьому жоден науковець із перерахованих зокрема й інших загалом не розглядав ще взаємозв'язку і міри впливу розвитку інформаційних технологій та інформатизації суспільства на мотивацію розвитку фахівця і зміни в його організаційній поведінці. У працях зарубіжних авторів Дж. Мартіна, Дж. Макліна, У. Дайзарда, Ф. Уебстера, Р. Робертсона та інших розкриваються найважливіші чинники формування інформаційного суспільства, його глобалізаційні виміри. Питанням професійної культури майбутніх фахівців займалися такі вчені: Б. Ананьєв, А. Асмолов, В. Біблер, І. Бех, О. Газман, О. Дашкевич, М. Каган. Питанню інформатизації освіти присвячено значну кількість публікацій, які висвітлюють проблеми інформатизації вищої освіти: С. М. Ніколаєнко, А. Ю. Пилипчук, А. М. Гуржій, М. Я. Плєскач та інші. Результати проведених вченими досліджень показують багатогранність, складність і необхідність вирішення проблеми формування професійної культури діяльності майбутніх фахівців в умовах інформатизації освіти. У той же час аналіз літератури показав відсутність в науці узагальнених знань про формування професійної культури майбутніх фахівців в умовах інформатизації освіти.

Нинішній рівень інформатизації вищої технічної освіти відстає від рівня інформатизації промисловості. Особливе становище в технічній освіті склалося зі спеціальними дисциплінами, де даються окремі елементи інформаційних технологій. В результаті виходить ослаблена ручна технологічна підготовка і не закладені комплексні технологічні основи.

Гуманізація – основна складова вищої технічної освіти: перехід від інформаційної моделі навчального процесу до проблемно-аналітичної системи навчання, подолання розриву між гуманітарними і негуманітарними дисциплінами і вузької спеціалізації. Гуманізація є сукупність філософських, соціологічних, гносеологічних, психологічних і педагогічних поглядів, що визначають цілі та завдання закладів вищої освіти у підготовці та вдосконаленні майбутнього фахівця як суб'єкта та об'єкта суспільних відносин, як цілісної людини. Різноманіття його професійних, інтелектуальних і соціально-психологічних якостей дозволяють йому успішно вирішувати завдання науково-технічного і соціального прогресу. Одночасно гуманізація виступає як теоретична основа вищої освіти. Поняття «гуманізація» і «гуманітаризація» освіти ввійшли в науковий обіг у різний час і донині не одержали універсального, усіма визначеного тлумачення. Термін «гуманізація» не зафіксований у відомих вітчизняних і західноєвропейських словниках та енциклопедіях, але що у формі дієслова відомий у німецькій мові в значенні «виховувати», «олюднювати». З латинського *humanos*, тобто людський, а під гуманізацією розуміється олюднення техніки, роботи, побуту тощо.

«Психологічний словник» під гуманізацією розуміються моральні норми й цінності, систему становлення особистості, її ставлення до соціальних об'єктів (людей, колективу істот), яке відтворюється у свідомості як співчуття і реалізується у спілкуванні й діяльності у таких вчинках, як допомога, співчуття, співробітництво.²⁴ Науково-технічний прогрес зумовлює необхідність суттєвих змін в системі освіти, що відбиває процеси, що

²⁴ Педагогіка: Навчальний посібник для студентів вищих педагогічних закладів освіти (2001), с. 75.

відбуваються у виробництві та в мисленні його працівників. Вищі технічні заклади освіти можуть функціонувати тільки завдяки постійному оновленню матеріально-технічної бази. Матеріальна культура виступає як могутній рушій вищої освіти. Разом з тим освіта робить зворотний вплив на матеріальне виробництво, стимулюючи його розвиток, як фактор прискорення науково-технічного прогресу, як одна з причин прогресивних змін на виробництві. Освіта нерозривно пов'язане з наукою і виробництвом, а ця об'єктивно-закономірний зв'язок реалізується на практиці.

Вивчення процесу гуманізації технічної освіти знаходиться на такому етапі, коли є необхідність переходу від її емпіричного до комплексного філософського і соціально-політичному осмислення з урахуванням сучасних реалій. Для цього необхідний аналіз стану і тенденцій гуманізації освіти, виявлення їх ціннісних орієнтирів, що відповідають потребам різних сфер людської діяльності. Методологічний підхід ґрунтується на основних положеннях теорії гуманізму і особистості з використанням деяких наявних у світовій філософській думці розробок. У своєму головному значенні гуманізація виступає як розвиток особистості, що займає центральне місце в структурі суспільних відносин. Тим самим проблема гуманізації виступає як завдання загальнолюдського значення, як умова вирішення глобальних проблем сучасного людського соціуму. Гуманізація в такому розумінні передбачає формування нового гуманістичного світогляду, мислення, свідомості особистості, а також створення нових відносин між особистістю, соціальними групами і суспільством. Напрямок гуманітаризації полягає в підвищенні гуманітарної, професійної культури будь-якого фахівця, в створенні комфортної гуманітарного середовища у технічному закладі вищої освіти. Вища технічна освіта неможлива без гуманітарного компонента, адже він потрібен для будь-якої професійної творчої діяльності. Важливо і те, що цей компонент відстежує не тільки держава, а й спільнота професіоналів. Ще один аспект гуманітаризації полягає в тому, що викладання будь-якої дисципліни має носити гуманітарний характер, необхідно звернення до особистості, до творців науки, до її історії. Необхідно включення в навчальні курси елементів методологічної, світоглядної культури. Нарешті, саме викладання за своєю суттю є гуманітарний процес і має бути відповідним чином організовано. Вирішальна роль в темпах гуманітаризації належить вищій школі як генератору духовного творчого потенціалу суспільства. Саме тут повинен і може бути здійснений життєво необхідний для подальшого розвитку суспільства прорив до гуманітаризації, до загальнолюдської, до професійної культури.

Темпи гуманітаризації суспільства в перспективі прямо і безпосередньо будуть визначатися якістю вищої школи майбутніх фахівців. Дуже багато чого буде залежати від того, з яким багажем знань, з якою мораллю, з яким світоглядом увійдуть вони в життя і будуть впливати на суспільство вже в найближчі роки. Сфера освіти є складовою частиною культурного простору: зміст і технологія педагогічної діяльності перебуває у взаємодії з певним культурним контекстом. Проблема взаємодії культури і освіти специфічна для ХХІ століття. Гуманітаризація вищої технічної освіти – це засіб глобальної гуманізації суспільства, який є необхідним для подолання негативних тенденцій у розвитку техногенної цивілізації. У гуманітаризації як принципі побудови освітніх систем виділяються два аспекти: людинознавчий, тобто всебічне відображення знань про життя й діяльність особистості; і так званий культурологічний, спрямований на відображення людської діяльності в її історичному розвитку. Зрозуміло, людинознавство і культура, які є самостійними науковими дисциплінами, у процесі гуманітаризації виявляються в конкретних формах і відбиваються насамперед на змісті вищої технічної освіти. Охоплення проблеми гуманізації освіти не буде повним, якщо його обмежити у розгляді відновлення її людиновідповідності виключно змістом педагогічної інформації, яка використовується в освітньому процесі, (наприклад, насичення її гуманітарними предметами) та тих культурних якостей людини, що формуються в освіті. Гуманістичним, адекватним становленням різних граней духовності особистості також мають бути педагогічна технологія, педагогічне спостереження і педагогічна оцінка.

Підготовка студентів у вищому технічному закладі освіти перетворюється у складний світоглядний процес, де студентам мають бути ухвалені вихідні глобальні ідеї єдності світу і людського роду, духовного переваги особистості над державою, пріоритету прав людини. У цьому випадку необхідно допомогти студентам вміти розрахувати свої сили для майбутньої професії, виробити необхідний імунітет до факторів, щоб вони своєчасно пізнавали тенденції гуманізації суспільства і світу, небезпеки традиційної освіти, реальності майбутнього професійного оточення. Гуманізація суспільної й індивідуальної свідомості відбувається з великими труднощами. Нові підходи в організації освіти і виховання, орієнтовані на демократичні принципи, логічно вимагають гуманізації та гуманітаризації всієї освітньої політики.

У змісті освіти, педагогічних концепціях спостереження за ходом освітнього процесу, педагогічних технологіях та оцінках варто відтворити ті компоненти, котрих бракує і котрі працюють на розвиток суб'єктивності, унікальності, особистості учасника навчально-виховного процесу. Оновлюючи освітній зміст, технології, оцінки, необхідно дивитись на них з точки зору гуманістичного потенціалу, спроможності формувати та адекватно оцінювати відповідні духовні людські якості.

Культурний людина повинна вміти оцінювати отриману інформацію якісно, розуміти її корисність, достовірність тощо. Вміння взаємодіяти в інформаційному полі з іншими людьми – важлива ознака людини інформаційного суспільства. У реальному житті ці різні аспекти, компоненти та рівні культури взаємопов'язані. Їх виділяють тільки в процесі вивчення, для того, щоб глибше і точніше пізнати їх, знайти найкращі способи формування і розвитку. У поняття культури входять і завжди входили релігія, наука, освіта, моральні і моральні норми поведінки людей і держави.

Професійне світогляд як елемент професійної культури відбиває не тільки загальну, а й соціальну картину світу. Саме остання забезпечує інтеграцію професійної групи в процеси виробництва матеріальних і духовних основ суспільної життєдіяльності, формує її соціальну позицію по відношенню до реальності, до перспектив розвитку суспільства, а в кінцевому підсумку – сприяє формуванню у неї специфічного професійного самосвідомості.

Формування фахової компетентності обов'язково починається з формування професійної культури на базі загальної культури. Професійна культура – це сукупність способів і технологій певної професійної діяльності, що визнані суспільством еталоном для цієї діяльності та сукупність засвоєних, усвідомлених людиною способів цієї діяльності.²⁵ Формування професійної культури майбутніх фахівців має слугувати їх входженню у професійне середовище, співвідношенню, зіставленню особистих переваг, системи нормативних вимог, уявлень, цінностей, прийнятих в обраному нею професійному середовищі зокрема та суспільстві в цілому. Професійна культура має визначати моральні принципи та настанови. У цьому полягає її гуманістичний потенціал та практичне значення як одного з регуляторів відносин в системі «людина – соціум».

Під професійною культурою майбутніх фахівців ми розуміємо системну якість особистості з високим рівнем професійних знань, умінь і навичок, ефективної взаємодії в системах «людина – людина», «людина – суспільство». Отже, формування професійної культури майбутніх фахівців – це не тільки формування в них професійних знань і умінь, компетенцій, а ще успадкування і передачу пам'яті (форми збереження знання і рефлексії), усвідомлення групою своєї єдності і своєї унікальності.²⁶

Гармонійний розвиток особистості неможливий без підвищення обсягу культурного і інформаційного насичення навчального процесу, впровадження проблемного навчання й моделювання професійних ситуацій. Таке середовище створюють міждисциплінарні інтегративні курси, що творчо й цілеспрямовано поєднують різні галузі знань, зберігаючи їх системність і цілісність, формують і розширюють кругозір студентів, створюють моральну,

²⁵ Фільштейн Л. М., Журавльов В. М. (2016). Професійна культура в аспекті підготовки фахівців, с. 13.

²⁶ Бехманн Г. (2010) Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний, с. 122.

інтелектуальну і психологічну базу для майбутньої праці.²⁷ Професійна культура фахівця має свою специфіку. Серед її елементів можна виділити наступні: прогнозування, інтерпретація соціальних явищ і завдань у цілі і завдання діяльності; усвідомлення професійної культури як шлях до успіху; використання професійної культури з різноманітними формами діяльності; аналіз досягнутого результату, пов'язуванням його з висунутими цілями і завданнями професійної культури. Формування культури професійної діяльності майбутніх фахівців в умовах інформатизації освіти має комплексний і міждисциплінарний характер, оскільки дана проблема розглядається в науці в різних аспектах: філософському, соціологічному, культурологічному, психологічному, педагогічному, інформаційному. Досягнення цієї мети залежить від масової комп'ютерної грамотності і сформованості інформаційної культури, тобто вміння використовувати засоби інформаційних технологій, вміння виявляти їх та ефективно використовувати. У психологічній площині інформаційна культура особистості полягає в розвитку оптимальної реакції на інформацію, що надходить і поведінки особистості, формування вміння діяти в умовах надлишкової або недостатньої інформації, оцінювати якісну її сторону, відбирати достовірну інформацію.

Відповідно професійна культура студента технічного ЗВО формується відповідно до уявлення студентів про нинішню культуру соціуму, знання про сучасні досягнення науки і досвіду. Сьогодні в реаліях становлення інформаційного суспільства в організаціях надається перевага працівникам, які постійно вдосконалюються, володіють сучасними інформаційними технологіями. Такий працівник є більш цінним, оскільки може ефективніше працювати.

Проведене дослідження дозволило зробити деякі загальні висновки: інформатизація суспільства сприяє застосуванню в різних галузях сучасних інформаційних технологій й програмного забезпечення; розвиток інформаційних технологій спричиняє необхідності підвищення кваліфікації працівників; професійному розвитку фахівця сприяє належна мотивація праці, конкуренція; інформатизація суспільства спричиняє необхідність періодичної модернізації управління організаційною поведінкою тощо. Теорія інформаційного суспільства є найважливішим елементом сучасної теорії суспільного процесу, відображає об'єктивну тенденцію переходу людства до сталого розвитку, формує гуманістичне вимір технологічного прогресу. Як і будь-яка концепція, концепція інформаційного суспільства повинна враховувати складність, багатогранність, суперечливість впровадження нових технологій в суспільне життя, взаємодія різних факторів суспільного розвитку, серед яких визначальну роль відіграє людський фактор. У зв'язку з цим глобальна інформатизація вищої технічної освіти є стратегічним напрямком формування, розвитку гуманізації професійної культури майбутніх фахівців, формування умінь самостійно здобувати знання і конкурентоспроможність на ринку праці. Отже, глобальна інформатизація освіти є складовою гуманізації професійної культури майбутніх фахівців, що відображається у світових тенденціях розвитку.

Література

1. Аксьонов В. В. Сичов Д. В., Формування професійної культури майбутнього фахівця в умовах вищого навчального закладу [Електронний ресурс]. Режим доступу: /76-157-1-PB%20(3).pdf
2. Бехманн Г. Современное общество: общество риска, информационное общество, общество знаний / пер. с нем. А. Ю. Антоновского, Г. В. Гороховой и др. Москва: Логос, 2010. 248 с.
3. Головань М. Аналіз розвитку вищої освіти в умовах глобалізації, інтеграції та інформатизації суспільства. Проблеми сучасної педагогічної освіти. Серія: педагогіка і психологія. – Збірник статей. – Ялта. РВВ КГУ. 2011. Вип. 31.Ч. 1. С. 203-211.

²⁷ Аксьонов В. В. Сичов Д. В. Формування професійної культури майбутнього фахівця в умовах вищого навчального закладу [Електронний ресурс]. Режим доступу: /76-157-1-PB%20(3).pdf.

4. Педагогіка: Навчальний посібник для студентів вищих педагогічних закладів освіти. За ред. М. М. Фіцули. Київ. Академія, 2001, 528 с.
5. Преподавание в сети Интернет: учеб. Пособие. Отв. редактор В. И. Солдаткин. М. Высшая школа, 2003. 792 с.
6. Фільштейн Л. М., В. М. Журавльов. Професійна культура в аспекті підготовки фахівців. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2016, вип. 29, К. С. 12-18.

1.4. FEATURES OF STUDYING UKRAINIAN LANGUAGE AS FOREIGN BY INDIAN STUDENTS OF THE ENGLISH FORM STUDY

1.4. ОСОБЛИВОСТІ ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ЯК ІНОЗЕМНОЇ ІНДІЙСЬКИМИ СТУДЕНТАМИ АНГЛОМОВНОЇ ФОРМИ НАВЧАННЯ

Останнім часом Україна є привабливою для іноземних студентів, які хочуть отримати вищу освіту. Для цього є кілька причин: у порівнянні з європейською українська освіта для студента-іноземця є доступнішою, але не гіршою за якістю; отриманий рівень знань надає можливість бути конкурентоспроможним у професійному середовищі; вона відкриває горизонти у продовженні освіти у навчальних закладах інших країн; менталітет українського народу відрізняється доброзичливістю та толерантним ставленням. Отже, вивчення методики викладання української мови як іноземної є актуальним й досьогодні.

Опанування української мови індійськими студентами відбувається зазвичай на підготовчому відділенні. Саме тоді вони ознайомлюються не тільки з мовними особливостями, а й культурними, ментальними. Можна багато дискутувати щодо теорій, які пов'язують українську мову із санскритом, але деякий мовний зв'язок українців та індійців є. За час спілкування зі студентами поодинокі слова, що походять із санскриту, за співзвучністю можна зафіксувати й в українській мові: *річ, ніс, ніч пан, пані, панна, горно, дерево, двісті*. А студентам, які є носіями мови малайлам, легше оволодіти орфоепічними нормами української мови.

Вивчаючи українську мову як іноземну, необхідно пам'ятати про поєднання чотирьох видів мовленнєвої діяльності на кожному занятті. Статистичні дані, наведені З. Кочкиною, свідчать, що 70% часу неспанья людина присвячує мовленнєвому спілкуванню. Із цих 70% на письмо припадає 9% часу, на читання – 16%, на говоріння – 30% і на аудіювання – 45% часу.²⁸ Отже, людина слухає своє або чуже мовлення. Безперечно, опанування іноземної мови неможливе без уміння слухати та розуміти усне мовлення.

Уміння слухати й розуміти є критеріями комунікабельності людини. Вміння, яких набуває людина під час **аудіювання**, програмують подальшу успішність у навчанні та повноцінне щоденне спілкування.

Розуміння почутого – це один із засобів пізнання навколишнього світу, оволодіння мовою та навчальними дисциплінами, здобуття іноземцями вищої освіти за обраним фахом у навчальних закладах України, можливість працевлаштування. Аудіювання розглядається як фундаментальне вміння, засвоєння якого є важливою умовою освіти іноземною мовою в цілому, відзначає С. Ніколаєва.²⁹ У процесі навчання української мови іноземців аудіювання як вид мовленнєвої діяльності є метою й ефективним засобом навчання, а також відіграє значну роль у досягненні практичної, освітньої та виховної цілей навчання, тому що воно ґрунтується на сприйманні та осмисленні звукового сигналу.

Аудіювання одночасно є і метою навчання, і потужним засобом формування суміжних мовленнєвих умінь та мовних навичок. До того ж воно полегшує оволодіння говорінням, читанням, письмом та дає можливість розуміти чужоземне мовлення на слух із різних аудіоджерел у різноманітних навчальних або побутових ситуаціях.³⁰ Важливо, щоб людина, яка сприймає інформацію, чітко розуміла, для чого, з якою метою вона це робить, оскільки сформульована аудитивна мета дозволяє зробити процес сприймання усного мовлення оптимальним.

²⁸ Кочкина З. А. Понимание звучащей речи (обзор американских работ) / З. А. Кочкина // Вопросы психологии. 1983, № 3, с. 162.

²⁹ Ніколаєва С. Ю. Сучасна технологія навчання іншомовного матеріалу в середніх навчальних закладах / С. Ю. Ніколаєва. К, 1996, с. 7.

³⁰ Ніколаєва С. Ю. Сучасна технологія навчання іншомовного матеріалу в середніх навчальних закладах / С. Ю. Ніколаєва. К, 1996, с. 7.

У методиці навчання російської мови (за класифікацією Т. Ладиженської) розроблено поділ аудіювання на глобальне, докладне і критичне. «Глобальне аудіювання передбачає сприймання тексту в цілому, коли слухачеві достатньо визначити, про що йшлося у висловлюванні, яка його основна думка. У повсякденному житті навички глобального аудіювання необхідні під час осмислення тематики радіо- і телепередач, виокремлення основної думки висловлювання співрозмовника. Докладне аудіювання передбачає усвідомлення основних смислових блоків аудіоповідомлення залежно від настанови, що ставить перед собою слухач або яка задається мовцем. Докладне сприймання тексту використовується під час переказу почутого висловлювання або пояснення вчителя, проведення диспуту, дискусії; коли потрібно запам'ятати декілька завдань для послідовного виконання їх. Критичне аудіювання базується і на глобальному, і на докладному сприйманні, але, крім того, воно потребує критичного осмислення сприйнятого на слух: вираження власного погляду на те, про що і як говориться в повідомленні; умотивованої згоди чи незгоди з думкою автора, його аргументацією; з формою вираження думки тощо».³¹

Аудіювання та говоріння, читання та письмо, лексика та граматики нерозривно поєднані у реальному спілкуванні. Тільки сформованість усього комплексу перерахованих механізмів мовленнєвої діяльності забезпечить інокомунікантам повноцінність повсякденної та навчальної комунікації. Людина, яка не володіє чужою мовою, на думку О. Лурії, не тільки не розуміє, але й не чує її.³²

Успішність аудіювання залежить від того, як буде сприйматися мовлення, наскільки вдало інокомунікант розумітиме його. На початковому етапі вивчення української мови іноземними слухачами сприймання відбувається частинами (словами), а потім – цілісно, як невіддільна на частини одиниця (фраза), але для досягнення такого бажаного рівня необхідні спеціальні вправлення. Механізми внутрішнього промовляння необхідні для аналізу мовлення, розуміння та запам'ятовування. Розгорнутість внутрішнього промовляння залежить від складності змісту, рівня володіння мовою, а також від умов сприймання тексту. Отже, навчання іноземців української мови потрібно будувати за принципом взаємопов'язаного формування навичок та вмінь в усіх видах мовленнєвої діяльності протягом усього навчального процесу.³³

Формування аудитивних умінь української мови має відбуватися регулярно, із поступовим ускладненням мовленнєвої практики. Оптимальним є навчання всіх видів мовленнєвої діяльності на кожному занятті: збільшувати обсяг повідомлення, ускладнювати мовний матеріал, пришвидшувати темп виконання завдань, збільшувати кількість незнайомих слів у текстах для аудіювання та обсяг самостійної роботи інокомунікантів. Які види вправ пропонують методисти?

- читання вголос;
- відновлення слів у тексті (слова або відсутні, або подані у скороченій формі);
- складання словосполучень (наприклад, добір до поданих іменників прикметників, узгодження прикметників та іменників, дієслівне керування тощо);
- слухання та повторення речень, довжина яких постійно зростає;
- сприймання на слух двох коротких простих речень, поєднання їх в одне складне;
- прослуховування низки слів, відтворення тих із них, що належать до певної теми;
- прослуховування речення, його повторення та додавання до нього ще одного, пов'язаного із ним за змістом;
- переказ тексту;
- складання розповіді ланцюжком.

³¹ Методика преподавания русского языка / Баранов М. Т., Ладыженская Т. А., Львов М. Р., Ипполитова Н. А., Ивченков П. Ф. Москва, Просвещение, 1990, с. 267.

³² Лурия А. Р. Письмо и речь: Нейролингвистические исследования / А. Р. Лурия. М.: Академия, 2002. С. 232.

³³ Федорова, О. А. Формування аудитивних умінь іноземних слухачів підготовчого відділення у процесі навчання української мови: автореф. дис ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Олександра Анатоліївна Федорова. Херсон, 2016, 20 с.: рис., табл.

Наступний вид мовленнєвої діяльності – **говоріння**. Воно вимагає від мовця активної участі в розмові, тобто студент має вдало висловлювати свої думки, а ще й розуміти слова співрозмовника. Доречним є залучення студентів до позааудиторних занять: відвідування супермаркету, поліклініки, аптеки, екскурсії до річки, участь у культурних заходах навчального закладу на початковому етапі, спільні заняття з українськими студентами тощо. Така комунікація передбачає збалансований розвиток усіх мовних навичок студента через моделювання ситуації іншомовного спілкування, коли навчання спілкуванню відбувається через спілкування.

Першорядною проблемою є формування навички читання та розуміння україномовного тексту студентами-іноземцями. Звичайно, читання неможливе без вивчення абетки й складів. Самостійно вивчити українську абетку за підручниками доволі складно: автори роблять неприпустиму помилку – не розрізняють в абетці, що подають до курсу, тверді, м'які, пом'якшені приголосні. Наприклад, літеру В ілюструють за допомогою слова «вікно», Д – «дім», Щ – «щітка» тощо. Виникає питання: як розрізнити вимову приголосних студентам надалі, вивчаючи поєднання приголосних з голосними [a], [o], [y], [e], [и] та відповідно [і]. Тобто у такому викладі відбувається хибне усвідомлення звуків.

Щоб вести діалог іноземною мовою, студентів потрібно навчитися задавати питання, формулювати прохання чи стимулювати співрозмовника. Читання й аналіз тексту на занятті є відпрацюванням, тренуванням моделей майбутніх діалогів і полілогів. Після прочитання будь-якого тексту необхідно проаналізувати його та відповісти на питання, але кожна відповідь має складатися з повного речення або двох речень. У тексти для читання слід включати лексеми на повторення або такі, що не були засвоєні або давно не відтворювані. У різних вправах і текстах слід використовувати складні для вивчення граматичні форми (наприклад, дієвідмінювання, дієслівне керування тощо) та лексичні одиниці й особливості їхнього вживання.

Студенти повинні не тільки практично володіти мовою, знати граматику, мати певний лексичний запас української, а й застосовувати сформовані навички до участі в активних видах мовленнєвої діяльності. Найкращим методом у діалогічному спілкуванні є рольова гра.

Рольове спілкування – основа навчально-пізнавального процесу, що дозволяє викладачу створювати теми учасникам комунікації, програвати ситуації соціальної поведінки, дистанціюватися і побачити чи почути свої помилки.

Специфіка рольового навчального спілкування полягає у збереженні усіх соціально-психологічних характеристик комунікації.

Завдання 1. Прочитайте діалог; складіть власний діалог за наведеним зразком.

У кафе

Офіціант:

- Добрый день (вечір)! Ось на'ше меню'.

Відвідувач:

- Дя'кую, з'араз я зроблю' замо'влення.

Офіціант:

- Що ви замовля'єте?

Відвідувач:

- Принесіть мені, будь ласка, ку'рятину, сма'жену карто'плю, сала'т з огіркi'в та помiдо'рiв.

Офіціант:

- Чи бу'дете ї'сти хліб?

Відвідувач:

- Так, я бу'ду ї'сти чорний хліб.

Офіціант:

- Які напо'ї вам запропонува'ти?

Відвідувач:

- Прине'сіть мені, будь ласка, ча'шку ка'ви з молоко'м.

Офіціант:

- Із цукром?

Відвідувач:

- Так, покладіть 2 (дві) ложки.

Офіціант:

- Що обираєте на десерт?

Відвідувач:

- Принесіть мені, будь ласка, торт «Наполео́н».

Офіціант:

- Дякую за замо́влення. Зачекайте 5 (п'ять) хвили́н.

Відвідувач:

- Принесіть, будь ласка, одра́зу мій раху́нок.

Офіціант:

- До́бре.

Вагомою в іншомовному спілкуванні є гра, організована українською мовою. Гра не тільки розвиває розумову й вольову активність, а й вимагає концентрації уваги, тренує пам'ять, розвиває мовлення. Ігрові вправи виконують навіть пасивні чи слабо підготовлені студенти. Ігрові форми навчання дозволяють використовувати усі рівні опанування знань до творчо-пошукової діяльності.

Завдання 2. Доповніть діалог репліками. Зімітуйте огляд пацієнта лікарем.

– Привіт!

–

– Як твої справи?

–

– Що сталося?

–

– У тебе щось болить?

–

– Яка ділянка спини тебе болить?

–

– Покажи, де саме.

–

– Ти відчуваєш біль у попереку чи в підлопатковій зоні?

–

– Бажаю тобі швидкого одужання.

–

– До зустрічі!

Завдання 3. Знайдіть дієслова (10).

Ж	И	Т	И	У	С	Г	Ї	О	К
Ф	І	В	Г	А	П	П	С	Р	У
Й	Ц	У	У	К	А	Е	Т	Н	П
У	С	Я	Л	С	Т	Щ	И	Ш	У
С	Т	О	Я	Т	И	Щ	З	Х	В
Р	О	Г	Л	Я	Д	А	Т	И	А
И	З	У	М	І	Т	Щ	Ї	З	Т
З	Н	А	Т	И	И	П	О	Н	И
И	Г	О	В	О	Т	Ь	Б	А	Ю
И	С	М	И	Р	И	Т	И	Т	И

Завдання 4. Відтворіть діалог між пацієнтом та лікарем.



Цікавим і доступним видом навчання української мови є перегляд фільмів. Аудіовізуальні матеріали дозволяють не тільки слухати мовлення, а й візуалізувати їх з мімікою, жестами тощо. Таке сприйняття інформації значно полегшує розуміння й запам'ятовування. Таким чином відбувається занурення у мовне середовище та кращий розвиток мовлення, і, що вкрай важливо, зняття мовного бар'єру.³⁴ Неоціненним скарбом можуть бути українські фільми чи мультфільми із субтитрами (наприклад, «Один удома»).

Навчання читанню відбувається від односкладних до багатоскладних слів. Може бути супровід іноземною мовою або ілюстративний. Обов'язковим є складання словника до кожного заняття. Лексична база охоплює теми від найпростіших: «Я і моя родина», «Мої друзі», «Продукти харчування», «Університет», «Що я люблю». Відповідно й частини мови вивчаються з іменника, а за темою «Іменник» значущими є розуміння істоти/неістоти та утворення питальних речень Хто це? Що це? Дуже важливо, коли викладач прислухається до кожного слова, що вимовляє студент, адже неправильна вимова звука формує негативну звичку не дотримуватися орфоепічних правил будь-якої мови. У цьому випадку прискіпливий викладач – запорука успіху студента.

Формування шаблонів, формул ввічливості, принципів побудови простого речення, відтворення зразків – основний крок у створенні власного тексту. Поступове оволодіння лексикую різної тематики, відповіді на запитання є важливим компонентом для розуміння тексту. Очевидно, що результативним у засвоєнні іншомовної лексики є використання наочності шляхом створення мультимедійних презентацій, які може створити будь-який викладач. Особливо зручно використовувати презентацію у поєднанні з аудіозаписом. Студент самостійно може прослухати і відтворити виучувану лексику, засвоюючи орфоепічні особливості української мови. Наприклад, індійським студентам складно вимовляти деякі приголосні – [x], [ц], [т], [д], [р], [з], [с], літери Ї, Щ, а також вони плутають графічні зображення літер англійської мови та української, що позначають різні звуки (п-р, п-н, с-к). Цієї проблеми можна позбутися, якщо використовувати фонетичні ігри і вправи, що дозволяють зняти психологічну напругу, викликати інтерес до звука чи фонетичного явища,

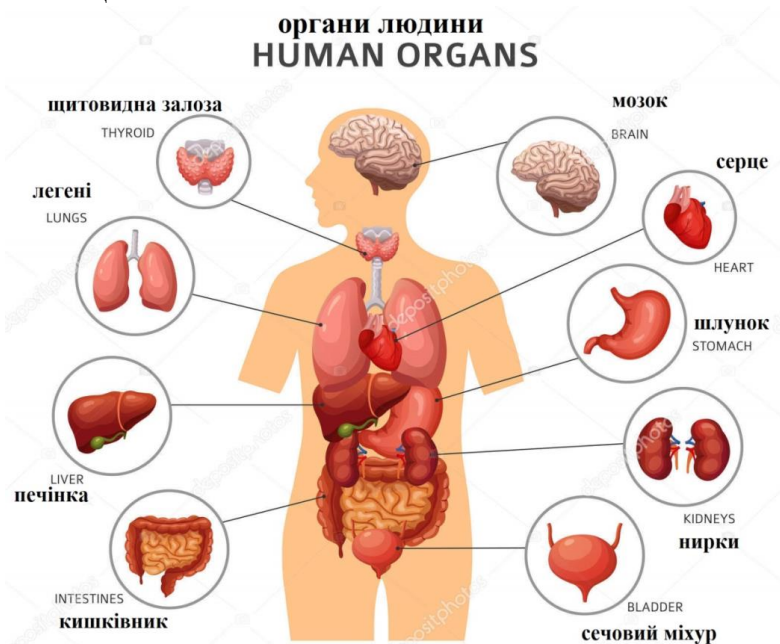
³⁴ Шкрабо О. Н. Аудіовізуальний метод в обучении иностранному языку в высшей школе / О. Н. Шкрабо // Молодой ученый. 2013, № 12, С. 543-545.

що вивчається. Це може бути протиставлення приголосних за твердістю і м'якістю, дзвінкістю і глухістю, вимова шиплячих, сполучення приголосних, вимова ненаголошених голосних.

В умовах дистанційного навчання використання інформаційних технологій є особливо цінним. До того ж для вивчення нових лексико-граматичних конструкцій або актуалізації набутих знань можна використати програму Power Point. Ця програма також дозволяє студентам складати конспекти, аналізуючи мікротексти чи повні тексти, схеми, таблиці.³⁵

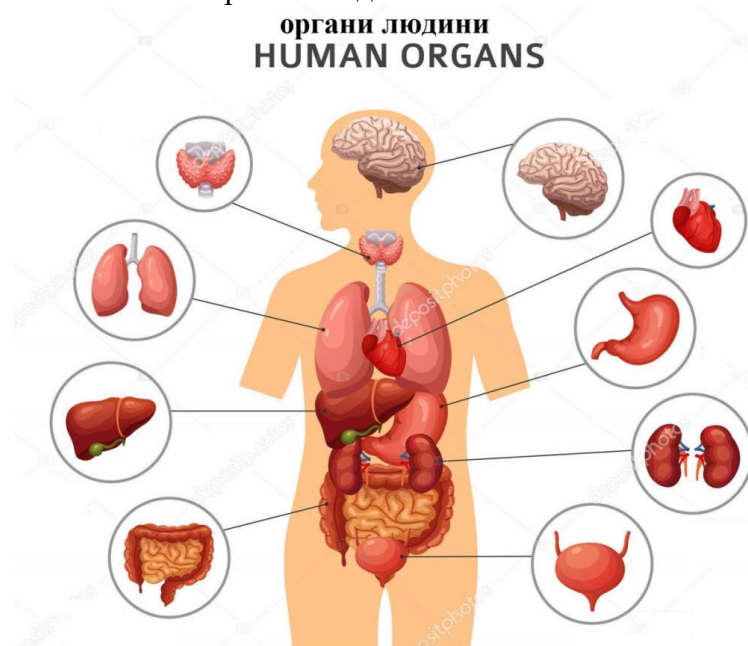
Візуалізація медико-біологічних понять, наочна демонстрація процесів та явищ, що відбуваються у тілі людини, одночасна номінація лексем допомагають розвитку словникового складу іноземного студента.

Фрагмент презентації:



Перевірка знань студента.

Завдання 5. Записати назви органів людини.



³⁵ Гринь Ю.В. До проблеми використання мультимедійних презентацій на заняттях з навчання аудіюванню фахових текстів на довузівському етапі // Проблеми і перспективи мовної підготовки іноземних студентів: матеріали X Міжнародної науково-практичної конференції (1-2 жовтня 2015 г.). Харків: ХНАДУ, 2015, С. 15-16.

Отже, комп'ютерні освітні технології повинні:³⁶

– забезпечувати кожному студенту-іноземцю можливість навчатися за оптимальною, індивідуальною програмою, що враховує повною мірою його рівень знань нерідної мови, пізнавальні здібності, мотиви, схильності та інші якості. Покращити зміст навчальної дисципліни, зберігаючи та збагачуючи знання, включені до державної програми;

– оптимізувати співвідношення теоретичної та практичної підготовки студентів-іноземців, інтенсифікувати процес навчання;

– скорочувати психічне і фізіологічне навантаження студентів.

Безперечно необхідним у навчанні української мови як іноземної є **навчання грамотного письма**. Викладачі нерідко розуміють, що більшість іноземних студентів не хочуть навчатися писати прописні букви. У навчальних посібниках цьому питанню теж приділяється мало уваги. Говорячи про графіку української мови, варто зазначити найбільш поширені варіанти помилок у роботах англомовних студентів:³⁷

- заміна однієї букви іншою, часто під впливом рідної мови;
- використання замість прописної малої літери, збільшеної в розмірах;
- написання букв, що не відповідають загальноприйнятому;
- відсутність міжлітерного зв'язку;
- додавання зайвих елементів.

Найбільш поширеними прийомами навчання каліграфії є:³⁸

- запис букв на дошці з показом поелементного написання букви;
- порівняння букв за висотою;
- способи з'єднання букв;
- порівняння написання подібних букв у рідній мові.

Навчання графіки корисно проводити в зазначеній послідовності:³⁹

- 1) демонстрація і читання прописної літери в ізолюваному положенні;
- 2) написання букви на класній дошці з поясненням написання букви;
- 3) пояснення відмінностей між окремими елементами букви і схожими на них

елементами літер рідної мови;

- 4) читання букви в ізолюваному вигляді і в контексті слова;
- 5) запис букв студентами в зошити та їхнє читання;
- 6) тренування у відтворенні букви в контексті слова з метою формування досвіду;
- 7) рекомендується також похиле письмо, оскільки воно є зручним при русі руки.

Не зважаючи на те, що усе вище зазначене О. Щукін засвідчив щодо російської мови, такі помилки та принципи навчання актуальні й в українській.

Зрозуміло, що важливими у викладанні української мови як іноземної є детальні навчальні програми та їх постійне вдосконалення відповідно до психолого-вікових особливостей групи студентів, а також **підготовка нових навчально-методичних розробок та посібників**. Вагому роль в ефективному навчанні української мови як іноземної, а також мови професійного спілкування відіграє професійно орієнтований підручник. Але інколи зміст підручника не відповідає потребам сучасного професійного середовища, має застарілі ілюстрації (наприклад, якщо говорити про медичне обладнання для майбутніх лікарів) тощо. Останнім часом підручників стає більше, але вони не здатні повною мірою забезпечити високий рівень мовної підготовки студентів-іноземців та оптимальний розвиток усіх видів

³⁶ Блага В. В. Використання інформаційних технологій при викладанні спеціальних дисциплін нерідною мовою // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). – Харьков: ХНАДУ, 2015. – 489 с. – С. 415.

³⁷ Анорус О. О. Навчання графіки російської мови // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). Харьков: ХНАДУ, 2015, с. 10.

³⁸ Там само, с. 11.

³⁹ Щукин А. Н. Методика преподавания русского языка как иностранного [Текст]: Учеб. пособие [для вузов по специальности 032900 Рус. яз. и лит. (ДПП.ДС.032906 – Рус. яз. как иностр.)] / А. Н. Щукин. Москва, Высшая школа, 2003, 334 с.

їхньої мовленнєвої діяльності. Але таку можливість дає поєднання видів мовленнєвої діяльності і творчий підхід до навчання викладача української мови.

Приклад діалогу лікаря та пацієнта:

Лікар: Скажіть, будь ласка, як Ваше прізвище?

Пацієнт: Курченко Ірина Іванівна.

Лікар: Ваш вік? Скільки Вам повних років?

Пацієнт: 47.

Лікар: Ви живете у Миколаєві?

Пацієнт: Так.

Лікар: Ваша домашня адреса?

Пацієнт: Вулиця Погранична, 5, квартира 10.

Лікар: Який у Вас номер телефону?

Пацієнт: 093-39-21-485

Лікар: Ви працюєте?

Пацієнт: Так, працюю.

Лікар: Де Ви працюєте?

Пацієнт: Я вихователька в дитячому садку № 19.

Лікар: Робочий телефон?

Пацієнт: 55-34-60.

Лікар: Ви маєте родичів у Миколаєві?

Пацієнт: Ні.

Аналіз підручників і посібників з української мови як іноземної щодо розвитку аудитивних умінь інокомунікантів засвідчив, що спостерігається дефіцит або низька якість навчальних аудіоматеріалів українською мовою: наприклад, у деяких аудіозаписах не дотримано орфоепічні норми сучасної української літературної мови (чутно пом'якшення [ж], [ч], [ш] у складах з [и]; ненаголошений [и] вимовляється, як [е]; послідовно чути специфічний акцент іноземця тощо). Складається враження, що автори підручників хочуть укласти в аудіоповідомлення регіональні особливості української мови, що є порушенням принципів навчання фонетики у презентації фонетичного матеріалу.

Неабиякої уваги заслуговує формування країнознавчої компетенції. Іноземним студентам варто знати особливості української культури, які вони пізнають через мову. Можна використати, такі теми: українські свята, українські страви, українська сучасна музика, українські традиції, образотворче мистецтво тощо. Розуміння культурних особливостей чужої мови завжди пов'язане з труднощами, адже тільки носії мови розуміють етнокультурне навантаження. Тому з метою формування мовної компетенції іноземних студентів необхідно навчати їх лексики, що відображає не тільки особливості національної культури, а й специфіку поведінки.

Таким чином, початковий етап навчання має тривати впродовж року і є надзвичайно важливим, оскільки саме тоді закладається сприйняття мови як системи, формуються навички говоріння, читання та письма, комунікативні вміння, напрацьовується активний словниковий запас, що становить лексику, яку студент-іноземець постійно використовує в усному та писемному мовленні. Одночасно з активним надзвичайно важливо формувати пасивний запас лексики, розуміння на слух або при читанні. Надалі словник студентів-іноземців другого року навчання української мови як іноземної поступово поповнюється медичною термінологією, оскільки вона, базуючись на латинській мові, має схожість з українською та англійською мовами. Вправне володіння фаховою мовою передбачає, насамперед, опанування медичною термінологією, уміння використовувати її у професійній діяльності, оскільки саме знання термінології забезпечує успішність застосування фахової мови на практиці. Крім того, поширення інформаційно-комунікативних технологій, що відкривають широкий доступ до нових інформаційних ресурсів з навчальною та професійною метою, а також для соціального та культурного розвитку особистості, також

сприяє розумінню того, що українська мова є нагальною потребою сучасних студентів-іноземців.

Отже, з огляду на це, кінцева мета викладача-мовника полягає у формуванні засад професійно орієнтованої мовної особистості, готової до фахової міжкультурної комунікації та саморозвитку в новому інформаційно-комунікативному середовищі.

Література

1. Анорує О. О. Навчання графіки російської мови // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). Харьков: ХНАДУ, 2015, 489 с.

2. Блага В. В. Використання інформаційних технологій при викладанні спеціальних дисциплін нерідною мовою // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). Харьков: ХНАДУ, 2015, 489 с.

3. Гринь Ю. В. До проблеми використання мультимедійних презентацій на заняттях з навчання аудіюванню фахових текстів на довузівському етапі // Проблемы и перспективы языковой подготовки иностранных студентов: материалы X Международной научно-практической конференции (1-2 октября 2015 г.). Харьков: ХНАДУ, 2015, 489 с.

4. Кочкина З. А. Понимание звучащей речи (обзор американских работ) / З. А. Кочкина // Вопросы психологии. 1983, № 3, С. 161-167.

5. Лурия А. Р. Письмо и речь: Нейролингвистические исследования / А. Р. Лурия. М.: Академия, 2002, 352 с.

6. Методика преподавания русского языка / Баранов М. Т., Ладыженская Т. А., Львов М. Р., Ипполитова Н. А., Ивченков П. Ф. М. : Просвещение, 1990, 368 с.

7. Ніколаєва С. Ю. Сучасна технологія навчання іншомовного матеріалу в середніх навчальних закладах / С. Ю. Ніколаєва. К, 1996, 96 с.

8. Федорова, О. А. Формування аудитивних умінь іноземних слухачів підготовчого відділення у процесі навчання української мови : автореф. дис ... канд. пед. наук: 13.00.02 / Олександра Анатоліївна Федорова. Херсон, 2016, 20 с.: рис., табл.

9. Шкрабо О. Н. Аудиовизуальный метод в обучении иностранному языку в высшей школе / О. Н. Шкрабо // Молодой ученый. 2013, № 12, С. 543-545.

10. Щукин А. Н. Методика преподавания русского языка как иностранного [Текст]: Учеб. пособие [для вузов по специальности 032900 Рус. яз. и лит. (ДПП.ДС.032906 – Рус. яз. как иностр.)] / А. Н. Щукин. Москва: Высшая школа, 2003, 334 с.

1.5. SOME ASPECTS OF STUDYING POWER FITNESS BY STUDENTS OF SPECIALTY "PHYSICAL CULTURE AND SPORTS"

1.5. ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ СИЛОВОГО ФІТНЕСУ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ»

У сучасному суспільстві поняття «фітнес» та «здоровий спосіб життя» є символами і показниками якості життя.

Фітнес розуміють як засіб для забезпечення оптимальної якості життя, що включає соціальний, психічний, духовний та фізичний компоненти різнобічного розвитку людини.⁴⁰

На думку фахівців, принципова відмінність «фітнесу» від фізичної культури полягає в тому, що фітнес представляє собою таку форму фізичної культури, яка об'єднує в собі базові засади фізкультурно-спортивної діяльності та наявність комфортних соціокультурних умов, в яких здійснюється процес «споживання» продукту (інакше «фітнес-послуги»). Така специфіка висуває відповідні вимоги до фітнес-тренера, як до фахівця, який не тільки надає оздоровчу послугу, але й є фактично її продавцем.⁴¹

У США та країнах Європи професійним вважається такий персональний фітнес-тренер, який передбачає використання індивідуального підходу для оцінки стану здоров'я клієнта, мотиваційних аспектів у тренуванні. Зрозуміло, що кожний тренер є педагогом, навчаючи свого підопічного техніки виконання вправ. Обов'язковим є врахування і стану здоров'я, і фізичної підготовленості.

Вимоги суспільства не вичерпано загальними знаннями. «Модними», визнаними є такі тренери, які мають спеціальні компетенції у галузі харчування, дієтології, відновлення після травм та хвороб. Працювати у США чи Європі в якості персонального фітнес-тренера (Personal Training) може особа, яка пройшла відповідну сертифікацію компетентності (хоча досить поширеною практикою є допуск до роботи фітнес-тренерів взагалі без сертифікації.⁴² В Україні відсутні уніфіковані вимоги, державні стандарти до ліцензування або затверджені програми навчання для персональних тренерів, але фахову освіту можуть отримати усі охочі, вступивши до вищого навчального закладу.

Аналіз соціально-економічного розвитку України свідчить про труднощі в організації фізкультурно-оздоровчої роботи з дорослим населенням. Основною організаційною ланкою у фізкультурно-оздоровчій діяльності з дорослими, безумовно, є фітнес-клуби, де люди можуть задовольнити широкий спектр фізкультурно-оздоровчих інтересів і потреб. Кожен заклад відповідно до своїх функцій і мети пропонує тренувальні програми, допомагає охочим вибирати формати занять згідно з їхніми можливостями і побажаннями.⁴³ Отже, вимоги часу є. Пропозицій щодо вибору виду фітнесу – безліч.

Силовий фітнес завжди був популярним, тому постійний розвиток його напрямів є передбачуваним й очевидним. Бодібілдинг, кросфіт, пауерліфтинг зумовлюють появу й розвиток нових програм тренувань. Тренери-фахівці створюють конкуренцію між фітнес-клубами, адже таким чином посилюються вимоги до рівня їхньої професійної компетентності. Персональні тренери, що спеціалізуються на силових напрямках фітнесу, повинні володіти широким спектром знань галузі фізичної культури та рекреації, мати навички роботи з різноманітним технічним забезпеченням, а також володіти знаннями правил харчування, психології спілкування та мотивації людини.⁴⁴

⁴⁰ Сайкина Е. Г. Концептуальные основы подготовки специалистов по фитнесу в современных социокультурных условиях, СПб, Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007, 393 с.

⁴¹ Беставишвили Т. Г. Разумный фитнес. Книга руководителя, СПб.: Изд-во «Нестор-История», 2011, с. 23.

⁴² Корносенко О. К. Роль фитнесу у системі оздоровчої фізичної культури / О. К. Корносенко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2013. – Вип. 112. – С. 233.

⁴³ Корносенко О. К. Роль фитнесу у системі оздоровчої фізичної культури / О. К. Корносенко // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – 2013. – Вип. 112. – С. 233.

⁴⁴ Калашников Д. Г. Построение учебных программ повышения квалификации специалистов фитнес-клубов: дисс... канд. пед. наук: 13.00.04 / Дмитрий Геннадиевич Калашников. – Волгоград. – 2005. – 125 с.

Не зважаючи на те, що у сучасній науково-методичній літературі існує ряд досліджень, які демонструють позитивний вплив фізичних вправ силової спрямованості на організм, фундаментальних студій щодо професійної діяльності та загальної підготовки фітнес-тренерів недостатньо. А окремі аспекти силових напрямів фітнесу вимагають більш детального дослідження.

Отже, необхідність якісної професійної підготовки майбутніх тренерів, що спеціалізуються на силових напрямках фітнесу на етапі навчання їх у вищій школі, а також потреби у формуванні професійної компетенції майбутнього тренера є досі актуальними.

Пошук конкурентоспроможних спеціалістів у царині силового фітнесу спонукає до аналізу й розуміння навчального процесу у вищих навчальних закладах не тільки як фахової підготовки, а й як цілісної та різнобічної системи.

Висококваліфікований фахівець з фітнесу, крім особистісних та професійних якостей, має бути здатним⁴⁵

- навчати здорового способу життя;
- тренувати відповідно до потреби споживача;
- залучати до фізкультурно-оздоровчої діяльності різні верстви населення;
- розкривати людям переваги занять фізичною культурою та силовим фітнесом зокрема для покращення якості життя, його продовження та передачі досвіду майбутнім поколінням.

Конкретними завданнями у навчанні є ознайомлення з аспектами здорового способу життя, особливостями оздоровчого та спортивного тренування, зі структурою та змістом програм занять відомих вітчизняних та зарубіжних авторів, нетрадиційними системами фізичних вправ інноваційного характеру. З цією метою в курс «Силовий фітнес» у Чорноморському національному університеті імені Петра Могили введено такі теми: «Концепція збалансованого та оптимального харчування із урахуванням вікових особливостей організму», «Передовий міжнародний досвід розвитку оздоровчо-рекреаційної рухової активності» тощо. Перед майбутніми фахівцями такі завдання:

- знати популярні форми рухової активності та методики їх проведення;
- знати теоретико-методичні основи побудови занять із використанням новітніх фітнес-технологій;
- знати методи лікарсько-педагогічного контролю;
- знати засоби відновлення у процесі занять фітнесом;
- знати основи психології робіт з різними групами населення;
- уміти визначати раціональні параметри фізичних навантажень у процесі фізкультурно-оздоровчих занять;
- уміти складати комплекс вправ для різних груп населення в залежності від фізичного стану, віку, статі та фізичної підготовленості;
- уміти використовувати новітні фітнес-технології в залежності від вікових особливостей, статі, фізичної підготовленості, а також рівня фізичного стану;
- уміти самостійно проводити заняття з використанням новітніх технологій фізичного виховання;
- уміти самостійно складати програми занять для різних груп населення в залежності від фізичного стану, фізичної підготовленості, віку та статі;
- застосовувати контроль фізичних навантажень на заняттях силовим фітнесом;
- здійснювати контроль та самоконтроль на заняттях силовим фітнесом.

Таким чином, набуття зазначених компетентностей дає можливість майбутнім фахівцям фізичної культури і спорту створювати індивідуально орієнтовані фітнес-програми.

Класифікація фітнес-програм ґрунтується:⁴⁶

⁴⁵ Томенко О. А., Ісаєва О. О. Особливості курсової підготовки фітнес-тренерів, що спеціалізуються на силових напрямках фітнесу. «Молодий вчений», № 3.1 (43.1), березень, 2017 р.

⁴⁶ Фізичне виховання. Фітнес-технології силової спрямованості: практикум / Ю. О. Усачов, С. П. Пунда, В. В. Білецька. К.: НАУ, 2014, с. 7.

- на одному виді рухової діяльності (наприклад, аеробіка, оздоровчий біг, плавання);
- на поєднанні декількох видів рухової активності (наприклад, аеробіка й бодібілдинг; аеробіка та стретчинг; оздоровче плавання і біг тощо);
- на поєднанні одного або кількох видів рухової активності та різних чинників здорового способу життя (наприклад, аеробіка й загартовування; бодібілдинг і масаж; оздоровче плавання й комплекс водолікувальних відновлювальних процедур).

Силові програми можуть бути різними, але їхні складові такі:

- розминка;
- аеробна частина;
- кардіореспіраторний компонент (частина програми, орієнтована на розвиток аеробної продуктивності);
- силова частина;
- компонент розвитку гнучкості (стретчинг);
- завершальна (відновлювальна) частина.

Силові тренінги, що використовують у фітнесі, мають анаеробний характер – вони нетривалі, «мало напружені» і спрямовані на підвищення м'язового тону, укріплення м'язів (рідко на нарощування м'язової маси) та формування атлетичної статури. Виокремлюють такі різновиди основних вправ:⁴⁷

- з обтяженням робочої ланки вагою власного тіла;
- зі стандартними снарядами: гирями, гантелями, штангою;
- з еластичними предметами: гумовим бинтом, еспандером, фітболом;
- з опірністю партнера;
- на тренажерах із постійним і змінним навантаженням.

Для підвищення ефективності подібних занять широко застосовують різні вільні ваги:

- гантелі;
- боді-бари (гімнастичні палиці);
- спеціальна штанга (памп);
- набивні м'ячі;
- гирі.

Розгляньмо деякі види силового фітнесу.

Бодібілдинг (культуризм, атлетична гімнастика) – система фізичних вправ із різними обтяженнями, що виконуються для розвитку силових здібностей і корекції форми тіла.

Техніка рухів відрізняється відносною простотою та доступністю. Проте деякі вправи не можна виконувати без попередньої фізичної і технічної підготовки, оскільки вони розраховані на спортсменів, які мають достатньо високий рівень розвитку координаційних здібностей, сили і гнучкості. Як правило, вправи виконують в середньому або повільному темпі, рідше – у швидкому.

Більшість рухів атлети засвоюють одразу після демонстрації їх із наступною корекцією інструктором або тренером.

Заняття культуризмом впливають переважно на розвиток сили, хоча деякі вправи дають можливість поєднувати розвиток силових показників і гнучкості.

Вправи в культуризмі виконують як з вільними обтяженнями (штанги, гантелі), так і на спеціальних тренажерах, які дають змогу виконувати рухи в різних режимах роботи м'язів, з різною амплітудою та диференціювати величину навантаження.

Едвард Т. Хоулі, Б. Дон Френкс, А. Шварценеггер, Джо Вайдер – відомі спеціалісти теорії й методики фізичного виховання.

Одним із видів спорту, який активно розвивається в світі та в Україні є **пауерліфтинг**. Пауерліфтинг – силовий вид спорту, що полягає у подоланні максимального важкого опору щодо ваги спортсмена. Його також називають силовим триборством. Це пов'язано з тим, що

⁴⁷ Там само, с. 11.

до змагань з пауерліфтингу включені 3 вправи: присідання зі штангою, жим штанги лежачи та станова тяга штанги. Найголовніше в пауерліфтингу – силові показники. Тут, на відміну від бодібілдингу, не має значення, як виглядає тіло. Під час змагань спортсмени змагаються в різних вагових категоріях. Для участі допускаються чоловіки і жінки, а також підлітки. Оцінюють спортсменів, виходячи з сумарної максимальної ваги, взятої в 3-х вправах. Якщо показники учасників змагань однакові, перемогу віддають людині з найменшою масою тіла.⁴⁸

Популярність пауерліфтингу пояснюється простотою, доступністю цього виду спорту, швидким ростом результатів і позитивним впливом на здоров'я людини. Заняття пауерліфтингом приводять до збільшення м'язової сили, укріплюють зв'язки та суглоби, допомагають удосконалювати витривалість, гнучкість та інші корисні якості, виховують волю, впевненість в своїх силах, підвищують працездатність всього організму.

Кросфіт – круговий тренінг, який визначається виконанням конкретного комплексу завдань за найменший проміжок часу. Він істотно відрізняється від звичайних кругових тренувань. У кросфіті використовують навантаження, орієнтовані на одночасний розвиток сили, витривалості та спритності. Тому кросфіт, в основному, ділять на гімнастику, кардіо та важку атлетику.⁴⁹ Тренування більш функціональні, тому що базові вправи, наприклад, ривки або біг, можна комбінувати, поєднуючи з веслуванням, спринтерськими забігами, роботою з вільними вагами.

У концепції кросфіту індивідуальний комплекс підбирають, ґрунтуючись на можливості спортсмена та оснащенні фітнес-клубу. Потрібно розуміти, що це посилені заняття та для більшої частини вправ потрібно застосування складної техніки. Новачкові треба ґрунтовно організувати процес, неодмінно під наглядом лікаря та тренера. Грамотно розподілені навантаження – запорука відмінної фізичної форми та гарного здоров'я.

Програма тренувань кросфіту підходить для будь-якого виду спорту (та атлетів із різними здібностями). У ній об'єднані біг, веслування, стрибки, лазіння канатом, робота з вільними вагами, кільцями. Стандартний тренувальний день поєднує розминку, ознайомлення та опрацювання нових рухів, WOD (workout of the day), роботу над помилками. Досягнення WOD випишують для загального інформування, щоб підтримувати «змагальне середовище» в команді та спонукати до поліпшення результатів.

Програма призначена не тільки для людей із високим рівнем підготовки: вона рекомендується всім, хто хоче бути в хорошій формі. Є навіть КроссфитKids, розроблений саме для дітей. Важливо зазначити – спочатку тренінг може бути жорстким, тому приступати до занять необхідно поступово.

Кросфіт допомагає оптимально розвивати витривалість, гнучкість, силу, потужність, координацію, швидкість, спритність, точність. Сприяє зміцненню дихальної системи, імунітету, опрацювання всіх основних груп м'язів та забезпечує індивідуальний підхід за допомогою різноманітних навантажень, додатковий стимул завдяки змагальній атмосфері, стрімкий ефект.

На думку спеціалістів (А. А. Атиля, 2003; Р. Х. Амінов, 2005; Н. О. Базилевич, 2016; А. З. Зиннатуров, І. І. Панов, 2014), застосування кросфіту сприятиме комплексному розвитку фізичних і психічних якостей.^{50,51,52} Дослідження ряду авторів показують, що

⁴⁸ <https://mixsport.pro/ua/blog/pauerlifting-cto-eto-upraznenia-istoria-ekipirovka>.

⁴⁹ https://prof.interatletika.com/ua/news/chto_takoe_krossfit_istoriya_programma_polza_preimushchestva/.

⁵⁰ Базилевич Н. О. Особливості використання нового виду спорту «Crossfit» у самостійній фізкультурно-оздоровчій роботі студентів / Н. О. Базилевич, О. С. Тонконог // Гуманітарний Вісник ДВНЗ «Переяслав-Хм. ДПУ імені Григорія Сковороди» Спецвипуск. – Переяслав-Хмельницький, ФОП Лукашевич О. М., 2016. – С. 136-142.

⁵¹ Зиннатуров А. З. Кроссфит как направление совершенствования процесса физического воспитания в вузе / А. З. Зиннатуров, И. И. Панов. Известия Тульского государственного ун-та.: Физическая культура. Спорт. – № 1/2014. – С. 14-19.

⁵² <http://journal.crossfit.com/2009/02/crossfits-new-definition-of-fitness-volume-under-the-curve-1.tpl>.

кросфіт як вид спорту має свої характерні особливості – різнобічний характер впливу на організм і на розвиток спеціальних професійно-важливих якостей.

Кросфіт розділяють на «фізкультурний» (для більшості людей) і «змагальний» (для елітних атлетів, професійних спортсменів). Тренування включають в себе елементи з інтервальної роботи високої інтенсивності, важкої атлетики, легкої атлетики, пліометрики, пауерліфтингу, гімнастики, гіревого спорту та інших видів спорту і фізичної діяльності.^{53 54}

Важливо, що у кросфіті поєднують різні вправи, мета яких – досягнення всіх рівнів фізичної підготовки в поєднанні з гармонійним розвитком всього тіла. У цих тренуваннях не використовують ізольованих вправ як на тренажерах, так і з вільною вагою. Кросфіт-тренування складаються із загальної розминки, розвиваючого блоку необхідних навичок і 10-20 хвилин високоінтенсивного тренінгу.⁵⁵

Шейпінг (силовий фітнес-клас) – розроблена фахівцями радянської школи аеробіки й бодібілдингу система фізкультурно-оздоровчих занять для жінок і дівчат, спрямована на досягнення гармонійно розвинених форм тіла в поєднанні з високим рівнем рухової підготовленості. Використовуються вправи статодинамічного характеру – у яких передбачено короткотривалі зупинки (на 0,5-1 с) у різні моменти циклу руху.

Вправи за системою Пілатеса (силовий фітнес-клас) – система вправ, заснована за принципами йоги, відрізняється від традиційних комплексів силових вправ, в яких ізольовано проробляється той чи інший м'яз. У ході занять за системою Пілатеса задіяна більшість компонентів обраної групи м'язів, які погано піддаються тренуванню у звичайному режимі. Особливість цієї системи – свідоме виконання вправ, які позитивно діють на опорно-руховий апарат, сприяють підвищенню гнучкості, стимулюють розвиток функцій зовнішнього дихання.

Супер-стронг (силовий фітнес-клас) – силова аеробіка, заснована на використанні важких палиць – бодібарів, а також різного інвентарю (амортизаторів, гантелей). Існують окремі вправи для розвитку м'язів ніг, черевного преса й плечового поясу.

Памп-аеробіка (силовий фітнес-клас) – створений у фітнес-центрах Австралії напрям танцювальної аеробіки з використанням спортивних снарядів (поперечки, міні-штанги, гантелі). Тренування має ступеневий характер, тривалість стандартного курсу – 3 місяці. Інтервально-коловий варіант тренінгу передбачає використання степ-платформи. Використовуються різні жими, присідання, нахили, що потребують роботи різних груп м'язів. Заняття з боді-пампу виконують без зупинки протягом 45 хвилин, під ритмічну музику. Танцювальні елементи з неї усунені. Замість них – різні жими, нахили і присідання. Тренувальний ефект аеробіки з штангою, без сумніву, дуже високий, проте рекомендовано її лише фізично підготовленим людям.

Силові вправи використовують для реабілітації після травм м'язів і суглобів та для профілактики таких захворювань, як остеопороз, артроз, артрит тощо. У процесі силової підготовки збільшується рівень гемоглобіну та кількість червоних кров'яних тілець в крові, зменшується рівень холестерину в організмі. Заняття вправами силової спрямованості допомагають знизити стрес і напруження, сприяють формуванню позитивної думки про себе, прищеплюють дисциплінованість та підсилюють мотивацію, яка переноситься на інші сфери життя.⁵⁶

⁵³ Базилевич Н. О. Особливості використання нового виду спорту «Crossfit» у самостійній фізкультурно-оздоровчій роботі студентів / Н. О. Базилевич, О. С. Тонконог // Гуманітарний Вісник ДВНЗ «Переяслав-Хм. ДПУ імені Григорія Сковороди» Спецвипуск. – Переяслав-Хмельницький, ФОП Лукашевич О. М., 2016. – С. 136-142.

⁵⁴ Зиннатуров А. З. Кроссфит как направление совершенствования процесса физического воспитания в вузе / А. З. Зиннатуров, И. И. Панов. Известия Тульского государственного ун-та.: Физическая культура. Спорт. – № 1/2014. – С. 14-19.

⁵⁵ Базилевич Н. О., Тонконог О. С. Вплив занять кросфітом на формування мотивації студентів до регулярних занять фізичною культурою і спортом. Молодий вчений, № 2 (42) лютий, 2017 р., С. 115.

⁵⁶ Стеценко А. І. Теорія і методика атлетизму: навч. посіб. / А. І. Стеценко, П. М. Гунько. – Черкаси: Вид. Черкас. нац. ун-ту ім. Б. Хмельницького. – 2011. – 2016 с.

Тренувальна робота складається з різних тісно взаємопов'язаних компонентів: обсягу та інтенсивності, часу і частоти тренувальних занять, темпу й амплітуди руху у вправі, режимів роботи м'язів тощо. За допомогою зміни будь-якого компонента тренувальної роботи можна регулювати спрямованість тренувальних занять. Головним питанням тренування у силовому фітнесі є вибір навантажень, адекватних можливостям організму тих, хто займається.

Інтенсивність – це якісний показник тренувальної роботи (спроби, піднімання, вправи тощо), котра виконується за заздалегідь визначену одиницю часу.

Виходячи із закономірностей методики розвитку сили та збільшення м'язової маси, фахівці⁵⁷ рекомендують застосовувати сім зон інтенсивності тренувальних занять: дуже мала (30-39%), мала (40-49%), середня (50-69%), помірновелика (70-79%), велика (80-89%), близька до граничної (90-99%), гранична (100%). «Інтенсивність роботи завжди розглядається у комплексі з іншими її компонентами, наприклад характером фізичних навантажень або вправ. Залежно від просторової та динамічної структури, комплексності й складності всі силові вправи розрізняють за такими ознаками: а) вид обтяження (маса тіла, опір партнера, еспандери, гантелі, гирі, штанга, тренажери тощо); б) вихідне і кінцеве положення ланок тіла та амплітуда руху; в) темп виконання руху (повільний, середній, швидкий, вибуховий тощо); г) режим роботи м'язів під час руху (долаючий, поступальний, утримуючий, комбінований тощо); д) принцип регулювання тренувальної роботи у вправі чи серії вправ. Показником якості силових вправ є темп їх виконання, зумовлений проміжком часу кожного повторення».⁵⁸

Таким чином, під час професійної підготовки майбутніх тренерів доцільно враховувати спрямованість фітнес-програм, згідно з якими вони поділяються на аеробні, силові вправи, вправи, що сприяють розвитку гнучкості, та психомоторної координації. В якості основних методичних ознак засобів фітнесу виділяти такі, як різноманітність та взаємозамінність; чітка регламентованість, здатність до трансформації, можливість здійснювати вибірковий вплив на організм, можливість вирішення широкого кола завдань, іноваційність.

Література

1. Базилевич Н. О. Особливості використання нового виду спорту «Crossfit» у самостійній фізкультурно-оздоровчій роботі студентів / Н. О. Базилевич, О. С. Тонконог // Гуманітарний Вісник ДВНЗ «Переяслав-Хм. ДПУ імені Григорія Сковороди» Спецвипуск. – Переяслав-Хмельницький, ФОП Лукашевич О. М., 2016. – С. 136-142.
2. Базилевич Н. О., Тонконог О. С. Вплив занять кросфітом на формування мотивації студентів до регулярних занять фізичною культурою і спортом. Молодий вчений, № 2 (42) лютий, 2017 р., с. 115.
3. Беставишвили Т. Г. Разумный фитнес. Книга руководителя, СПб.: Изд-во «Нестор-История», 2011, 536 с.
4. Зиннатуров А. З. Кроссфит как направление совершенствования процесса физического воспитания в вузе / А. З. Зиннатуров, И. И. Панов. Известия Тульского государственного ун-та.: Физическая культура. Спорт. – № 1/2014. – С. 14-19.
5. Пуцов О. І. Атлетизм: навч. посіб. / О. І. Пуцов, І. О. Капко, В. Г. Олешко. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. – 232 с.
6. Сайкина Е. Г. Концептуальные основы подготовки специалистов по фитнесу в современных социокультурных условиях, СПб, Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2007, 393 с.
7. Стеценко А. І. Теорія і методика атлетизму: навч. посіб. / А. І. Стеценко, П. М. Гунько. – Черкаси: Вид. Черкас. нац. ун-ту ім. Б. Хмельницького. – 2011. – 2016 с.

⁵⁷ Пуцов О. І. Атлетизм: навч. посіб. / О. І. Пуцов, І. О. Капко, В. Г. Олешко. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. – 232 с.

⁵⁸ Там само.

8. Традиции и инновации российского высшего образования в сфере физической культуры: опыт транскультурного ориентирования, СПб.: Изд-во «Стратегия будущего», 2011, 274 с.

9. <http://journal.crossfit.com/2009/02/crossfit-new-definition-of-fitness-volume-under-the-curve-1.tpl>.

10. <https://mixsport.pro/ua/blog/pauerlifting-cto-eto-upraznenia-istoria-ekipirovka>.

11. https://prof.interatletika.com/ua/news/chto_takoe_krossfit_istoriya_programma_polza_premushchestva/.

1.6. DEVELOPMENT OF COMMUNICATION MANAGEMENT IN TOURISM

1.6. РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ТУРИЗМІ

Вступна частина. Комунікація є найважливішим елементом системи управління, єдиною ланкою в структурі інтелектуального капіталу. Оскільки економічні системи не можуть розвиватися без відтворення всіх видів інтелектуального капіталу, без оновлення освітнього, культурного і наукового потенціалу, комунікативний чинник в розвитку економічних систем стає умовою економічного прогресу і внутрішнім елементом стійкого економічного зростання. Міцність та якість стосунків між персоналом підприємств туристичної галузі залежить в основному від того, наскільки чіткими та чесними є їхні міжособистісні стосунки.

Комунікація – явище універсальне, а її зміст та форми потрапляють у поле зору багатьох наук соціально-гуманітарного, природничо-наукового і науковотехнічного циклів. Вона є необхідною і всезагальною умовою життєдіяльності людини та однією з фундаментальних засад існування суспільства. Обмінюючись інформацією, партнери по спілкуванню комунікують один з одним, не тільки передаючи та приймаючи знання, думки, ідеї, почуття і настрій, але і впливаючи на поведінку один одного, здійснюючи взаємне маніпулювання. Комунікація – процес обміну смисловою інформацією між людьми за допомогою знаків і символів, при якому інформація передається цілеспрямовано, приймається вибірково у відповідності з певними правилами, незалежно від того, цей процес призводить до порозуміння чи ні.

Методологія. Аналіз наукових досліджень доводить, що в XXI ст. інтерес до проблем туристичної галузі невпинно зростає. Особливо помітне зростання дослідницького інтересу до проблем комунікації та інформації став спостерігатися у другій половині XX ст. Викликаний він був у першу чергу бурхливим розвитком кібернетики і обчислювальної техніки, математичного аналізу і математичної теорії комунікації, а також сучасних електронних систем зв'язку. З появою робіт зарубіжних і вітчизняних вчених Н. Вінера, К. Шеннона, У. Р. Ешбі, А. В. Берга, А. Н. Колмогорова та інших термінів «комунікація», «інформація», «інформаційний обмін» отримали широке поширення в самих різних галузях науки і стали чи не найбільш багатозначними. До початку 1960-х рр. тільки у зарубіжній філософській, соціологічній та іншій спеціальній науковій літературі налічувалося близько сотні визначень «комунікації».⁵⁹

Метою дослідження – є теоретичне обґрунтування систем взаємодії і спілкування різних представників соціуму. У цій теорії засоби комунікації розглядаються в якості єдиного стимулу та джерела соціального розвитку. Інформація виступає основою культури та всіх культурних цінностей.

Результати досліджень. Розкриваючи суть комунікативного менеджменту як чинника підвищення ефективності управління економічними системами, доцільно підкреслити його місію: формування і реалізація стратегії приросту цінності людини як суб'єкта господарювання через збільшення всіх видів капіталу економічної системи.

Комунікативний менеджмент в туризмі використовує наступні технології і інструменти:

- 1) зв'язки з громадськістю;
- 2) зв'язки з акціонерами, інвесторами і партнерами;
- 3) брендінг;
- 4) формування іміджу і управління репутацією;
- 5) зв'язки із засобами масової інформації;
- 6) програму просування.

⁵⁹ Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 368 с.

Синергетичний ефект від використання технологій і інструментів комунікативного менеджменту полягає в досягненні ефективного кінцевого результату функціонування економічної системи. Це може служити ще одним аргументом на користь інтегрованої комунікації як основи комунікативного менеджменту. Крім того, зв'язки з громадськістю, засобами масової інформації та інші технології і інструменти комунікативного менеджменту пропонується розглядати як частину системи комунікації. Загалом інформаційно-комунікативну сферу суспільства можна розглядати в контексті дослідження типології комунікативного менеджменту в аспектах:

- 1) ієрархічно-територіального рівня і простору управління;
- 2) базових сфер суспільства (державно-правової, економічної, соціальної, духовної);
- 3) галузево-функціональних видів менеджменту;
- 4) ієрархічно-регулятивного рівня управління;
- 5) часового простору управління.

З огляду на реалії функціонування різних сфер суспільства варто звернути увагу на інформаційно-комунікативні аспекти таких сфер менеджменту:

- 1) правовий комунікативний менеджмент (забезпечує правове регулювання суспільного життя через діяльність органів державної влади);
- 2) економічний комунікативний менеджмент (регулює економічну сферу суспільства, детермінує економічні інтереси, економічні відносини, роль держави);
- 3) соціальний комунікативний менеджмент (полягає в регулюванні соціальної сфери суспільства, узгодженні соціальних відносин, інтересів і потреб особистостей, соціальних груп тощо);
- 4) політичний комунікативний менеджмент (передбачає регулювання політичної сфери суспільства, гармонізує політичні відносини, інтереси і потреби суб'єктів політики);
- 5) гуманітарний комунікативний менеджмент (спрямований на забезпечення прав людей в культурній, етнонаціональній, освітній, науковій та інших видах діяльності).

Роль комунікативного менеджменту полягає, насамперед, в інформативному забезпеченні здійснення всіх видів і форм менеджменту, оскільки основним ресурсом менеджменту є інформація, а основною технологією – комунікація.⁶⁰

Специфіка комунікативного менеджменту в туризмі відображена також у низці спеціалізованих функцій:

- 1) інтегруючої – обумовлена використанням нових управлінських, маркетингових і інформаційних технологій, інноваційною активністю і творчістю;
- 2) інформаційної – обумовлена знанням закономірностей інформаційного обміну, який здійснюється для досягнення якоїсь практичної мети, вирішення якоїсь проблеми;
- 3) контактостановлюючої – від її реалізації залежить успіх комунікативного задуму, тому потрібне досконале знання цільової аудиторії;
- 4) самопрезентації – реалізується при створенні іміджу, репутації, які, в свою чергу, можуть і не відповідати статусу і комунікативній ролі;
- 5) ритуальної – використовується в методах роботи з персоналом туристичної фірми (корпоративні святкування, нагородження, вшановування з приводу і т. д.), а також здійснюється при офіційних церемоніях;
- 6) освітньої – досліджує комунікативні навички цільових аудиторій, реалізує на практиці нові ідеї, поширює досягнення у області сучасної комунікації.

Вітчизняні туристичні компанії ще не повною мірою використовують ті можливості, які дають добре сплановані і ефективно реалізовані комунікації. Багато учасників туристичного ринку не усвідомлюють, що ефективні комунікації на всіх рівнях – із споживачем, з постачальником, з власним співробітником – це важливий ресурс бізнесу, так само як фінанси або час.

⁶⁰ Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б. П., Панченко Ю. В., Федотова Н. В. Менеджмент і маркетинг туризму. Навч. посібник / за ред. О. С. Лугініна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012 – 364 с.

Фактично питання про відкритість організації зовнішньому впливу ставиться не до комунікацій як таких, а до характеру організації. Отже, вибір підходу до керування комунікаціями – проблема не стільки (або принаймні, не тільки) менеджера по комунікаціях, скільки загального керування. Від вибору підходу можна судити про ступінь поінформованості організації в області комунікацій.⁶¹

Організація, у якої цей показник дуже високий, повною мірою відкрита зовнішньому впливу. При цьому потрібно врахувати, що не тільки сама туристична організація передає повідомлення, але таку ж позицію займають інші організації стосовно неї. Як і раніше існують два типи комунікаційних потоків, які вимагають «керівної руки»: контрольовані потоки при одnobічному русі й реальні потоки – при двобічному русі. Питання полягає в тому, який тип потоків варто вибрати в тій або іншій конкретній ситуації.

Такий вибір пов'язаний з фазою розвитку внутрішньої політики й порушує питання про наявність в організації необхідних можливостей для внутрішнього впливу. Вибір також пов'язаний з рівнем розвитку суспільної групи, до якої належить інша сторона. Суспільні групи розділяють на латентні, свідомі й активні. Кожний тип є унікальним, з тільки йому властивими потребами в інформації й комунікаціях. У світлі цих подань напрямок контакту й очікуваний результат можна прийняти за керовані параметри комунікацій.⁶²

По характеру контакту можна виділити контрольований одnobічний і двобічний рух комунікацій, а по очікуваному результаті – сприйняття повідомлення в його початковому виді і цілеспрямований вплив на знання, установки й поведіння, надалі іменоване «впливом». Таким чином, ми маємо по два значення в кожній із двох площин. Розмістивши їх у вигляді матриці, ми одержуємо ситуаційну модель керування комунікаціями, у якій по вісі абсцис відкладається напрямок потоку комунікацій, а на вісі ординат – очікуваний результат.

Таким чином, модель розбивається на чотири поля, які входять у компетенцію менеджера по комунікаціях, і утворюють комунікаційну мережу. Вибір певної моделі комунікації залежить від типу проблеми, фази політики й фази громадськості. Квадрат «одnobічний рух» – «одкровення» відповідає основній стратегії інформування. Це стратегія передавача, що інформує кого-небудь про щонебудь для того, щоб підштовхнути його до розгляду цього об'єкта, сформулювати про нього думки й при необхідності сприяти ухваленню рішення про характер дій.

В умову цієї стратегії входить завершена, сформована політика (тому що повідомлення повинне бути абсолютно чітким і ясним) і потреба в інформації з боку громадськості, що свідчить про її поінформованість. На перетинанні значень «одnobічний рух» і «вплив» перебуває основна стратегія переконання.

Ця стратегія – наріжний камінь реклами й пропаганди. У цей квадрат попадають і комунікації туристичної корпорації, завдання яких – створення максимально позитивного відношення в релевантних зовнішніх групах. Для цієї стратегії характерно цілеспрямований вплив на знання, установки й поведінку аудиторії. Умови її ефективної реалізації – завершена політика й млява (латентна) громадськість.

У квадраті «двосторонній рух» – «одкровення» перебуває основна діалогова стратегія. Вона нерозривно пов'язана з потребою в професійній пораді консультантів, що допомагають туристичному підприємству класифікувати групи громадськості по їхній пріоритетності з погляду формування політики. Вона активізується при інтерактивному формуванні політики й для проведення соціально відповідальних заходів. Ця стратегія призначена для початкової фази формування політики (дослідження й виявлення проблеми), для реалізації такої політики необхідна обізнана громадськість. Квадрат «двосторонній рух» – «вплив» визначає основну стратегію досягнення згоди. Її суть полягає в прагненні до координованих відносин між туристичним підприємством й навколишнім середовищем або працівниками. Цю

⁶¹ Жигайло Н. І. Психологія: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів : Сполом, 2013. – 264 с.

⁶² Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України): Навчальний посібник 2017 – 312 с.

стратегію найчастіше застосовують для розв'язання конфлікту інтересів, і вона припускає процес взаємного впливу.⁶³

Комунікативний процес – це обмін інформацією між двома чи більше людьми. Основна мета комунікативного процесу – забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак сам факт обміну інформацією не гарантує ефективності її передачі. Тому попередньо треба мати уявлення про стадії процесу комунікації.

Звичайні засоби зв'язку в організаціях – це наради, електронна пошта, записки, листи, звіти та телефонні розмови. Далі відбувається декодування у форму, яка має значення для одержувача. Значення інформації може бути різним, і в багатьох випадках воно є підставою для відповіді; і тоді утворюється цикл, оскільки нове повідомлення в такій самій послідовності передається початковому відправникові.

Сьогодні поширені такі типи комунікацій у підприємствах туристичної галузі:

- міжособові комунікації;
- комунікації в системах зв'язку та командах;
- комунікації в організаціях та електронні засоби комунікацій.

Окрім того, комунікації можуть бути усними та письмовими.

Підприємства туристичної галузі користуються найрізноманітнішими засобами комунікацій як із зовнішнім середовищем, так і всередині організації. Керівники повинні завжди мати прямий та зворотній контакт з менеджерами нижчих ланок і, як наслідок, з усіма працівниками організації. Наприклад, туристична організація, де є профспілки, повинна підтримувати зв'язки з законними представниками осіб, що працюють за наймом. Якщо профспілки в цій організації відсутні, вона може контактувати зі своїми робітниками, аби профспілки не з'явилися. Це лише один приклад з усього різноманіття факторів, на які туристична організація повинна реагувати через комунікації.

Комунікативні схеми – це способи, за допомогою яких члени групи чи команди спілкуються між собою. Вони відрізняються потоками інформації, позицією лідера, ефективністю різних типів завдань. Менеджери можуть намагатися створити централізовану схему, коли завдання групи прості й рутинні, й, навпаки, сприяти децентралізації групи, якщо групові завдання складні (наприклад, ухвалення головного рішення про стратегію туристичного підприємства), оскільки відкриті канали комунікацій забезпечують більше взаємодії й ефективніше поширення інформації.⁶⁴

Загалом існують вертикальні та горизонтальні комунікаційні зв'язки в туристичних організаціях. Вертикальні комунікації відбуваються вгору й униз у ієрархічній структурі організації. У цих комунікаціях беруть участь менеджери, їхні керівники та підлеглі. Вертикальні комунікації можуть – і повинні бути – двонаправленими (спрямовані зверху вниз і знизу вгору), оскільки тоді вони (з активним зворотнім зв'язком) є ефективніші, ніж однонаправлені.

Горизонтальні комунікації відбуваються між колегами та співробітниками на одному рівні. Вони сприяють координації між підлеглими ланками й відіграють головну роль у робочих командах, де є працівники різних відділів. Комунікації між рівнями організації (вертикальна структура) Інформація пересувається в організації з рівня на рівень у межах вертикальних комунікацій. Вона може передаватися по спадній, тобто з вищих рівнів на нижчі.

Таким шляхом підлеглим рівням управління повідомляється про поточні задачі, зміни пріоритетів, конкретні завдання, рекомендовані процедури тощо. Наприклад, менеджер туристичної фірми може помітити, що нова ЕОМ іноді змушує клієнта чекати на декілька хвилин довше, ніж досі, оскільки машина періодично «зайнята» або відключається. Менеджери можуть зробити висновок, що очікування нервує деяких клієнтів. Припустимо, туристична фірма ефективно проінформувала кожного менеджера про те, що

⁶³ Кудла Н. С. Менеджмент туристичного підприємства: Навчальний посібник / Н. С. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343 с.

⁶⁴ Чистіліна Т. О. Етика та естетика : Навчальний посібник / Т. О. Чистіліна. – ЦУЛ, 2017. – 304 с.

«обслуговування клієнта – наша першочергова турбота». У цьому випадку менеджери готові повідомити своєму безпосередньому керівникові про проблему, що виникла. Цей керівник, у свою чергу, повинен проінформувати керівника операціями, а останній – віце-президента з фінансових операцій.

Передача інформації з нижчих рівнів на вищі може суттєво впливати на продуктивність. Таким чином, ми маємо ситуацію, коли певна ідея, що виникла на нижчому рівні організації, повинна піднятися на самий верх, послідовно пройшовши всі проміжні рівні управління. Цей приклад ілюструє обмін інформацією, що відбувається заради підвищення конкурентоспроможності організації за рахунок збільшення продуктивності. До речі, на будь-якому з вищих рівнів могло бути прийнято рішення про відхилення нової ідеї. Якщо припустити, що ідея дійсно була цінною, повідомлення менеджера про її відхилення фактично проінформувало б його про те, що організація не стимулює його до пошуку новаторських пропозицій. У результаті організація може лишитися без серйозних можливостей підвищення продуктивності й отримання економії.

Комунікації керівник – підлеглий. Напевно, найбільш наочним компонентом комунікацій у організації є відносини між керівником і підлеглим. Ці відносини є елементом по горизонтальній схемі, але часто їх виділяють окремо, оскільки вони складають більшу частину комунікативної діяльності керівника. Досліди показали, що 2/3 комунікативної діяльності реалізується між тими, хто управляє, й тими, ким управляють. До сфери цих комунікацій належить велика частина питань, зокрема делегування, поставлення задач, пріоритетів і очікуваних результатів. Через ці комунікації в значному обсязі реалізуються функції мотивації та контролю.

Комунікації між різними підрозділами (горизонтальна структура) Додатково до обміну інформацією по спадній або висхідній організації ще потребують горизонтальні комунікації. Майже всі організації складаються з багатьох підрозділів, тому обмін інформацією між ними потрібний для координації задач і дій. Оскільки організація – це система взаємно пов'язаних елементів, керівництво повинно домагатися, щоб спеціалізовані елементи працювали пов'язано для просування організації в необхідному напрямі. Наприклад, представники різних кафедр та відділів в НТУ періодично обмінюються інформацією по таких питаннях, як розклад занять, методичні вказівки та рекомендації тощо. У сфері туризму регіональні керівники можуть періодично зустрічатися для обговорення спільних проблем, координації стратегії збуту й обміну інформацією про послуги. За кордоном для обміну інформацією часто створюються комітети або спеціальні робочі групи, які періодично збираються для обговорення питань щодо свого підрозділу й співпраці з іншими подібними робочими групами.

Неформальні комунікації. Як відомо, будь-яка організація складається з формальних і неформальних компонентів. Канал неформальних комунікацій можна назвати каналом розповсюдження чуток. Сфера розповсюдження чуток – це місця великої скупченості працівників: їдальні, коридори, автомати з кавою тощо. Оскільки по каналах чуток інформація передається значно швидше, ніж по каналах формального спілкування, керівники цілеспрямовано можуть використовувати чутки для запланованого витоку й розповсюдження певної інформації. Часто чуткам приписується репутація неточної інформації. Але за дослідженнями, від 80 до 99% чуток є правдивими, якщо інформація стосується самої компанії. Однак не варто звертати увагу на чутки про чиєсь особисте життя або емоційно забарвлену інформацію.

Комунікаційні бар'єри та шляхи їх подолання. Перешкоди, що виникають у сфері комунікацій, поділяють на перешкоди в комунікаціях між особами та в організаційних комунікаціях. До бар'єрів на шляху міжособових комунікацій можна віднести:

- перешкоди, що зумовлені сприйняттям;
- семантичні бар'єри;
- невербальні перешкоди;
- поганий зворотній зв'язок;

- невміння слухати.

Перешкодами в організаційних комунікаціях є викривлення повідомлень; інформаційні переваженні; незадовільна структура організації.

Перешкоди, зумовлені сприйняттям. Люди реагують не на те, що в дійсності відбувається в їх оточенні, а на те, що сприймається як дійсне. Приділення уваги до деяких факторів, що впливають на сприйняття в процесі обміну інформацією, дозволяє не допустити зменшення ефективності комунікацій, своєчасно викинувши перешкоди, зумовлені сприйняттям. Одна з таких перешкод виникає з причини конфлікту між сферами компетенції, основами суджень відправника й одержувача. Люди можуть інтерпретувати одну ту саму інформацію по-різному залежно від накопиченого досвіду. Інформація, що вступає в протиріччя з нашим досвідом або раніше засвоєними поняттями, часто або повністю відкидається, або викривляється в залежності з цим досвідом або поняттями. Як наслідок, ідеї, закодовані відправником, можуть виявитися викривленими й не повністю зрозумілими.⁶⁵

Семантичні бар'єри. Коли ми вступаємо в інформаційний контакт, ми використовуємо символи, за допомогою яких намагаємося обмінюватися інформацією й домагатися її розуміння. Відправник кодує повідомлення за допомогою вербальних і невербальних символів. Найуживанішими символами в повсякденному житті є слова. Оскільки слова (що є символами) можуть мати різні значення для різних людей, тому те, що хтось намагається повідомити, необов'язково буде інтерпретоване й зрозуміле таким же чином одержувачем інформації.

Невербальні перешкоди. Хоча вербальні символи (слова) – головний наш засіб для кодування ідей, ми використовуємо й невербальні символи для трансляції повідомлень. У невербальній комунікації використовуються будь-які символи, крім слів. Найчастіше невербальна комунікація відбувається одночасно з вербальною й може підсилювати або змінювати зміст слів. Обмін поглядами, вираз обличчя, наприклад, посмішки й виразу несхвалення тощо – усе це приклади невербальної комунікації. Ще один різновид невербальної комунікації формується тим, як ми проголошуємо слова. Маються на увазі інтонація, модуляція голосу, плавність мовлення тощо. Те, як ми проголошуємо слова, може суттєво змінювати зміст цих самих слів.

Поганий зворотній зв'язок. Іншим обмежувачем ефективності обміну інформації між особами може бути відсутність зворотного зв'язку з приводу надісланого відправником повідомлення. Зворотній зв'язок важливий, оскільки дає можливість установити, чи дійсно ваше повідомлення, отримане одержувачем, витлумачене в тому розумінні, який ви спочатку йому надали.

Невміння слухати. Ефективна комунікація залежить не лише від того, наскільки точно й ефективно особа вміє передавати інформацію, а й від того, наскільки він вміє приймати повідомлення. Нажаль, у розумінні більшості слухати – означає лише вести себе спокійно й давати іншій особі говорити. Але це є лише частиною цього процесу. Перешкоди в організаційних комунікаціях Викривлення повідомлень. Коли інформація рухається всередині організації вгору й вниз, зміст повідомлень дещо викривлюється. Таке викривлення може бути зумовлено низкою причин. Повідомлення можуть викривлятися випадково через труднощі в контактах між особами (про що була мова вище). Свідоме викривлення інформації може мати місце, коли якийсь керівник не згоден з повідомленням. У такому разі він модифікує повідомлення таким чином, щоб зміна змісту відбувалася в його інтересах.

Проблеми обміну інформацією внаслідок викривлення повідомлень можуть виникати також унаслідок фільтрації. У організації існує потреба фільтрувати повідомлення для того, щоб з одного якогось рівня на інший рівень організації або відділу направлялися лише ті повідомлення, які його стосуються. Для прискорення руху інформації або надання

⁶⁵ Коулман П. Т. Результативний конфлікт / Пітер Т. Коулман, Роберт Фергюсон ; пер. з англ. Інна Софієнко. – 2-ге вид. – К.: Наш формат, 2017. – 312 с.

повідомленню більшої ясності різноманітні відомості об'єднуються й спрощуються перед тим направленням повідомлень у різні сегменти організації.⁶⁶

Структура організаційних комунікацій. Організаційні комунікації – це вид інформаційних взаємодій, в які вступають члени організацій для досягнення поставленої мети. Комунікаційні потоки є основою управлінської діяльності. Вони надають організації як системі цілісний характер, так як через обмін інформацією пов'язують всі елементи організації в єдине ціле, допомагають вирішенню нагальних завдань. Можна вважати, що організаційна система є комунікативною. Комунікації в організаціях вивчаються з точки зору їх структури та розвитку. Структуру організаційних комунікацій становить взаємодія їх елементів. Розвиток комунікацій проявляється, зокрема, у різних видах комунікативної поведінки або комунікативної активності персоналу. Розглянемо структуру організаційних комунікацій. Основними елементами комунікаційної структури організації є:

- зовнішні і внутрішні комунікації;
- безпосередні (обличчям до обличчя) та опосередковані (через посередника: телефон, розпорядження, факс, лист) комунікації;
- формальні, неособисті (ті організаційні канали, по яких надходить вся інформація про діяльність організації, пов'язана з посадовими відносинами, зумовленими функціональними обов'язками, інструкціями; а також звіти, накази) і неформальні, особисті (засновані на особистих симпатіях і інтересах);
- комунікації, що проходять за графіком і планом (наради, збори та ін.) І некеровані, ситуаційні (є наслідком потреби людей у спілкуванні, оформляються спонтанно);
- міжособистісні (індивід – індивід), міжгрупові (підрозділ – підрозділ) та організаційні (організація – організація, організація – зовнішнє середовище);
- електронні та неелектронні;
- монокультурні (між учасниками однієї культури) і мультикультурні (між різними культурними аудиторіями);
- локальні, регіональні, національні, глобальні – за масштабами здійснення комунікаційних взаємодій.

Зупинимося на характеристиці найбільш важливих типів організаційних комунікацій. Зовнішні комунікації спрямовані назовні, на зовнішнє середовище. Мета зовнішніх комунікацій – забезпечити ефективну взаємодію із зовнішніми стейкхолдерами, представленими групами та організаціями, зацікавленими в успішній роботі організації. Різновиди зовнішніх комунікацій: прес-релізи, зв'язку з споживачами, постачальниками, конкурентами, державними, недержавними та громадськими організаціями, проведення рекламних компаній, днів відкритих дверей⁶⁷.

Внутрішні комунікації спрямовані у внутрішнє середовище організації, коли джерело і одержувач інформації знаходиться в самій організації. Різновиди внутрішніх комунікацій: корпоративні сайти і видання, дошки оголошень і т.д. Зазначені різновиди комунікацій – це взаємодії з внутрішніми і зовнішніми цільовими аудиторіями. Внутрішні комунікації підрозділяються на вертикальні, горизонтальні і діагональні; вертикальні, у свою чергу, на висхідні та низхідні.

Висхідні комунікації – це повідомлення, що посилаються з нижчого рівня організації на вищий. Багато організації зацікавлені сьогодні в створенні подібних каналів зв'язку між адміністрацією і співробітниками. Працівникам завжди приємно бути почутими керівництвом, а це мотивує їх до більш ефективної праці. Основні типи послань висхідній комунікації пов'язані з проблемними ситуаціями. Такі послання інформують адміністрацію про які-небудь проблеми розвитку відділів. Подібні послання можна розділити таким чином:

- пропозиції, пов'язані з поліпшенням на робочому місці, у відділі або організації в цілому;

⁶⁶ Антипцева А. Комунікативний менеджмент : навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.

⁶⁷ Професійні комунікації [Текст]: Навчальний посібник «Ділове спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л. Ю. Тиха. – Луцьк: Луцький НТУ, 2016. – 112 с.

- звіти про роботу окремих співробітників або відділу;
- скарги працівників на колег або безпосередніх керівників.

У сучасному світі багато підприємств туристичної галузі намагаються полегшити висхідні комунікації, тобто зворотний зв'язок. Для цього адміністрація використовує такі механізми, як дні відкритих дверей; особисті зустрічі; обіцянку премій і доплат до основного заробітку; опитування громадської думки; дизайн та інтер'єр офісів. Багато керівників середньої ланки в ієрархічних організаціях не зацікавлені в тому, щоб негативна інформація, яка завжди є у співробітників, стала б надбанням вищого керівництва. Адже рядові виконавці не завжди можуть розуміти і зіставляти всі аспекти розвитку підрозділу і організації в цілому, їхні знання завжди обмежені, і деколи вони готові критикувати все і вся.

Спадні комунікації теж не безпроблемна область. Спадні комунікації – різновид формальних і найдієвіших комунікацій в організації, однак, як показує практика, чверть повідомлень всередині цього каналу розсіюється. Розсіювання відбувається або у вигляді втрати повідомлення, або у вигляді спотворення його сенсу. Крім того, важливий і допустимий обсяг змісту і смислів низхідних послань.

Висновки. Отже, комунікативний менеджмент – це самостійний вид спеціального менеджменту, що здійснює пізнання і використання закономірностей обміну інформацією, знаннями та інтелектуальною власністю в процесі формування і розвитку економічних систем. Менеджери повинні продумано використовувати канали низхідній комунікації для оптимізації конкретних функціональних областей діяльності персоналу. Тільки там, де працівник є експертом, він може і повинен володіти необхідним для ефективної роботи обсягом інформації. Підвищення ефективності низхідній комунікації може бути також пов'язане з вибором адекватного комунікативного каналу, відповідністю вербальних і невербальних повідомлень, підвищенням уваги до окремих проблем тощо. Все це підвищує точність передачі інформації на більш низькі рівні організації.

Література

1. Жигайло Н. І. Комунікативний менеджмент: Навчальний посібник / Н.І. Жигайло. – Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2012. – 368 с.
2. Афонченкова Т. М., Булюк О. В., Масенко Б. П., Панченко Ю. В., Федотова Н. В. Менеджмент і маркетинг туризму. Нпвч. посібник / за ред. О. Є. Лугініна. – К.: Видавництво Ліра-К, 2012. – 364 с.
3. Жигайло Н. І. Психологія: Навчальний посібник / Н. І. Жигайло. – Львів: Сполом, 2013. – 264 с.
4. Воронкова В. Г., Беліченко А. Г., Мельник В. В. Етика ділового спілкування. Навчальний посібник для ВНЗ (рекомендовано МОН України): Навчальний посібник 2017. – 312 с.
5. Кудла Н. Є. Менеджмент туристичного підприємства: підручник – К.: Знання, 2012. – 343 с.
6. Чистіліна Т. О. Етика та естетика: Навчальний посібник / Т. О. Чистіліна. – ЦУЛ, 2017. – 304 с.
7. Коулман П. Т. Результативний конфлікт / Пітер Т. Коулман, Роберт Фергюсон; пер. з англ. Інна Софієнко. – 2-ге вид. – К.: Наш формат, 2017. – 312 с.
8. Антипцева А. Комунікативний менеджмент: навч.-метод. посібник / А. Антипцева. – Харків, 2013. – 53 с.
9. Професійні комунікації [Текст]: Навчальний посібник «Ділове спілкування» / уклад. О. М. Жук, Л. Ю. Тиха. – Луцьк: Луцький НТУ, 2016. – 112 с.

1.7. USE OF INTERNET TECHNOLOGIES IN THE MARKETING ACTIVITIES OF THE TOURISM ENTERPRISES

1.7. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Постановка проблеми. Зміни, що відбулися у світовому маркетингу, характеризуються в першу чергу кардинальними змінами в комунікативній стратегії підприємств. Конкуренція змушує підприємства витратити зусилля не тільки на створення принципово нових унікальних товарів та послуг, але і на створення унікальних технологій їх просування. Активізується пошук економічних та ефективних способів спілкування зі споживачами, без розробки яких ставиться під загрозу успіх та існування підприємства. Умови успіху комунікативних стратегій підприємств – знання споживача, відкритість, ініціативність підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато науковців займаються науковими дослідженнями в сфері Інтернет-технологій та їх взаємодії з маркетинговим середовищем, серед вітчизняних дослідників слід відзначити праці Богоявленського О. В., Бойко Н. І., Берези А. М., Гряділь І. І., Гурова В. В., Дергачової В. В., Заплатинського В. М., Павленко А. Ф., Пілюшенко В. Л.; зарубіжних – Дж. МакКінзі, Л. Дваєра, П. Сміта та інших. Проте, питання особливостей використання Інтернет-технологій в маркетингу туристичних підприємств, наразі, недостатньо висвітлено в освітній та фаховій літературі. Указаний аспект обумовлює актуальність проблематики дослідження і потребує подальших теоретико-методологічних розвідок.

Мета дослідження полягає у проведенні аналізу теоретичних положень та практики використання Інтернет-технологій, визначенні переваг та недоліків при застосуванні Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємств індустрії туризму.

Результати дослідження. На даний час, одними із найбільш сучасних та застосовуваних інформаційних технологій у маркетинговій діяльності підприємств туристичної сфери є Інтернет-технології.

За умов інтеграції процесів глобалізації економіки, Інтернет як система передачі даних, відіграє важливу роль у діяльності, як окремих учасників економічного процесу, так і функціонування економічних систем. Саме використання Інтернет-технологій сприяло бурхливому розвитку міжнародних фінансових інститутів, виходу підприємств у глобальне віртуальне середовище, розвитку електронного бізнесу, появи нових галузей економіки, у тому числі на міжнародній арені⁶⁸.

Інтеграція Інтернет-технологій у соціально-економічне життя світового співтовариства ознаменувала розвиток нової ери споживача, у результаті ключовим елементом організаційно-виробничих процесів став споживач⁶⁹. Виробники зобов'язані орієнтуватися на думку індивідумів (споживачів) для того, щоб залишатися конкурентними як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку і підтримувати лояльність кожного споживача. Саме із цього погляду Інтернет-технології – один з найефективніших інструментів господарської діяльності⁷⁰.

Поява глобальних мереж зв'язку, в першу чергу – Інтернет, призвели до справжньої революції в області організації і ведення комерційної діяльності. Перетворення торкнулися як зовнішніх відносин між підприємствами і їхніми партнерами або клієнтами, так і внутрішньої структури самих підприємств. З'явилися не тільки нові напрямки ведення бізнесу, але й принципово змінилися вже існуючі при цьому в останні роки ці тенденції

⁶⁸ Дергачова В. В., Скибіна О. О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: монографія. Донець. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. 215 с.

⁶⁹ McMaKense J. (2005). Marketing for Hospitality and Tourism. Publisher: Prentice-Hall; Category: Business. 4-th edition. 2005.

⁷⁰ Гуров В. В. Інтернет для бізнесу. Москва: Електроінформ, 2007. 217 с.

стають усе більш явними. Відповідно до дослідження корпорації Intel (www.intel.com) до 2020 року число користувачів Інтернет досягне 4 млрд., а прибуток від електронної комерції виросте до трильйона доларів⁷¹.

Проникнення Інтернет охопило всі сторони життя і бізнес-діяльності. Слід виділити наступні фази розвитку Інтернет-маркетингу: до 1995 р. – торгівля по каталогах (Інтернет-версії каталогів); до 1997 р. – Інтернет-торгівля, або електронна комерція (e-Commerce): онлайн продажі, магазини, віртуальні розсилання; до 1999 р. – поширення віртуальних порталів та торговельних площадок; до 2001 р. – e-CRM, тобто перенос функції управління відносинами із клієнтами в Інтернет; до 2010 р. – Інтернет-системи планування ресурсів підприємства (e-Enterprise) та управління ланцюжками поставок (e-Supply Chain Management – e-SCM): перенесення відповідних процесів в мережу Інтернет⁷².

Інтернет-бізнес пройшов багатоступінчастий шлях розвитку: спочатку, на етапі освоєння нового, підприємства за допомогою маркетингу з використанням електронної кореспонденції (e-mail-маркетингу) і домашніх сторінок створювали передумови для входження в епоху Інтернет-продаж. Указані дії сформували канали покупок (e-Procurement – придбання через Інтернет) і канали збуту (e-Commerce).

Інтернет-магазини мали неймовірний потенціал для зниження витрат і забезпечили швидкий та недорогий пошук нових постачальників і клієнтів. Ці канали розвилися в Інтернет-портали, і як результат, стали самостійними віртуальними «воротами» підприємств. Далі портали збагатилися різними робочими функціями: так, виникли транзакційні платформи (ціль – продажі і покупки по усьому світі з мінімальними витратами) і партнерські платформи (ціль – співробітництво з певними партнерами). Підприємства поєднували свої ланцюжки створення цінностей. Шлях до управління ланцюжками поставок в Інтернет (e-SCM) було створено. Наразі не тільки ланцюжки створення цінностей, об'єднані горизонтально й вертикально за допомогою двосторонньої системи поставок, але й цілі ціннісні системи постачальників і виробників, поєднуються в єдині мережі⁷³.

Інтернет зробив і продовжує здійснювати вплив на формування і розвиток світового інформаційного співтовариства, передусім, завдяки своїм технологічним можливостям, які в даних умовах є вагомим чинником бурхливого розвитку процесів інформатизації світового співтовариства.

Дослідження функціональних сфер застосування Інтернет-технологій в практичній маркетинговій діяльності підприємств індустрії туризму, дають дійти висновку щодо дуалістичної природи Інтернет-технологій та їх подвійної ролі у маркетинговій діяльності, а саме: з одного боку, це перш за все інформаційний та комунікаційний ресурс, який сприяє одержанню підприємствами необхідної інформації про ринок, конкурентів, споживачів, ціни, ділові пропозиції тощо.

Зважаючи на вказане, в сучасних умовах Інтернет виступає важливим джерелом одержання різноманітної комерційної та маркетингової інформації, оскільки дає змогу оперативно зібрати статистику про товарний ринок, його учасників, продукти, ціни, стандарти і норми.

Популярними базами даних для збору інформації, у тому числі економічного характеру є: Data-Star (Швейцарія), Dialog (США), Orbit (Велика Британія), Questel (Франція). Статистичні дані Європейської Комісії з країн Європейського Союзу представлено в базі даних EUROSTAT. Дані по світовій торгівлі, зокрема щодо реалізації туристичних послуг, можна одержати у розділі World Trade Statistics (Host Data-Star); з другого боку – це перспективний канал збуту продукції підприємства на сучасних конкурентних ринках.

⁷¹ Intel. *Official website*. [online]. [Cited 18. 03. 2020.] Available online: <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>

⁷² Гряділь І. І., Гряділь С. І. Нові інформаційні технології. Ужгород: Закарпаття, 2011. 58 с.

⁷³ Богоявленский О. В. Маркетинговые усилия с применением современных информационных технологий и повышение эффективности деятельности предприятий. *Ринкова трансформація економіки*. Харків, 2005. Вип.9. С. 210-216.

На даний час, а тим більш в майбутньому, онлайнві системи продажу продукції через Інтернет-сайти та спеціалізовані галузеві Інтернет-портали – це один з основних інструментів продажу послуг на внутрішньому та міжнародних ринках. Отже, цілком обґрунтовано можна стверджувати, що комерційний успіх туристичних підприємств на конкурентних ринках, багато в чому залежатиме від правильного вибору і уміння використовувати системи електронної комерції для пропонування та реалізації своїх послуг.

Завдяки маркетинговим функціям, які здійснюються через Інтернет, відбулося різке збільшення використання самої ситами Інтернет, що прискорюється безупинним розвитком мережевих ресурсів. Уже сьогодні підприємства, усвідомлюють величезний потенціал Інтернет як маркетингового інструментарію, що представляє собою одночасно і засіб спілкування і засіб ділової взаємодії.

Загалом, застосування Інтернет-технологій у сфері маркетингової діяльності туристичних підприємств, забезпечує вагомі переваги у порівнянні із конкурентами, а тому перспективність розвитку маркетингової діяльності підприємств із використанням сучасних інформаційних та Інтернет-технологій є цілком очевидною. Упровадження Інтернет у маркетингову діяльність туристичних підприємств, завдяки його унікальним інформаційним характеристикам, може значно підвищити ефективність їхньої діяльності.

Інформаційно-технічний прогрес, на сьогодні, є не тільки одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування маркетингового ринку, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Тому інформаційним технологіям, які завдяки своїм унікальним властивостям сприяють динамічному розвитку усіх секторів ринку, має бути приділена пріоритетна увага.

За умов зростання ролі нецінових форм конкуренції та бурхливого розвитку інформаційних технологій, ключовим фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств, як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку, стає ефективна система комунікацій. В умовах конкурентної боротьби постійно зростає необхідність вдосконалення механізму просування товарів на ринках, що обумовлює необхідність пошуку найбільш ефективних інструментів комунікативного впливу на ринок.

Останнім часом, саме завдяки активному розвитку інформаційних технологій, зокрема мережі Інтернет, для підприємств відкрився новий інструмент комунікацій – Інтернет-технології в маркетингу.

Розвиток Інтернет дещо змінив погляд на маркетингові комунікації, оскільки Інтернет-технології об'єднали в собі інтерактивний характер комунікації і можливості персоналізації. Основною відмінністю Інтернет-технологій від інших засобів масової інформації є багатовекторна комунікаційна модель «багато до багатьох», у якій кожен абонент має можливість звертатися до інших абонентів та здійснювати зворотній зв'язок.

Окрім того, особливість середовища Інтернет проявляється в активній ролі користувачів (у традиційних засобах масової інформації їх роль є пасивною), що обумовлена контролем над пошуком інформації за рахунок різних механізмів пошуку і навігації. Інтерактивна природа маркетингових комунікацій в Інтернет дає змогу підвищити ефективність взаємодії учасників комунікації.

Передумовою для дослідження можливостей використання Інтернет-технологій для організації комунікаційного процесу є визначення сутності Інтернет-комунікацій. Дослідження та аналіз представлених у науковій та прикладній літературі визначень терміну «Інтернет-комунікація», засвідчили обмежене розкриття і практичну відсутність чітких формулювань з даного питання.

Наведені в літературі поодинокі визначення, базуються на загальних положеннях теорії інформації та маркетингових комунікацій, при цьому не враховуються особливості механізмів реалізації даних комунікацій на основі Інтернет-мережі (Табл. 1).

Ґрунтуючись на запропонованих визначеннях маркетингових комунікацій та враховуючи особливості середовища Інтернет, можна надати власне визначення терміну «Інтернет-комунікація», під яким слід розуміти сукупність способів, засобів та механізмів

поширення інформації серед аудиторії Інтернет за допомогою механізмів Інтернет-технологій – сайтів, порталів, пошукових систем, груп-новин, e-mail.

Таблиця 1. Систематизація визначень терміну «Інтернет-комунікація»

№ з/п	Визначення терміну	Автор
1.	Інтернет-комунікація – передача інформації від відправника до одержувача за допомогою засобів Інтернет	В. Л. Пілюшенко ⁷⁴
2.	Інтернет-комунікації – сукупність повідомлень, спрямованих на Інтернет-аудиторію, що реалізуються за допомогою тексту, графіки, образів та відео засобів в мережі Інтернет	П. Сміт, К. Беррі, А. Пулфорд ⁷⁵
3.	Інтернет-комунікації – сукупність способів інформаційного впливу на аудиторію Інтернет за допомогою інструментів Інтернет-реклами, банерів, розсилок новин та ін.	В. М. Заплатинський ⁷⁶

*Джерело: складено автором.

Значне науково-практичне значення має дослідження питання щодо чинників та факторів розвитку Інтернет-комунікацій. Основною причиною розвитку ринку Інтернет-комунікацій є усвідомлення власниками бізнесу необхідності в постійному інформуванні своїх споживачів про нові товари і послуги.

В умовах жорстко обмеженого бюджету і постійно зростаючої конкуренції, туристичним підприємствам уже недостатньо мати сайт для залучення клієнтів, і тому постає питання щодо необхідності просування своєї продукції чи послуг, використовуючи банерні мережі і контекстну рекламу.

Інтернет здатний запропонувати ефективне рішення, практично для будь-якого бюджету, тоді як оффлайнова реклама не може бути ефективною в умовах недостатності коштів. Традиційні медіа носії обмежені рамками формату, періодичністю й високими вимогами до бюджету⁷⁷.

Використання Інтернет-комунікацій обумовлено наступними найважливішими причинами:

- значною частиною користувачів Інтернет є користувачі, які найбільш швидко здатні сприймати інформацію про послуги-новинки, і згодом, можуть вплинути на інших споживачів;

- Інтернет-комунікації застосовуються для просування інформаційно-насичених товарів, послуг (туристичні послуги, фінансові послуги і т.п.);

- Інтернет-комунікації дають можливість швидко визначити рівень їх ефективності, що дозволяє об'єктивно оцінити доцільність використання інших комунікативних каналів⁷⁸.

Ключовими перевагами, які забезпечують підприємству Інтернет-комунікації, є:

- по-перше – більш точне охоплення цільової аудиторії за рахунок розміщення інформації на тематичних Інтернет-сайтах, за рахунок вибору необхідного географічного сегменту Інтернет та за рахунок розміщення інформації у певний час (дана властивість Інтернет має назву *targeting*);

- по-друге – можливість аналізу поведінки відвідувачів на сайті та удосконалення сайту, продукту і маркетингу відповідно до результатів такого «відстеження» (дана властивість Інтернет має назву *tracking*);

⁷⁴ Пілюшенко В. Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. Донецький держ. ун-т управління. Донецьк: ДонДУУ, 2005. 205 с.

⁷⁵ Сміт П., Беррі К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. Под ред. Л. Ф. Никулина. Пер. с англ. В. Н. Егорова. Москва: Юнити, 2001. 414 с.

⁷⁶ Заплатинський В. М. Internet-сучасна інформаційна технологія для маркетингу. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту*. Львів, 2015. С. 181-182.

⁷⁷ Береза А. М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. Київський нац. економічний ун-т., Київ, 2001. 139 с.

⁷⁸ Бойко Н. І. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах сучасних підприємств. *Вісник Львівської комерційної академії*, 2005. Вип. 17. Сер.: Економ. С. 399-401.

- по-третє – постійна доступність інформації цільовій аудиторії;
- по-четверте – висока гнучкість, оскільки існує можливість коригувати, чи взагалі змінити комунікативну програму;
- по-п'яте – інтерактивність, оскільки споживач може взаємодіяти як із продавцем, так і з продуктом, вивчити його, спробувати (наприклад демо-версії програм) і, якщо підходить, купити. Крім того, комунікація в Інтернет дозволяє розміщувати велику кількість інформації, включаючи графіку, звук, відео, спецефекти;
- по-шосте, значною перевагою Інтернет є більш низька його вартість, порівняно з іншими засобами масових комунікацій⁷⁹.

Виходячи з аналізу цільової аудиторії, комунікації в Інтернет розподіляють на масові комунікації і взаємодію з групами та взаємини із засобами масової інформації (комунікації за допомогою електронних медіа), при цьому кожна група засобів має свої завдання. Так, масові комунікації і взаємодію з групами використовують для просування сайту та як елемент брендингу, а комунікації за допомогою електронних медіа – для розсилання прес-релізів і інформації для преси⁸⁰.

Сукупність використовуваних в практиці маркетингових комунікацій за характером контакту із цільовою аудиторією, нами пропонується розподілити на дві основні групи: прямі та непрямі маркетингові комунікації (Рис. 1).

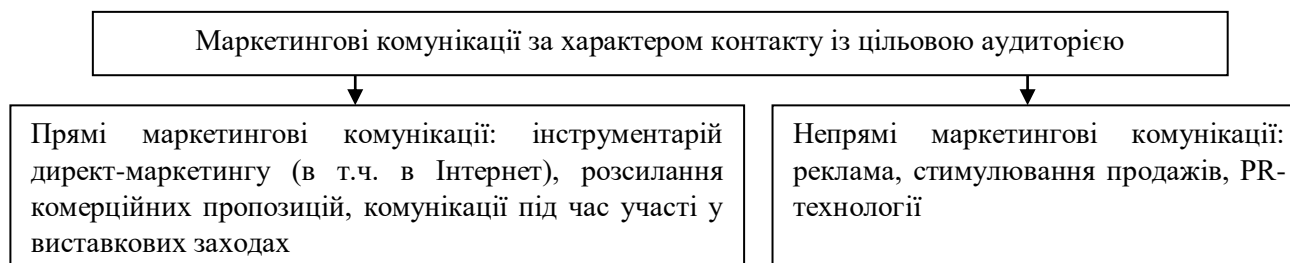


Рис. 1. Класифікація засобів маркетингових комунікацій за характером контакту із цільовою аудиторією*

*Джерело: складено автором на основі проведеного дослідження.

До групи непрямих маркетингових комунікацій слід віднести ті методи, які не передбачають встановлення індивідуального, персоніфікованого контакту із партнерами та споживачами, а розповсюджують інформацію одразу на велику групу цільової аудиторії. До методів непрямих маркетингових комунікацій відносяться: реклама, стимулювання продаж, PR, спонсорство.

До групи прямих маркетингових комунікацій відносяться ті методи, які дають змогу встановити особистий, персоніфікований контакт між підприємством та його партнерами (споживачами). До групи прямих методів маркетингових комунікацій в комерційній практиці відносяться:

- широкий спектр інструментарію директ-маркетингових заходів – прямі комунікації, які здійснюються шляхом розсилання комерційних пропозицій;
- комунікації із потенційними споживачами під час участі у виставкових заходах.

Зважаючи на вказане, доцільним буде розподілення основних способів комунікації в мережі на активні й пасивні, при цьому до активних слід віднести банерну рекламу, рекламу з використання електронної пошти, партнерські програми та контекстну рекламу, а до пасивних – реєстрацію сайту в пошукових системах і каталогах, електронні PR-комунікації та обмін посиланнями.

Відмінність активних маркетингових комунікацій від пасивних заснована на наступних параметрах:

⁷⁹ Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. КНЕУ ім. В.Гетьмана. Київ, 2005. 404 с.

⁸⁰ Dwyer L. (2006). International Handbook on the Economics of Tourism. Publisher: Edward Elgar Publishing.

- активні маркетингові комунікації, у порівнянні із пасивними, є більше керованими за рахунок можливостей таргетингу;
- активні маркетингові комунікації є, по суті, більш «агресивними» та забезпечують більш швидке залучення користувачів, на відміну від пасивних комунікацій.

На підставі опрацювання теоретичних та прикладних положень щодо розвитку системи маркетингових комунікацій за допомогою Інтернет-технологій, можна виділити такі їх переваги у маркетинговій діяльності:

- маркетингові комунікації конкурентів набагато простіше відстежити в Інтернет, ніж у традиційних ЗМІ;
- маркетингові Інтернет-комунікації дають змогу встановити зворотний зв'язок з потрібною аудиторією не тільки через сайт підприємства, але і через форуми, що розширює можливості PR-комунікацій і роботи зі співтовариствами;
- маркетингові комунікації в Інтернет дозволяють гнучко реалізувати подачу рекламних і PR матеріалів, диференціюючи їх в залежності від цільових аудиторій (різними цільовими аудиторіями – різними матеріалами);
- оскільки комунікаційні можливості Інтернет дозволяють ефективно поширювати інформацію (сайти-одноденки або форуми співтовариств), то підприємства-конкуренти мають змогу використати інформацію для зменшення ефективності рекламної кампанії конкурентів, що обумовлює об'єктивну необхідність проводити моніторинг сайтів з найбільшою відвідуваністю потенційними клієнтами;
- Інтернет дає змогу встановлювати динамічне ціноутворення як на послугу, так і на маркетингові комунікації (ціни міняються залежно від кон'юнктури ринку);
- маркетингові комунікації в Інтернет можна персоналізувати. Персоналізація найбільш поширена в банерній рекламі на сайтах, що проводять персоналізацію користувачів;
- маркетингові комунікації в Інтернет дають змогу постійно міняти інформацію, і відповідно, форми та способи комунікації.

Висновки. Застосування Інтернет-технологій при організації комунікаційних процесів сучасних підприємств індустрії туризму, із застосуванням сучасних засобів та інструментів Інтернет-комунікацій є вагомим фактором забезпечення високої ефективності функціонування системи маркетингових комунікацій підприємств сфери туризму.

За допомогою Інтернет-комунікацій у підприємств, зокрема й туристичних, з'явилась можливість більш точного охоплення цільової аудиторії за рахунок розміщення інформації на тематичних Інтернет-сайтах та можливість аналізувати поведження відвідувачів на сайті. Інтернет-комунікації є постійно доступними цільовій аудиторії, а їх висока гнучкість, дозволяє коригувати, чи взагалі змінювати комунікативну програму.

Інтерактивність Інтернет-комунікацій дозволяє споживачеві може взаємодіяти як із продавцем, так і з продуктом / послугою.

Завдяки Інтернет-технологіям у маркетингу стало можливим встановлення зворотного зв'язку з цільовою аудиторією, що дає змогу реалізувати подачу рекламних і PR-матеріалів, диференціюючи їх в залежності від цільової аудиторії.

Значною перевагою Інтернет-комунікацій є більш низька їх вартість, порівняно з іншими засобами масових комунікацій (ЗМІ, преса, радіо).

Отже, Інтернет є недорогим, швидким, доступним та інтерактивним засобом, особливо популярним у туристичних підприємств.

Література

1. Богоявленский О. В. Маркетинговые усилия с применением современных информационных технологий и повышение эффективности деятельности предприятий. *Ринкова трансформація економіки*. Харків, 2005. Вип.9. С. 210-216.

2. Бойко Н. І. Роль інформаційних та комунікаційних технологій в маркетингових каналах сучасних підприємств. *Вісник Львівської комерційної академії*, 2005. Вип. 17. Сер. Економ. С. 399-401.
3. Береза А. М. Основи створення інформаційних систем: навч. посіб. Київський нац. економічний ун-т., Київ, 2001. 139 с.
4. Гряділь І. І., Гряділь С. І. Нові інформаційні технології. Ужгород: Закарпаття, 2002. 58 с.
5. Гурув В. В. Інтернет для бізнесу. Москва: Електроінформ, 2007. 217 с.
6. Дергачова В. В., Скибіна О. О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: монографія. Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. 215 с.
7. Заплатинський В. М. Internet-сучасна інформаційна технологія для маркетингу. *Маркетинг та логістика в системі менеджменту*. Львів, 1998. С. 181-182.
8. Павленко А. Ф., Войчак А. В., Примак Т. О. Маркетингові комунікації: сучасна теорія і практика. КНЕУ ім. В. Гетьмана. Київ, 2005. 404 с.
9. Пілюшенко В. Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: Навч. посіб. Донецький держ. ун-т управління. Донецьк: ДонДУУ, 2005. 205 с.
10. Смит П., Бэрри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. Под ред. Л. Ф. Никулина. Пер. с англ. В. Н. Егорова. Москва: Юнити, 2001. 414 с.
11. Intel. *Official website*. [online]. [Cited 18. 03. 2020.] Available online: <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>.
12. McMakense J. (2005). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Publisher: Prentice-Hall; Category: Business. 4-th edition. 2005.
13. Dwyer L. (2006). *International Handbook on the Economics of Tourism*. Publisher: Edward Elgar Publishing.

1.8. SPECIFICS OF REPRESENTING CHARACTER'S VOICE IN THE ENGLISH MODERNIST TEXT

1.8. ОСОБЛИВОСТІ РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ ПЕРСОНАЖНОГО МОВЛЕННЯ В АНГЛІЙСЬКОМОВНОМУ МОДЕРНІСТСЬКОМУ ТЕКСТІ

Традиція протиставлення авторської оповіді й мовлення персонажів, які поєднуються в оповідному тексті, бере початок у праці Платона «Держава», де в одному з діалогів філософ намагається пояснити, які способи висловлення використовують поети: "...вони роблять це або просто розповідаючи, або шляхом наслідування, або ж поєднують одне з другим" (Платон, 360-370/2000)⁸¹. Дослідник літературно-філософської спадщини Платона С. Галлівелл роз'яснює, що, згідно з концепцією античного філософа, мовлення оповідача (*diegesis*) могло виступати єдиною формою оповіді або поєднуватися з наслідуванням (*mimesis*), тобто відтворенням прямого мовлення персонажа (Halliwell, 2013)⁸². Це твердження лежить в основі сучасного підходу до розуміння організації оповідного тексту, в якому поєднуються плани мовлення оповідача й персонажів. Це створює неоднорідність наративної структури художнього тексту, в якому мовленнєві партії персонажів твору інтегруються в план оповіді. Проблемам типології мовних особливостей та функційної специфіки мовлення персонажів у художньому тексті присвятила наукові розвідки низка дослідників, серед яких Б. МакГейл (1978), Ф. Кулмас (1986), Дж. Ліч та М. Шорт (1981/2007), Е. Семіно та М. Шорт (2004), М. Флудернік (2005; 2009), В. Шмідт (2010) та ін.

За В. Шмідтом, художній оповідний текст складається з двох компонентів – дискурсу наратора або оповідача (*narrator's discourse*) й дискурсу персонажа (*character's discourse*). Дискурс наратора відіграє домінуючу роль у художньому тексті, оскільки він забезпечує розгортання оповіді, забезпечує її тематичну й часо-просторову єдність і слугує основою, в яку вмонтовується персональний дискурс, виражений цитованим мовленням. З метою глибшого розуміння природи поєднання цих дискурсів, В. Шмідт вводить поняття текстів наратора й персонажа (*narrator's / character's text*), під якими він розуміє об'єктивну оповідь і, відповідно, дослівно відтворене мовлення персонажа у формі цитати.

Дискурс наратора здатний поєднувати тексти оповідача і персонажа у різному співвідношенні, а виявом такої наративної взаємодії є, наприклад, використання непрямого або невластиве-прямого мовлення. Це явище В. Шмідт називає текстовою інтерференцією (*text interference*) і зауважує, що особливо яскраво вона представлена у художніх модерністських текстах (Schmidt, 2010)⁸³. Ступінь поєднання текстів оповідача й персонажа визначається, насамперед, особливостями ідіостилу автора, і впливає на суб'єктивність оповіді. Персональний дискурс, актуалізований здебільшого у формі цитованого прямого мовлення, може містити поодинокі включення тексту наратора у формі авторських ремарок, які характеризують особливості мовлення або ситуацію, на тлі якої відбувається комунікація.

М. Флудернік стверджує, що дискурс наратора виступає, по суті, середовищем, в якому актуалізується дискурс персонажа. Лінгвістка зазначає, що форми, представлені у текстах цитованим мовленням персонажів (*quoted and framed narrative*), інтегруються в оповідь, яка є основним носієм сюжету твору (Fludernik, 2005)⁸⁴.

Класифікація способів вираження персонажного мовлення у тексті ґрунтується на двох критеріях: 1) ступінь інтегрування персонажного дискурсу в наративне середовище авторської оповіді (Б. МакГейл, М. Флудернік, В. Шмідт); 2) форма реалізації мовленнєвого акту в художньому просторі тексту (Дж. Ліч, М. Шорт, Е. Семіно).

⁸¹ Платон. Держава. 2000. С. 78.

⁸² Halliwell S. Diegesis Mimesis. URL: <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/36.html> (дата звернення: 01. 04. 2020).

⁸³ Schmidt W. Narratology: an Introduction. 2010. P. 137.

⁸⁴ Fludernik M. Speech representation. 2005. P. 721.

Одна з перших детальних класифікацій персонажного мовлення належить Б. МакГейлу (1978)⁸⁵. Лінгвіст визначив сім типів персонажного мовлення, організувавши їх у шкалу за ступенем поєднання з планом мовлення оповідача – від повністю інтегрованої форми (дієгетичне повідомлення або повідомлення оповідача про мовлення персонажа) до цілком автономної (пряме мовлення).

На окремішній статус персонажного мовлення у фактурі художнього оповідного тексту звертають увагу М. Шорт і Д. Ліч (1981/2007)⁸⁶, які диференціюють форми презентації дискурсу персонажа не лише за ступенем інтегрування у дискурс наратора, а й відповідно до форми актуалізації в художній дійсності тексту, розрізняючи власне виражене мовлення (speech presentation) і внутрішнє мовлення / думку (thought presentation)⁸⁷. Попри те, що мовні засоби вираження форм персонажного мовлення збігаються, лінгвісти вбачають принципову різницю в їхньому відтворенні в тексті, пов'язану з експериментальними техніками репрезентації внутрішнього мовлення, зокрема, у творах письменників-модерністів, які мали на меті не лише відтворити зміст думки персонажа, а особливості його реакцій і сприйняття довколишньої дійсності⁸⁸. Отже, за М. Шортом і Д. Лічем, до мовних засобів вираження персонажного дискурсу належать: 1) пряме мовлення (direct speech / thought); 2) непряме мовлення (indirect speech / thought); 3) вільне пряме мовлення (free direct speech / thought), що відрізняється від прямого мовлення відсутністю авторської ремарки, яка супроводжує цитоване мовлення персонажа, або пунктуаційного оформлення, притаманного прямому мовленню; 4) повідомлення оповідача про мовлення персонажа (the narrative report of speech acts / internal narration); 5) невласне-пряме мовлення (free in direct speech / thought)⁸⁹. Науковці вбачають необхідність розмежовувати форми репрезентації внутрішнього й вираженого мовлення персонажів через відмінності у їхньому впливі на читача.

На основі цієї моделі Е. Семіно й Д. Ліч (2004)⁹⁰ розробили розширену типологію засобів вираження персонажного мовлення у тексті. Необхідність розширення класифікації визначалась матеріалом дослідження. Якщо класифікацію М. Шорта й Д. Ліча розробили для аналізу персонажного мовлення у текстах романів, то проект Е. Семіно й Д. Ліча мав амбітну мету встановити особливості репрезентації дискурсу персонажів у художніх оповідних, новинних, автобіографічних й біографічних текстах. Жанрова й стильова варіативність матеріалів вимагала розширення типології та уточнення деяких різновидів форм представлення персонажного дискурсу.

Класифікацію М. Шорта і Д. Ліча науковці доповнили двома категоріями – повідомленнями оповідача про мовлення персонажа (narrator's representation of voice) і внутрішній стан (narration of internal states). Крім того, лінгвісти додали форми репрезентації писемного мовлення. Отже, остаточна класифікація форм мовленнєвої актуалізації персонажного дискурсу налічує двадцять один тип.

Яскравим прикладом експерименту В. Вулф у біографічному жанрі є фіктивна біографія "Orlando. A Biography" (1928/2003), прототипом героя / героїні якої стала подруга авторки Віта Секвілл-Вест. У своєму щоденнику письменниця пише: "...a biography beginning in the year 1500 and continuing to the present day, called Orlando: Vita; only with a change about from one sex to another" (Woolf, 1953/2003)⁹¹.

Оповідь ведеться біографом, ім'я якої не називається, однак з окремих фактів, представлених у тексті, можлива часткова реконструкція персони наратора. З тексту ми дізнаємося про стать біографа – "*happier still the biographer who records the life of such a one!*

⁸⁵ McHale B. Free indirect discourse: a survey of recent accounts. 1978.

⁸⁶ Leech D., Short M. Style in Fiction. 2007.

⁸⁷ Ibid, 254.

⁸⁸ Ibid, 270.

⁸⁹ Ibid, 255-260.

⁹⁰ Semino E., Short M. Corpus Stylistics. Speech, Writing and Thought Presentation in a Corpus of English Writing. 2004.

⁹¹ Woolf V. Writer's Diary. P. 116.

Never need she vex herself” (Woolf, 1928/2003)⁹²; про час, коли ведеться оповідь – “*so that even now (the first of November 1927) we know not why we go up stairs*”. До слова, у щоденнику В. Вулф згадує про ідею написати цей твір 5 жовтня 1927 р.⁹³, а вже 20 листопада пише про початок роботи над третім розділом⁹⁴. Отже, можемо припустити, що художній час оповіді (1 листопада 1927 р.) збігався з фактичним часом написання цього розділу. До того ж, у тексті оповідач згадує видавництво, яке опублікує роман-біографію і встановить ціну на нього: ‘*whatever sum the Hogarth Press may think proper to charge for this book*’. Саме в цьому видавництві, заснованому письменницею та її чоловіком Леонардом Вулфом у 1917 р., вийде друком перше видання роману в 1928 р. У такий спосіб, оповідач-біограф виступає художнім альтерего письменниці, яка збирає інформацію про героя / героїню зі старовинних документів (...*the story of Orlando's life, documents, both private and historical, have made it possible to fulfil the first duty of a biographer...*)⁹⁵, але не бере безпосередньої участі в подіях, про які розповідає, тобто виступає гетеродієгетичним-екстрадієгетичним наратором (за термінологією Ж. Женнета). Взаємодію дискурсів оповідача й персонажів схематично зображено на Рис. 1.

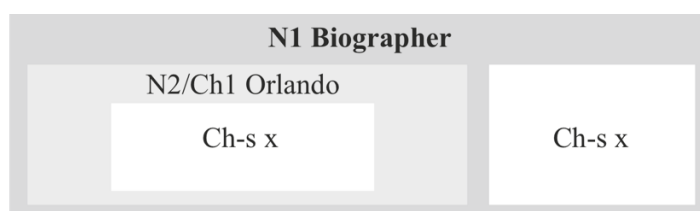


Рис. 1. Взаємодія дискурсів оповідача й персонажів

Персональний дискурс, інтегрований у дискурс оповідача (N1 Biographer), представлено домінантною зоною Орландо (N2/Ch1 Orlando) й допоміжною зоною другорядних персонажів (Ch-s_x), яку, в свою чергу, інтегровано в план мовлення головного героя / героїні, оскільки відтворюється крізь призму його / її сприйняття. В якості прикладу розглянемо наступний фрагмент тексту: “*Some blind instinct, for he was past reasoning, must have driven him to take the river bank in the direction of the sea. ... But what was the most awful and inspiring of terror was the sight of the human creatures who had been trapped in the night ... One crew of young water men or post-boys, to judge by their liveries, roared and shouted the lewdest tavern songs, as if in bravado, and were dashed against a tree and sunk with blasphemies on their lips. An old nobleman — for such his furred gown and golden chain proclaimed him — went down not far from where Orlando stood, calling vengeance upon the Irish rebels, who, he cried with his last breath, had plotted this devilry. ... Dazed and astounded, Orlando could do nothing for sometime but watch the appalling race of waters...*” (Woolf, 1928/2003)⁹⁶

Оповідач дозволяє подивитися на повільно очима головного героя, який стає свідком загибелі людей (*the sight of the human creatures / Orlando could do nothing for sometime but watch the appalling race of waters*). Спостерігаючи віддалено за розгортанням катастрофи, Орландо чує голоси містян, які намагаються врятуватися. Їхні слова розсіюються на тлі стихії, тому герой чує їх лише фрагментарно й розуміє їхній загальний зміст (наприклад, ...*sunk with blasphemies on their lips*). Так, мовлення цих персонажів повністю поєднане з планом оповіді.

Окрему зону персонажного дискурсу утворює персональне мовлення, інтегроване безпосередньо в оповідь наратора-біографа (Ch-s_y). Ця зона, зокрема, оприявнюється у вбудованих оповідях персонажів у формі листів. Наприклад, про події святкування в

⁹² Woolf V. Orlando: a Biography. P. 6.

⁹³ Woolf V. Writer's Diary. P. 116.

⁹⁴ Ibid, 118.

⁹⁵ Woolf V. Orlando: a Biography. P. 31.

⁹⁶ Woolf V. Orlando: a Biography. P. 29.

Константинополі читач дізнається зі щоденника Джона Феннера Брігга (*'Thus,' writes Brigge (but his manuscript is full of burns and holes, some sentences being quite illegible), 'when the rockets began to soar into the air, there was considerable uneasiness among us...)* та листа Пенелопи Харттропп (*'Ravishing,' she exclaims ten time so none page, 'wondrous...utterly beyond description...gold plate...candelabras...negroes in plush breeches... pyramids of ice...)*) (Woolf, 1928/2003)⁹⁷. Ці персонажі не пов'язані з жодною сюжетною лінією роману, але виконують функцію носіїв наративної точки зору в межах вбудованих оповідей. Їхнє мовлення виокремлюється на загальному тлі оповіді за допомогою використання прямого мовлення.

Персонажне мовлення, інтегроване в наратив біографа має, як правило, однорідне представлення у формі прямого, непрямого або невластне-прямого мовлення. Однак при поєднанні персонажного дискурсу Орlando та інших героїв спостерігаємо виникнення мовленнєвих інтерференцій, які актуалізуються у взаємодії різних форм репрезентації мовлення в одному контексті. Наступний фрагмент роману ілюструє цю особливість інтерференції мовлення персонажіву дослідженому тексті, схематично зображену на Рис. 2: *'The muffins is keepin' 'ot in the liberry' – Orlando minced out the horrid cockney phrase in Mrs Bartholomew's refined cockney accents as she drank – but no, she detested the mild fluid – her tea. It was in this very room, she remembered, that Queen Elizabeth had stood astride the fireplace with a flagon of beer in her hand, which she suddenly dashed on the table when Lord Burghley tactlessly used the imperative instead of the subjunctive. 'Little man, little man,' – Orlando could hear her say – 'is "must" a word to be addressed to princes?' And down came the flagon on the table: there was the mark of its till* (Woolf, 1928/2003)⁹⁸.

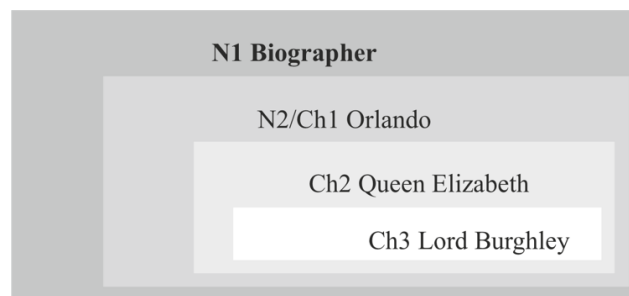


Рис. 2

Оповідь біографа (N1) є головним наративним рівнем, який об'єднує інші оповіді в єдиний текст. У цьому фрагменті мовлення біографа представлено окремими авторськими ремарками (*Orlando minced out the horrid cockney phrase in Mrs Bartholomew's refined cockney accents as she drank; she remembered; Orlando could hear her say*), які виконують регулятивну функцію в розгортанні оповіді, тобто забезпечують послідовність і характеризують форму мовлення (промовлене вголос або подумки, пригадування промовленого вголос іншими, повторювання чужих слів). Отже, рівень N1, власне, регулює оповідь Орlando (N2/Ch2), яка, одночасно виконуючи роль оповідача й персонажа твору, розповідає про сварку між королевою Єлизаветою (Ch2) та лордом Берлі (Ch3). Переповідаючи обставини конфлікту, оповідач вдається до використання розповідної форми (*Burghley tactlessly used the imperative instead of the subjunctive*), прямого мовлення (*'Little man, little man'...*) і вкраплення подвійного цитування (*'is "must" a word to be addressed to princes?'*).

Непряме мовлення є формою реалізації персонажного дискурсу, яка передбачає відтворення мовлення персонажів із граматичними, стилістичними й змістовими модифікаціями різного ступеня. До граматичних маркерів непрямого мовлення належать: синтаксична будова речення, узгодження часових форм дієслів у підрядній частині з формами дієслів у головному реченні, узгодження дійктичних слів, які визначають часові й просторові координати оповіді, узгодження займенників. Мінімальна синтаксична одиниця з

⁹⁷ Ibid, 62.

⁹⁸ Ibid, 116.

непрямим мовленням є складнопідрядним реченням, в якому головне речення є авторською ремаркою (reporting phrase / inquit formula), яка вводить модифіковане мовлення персонажа, вираженого підрядним реченням. Головне і підрядне речення поєднуються за допомогою сполучників *that, if, whether* тощо, або безсполучниковим зв'язком. Окрім того, в непрямому мовленні редукуються звертання, мовні кліше ввічливості (наприклад, форми привітання або вираження вдячності) й афективи.

Попри знижену експресію, непряме мовлення наділене прагматичним потенціалом у художніх текстах. Розглянемо наступний уривок в якості прикладу: “*Then the Archduke would be think him how he had shot an elk in Sweden, and Orlando would ask, was it a very big elk, and the Archduke would say that it was not as big as the reindeer which he shot in Norway; and Orlando would ask, had he ever shot a tiger, and the Archduke would say he had shot an albatross, and Orlando would say (half hiding her yawn) was an albatross as big as an elephant, and the Archduke would say – something very sensible, no doubt, but Orlando heard it not, for she was looking at her writing-table, out of the window, at the door*” (Woolf, 1928/2003)⁹⁹.

Авторка використовує непряме мовлення для передачі розмови між герцогом Гаррі й Орландо, яка, очевидно, не захоплює останню. Граматичні особливості цієї форми актуалізації дискурсу персонажа у поєднанні зі стилістичними засобами набувають експресивності. З погляду синтаксичної будови, діалог репрезентує одне складне речення, яке, в свою чергу складається з низки складнопідрядних речень, поєднаних між собою сурядним сполучником *and*. В усіх випадках непрямому мовленню передують авторська ремарка, що має структуру «ім'я мовця + *would* + дієслово, яке позначає процес говоріння». Зауважимо, що комбінація допоміжного дієслова *would* та дієслова в інфінітивній формі вказує на повторюваність дії в минулому, окрім того, в поєднанні з синтаксичним паралелізмом авторських ремарок (*Orlando would ask / Archduke would say*), часткового паралелізму й повторів у власне непрямому мовленні персонажів (наприклад, *shot an albatross / a reindeer / an elk / a tiger*), безсполучниковим зв'язком між авторськими ремарками й підрядними компонентами речень, повторюванням сполучника *and* на початку кожного складнопідрядного речення вона створює ефект повторюваності й однорідності мовлення. Розвиток розмови, переданий схематично, зупиняється зі зміною форми репрезентації персонажного дискурсу з непрямого мовлення на оповідне повідомлення про факт комунікації (*the Archduke would say – something very sensible, no doubt, but Orlando heard it not*), з подальшим переходом в оповідь наратора (*for she was looking at her writing-table, out of the window, at the door*). Наведений фрагмент є яскравим прикладом використання непрямого мовлення в поєднанні з іншими формами актуалізації дискурсу персонажа задля підкреслення рутинності розмови й нудьги.

Варіативність мовних засобів репрезентації персонажного дискурсу визначається зміною оповідного ракурсу в межах однієї комунікативної ситуації. Прикладом такого оповідного зсуву є наступний фрагмент роману: “*Orlando ran her eyes through it and then, using the first finger of her right hand as pointer, read out the following facts as being most germaneto the matter.*

‘The lawsuits are settled,’ she read out... ‘some in my favour, as for example...others not. Turkish marriage annulled (I was ambassador in Constantinople, Shel,’ she explained) ‘Children pronounced illegitimate, (they said I had three sons by Pepita, a Spanish dancer). So they don't in her it, which is all to the good...Sex? Ah! what about sex? My sex’, she read out with some solemnity, ‘is pronounced indisputably, and beyond the shadow of a doubt (what I was telling you a moment ago, Shel?), female’ (Woolf, 1928/2003)¹⁰⁰.

Наведений уривок демонструє поєднання трьох форм персонажного мовлення в одному комунікативному контексті – а) читання документу в голос; б) усні репліки-коментарі; в) переповідання слів інших осіб. Зачитаний текст королівської постанови відтворено дослівно за допомогою прямого мовлення, яке вводиться авторськими ремарками *she read*

⁹⁹ Woolf V. Orlando: a Biography. P. 88.

¹⁰⁰ Woolf V. Orlando: a Biography. P. 125-126.

out (with some solemnity). Частково читач дізнається про зміст документу з коментарів героїні. Момент переходу від об'єктивного цитування до суб'єктивного роз'яснення марковано за допомогою апосіопези (some in my favour, as for example...). Процес читання чергується з коментуванням, відокремленим від основного тексту за допомогою парантез (I was ambassador in Constantinople, Shel,' she explained). Отже, перехід від процесу читання до спонтанного мовлення репрезентовано за допомогою вставних елементів, пунктуаційно оформлених за допомогою круглих дужок. Контраст різних форм мовлення підкреслено використанням юридичних канцеляризмів у документі (the lawsuits are settled; children pronounced illegitimate тощо) та елементів актуалізації усного мовлення, як от вигуків (Ah!), риторичних питань (what about sex?) й оцінної лексики (which is all to the good). Крім того, коментуючи документ, Орландо згадує слова інших невідомих осіб. На відміну від тексту документу, вони не процитовані дослівно, а відтворені за допомогою непрямого мовлення (they said I had three sons by Pepita).

Отже, форми персонажного мовлення тематично та структурно підпорядковуються оповіді, до складу якої вони входять. За формою вираження розрізняють власне мовлення, внутрішнє і писемне мовлення персонажів, які, попри окремішний статус, тяжіють до конвергенції у художніх оповідних текстах. Встановлено, що конвергенція форм мовлення здійснюється за допомогою поєднання мовних засобів вираження – розповідної форми репрезентації мовлення, прямого, вільного прямого, непрямого, невласне-прямого мовлення, цитованих вкрапель.

Література

1. Halliwell, S. (2013). *Diegesis – Mimesis* [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.lhn.uni-hamburg.de/node/36.html>.
2. Fludernik, M. (2005). Speech representation. In D. Herman, M. Jahn, & M.-L. Ryan (Eds.), *Routledge encyclopedia of narrative theory* (pp. 720-725). Routledge.
3. Fludernik, M. (2009). *An Introduction to Narratology*. Routledge.
4. Leech, D., Short, M. (2007). *Style in Fiction*. Routledge.
5. McHale, B. (1978). Free indirect discourse: a survey of recent accounts. *PTL: a Journal for Descriptive Poetics and Theory of Literature*, 3, 249-287.
6. Platon. (2000). *Derzhava* (Dz. Koval, Trans.). *Osnovy*. (Original work published ca. 360-370).
7. Schmidt, W. (2010). *Narratology: an Introduction*. Walter de Gruyter GmbH & Co.
8. Semino, E., Short, M. (2004). *Corpus Stylistics. Speech, Writing and Thought Presentation in a Corpus of English Writing*. Routledge.
9. Woolf, V. (2003). *Orlando: A Biography*. Wordsworth Classics. (Original work published 1928).
10. Woolf, V. (2003). *Writer's Diary*. Mariner Book. (Original work published 1953).

1.9. REVITALIZING ANCIENT PATHOS IN ENGLISH INTERNET MEDIA DISCOURSE (BASED ON MATERIALS OF BBC NEWS TEXTS)

1.9. РЕВІТАЛІЗАЦІЯ АНТИЧНОГО ПАФОСУ В ПЛОЩИНІ НОВИННОГО МЕДІЙНОГО ДИСКУРСУ (НА МАТЕРІАЛІ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ САЙТУ БІ-БІ-СІ)

Вступ. Сучасний етап розвитку гуманітарних наук характеризується стійким інтересом до дослідження інформаційного суспільства та процесів і явищ, які його детермінують, що зумовлено появою великої кількості інформаційних ресурсів, виробників та споживачів інформаційного продукту. Сьогоденній інформаційній ері властиве реконструювання об'єктивної дійсності та її трансформування у нову медійну реальність, невід'ємним складником якої є створення впливу на аудиторію вербальними засобами із додаванням новітніх технологій. Вербальна реальність стає мовним представленням дійсності при трансформації світу через призму людини, яка її переосмислює і ретранслює результат власного сприйняття іншим. Сучасна риторика уможливує дослідження вербальної дійсності в медіа-дискурсі з врахуванням способів впливу й етапів текстопобудови.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Загалом, поняття «інформаційне суспільство» має багато інтерпретацій, залежно від ракурсу його розгляду. Аналізуючи феномен постіндустріального суспільства, Д. Белл визначає інформаційне суспільство як період існування соціуму, в якому головним продуктом виявляється інформація¹⁰¹. Інформаційне суспільство, за Д. Беллом є оновленою дефініцією постіндустріального суспільства, яка фокусується не на його хронологічному аспекті після індустріального суспільства, а звертає увагу на зміні суті соціальної структури – домінуванні інформації¹⁰².

Термінологічні варіації включають щонайменше два підходи до потрактовування феномену інформаційного суспільства. Перший, еволюційний, уможливує його визначення як стадії історичного розвитку людства, що розміщує становлення інформаційного суспільства після постіндустріального¹⁰³. Другий, комунікаційний, полягає у його ототожненні з появою новітніх технологій для передавання інформації від виробника до реципієнта: з'являються інформаційні ресурси для збереження, поширення і транслявання контенту, формується телекомунікаційна і комп'ютерна промисловість, розробляється аудіовізуальне і програмне забезпечення, мультимедійні інновації; аудиторія отримує можливість доступу до необмеженого споживання інформації. У різних підходах до визначення інформаційного суспільства валідним є те, що цей соціальний феномен утворився з допомогою симбіозу новітніх технологій (інформаційних та телекомунікаційних), уможливаючи будь-які маніпуляції з інформацією у будь-якій формі без змістових та просторово-темпоральних обмежень¹⁰⁴.

З огляду на мовне представлення інформаційного потоку у вигляді інституційного дискурсу, покликано забезпечувати комунікацію у певному соціальному контексті, та на високотехнологічність сучасного суспільства, домінуючим типом дискурсу виявляється медіа дискурс, який виконує роль посередника між реальністю та аудиторією. Особливістю медіа дискурсу є практично необмежена соціально різна аудиторія, котра регулярно користується інформацією ЗМІ¹⁰⁵. Засоби масової інформації проникають в усі сфери суспільства, представляючи суспільні практики (наукові, політичні, бізнес та ін.) у різних медійних модальностях: журналах, газетах, радіо, телебаченні, інтернеті. Ці основні

¹⁰¹ Bell D. The coming of post-industrial society, p. 127.

¹⁰² там само

¹⁰³ Duff A. Daniel Bell's theory of the information society, p. 374.

¹⁰⁴ Webster F. Theories of the information society, p. 101-102.

¹⁰⁵ Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания, с. 181.

властивості зробили ЗМІ головним ретранслятором реальності, до якої в аудиторії немає прямого доступу¹⁰⁶.

Найпоширенішим різновидом медіа дискурсу вважаємо Інтернетний, створений поєднанням наступних компонентів: друкованих, мультимедійних текстів з додаванням комп'ютерного каналу зв'язку. Створюючи цілий комплекс уявлень про світ за допомогою великих сукупностей текстів інформаційних повідомлень та мультимодальних матеріалів, цей різновид дискурсу конструє реальність як вторинну вербально-візуальну дійсність¹⁰⁷. Інтернетний медіа дискурс володіє низкою релевантних характеристик, відмінних від функціональних особливостей раніше відомих ЗМІ. Він володіє експансивністю, тобто стрімким характером розвитку та розповсюдження, що супроводжується відмовою аудиторії від раніше використовуваних способів отримання інформації (друкованих, аудіо- та аудіовізуальних). Розміщення реклами в онлайні, поступове відкриття інтернет-сторінок традиційних ЗМІ, збільшення кількості реклами в Інтернеті зумовлює появу нових джерел інформування, як-от: бази даних, мережеві бібліотеки, пошукові сервери з можливістю пошуку за ключовими словами. Синтетичність як одночасне використання різних способів передавання інформації опирається на комп'ютер як мультимодальний пристрій, котрий поєднує всі основні способи передачі даних: текст, звук, зображення. До того ж, при підключенні комп'ютера до мережі з'являється можливість активно використовувати комбінований контент (завантажувати, транслювати і т. д.)¹⁰⁸.

Висока швидкість передачі інформації забезпечується комп'ютеризацією населення та полягає в тому що кожного дня Інтернетом користуються мільйони людей, створюючи величезні обсяги інформації. Будь-який опублікований у мережі контент миттєво стає доступним для будь-якого користувача. Ця характеристика відкрила нові можливості для споживачів інформації, оскільки вони масово стали спроможними оприлюднювати власні тексти. Послаблення контролю над змістом контенту та над його редагуванням на шляху від інформаційного задуму як інтерпретації певної події до її публікації часто унеможливило відстеження першоджерела. Відповідно, швидкий і масовий доступ до інформаційних потоків неминуче пов'язаний з необ'єктивністю відображення світу.

Наступною характеристикою Інтернетного медіа дискурсу виявляється фрагментарність подачі інформації. Велика кількість онлайн-ресурсів створюють химерну картину реальності, лише частково, а не всеосяжно репрезентуючи її. Наведене твердження підтверджується тим, що основні Інтернет-ресурси можна умовно поділити на корпоративні сайти та особисті сторінки, блоги учасників соціальних мереж, пошукові сайти та мережеві ЗМІ. Перші дві категорії володіють найменшою фрагментарністю, хоча й вони побудовані на принципі гіперпосилань, направленою на перехід від одного фрагмента інформації до іншого. Принцип дії пошукових сайтів полягає у віднайденні потрібного контенту на основі набору ключових цитат як фрагментів інформації. Різновиди мережевих ЗМІ структуровані таким чином, що їхні головні сторінки представляють собою набір заголовків, котрі функціонують як гіперпосилання, що свідчить про відсутність єдиної інформаційної картини у Інтернет новинах¹⁰⁹.

Усі вищенаведені характеристики: експансивність, синтетичність, висока швидкість передачі інформації та її фрагментарність у результаті призводять до високого маніпулятивного потенціалу Інтернетного дискурсу ЗМІ. Порівняно з іншими різновидами медіа дискурсу Інтернетний володіє високими можливостями керування інформаційними потоками з метою створення впливу на широкий загал задля створення у неї прогнозованих реакцій та моделей поведінки.

Цілі та методологія. Метою даної розвідки вважаємо дослідження нового народження античного пафосу як одного з риторичних способів впливу на аудиторію у площині

¹⁰⁶ Silverblatt A. Media literacy: keys to interpreting media messages, p. 18.

¹⁰⁷ Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности, с. 185.

¹⁰⁸ Суворов А. А. Интернет-мас-медийные характеристики, с. 65-66.

¹⁰⁹ там само.

сучасного новинного медійного дискурсу, утвореного текстами про нещодавні події з життя соціуму та покликаною сконструювати реальність.

Вербальне утілення впливу засноване на античних канонах його створення та текстобудови, запроваджених грецькими та римськими риториками. Класична риторика потрактовується як мистецтво красномовства, ототожнюючись з її квінтіліанівським тлумаченням як "вмінням говорити витончено", або як мистецтво виголошення промови з метою здійснення впливу на аудиторію, що представляє аристотелівське бачення мовлення як "мистецтва переконання". Метою античних риторів та їхніх виступів було схилити слухачів на свій бік, змусити їх прийняти свою точку зору на п'яти етапах виголошення промови: при виборі теми (*inventio*), продумуванні послідовності розташування обраного змісту повідомлення (*dispositio*), на етапі вербалізації задуму, тобто при мовному оформленні інформації (*elocutio*), її запам'ятовуванні (*memoria*) та презентуванні підготовленого тексту (*actio*)¹¹⁰.

Античні етапи виголошення промови згодом трансформувалися у стадії створення будь-якого новинного повідомлення: інвенція корелює з відбором інформації, визначенням теми й способів впливу на аудиторію, які підпорядковуються цілям автора; диспозиція перетворилася на визначення структурного оформлення змісту тексту через послідовне розташування ідей; елокуція втілюється у доборі мовних одиниць, які будуть вербалізувати визначений на стадії інвенції й розміщений у диспозиції зміст; з античних запам'ятовування (*memoria*) та проголошення (*actio*) з появою медіа дискурсу сформувалась перформативна стадія, направлена на встановлення контакту з реципієнтами новин та здійснення впливу на них¹¹¹. Злиття двох античних етапів в один відбулося через інтенсивний розвиток преси, радіо, телебачення, Інтернету, що супроводжувалось вдосконаленням технічних засобів зберігання й передачі інформації, завдяки яким відпала потреба у запам'ятовуванні матеріалу.

Античні способи впливу традиційно апелювали до розуму через використання раціональних аргументів та думок для обґрунтування позиції (логос); до характеру й особистісних якостей ратора (етос); та звертались до емоцій і почуттів аудиторії, щоб викликати їх співпереживання, довіру та схилити на свій бік (пафос). Пафос представляв норози автора, його негативні й позитивні почуття, засновані на оцінках ситуації. Представлення почуттів мовними одиницями залежало від власного ставлення автора, вираженого емоційно забарвленою чи образною лексикою. У сучасному розумінні, окрім апеляції до емоцій, пафос є засобом впливу через потреби аудиторії при описі мотивів дій, наявність яких призводить до задоволення чи дефіциту бажань та впливає на сприйняття дійсності¹¹².

Для дослідження сучасного переосмислення античного пафосу як одного з риторичних способів впливу на аудиторію у площині сучасного новинного медійного дискурсу задіємо поєднання лінгвориторичного й лінгвокогнітивного методів аналізу. Наведена комбінація полягає у моделюванні авторського відтворення дійсності при створенні новинного повідомлення на етапах інвенції, тобто вибору теми, диспозиції як лінеаризації матеріалу, й елокуції, тобто його словесного оформлення з опорою на античні канони та засоби впливу.

З позицій лінгво- й медіариторики розглядаємо сучасне розуміння пафосу як риторичних потреб, яка крім апеляції до емоційної сфери, досліджує засоби впливу через відображення потреб аудиторії, репрезентацію оцінок, наявність яких призводить до задоволення чи дефіциту бажань та впливає на сприйняття дійсності¹¹³.

Вербалізацію впливу у структурі новинного тексту можливо прослідкувати, послуговуючись поняттям риторичної стратегії як плану розгортання тексту для реалізації

¹¹⁰ Encyclopedia of Rhetoric p. 411, 224, 237, 500.

¹¹¹ Потапенко С. І. Когнітивна риторика ефекту: в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Кеннеді і Дж. Буша), с. 131.

¹¹² MacLennan J. The Nature of Rhetoric, www.engr.usask.ca/dept/techcomm/whatis.htm.

¹¹³ там само.

авторського наміру досягти потрібного йому ефекту через зміну думки адресатів у потрібному напрямі¹¹⁴. Риторична стратегія дозволяє встановити композицію статей у ракурсі впливу через виявлення семантичних зв'язків між одиницями на позначення складників події, що проводимо через дослідження взаємодії між окремими блоками новинного Інтернет-повідомлення: заголовком, вступом, блоком головної події, фону й коментарів¹¹⁵.

Риторичні стратегії реалізуються предикативними одиницями, які є основою побудови речення, підпорядковуючи тактики, котрі визначаються вживанням одиниць, залежних від предикатів. На основі присудків зі оцінним значенням виявляємо, що до пафосу апелює оцінна стратегія. З опорою на залежні від присудків одиниці із семантикою позитивної, негативної оцінки приблизності, виокремлюємо однойменні тактики. Тактику позитивної характеристики складників подій визначаємо, спираючись на словосполучення із прикметниками позитивно-оцінної семантики, які виокремлюють більш значущих референтів на фоні інших. Тактику негативної характеристики складників подій виокремлюємо на основі словосполучень негативно-оцінної семантики, котрі вербалізують погане ставлення до зображуваного. Тактику приблизної кількісної оцінки подій і їх складників визначаємо за залежними від присудків одиницями, семантика яких співвідноситься з множиною як сукупністю, в якій можливо диференціювати окремі складники, або масою, котра відбиває нечленованість складників сукупності¹¹⁶.

Результати й обговорення. Виокремлена оцінна стратегія звертається до пафосу через висвітлення ставлень учасників до подій¹¹⁷. Зазначена стратегія реалізується у текстах присудками на позначення реакцій на попередні дії (*to be startled, to expect, to be upset*), підпорядковуючи тактики позитивної, негативної характеристики й приблизної кількісної оцінки складників подій.

Тактика позитивної характеристики складників події полягає у їх представленні одиницями з семантикою позитивної оцінки, встановленої за їхніми словниковими дефініціями, напр., *a team of professionals, productive partnership*. У першому з наведених словосполучень *a team of professionals* іменник *professionals* зображає команду професіоналів семами 'good', що вказує на позитивну оцінку, та 'well trained' на позначення гарної підготовки у визначенні "a good and well trained worker"¹¹⁸; у виразі *productive partnership* прикметник *productive* позитивно характеризує партнерство семемою 'good or helpful results'¹¹⁹ на позначення гарних результатів.

Зазначена тактика апелює до пафосу через позитивну оцінку у статті про готовність Ірану до ядерних перемовин під назвою *Iran ready for nuclear talks, says President Rouhani*:

(1) *Iranian President Hassan Rouhani says he is prepared to engage in "time-bound and results-oriented" talks on his country's nuclear programme.* (2) *He told the UN General Assembly's annual meeting in New York that sanctions against Iran were "violent".* (3) *He also welcomed Syria's acceptance of the Chemical Weapons Convention and condemned the use of such weapons.* (4) *Tehran says it is enriching uranium for peaceful purposes.* (5) *Iran poses absolutely no threat to the world or the region," he said.* (6) *To this end he said Tehran was prepared to engage "immediately in time-bound and result-oriented talks to build mutual confidence and removal of mutual uncertainties with full transparency [BBC 25.09.2013].*

Тактика позитивної характеристики переговорів між Іраном та ООН підпорядковується оцінній стратегії, втіленій у заголовку предикатом *ready*, що за рахунок семи 'satisfactory' на

¹¹⁴ Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи, с. 164.

¹¹⁵ Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация, с. 274.

¹¹⁶ Набок А. И. Суперстратегия субъективации в англоязычных Интернет-новостях: когнитивно-риторический аспект, с. 155-159.

¹¹⁷ Набок А. И. Вербалізація ефектів об'єктивності та суб'єктивності в англomовному новинному Інтернет-дискурсі: когнітивно-риторичний аспект, с. 14.

¹¹⁸ Longman Dictionary of Contemporary English, p. 1308.

¹¹⁹ там само, p. 1308.

позначення підходящості у своєму значенні¹²⁰, позитивно оцінює готовність іранського президента до переговорів по ядерному роззброєнню, у блоці головної події (1 – 3) та присудком *welcomed* (3), сема якого *'pleased'*. вказує на гарне ставлення Рухані до прийнятої конвенції по хімічній зброї.

Посилення позитивного зображення переговорів відображає вплив відображенням у блоці коментарів (4 – 6) схвалення Ірану своєї ядерної діяльності прикметником *peaceful*, сема котрого *'no violence'*, акцентує у висловленні (4) мирні цілі збагачення урану (*peaceful purposes*) імплікуючи оцінку “добре”, прикметником *result-oriented* з семемою *'achieve good results'* на позначення гарного результату переговорів (*talks*) та іменником *confidence* із семемою *'believe sth is good'*, яка позитивно характеризує взаємну довіру сторін (*mutual confidence*) у реченні (6), репрезентуючи суб'єктивну точку зору іранських високопосадовців.

Тактика негативної характеристики складників подій полягає у їх представленні одиницями зі значенням “погано”, напр., *corrupt institutions, social discrimination*. У першому словосполученні *corrupt institutions* прикметник *corrupt* негативно характеризує інституції завдяки наявності у своєму значенні семи *'morally bad'*¹²¹; у другому виразі іменник *discrimination* сигналізує про погіршення ставлення до інших семемою *'in a worse way'*¹²².

Наведена тактика апелює до пафосу через вербалізацію негативної оцінки у статті про незадоволення розслідуванням у справі зниклих студентів під назвою *Protesters disapprove of Mexico missing students*:

(1) *Protesters in Mexico clashed with police following a largely peaceful rally in support of 43 students who went missing in September.* (2) *The demonstrators expressed their criticism over the handling of the case by President Enrique Pena Nieto.* (3) *The president's popularity rating has dropped to its lowest point since he took office two years ago.* (4) *The students had travelled [...] to the town of Iguala in Guerrero state to protest against discriminatory hiring practices for teachers* [BBC 09. 10. 2014].

Тактика негативної характеристики складників подій підпорядковується оцінній стратегії, представленої в заголовку предикатом *disapprove*, семема якого *'negative opinion'*¹²³ вказує на погане ставлення громадян до слідства у справі зниклих студентів. Критика розслідування відображена у блоці головної події (2) іменником *criticism*, сема якого *'disapproval'* відбиває непогодження¹²⁴, імплікуючи негативну оцінку. Зниження популярності президента (*popularity*) у реченні (3) фонового блоку представляє словосполучення *lowest point*, яке від'ємно характеризує його рейтинг семою *'no popular'*¹²⁵. Подальше відображення поганого ставлення до розслідування реалізується прикметником *discriminatory*, у значенні якого семема *'not morally right'*¹²⁶ вказує на морально неправильну поведінку, вербально вказуючи на бажання автора схилити читачів до негативного ставлення до президента.

Тактика приблизної кількісної оцінки складників події полягає у характеристиці референтів через вибір одиниць, семантика яких співвідноситься з множиною як сукупністю і масою, яка відбиває неможливість диференціювати окремі сутності. Реалізація зазначеної тактики в текстах статей створює ефект суб'єктивності різними одиницями на позначення приблизної кількості: числівниками з апроксиматорами (*about 70 km*), квантифікаторами, які вказують на приблизну злічуваність (*some*), квантифікаторами (*many*) та іменниками, які вказують на множину (*hundreds, thousands*) та масу (*millions, hundreds of thousands*).

Наведені одиниці на позначення приблизної кількості взаємодіють у тексті під назвою *Rallies call for Paris climate change action* [BBC 29. 11. 2015] таким чином: *rallies* (заголовок)

¹²⁰ там само, р. 1363.

¹²¹ Там само, р. 352.

¹²² Там само, р. 446.

¹²³ Там само, р. 442.

¹²⁴ Там само, р. 373.

¹²⁵ Там само, р. 964.

¹²⁶ Там само, р. 445.

→ *hundreds of thousands* (вступ) → *hundreds of pairs of shoes* (блок головної події). У вказаній послідовності одиниць ефект суб'єктивного кількісного оцінювання створюють іменник *rallies*¹²⁷, який вказує на приблизне число осіб через їхнє співвіднесення з множиною, що трансформується у масу, за рахунок вказівки на велике об'єднання людей, словосполучення *hundreds of thousands*, котре приблизно представляє надзвичайно велике число референтів, вираз *hundreds of pairs of shoes* через зображення сотень пар взуття, які співвідносяться з великою їх множиною.

Тактика приблизної кількісної оцінки складників подій реалізується одиницями кореляції грошових сум із незлічуваною масою у статті про заморожені кошти екс-президента Гаїті під заголовком *Haiti's ex-leader Duvalier: Frozen Swiss funds not mine*:

(1) *Haiti's ex-leader Jean-Claude Duvalier is surprised that millions of dollars frozen in Swiss bank accounts are considered his.* (2) *He told broadcaster Univision that the funds of some \$6m (£3.7m) belonged to a foundation set up by his family and should be used to rebuild Haiti.* (3) *The Swiss authorities froze the assets under a new law that could ease the way for them to be returned to Haiti* [BBC 02. 02. 2011].

У заголовку наведеного повідомлення зазначена тактика реалізується іменником *funds*, семема якого 'an amount of money'¹²⁸ загально вказує на невідому суму грошей. Ефект суб'єктивності посилюється приблизною оцінкою кількості грошей іменником *millions* в інтродуктивному блоці (1) на позначення надзвичайно великої суми, котру неможливо перерахувати; квантифікатором *some* який у складі словосполучення *funds of some \$6m (£3.7m)* блоку головної події (2), підкреслює неточність вказаної суми; неозначеною іменною групою *a foundation* у тому ж блоці через представлення невідомої організації, що володіє коштами. Тактика приблизної кількісної оцінки складників події у висловленні фонового блоку (3) реалізується групою підмета *the Swiss authorities*, яка неоднозначно зображає представників влади лише як швейцарських посадовців, та прикметником *new* у складі словосполучення *a new law*, що не називає нормативний акт, відповідно до якого було заморожено кошти.

Висновки. Ревіталізація античного пафосу як апеляції до емоційно-оцінної сфери відбувається в умовах експансії ЗМІ і зокрема їх новинного різновиду. В текстах англомовних Інтернет-новин вплив через пафос утілює оцінна стратегія, втілена через висвітлення в текстах суб'єктивних ставлень учасників до подій. Вказана стратегія підпорядковує залежні одиниці, які реалізують тактики позитивної, негативної характеристики складників подій і тактику приблизної кількісної оцінки складників подій за представлення референтів одиницями, семантика яких співвідноситься зі злічуваністю, множиною та масою.

Література

1. Bell D. The coming of post-industrial society. New York: Basic Books, 1976. 507 p.
2. Duff A. Daniel Bell's theory of the information society. *Journal of Information Science*. 1998. Vol. 24, Issue 6. P. 373-393.
3. Webster F. Theories of the information society. Routledge, 2014. 404 p.
4. Добросклонская Т. Г. Массмедийный дискурс как объект научного описания. *Научные Ведомости БелГУ. Серия Гуманитарные науки*. 2014. № 13, Выпуск 22. С. 181-187.
5. Silverblatt A., Miller D., Smith J., Brown N. Media literacy: keys to interpreting media messages. ABC-CLIO, 2014. 505 p.
6. Кубрякова Е. С. Вербальная деятельность СМИ как особый вид дискурсивной деятельности. Язык средств массовой информации: учебное пособие для вузов / под ред. М. Н. Володиной. М. Академический проект; Альма Матер, 2008. С. 183-208.
7. Суворов А. А. Интернет-мас-медийные характеристики. *Известия Саратовского университета*. 2009. Т. 9. Серия Философия. Журналистика. № 3. С.64-70.

¹²⁷ Там само, р. 1354.

¹²⁸ там само, р. 655.

8. Encyclopedia of Rhetoric / ed. by Th. O. Sloane. Oxford: Oxford University Press, 2006. 837 p.
9. Потапенко С. І. Когнітивна риторика ефекту : в пошуках методу (на матеріалі інавгураційних звернень американських президентів Дж. Кеннеді і Дж. Буша). *Вісник Київського національного лінгвістичного університету*. Серія Філологія. 2012. Т. 15, № 2. С. 131-141.
10. MacLennan J. The Nature of Rhetoric URL: www.engr.usask.ca/dept/techcomm/whatis.htm
11. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи: монография. Москва: Едиториал УРСС, 2003. 284 с.
12. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. Благовещенск, 2000. 308 с.
13. Набок А. И. Суперстратегия субъективации в англоязычных Интернет-новостях: когнитивно-риторический аспект. *Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты*. Сочи: Сочинск. гос. ун-т, 2014. Вып. 19. С. 155-159.
14. Набок А. І. Вербалізація ефектів об'єктивності та суб'єктивності в англomовному новинному Інтернет-дискурсі: когнітивно-риторичний аспект: автореф. дис. ... канд. філолог. наук: 10.02.04. / Одеський національний університет імені І. І. Мечникова. Одеса, 2018. 23 с.
15. Longman Dictionary of Contemporary English: New Edition. Harlow: Longman, 2010. 1950 p.

1.10. INVESTIGATION OF THE STRENGTH OF STEEL REINFORCEMENT OF OPERATED STRUCTURES BY THE METHOD OF "THREAD CUT"

1.10. ДОСЛІДЖЕННЯ МІЦНОСТІ СТАЛЬНОЇ АРМАТУРИ ЕКСПЛУАТОВАНИХ КОНСТРУКЦІЙ МЕТОДОМ «ЗРІЗУ РІЗЬБИ»

Постановка проблеми. Техногенні небезпеки, які проявляються при аваріях чи катастрофах на потенційно небезпечних об'єктах і об'єктах підвищеної небезпеки, є найбільш небезпечними і містять у собі загрозу для життя і діяльності людини, природного середовища або здатні її створити внаслідок ймовірного вибуху, пожежі, затоплення, забруднення навколишнього середовища¹²⁹.

Забезпечення безпеки та захисту населення, об'єктів економіки від негативних наслідків надзвичайних ситуацій різного походження повинно розглядатись як невід'ємна частина державної політики у сфері національної безпеки і державного будівництва, як одна з найбільш важливих функцій діяльності центральних органів державної виконавчої влади.

В результаті техногенних аварій чи катастроф складається надзвичайна ситуація, раптове виникнення якої призводить до значних людських втрат чи ураження людей, соціально-екологічних і економічних збитків, необхідності захисту людей від шкідливої дії для здоров'я отруйних, радіоактивних речовин, бактерій, травмуючи і психогенних факторів, проведення рятувальних, невідкладних медичних і евакуаційних заходів, ліквідації негативних наслідків, які склалися.

Проблема спрацювання конструкцій, споруд і машин, з якою стикаються всі країни, для України набуває особливого значення через складний економічний та фінансовий стан. Особливої уваги набувають питання управління експлуатаційною надійністю та довговічністю об'єктів шляхом визначення їхнього технічного стану та залишкового ресурсу¹³⁰.

За 2018 рік в Україні зареєстровано 78 608 пожеж. Матеріальні втрати від пожеж склали 8 млрд 279 млн 119 тис. грн. В середньому щодня виникало 215 пожеж, вогнем знищувалось або пошкоджувалось 70 будівель і споруд. Щоденні матеріальні втрати від пожеж становили 22,7 млн грн. Кожною пожежею державі наносились прямі збитки на суму 28,0 тис. грн.

Реконструкція об'єктів будь-якого призначення може бути здійснена тільки на основі всебічного аналізу¹³¹. При цьому повинні бути враховані: реальний стан будівельних конструкцій; прогноз можливих осідань ґрунтів або впливів високих температур; результати розрахунків конструкцій за розрахунковими схемами, що найповніше враховують специфіку їхньої деформації. Сучасні обчислювальні комплекси дають можливість виконати розрахунки будь-яких конструкцій за умов наявності інформації про характеристики матеріалів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аспекти довготривалої експлуатації та пожежної безпеки будівельних конструкцій розглядаються в дослідженні^{132,133}. В роботі

¹²⁹ Отрош Ю. А., Морозова Д. М. Визначення технічного стану будівель для забезпечення техногенної безпеки. Матеріали Третьої науково-практичної конференції «Будівельне право: проблеми теорії і практики», Київ, 2019. С. 163-165.

¹³⁰ Прогнозування залишкового ресурсу будівельних конструкцій після силових, деформаційних і високотемпературних впливів будівельних конструкцій при дії силових, деформаційних та високотемпературних впливів. / Національний університет цивільного захисту України; керівник теми Ю. А. Отрош. № ДР 0119U000001003. Харків, 2019.

¹³¹ Отрош Ю. А. Розробка підходу до визначення технічного стану будівельних конструкцій при дії силових та високотемпературних впливів. *Вісник Одеської державної академії будівництва та архітектури*. 2018. № 71. С. 54-60.

¹³² Denvid Lau, Qiwen Qiu, Ao Zhou, Cheuk Lun Chow. Long term performance and fire safety aspect of FRP composites used in building structures. *Construction and Building Materials*, 2016, № 126, P. 573-585. <https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2016.09.031>.

наводяться перспективи майбутніх досліджень та рекомендації щодо дослідження довговічності будівельних конструкцій при впливах агресивного середовища та пожежі.

Дослідження¹³⁴ рекомендують використання повного спектра сучасних методик щодо вивчення властивостей матеріалів та чисельного моделювання. Крім того, технічне обстеження залізобетонних конструкцій повинно також містити прогнозування розвитку наявних або утворення нових пошкоджень та деградацій матеріалу, а також вказівки щодо проведення ремонтно-відновлювальних робіт для забезпечення подальшої безпечної експлуатації конструкцій.

На сьогодні розроблені прямі методи контролю без руйнування, які дають змогу визначати межу текучості σ_m та тимчасовий опір розриву σ_e безпосередньо, але не за чинними нормативними методиками.

При вимірюванні міцності матеріалу методом «зрізу різьби» на якість вимірювання впливають такі фактори: якість виконання різьби в матеріалі та на гвинті, встановлення гвинта перпендикулярно до площини зразка¹³⁵. Цей вимірювальний комплекс призначений для використання на площині листового та фасонного прокату незалежно від положення конструктивного елемента в просторі. Крім цього, ним можна вимірювати міцність зварного шва в будь-якому його положенні. Дослідження в цьому напрямі продовжуються, при цьому враховується вплив силових та високотемпературних факторів¹³⁶.

Оцінка стану існуючих будівель з використанням методів неруйнівного контролю розглядається в роботі¹³⁷. Безперервний моніторинг залізобетонних конструкцій з використанням відповідних методів та наявних методів реконструкції сприяє суттєвому зменшенню швидкості спрацювання бетонних конструкцій, збільшуючи тим самим термін служби конструкцій. Методи неруйнівного контролю мають більшу перевагу в оцінці однорідності, довговічності, ступеню корозії арматури в бетоні тощо для пошкоджених конструкцій.

Мета роботи – достовірне оцінювання та прогнозування технічного стану конструкцій будівель та споруд за допомогою методу локального руйнування «зріз різьби», що дає можливість запобігти виникненню аварій конструкцій та пов'язаних з ними збитків.

Основна частина. Кількість і види контрольованих параметрів визначаються результатами попереднього обстеження, вимогами нормативної і проектної документації та умовами збереження експлуатаційних властивостей об'єкта впродовж його життєвого циклу¹³⁸.

В методі «зрізу різьби» характеристики міцності сталі обумовлені зусиллям, яке необхідне для руйнування випробувального матеріалу (витків різьби, яка нарізана в ньому).

На Рис. 1 представлений зовнішній вигляд випробувальних гвинтів. Кожен випробувальний гвинт мав своє маркування. Як приклад, на Рис. 1 маркування наводиться: перші цифри позначають кількість витків у кожному окремому гвинті.

¹³³ Otrosh, Y., Kovalov, A., Semkiv, O., Rudeshko, I., Diven, V. Methodology remaining lifetime determination of the building structures. *MATEC Web of Conferences*, 2018, 230, 02023. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201823002023>.

¹³⁴ Piotr Berkowskia, Marta Kosior-Kazberuk. Construction History as a Part of Assessment of Heritage Buildings. *Procedia Engineering*, 2016, №161, P.85-90. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.08.502>.

¹³⁵ Іванов А. П., Отрош Ю. А. Визначення міцнісних характеристик арматурної сталі методом «зрізу різьби» після температурного впливу. *Промислове будівництво та інженерні споруди*. Київ, 2010. № 2. С. 16-19.

¹³⁶ Пат. на корисну модель 138535 Україна, МПК G 01 N 3/24 (2006.01). Спосіб визначення межі вогнестійкості будівельної конструкції / заявники Отрош Ю. А., Ковальов А. І., Данілін О. М., Рудешко І. В., Гаркавий С. Ф., Рибка С. О.; власник Національний університет цивільного захисту України. – № у 2019 06467; заяв. 10. 06. 19; публ. 25. 11. 2019, Бюл. № 22. – 4 с.

¹³⁷ Enkatesh, Preethi & Alapati, Mallika. Condition Assessment of Existing Concrete Building Using Non-Destructive Testing Methods for Effective Repair and Restoration-A Case Study. *Civil Engineering Journal*. 2017. 3. 841. DOI: 10.28991/cej-030919.

¹³⁸ Отрош Ю. А., Голоднов О. І., Іванов А. П. Комплекс взаємозв'язаних заходів щодо визначення параметрів напружено-деформованого і технічного стану конструкцій при різних впливах. *Збірник наукових праць Українського інституту сталевих конструкцій імені В. М. Шимановського*. 2011. № 8. С. 98-109.



Рис. 1. Зовнішній вигляд випробувальних гвинтів

Завантаження різьби у випробовуваному матеріалі виконується поздовжнім зусиллям розтягу через випробувальний гвинт. Площа контакту випробувального гвинта з матеріалом, що випробується, знаходиться на різній глибині. Для вирішення цього завдання передбачена спеціальна конструкція випробувального гвинта, яка наведена на Рис. 2.

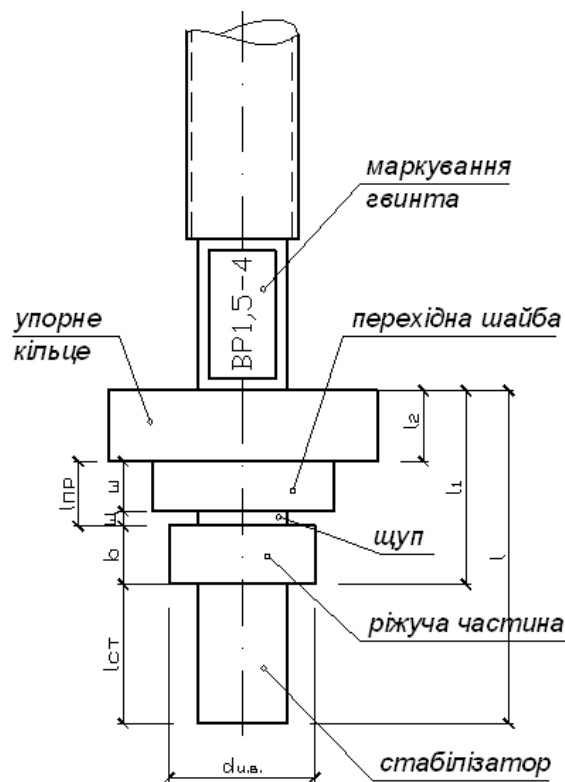


Рис. 2. Конструкція випробувальних гвинтів

З огляду на ці вимоги, матеріалом для випробувальних гвинтів була вибрана сталь марки 60С2А¹³⁹, що дає змогу робити поверхнєве загартування з подальшою шліфівкою поверхні різьби.

¹³⁹ ДСТУ 3760:2006. Прокат арматурний для залізобетонних конструкцій. – Надано чинності 11. 12. 2006. К.: Держспоживстандарт України, 2007. – 26 с.

Перед початком експерименту, за допомогою спеціальних інструментів були визначені геометричні розміри всіх гвинтів.

У цій формулі максимальна сила, яка необхідна для руйнування витків різьби F_{\max} , визначається із залежності, отриманої при таруванні:

$$F_{\max} = -1.79451 + 22.00165 \cdot \Delta U, \quad (1)$$

де ΔU – різниця показань приладів, які були отримані при випробуванні окремо кожним з гвинтів.

Руйнівне висмикувальне навантаження можливо визначити з виразу:

$$F_{\max} = C_p \cdot A_s \quad (2)$$

Площа зрізу двох кілець математичних моделей із двома витками становить:

$$A_{sc} = 4 \cdot \pi \cdot r_b \cdot h = 4 \cdot 3,1415 \cdot 2,465 \cdot 0,7 = 21,683 \text{ мм}^2 \quad (3)$$

Тоді руйнівне навантаження для математичної моделі $F_{\max, c}$ пов'язане із руйнівним навантаженням F_{\max} такою залежністю:

$$F_{\max, c} = \frac{A_{sc} \cdot F_{\max}}{A_s} = \frac{21,683 \cdot F_{\max}}{12,184} = 1,780 \cdot F_{\max} \quad (4)$$

У даному дослідженні визначається саме можливість моделювання та особливості роботи різьбового з'єднання при граничних навантаженнях. Усереднене граничне навантаження за результатами експерименту склало:

$$F_{\max} = \sigma_{un} A_s = 521310 \cdot 12,184 \cdot 10^{-6} = 6,351 \text{ кН} \quad (5)$$

Виконані розрахунки із варіюванням величини висмикувальної сили.

Відпрацювання методики визначення характеристик міцності арматурної сталі проводилось на зразках класів А240С та А400С. Всі зразки було поділено на партії.

Методика визначення характеристик міцності арматурної сталі. Визначення характеристик міцності проводилось у такій послідовності:

1. Підготовка зразків до випробувань. Для того щоб користуватися методом «зрізу різьби» при дослідженні експлуатованих конструкцій необхідно було проводити дослідження зразків арматури цим методом не тільки вздовж (тому що при дослідженні існуючих конструкцій це не завжди зручно), а й поперек зразка.

Для знаходження за допомогою методу «зрізу різьби» характеристик міцності вздовж зразка, свердяться отвори, в яких згодом нарізується різьба, в торцях кожного із зразків (по 2 отвори у кожному зразку), а для знаходження характеристик міцності впоперек зразка свердлить один отвір у середині зразка, у якому також згодом нарізується різьба.

Перед тим як свердлити отвір у зразку для визначення міцнісних характеристик поперек зразка на тому місці його поверхня вирівнюється зрізуванням деякої частини металу. Цей циліндричний сегмент (спрощено зразок арматурної сталі має форму циліндра) у своїй основі має прямокутник, у якому одна зі сторін дорівнює 8 мм, а інша – довжині зразка. Саме такий розмір меншої сторони прямокутника необхідний для того щоб випробувальний

гвинт угвинчувався в зразок до упору і розміщувався перпендикулярно до випробовуваної поверхні протягом усього експерименту. Для цього у конструкції гвинтів було зроблено упорне кільце (див. Рис. 2), тому цей розмір залежить від його розміру. У свою чергу, розмір кільця залежить від діаметра випробувального гвинта, який є постійним при проведенні всіх експериментів, результати яких розглядаються у цій роботі, тому його розмір також є постійним. Виходячи з цього розмір меншої сторони прямокутника, який лежить у основі циліндричного сегмента, який вирізується із зразка, також є постійним. На Рисунку 4 цей розмір позначений "c". Висота цього сегменту (на Рис. 4 позначена "b") залежить від діаметру випробувального зразка і дорівнює:

$$b = r - \frac{1}{2} \sqrt{4r^2 - c^2}, \quad (6)$$

де r – радіус випробувального зразка.

На Рис. 3, 4 представлено зовнішній вигляд зразків, а також зображено типові місця, в яких проводилися визначення характеристик міцності.



Рис. 3. Зовнішній вигляд зразків з арматури $\varnothing 12$ класу A400C

2. Проведення експерименту. Для проведення частини експерименту, яка пов'язана з визначенням характеристик міцності арматурної сталі, після тарування було відібрано один гвинт (ВР2-3). Він угвинчувався до упору по черзі у кожний отвір з різьбою у кожному зразку арматурної сталі. Кожне з перелічених з'єднань по черзі доводилось до руйнування шляхом прикладання до випробувального гвинта розтягувального зусилля.

Отримана після проведення експерименту стружка (витки, які було зрізано у випробовуваному матеріалі) використана для проведення хімічного аналізу.

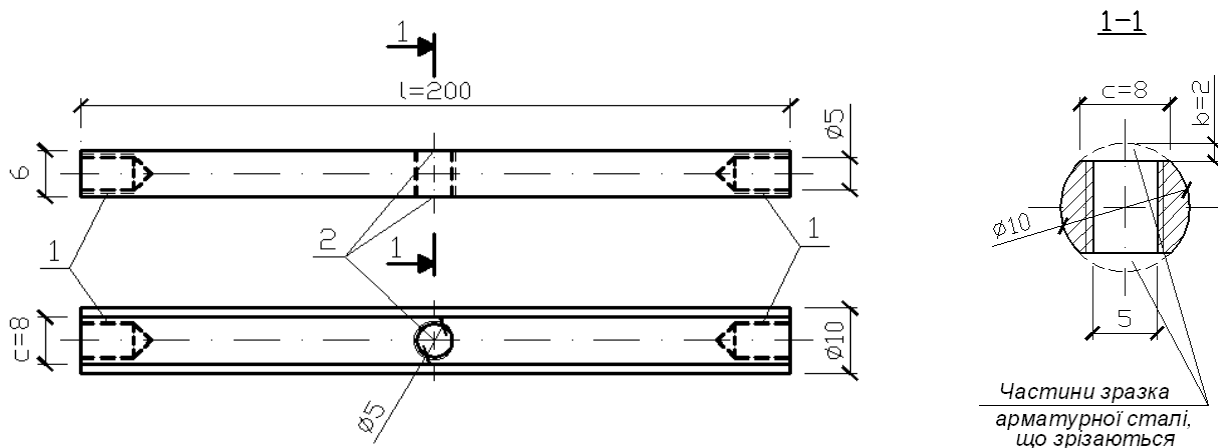


Рис. 4. Зовнішній вигляд зразка з арматури діаметром 10 мм класу A240C із вказівкою місць проведення досліджень

3. Аналіз отриманих результатів. За результатами експерименту було розраховано зусилля C_p . Було виконано порівняльний аналіз отриманих зусиль вздовж та поперек зразка для виявлення анізотропних властивостей у досліджуваному матеріалі. Встановлено залежність між зусиллями, отриманими методом «зрізу різьби», та характеристиками міцності, які були отримані за допомогою стандартного методу. Це необхідно для того, щоб перевірити достовірність отриманих результатів методом «зрізу різьби». При обстеженнях існуючих конструкцій за допомогою цих залежностей можливо отримувати характеристики міцності досліджуваних арматурних стержнів.

Оброблення отриманих результатів дослідження. Оброблення отриманих результатів починається визначення максимальної розтягувальної сили (яка прикладається до гвинта, щоб зруйнувати з'єднання «гвинт – гайка»). Порівняльний аналіз отриманих зусиль C_{p_B} та $C_{p_{II}}$ (в повздовжньому та поперечному напрямку) для кожного окремо взятого зразка арматурної сталі показав, що арматура обох класів має анізотропні властивості. В Табл. 1 наведені середні значення C_{p_B} та $C_{p_{II}}$ для кожного із розглянутих класів арматури.

Надалі проводимо статистичний аналіз для того, щоб визначити, наскільки достовірні отримані результати і метод «зрізу різьблення» в цілому.

Таблиця 1. Показники анізотропних властивостей випробуваних зразків арматури

Клас арматурного зразка	Зусилля C_{p_B} , МПа	Зусилля $C_{p_{II}}$, МПа	Різниця між зусиллями C_{p_B} та $C_{p_{II}}$, %
A240C	244,4	248,3	3% ($C_{p_{II}} > C_{p_B}$)
A400C	328,7	279,8	15% ($C_{p_{II}} < C_{p_B}$)

– знаходження кореляційного і регресійного зв'язку між значеннями характеристик міцності, отриманими обома методами, який характеризується коефіцієнтом кореляції і надійністю коефіцієнта кореляції. За отриманими залежностями знаходили тимчасовий опір розриву і межу текучості випробуваного матеріалу, які порівнюються із значеннями цих характеристик, отриманих за допомогою стандартного методу випробування арматурної сталі (випробування на розтяг) – це для визначення достовірності самого методу, що розглядається в роботі.

Результати статистичного аналізу отриманих експериментальних даних наведено у Табл. 2.

Таблиця 2. Порівняння значень міцності арматурних зразків класу A240C

Номер партії зразків	Характеристики міцності, отримані методом «зрізу різьби»		Характеристики міцності, отримані стандартним методом		Характеристики міцності, вибрані з нормативних документів	
	σ_T^H , МПа	σ_B^H , МПа	σ_T^ϕ , МПа	σ_B^ϕ , МПа	R_y , МПа	R_u , МПа
1	328,87	454,89	314,0	455,3	240	370
2	396,31	490,13	388,4	495,2		
3	412,57	528,49	432,8	533,7		
4	431,05	525,37	431,6	522,0		
5	441,81	530,91	437,8	536,5		

Дослідимо чисельно зміну НДС різьби з двома витками. Розроблено математичну модель. Загальний вигляд моделі наведено на Рис. 5. Модель складається із 25494 вузлів та 25349 шестивузлових та восьмивузлових ізопараметричних фізично нелінійних просторових СЕ.

При випробуваннях різьбового з'єднання методом «зрізу різьби» на зразок, що досліджувався, встановлювалась упорна частина випробувальної машини, і це забороняло переміщення матеріалу зразка уздовж напрямку висмикування по цій контактній площині.

Різниця в граничних умовах цих двох моделей полягає в тому, що у першій вузли, які належать до верхньої площини моделі, не мають жодних заборон переміщень, а для другої моделі ці вузли мають заборону щодо переміщення уздовж осі Z , тобто в цьому підрозділі розглядається робота різьбового з'єднання з двома кільцями різьби для таких двох схем.

Добавимо у модель випробувальний гвинт, який змодельємо одним стрижневим СЕ. Оскільки гвинт має межу міцності сталі значно вищу за межу міцності матеріалу зразка, що випробовується, залежність між напруженнями та деформаціями стрижневого СЕ приймаємо лінійною.

Об'єднаємо переміщення уздовж осі z вузлів верхнього витка зразка, що випробовується, з верхнім вузлом стрижня, який моделює випробувальний гвинт, і в якій прикладемо висмикувальну силу F . Переміщення уздовж осі z нижнього вузла стрижня, який моделює випробувальний гвинт, об'єднаємо з переміщеннями вузлів нижнього витка різьби зразка, що випробовується. Схема об'єднання переміщень вузлів наведена на Рис. 6.

В даних моделях детально досліджено розподіл напружень по циліндричній поверхні зсуву двох витків різьби відносно досліджуваного тіла. На Рис. 7 показано СЕ, напружений стан яких було досліджено.

Для розробленої моделі з двома витками різьби виконано по 14 розрахунків. Було прийнято 14 рівнів навантажень (від 1,0 кН до 8,0 кН). На Рис. 8 наведено графіки залежності максимального переміщення витків різьби від висмикувального навантаження F для двох розрахункових моделей.

Аналіз цих графіків дав можливість визначити граничне навантаження, що відповідає стану руйнування різьбового з'єднання. Величина такого навантаження становить приблизно 7,2...7,3 кН.

При навантаженнях середнього рівня (3,0 кН, 4,0 кН, 5,0 кН та 6,0 кН) величини дотичних напружень перевищували величини напружень на межі текучості сталі, а форма епюри дотичних напружень змінювалась порівняно з епюрами для навантажень 1,0 та 2,0 кН. При цьому величини дотичних напружень не досягали межі міцності матеріалу зразка.

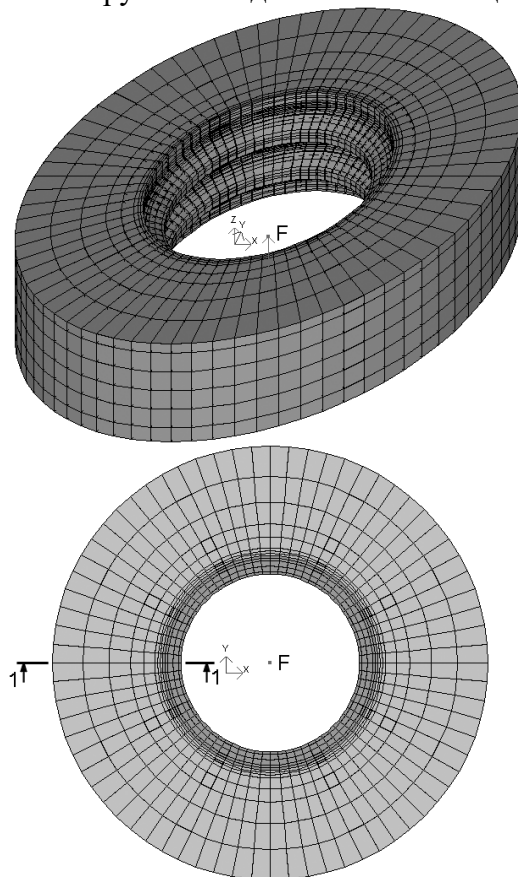


Рис. 5. Загальний вигляд моделі з двома витками різьби

При навантаженнях високого рівня (7,0 кН, 7,2 кН, 7,3 кН, 7,4 кН, 7,5 кН, 7,6 кН та 8,0 кН) величини дотичних напружень перевищували величини напружень на границі міцності сталі. З наведених для цих навантажень графіків видно, що їхня форма постійно змінюється внаслідок розвитку зон пластичних деформацій уздовж поверхні основ витків.

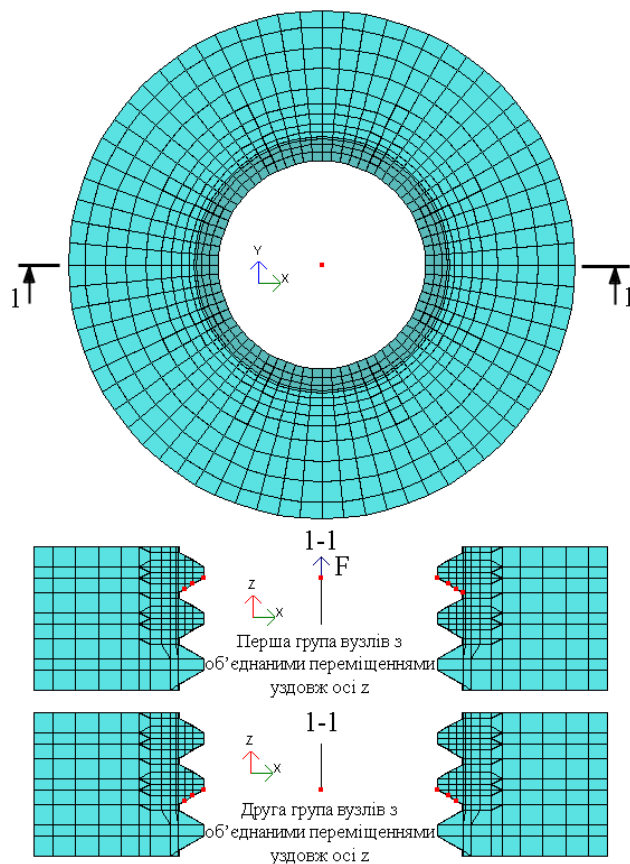


Рис. 6. Схема об'єднання переміщень вузлів

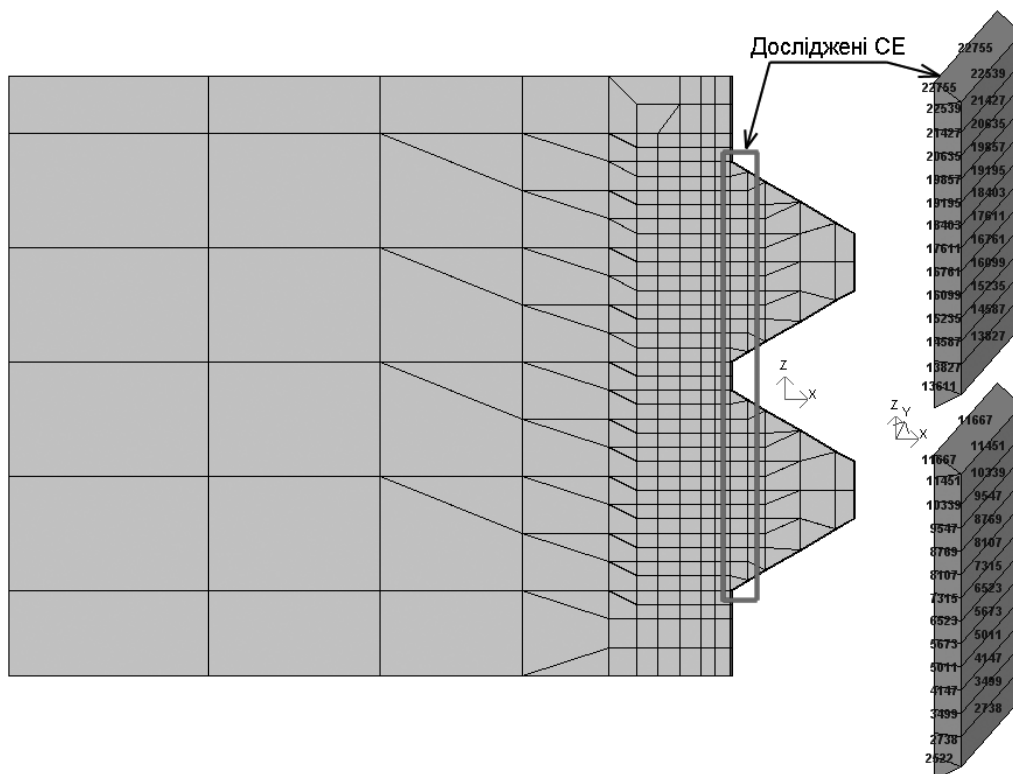


Рис. 7. Фрагмент розрахункової схеми з номерами досліджених SE

При руйнуванні витків зразка епюра набула майже лінійного характеру. При цьому напруження уздовж усієї контактної площі основи зразка набували значень межі міцності металу.

Визначаємо відношення руйнівних сил за результатами розрахунку $F_{max,c}$ та за результатами експерименту F_{max} :

$$\frac{F_{max,c}}{F_{max}} = \frac{7,25}{6,351} = 1,141. \quad (7)$$

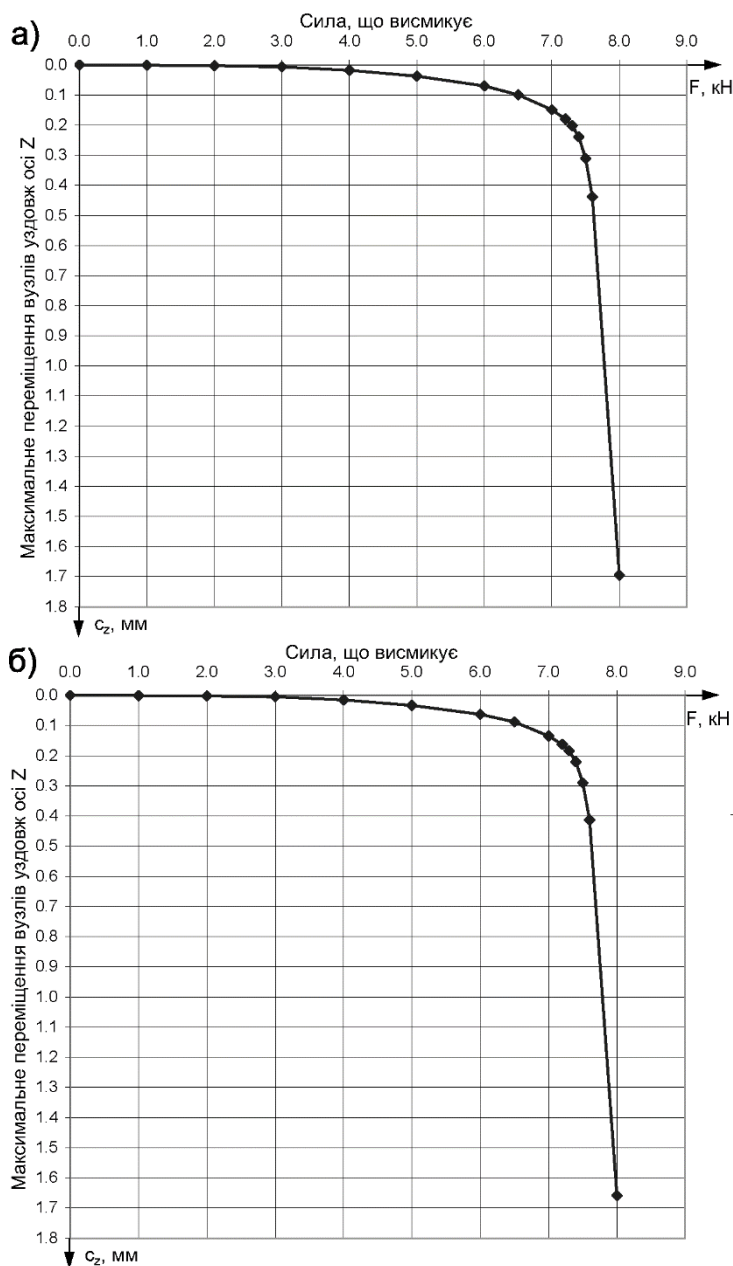


Рис. 8. Графіки залежностей величин переміщень c_z уздовж осі Z від відносної координати $\Delta l/l$ для моделі без заборони переміщень вузлів верхньої площини уздовж осі Z (а) та для моделі із заборonoю переміщень вузлів (б)

Згідно із залежністю (7), відношення площі зрізу різьби за розрахунком до площі зрізу різьби за експериментом становить 1,780, а відношення руйнівної сили за розрахунком до руйнівної сили за експериментом становить 1,141.

Величини цих відношень відрізняються між собою майже на 36%. Це можливо пояснити тим, що у розрахунку прийнята діаграма розтягу арматурної сталі класу А240С із межею міцності $R_{um}=360,0$ МПа, а за результатами експерименту межа міцності становила $R_{um}=521,31$ МПа. При прогнозуванні міцності різьбового з'єднання необхідно враховувати реальну діаграму розтягу сталі.

Висновки. За результатами проведених досліджень зроблено наступні висновки.

1. Для арматури експлуатованих залізобетонних конструкцій розроблено методику визначення характеристик міцності методом локального руйнування «зріз різьби».

2. Із застосуванням МСЕ розроблено математичні моделі з різними сітками СЕ та виконано розрахунки НДС зразка з різьбою у пружній та фізично нелінійній постановках задачі при осьовому висмикуванні.

3. За результатами розрахунків із урахуванням фізичної нелінійності матеріалу зразка зроблено висновок про можливість прогнозування дійсної роботи і визначення величини руйнівного висмикувального навантаження.

4. Для визначення величини руйнівного висмикувального навантаження при розрахунках з використанням нелінійних моделей необхідно користуватись реальними діаграмами розтягу сталі для металу досліджуваного зразка. При використанні нормативних значень границь текучості та міцності сталі на відміну від реальних похибка результатів розрахунку порівняно з експериментальними даними збільшилась з 5% (при використанні діаграми з реальними значеннями меж текучості та міцності) до 36% (при використанні «нормативної» діаграми).

Література

1. Отрош Ю. А., Морозова Д. М. Визначення технічного стану будівель для забезпечення техногенної безпеки. Матеріали Третьої науково-практичної конференції «Будівельне право: проблеми теорії і практики», Київ, 2019. С. 163-165.

2. Прогнозування залишкового ресурсу будівельних конструкцій після силових, деформаційних і високотемпературних впливів будівельних конструкцій при дії силових, деформаційних та високотемпературних впливів. / Національний університет цивільного захисту України; керівник теми Ю. А. Отрош. № ДР 0119U000001003. Харків, 2019.

3. Отрош Ю. А. Розробка підходу до визначення технічного стану будівельних конструкцій при дії силових та високотемпературних впливів. *Вісник Одеської державної академії будівництва та архітектури*. 2018. № 71. С. 54-60.

4. Denvid Lau, Qiwen Qiu, Ao Zhou, Cheuk Lun Chow. Long term performance and fire safety aspect of FRP composites used in building structures. *Construction and Building Materials*, 2016, № 126, P. 573-585. <https://doi.org/10.1016/j.conbuildmat.2016.09.031>.

5. Otrosh, Y., Kovalov, A., Semkiv, O., Rudeshko, I., Diven, V. Methodology remaining lifetime determination of the building structures. *MATEC Web of Conferences*, 2018, 230, 02023. <https://doi.org/10.1051/mateconf/201823002023>.

6. Piotr Berkowskia, Marta Kosior-Kazberuk. Construction History as a Part of Assessment of Heritage Buildings. *Procedia Engineering*, 2016, № 161, P. 85-90. <https://doi.org/10.1016/j.proeng.2016.08.502>.

7. Іванов А. П., Отрош Ю. А. Визначення міцнісних характеристик арматурної сталі методом «зрізу різьби» після температурного впливу. *Промислове будівництво та інженерні споруди*. Київ, 2010. № 2. С. 16-19.

8. Пат. на корисну модель 138535 Україна, МПК G 01 N 3/24 (2006.01). Спосіб визначення межі вогнестійкості будівельної конструкції / заявники Отрош Ю. А., Ковальов А. І., Данілін О. М., Рудешко І. В., Гаркавий С. Ф., Рибка Є. О.; власник Національний університет цивільного захисту України. – № u 2019 06467; заяв. 10. 06. 19; публ. 25. 11. 2019, Бюл. № 22. – 4 с.

9. Enkatesh, Preethi & Alapati, Mallika. Condition Assessment of Existing Concrete Building Using Non-Destructive Testing Methods for Effective Repair and Restoration-A Case Study. *Civil Engineering Journal*. 2017. 3. 841. DOI: 10.28991/cej-030919.

10. Отрош Ю. А., Голоднов О. І., Іванов А. П. Комплекс взаємозв'язаних заходів щодо визначення параметрів напружено-деформованого і технічного стану конструкцій при різних впливах. *Збірник наукових праць Українського інституту сталевих конструкцій імені В. М. Шимановського*. 2011. № 8. С. 98-109.

11. ДСТУ 3760:2006. Прокат арматурний для залізобетонних конструкцій. – Надано чинності 11. 12. 2006. К.: Держспоживстандарт України, 2007. – 26 с.

1.11. DIGITAL BRANDING AS THE BASIC CONSTRUCTION OF CREATING THE HUMANITY OF THE BRAND

1.11. DIGITAL BRANDING ЯК БАЗОВА КОНСТРУКЦІЯ СТВОРЕННЯ «ЛЮДЯНОСТІ» БРЕНДУ

Активізація digital marketing'у цілком логічно ініціювала розвиток такого напрямку як digital branding. Зазначу, що швидкість розвитку цифрового середовища та зростання кількості користувачів і Інтернет-просторі формує своєрідну інтерактивність життя споживача, який певну частину свого часу витрачає саме на перебування та функціонування в цьому середовищі.

Збільшення числа персональних пристроїв та їх постійне використання у режимі «нон стоп» означає, що бренд-менеджери отримали велику кількість способів спілкування безпосередньо в інтерактивному режимі з їх цільовими споживачами та/або клієнтами. З огляду на це, цілком природньо, що існуючі класичні концепції брендингу можливо застосовувати для використання цифрових засобів масової інформації та технології для розробки та просування брендів за рахунок взаємодії зі споживачами на цифрових пристроях, зважаючи на те, які з них вони частіше використовують у повсякденності.

Отже, зважаючи на ключові тенденції розвитку Інтернет-простору в цілому та digital branding'у зокрема, які визначаються як (узагальнено на основі¹⁴⁰ та¹⁴¹, то у сучасний період відбувається започаткування розвитку digital branding'у, який з часом буде тільки посилюватися:

- цифрові бренди будуть прагнути забезпечити власний досвід взаємодії з клієнтами через соціальні медіа;
- клієнти будуть мати миттєвий доступ до соціальних медіа, і озвучувати своє відношення до бренду, що може негативно позначитися на його репутації;
- великі бренди будуть страждати від вірусних та критичних зауважень у Twitter, Instagram і Pinterest;
- нефільтрований зміст буде розповсюджуватися вірусним шляхом і формувати довіру швидше, ніж будь-які акредитовані новини;
- зміст справді стане критичним. оскільки контент-маркетологи автоматизуватимуть їх зміст, а роль і значення створення справжнього контенту буде збільшуватися;
- люди менше будуть схильними вірити розкрученим маркетинговим схемам і більш імовірно здатні до того, щоб прийняти справжній недосконалий огляд споживача як компас для рішення про покупку;
- споживачів будуть все більше довіряти тому, що вони бачать на сторінці номер 1 у Google, бо вже сьогодні найважливіші перші враження створюються онлайн;
- посилення впливу Facebook через те, що додаток YouTube надав йому можливість збільшити кількість унікальних відвідувачів за рік, і Facebook отримав більш високий рейтинг;
- Facebook нарощує свою власну відео платформу, і вже готовий для того, щоб співпрацювати із брендами готовими взяти на себе зобов'язання мобільного відео маркетингу;
- зростання значення швидкого привернення уваги: коли мова йде про мобільні відео-реклами, якщо бренд не привернув увагу глядача протягом перших п'яти секунд, взаємодія різко падає;
- платформи стануть інструментом для прийняття кращих рішень як для формування попиту, так і для якості обслуговування клієнтів;

¹⁴⁰ Bennet, Sh. 10 Digital Branding Trends for 2015 / Sh. Bennett // Available online: <http://www.adweek.com/digital/digital-branding-trends/>.

¹⁴¹ Borenstein, G. 10 digital branding and marketing trends to watch for in 2016 / G. Borenstein // Available online: https://www.prdaily.com/Main/Articles/10_digital_branding_and_marketing_trends_to_watch_19830.aspx.

- спільне використання ресурсів поширюватиметься в цифрових стартапах, таких як Uber, LYFT, Airbnb;
- піратство даних стане серйозною проблемою як нових спільних платформ, таких як записів електронної системи охорони здоров'я, бухгалтерського обліку інтернет-провайдерів та інші;
- питання довіри стане проблемою брендингу, а не проблемою кібербезпеки;
- B2B технології буде залежати від потреб B2C, і в якості B2B корпоративні покупці використовуватимуть одні і ті ж пристрої для роботи, очікуючи, що їхні постачальники, виробники і партнери будуть базуватися на тому ж;
- за допомогою GPS з підтримкою додатків, таких як Google Maps і Waze, які дозволять смартфонам точно визначити своє місце розташування і буде створено нові способи, щоб нагадати і винагородити споживача за зупинку біля магазину;
- купони лояльності будуть відправлятися на смартфон, і це стане новим способом, щоб розвивати бізнес.

Як зазначає Н. Ostholthoff успішні та видатні маркетологи мають набувати компетенції і музи, і продюсера, та фокусуватися на розважальній частині спілкування і надихати внутрішні та зовнішні аудиторії на постійне спілкування з брендом.

У сучасному світі посилюється розуміння того, як сучасні технології об'єднуються, щоб створювати автентичний контент з урахуванням попереднього досвіду, аналізувати джерела трафіку, і будувати відносини, які сприяють можливостям для зростання. Все це притаманне, як потужним цифровим брендам, так і класичним брендам, які мають довгу історію, але тепер відбувається швидке витіснення класичної теорії стратегічним розумінням цифрового брендингу¹⁴².

Все це відбувається на тлі посилення ігрової та розважальної складової в процесі створення та просування бренду. Цифровий брендинг створює історію бренду через присутність в цифровій сфері. Це масштабна стратегія створення бренду, на відміну, від вже ставших класикою, використання різних онлайн-тактик, наприклад, як розміщення щоденних твіттів, постів, які наочно демонструють «життя» бренду, інтернет-промо акції або розсилка електронною поштою із зростанням ніж 0,0001 відсотка участі. Звичайно, у такому підході нічого розважального немає, але маркетингове середовище змінюється і настає час для того, щоб бути розумнішими і більш творчими, і, щоб почати розважати цільову аудиторію. Отже, навіть бізнес-ринок може бути більш творчим, розважати, відчувати, а потім навчати, будувати відносини і залучати прихильників. На цю платформу спирається і Є.Мачнев у своїй праці «Развлекупки. Креатив у роздрібній торгівлі»¹⁴³. Отже, зазначу, що розвиток інтерактивності та залучення у цей простір все більше потенційних споживачів, ініціює трансформацію класичного брендингу у Digital branding (цифровий брендинг).

К. Клепінджер зазначає, що термін "цифровий бренд" спочатку був пов'язаний з корпоративними маркетинговими зусиллями. Проте виник ще термін "персональний цифровий бренд", пов'язаний з окремими особами, і його започатковано і популяризовано в кінці 1990-х років, а був він оцифрований в результаті повсюдного поширення і створення зручної природи середовищ соціальних медіа, як блоги, Facebook, і Twitter. Розмежування корпоративних і цифрових брендів зажадало створення нового терміна: "персональний цифровий бренд" який визначається як стратегічне власне маркетингове зусилля, що створене за допомогою соціальних медіа-платформ, і прагне проявляти професійну персону індивідуума¹⁴⁴.

Таким чином, складне поняття цифрового формування ідентичності набуває все більшого значення, з того часу як цифрові комунікації стали соціальними. Для фахівців вже

¹⁴² Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

¹⁴³ Мачнев, Е. В. Развлекупки. Креатив в розничной торговле. [Текст] / Е. Мачнев. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.

¹⁴⁴ Kleppinger, C. Personal Digital Branding as a Professional Asset in the Digital Age / C. A. Kleppinger, Jeff Cain // Available online: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4584371/>.

просто не існує вибору використовувати або не використовувати цифрові засоби комунікації, вибір у тому, що варто активно управляти іміджем за рахунок використання соціальних медіа. Оскільки цифрові комунікації стають все більш поширеними, відсутність присутності в Інтернеті потенційно може створювати ситуації відправки непередбачених негативних повідомлень. І такі зусилля можуть включати в себе перехід увагу від використання соціальних медіа в якості потенційної відповідальності та використовувати соціальні медіа в якості професійного активу в епоху цифрових технологій.

За визначенням Вікіпедії, Digital branding (цифровий брендинг) є методом управління брендом, який використовує комбінацію інтернет-брендингу та цифрового маркетингу, щоб розвивати бренд по всьому діапазону цифрових майданчиків, включаючи Інтернет-відносини, концепцію застосування пристроїв на основі Digital branding channel або медіа-контенту¹⁴⁵.

Зазначу, що становлення та розвиток digital brand'у відбувається за допомогою такого інструменту як медіапланування, специфікою якого є те, що у якості стратегія просування концентрується саме на інтерактивних засобах. У цьому сенсі класичні канали просування (у тому числі й традиційні ЗМІ) можуть виступати як додаткові, а можуть і взагалі бути проігнорованими, що залежить від концентрації уваги цільової аудиторії. Проте, акцентую увагу на тому, що медіапланування digital brand'у зберігає свій ітераційний характер та виступає як система процесів¹⁴⁶, які відбуваються в інтерактивному середовищі.

Digital branding базується, за визначенням Digital Branding Institute, на розробці індивідуальної або організаційної особистості, видимої та авторитетної у суспільстві, яка взаємодіє з бізнесом в Інтернеті або за допомогою інших цифрових носіїв. Такий концепт робить цифровий брендинг важливим для власної побудови і створення історії бренду, а також присутності в цифровому світі. Цифровий брендинг включає в себе повністю цифрову медіа-стратегію впливу, яка виходить за рамки стандартної он-лайн тактики, як це часто можна побачити з інтернет-брендингом, який позначається як розміщення щоденних твітів, рекламних повідомлень або листів по електронній пошті¹⁴⁷.

Часто digital branding розглядається з позиції цифрового зв'язку та його ролі в бізнес-стратегії та плануванні самого бренду, і визначається, що цифрові канали та активи використовуються для зв'язку позиціонування бренду (або мети) в рамках програм залучення багатоканальних комунікацій бренду¹⁴⁸.

На відміну від цифрового маркетингу, Digital branding спрямований на створення зв'язків між споживачами і продукту або послуги доставляються¹⁴⁹ та ¹⁵⁰, так що визнання бренду встановлюється в цифровому світі¹⁵¹.

Комунікаційна стратегія, а зокрема її складова digital strategy, при аналізі ситуації в процесі планування, постійно переглядається та розвивається. У відповідності із цим, замість того, щоб розглядати в якості дискретної функції, цифровий зв'язок (або маркетинг) повинні бути інтегровані в процес планування бізнесу, бренду і комунікацій. Як визначає директор компанії Diageo Іван Менезес, при нещодавньому обговорюванні результатів своєї компанії,

¹⁴⁵ Digital branding // Available online: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_branding.

¹⁴⁶ Радкевич, Л. А. Медіапланування в системі рекламного менеджменту: аналіз етимологічних конструкцій [Текст] / Л. Радкевич // Економічний Вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 6-1 (06). – С. 131-136.

¹⁴⁷ Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

¹⁴⁸ The term digital branding is often used, but what actually is 'digital branding'? // Available online: <http://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.

¹⁴⁹ Shamoan, Sumaira, and Saiqa Tehseen. Brand Management: What Next? [Текст] // Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business 2.12 (2011): 435-441. Business Source Complete. Web. October 20, 2012.

¹⁵⁰ Wilson, Chris (21 April 2009). Interview with Brand Consultant and Author Marty Neumeier. [Текст] // Fresh Peel. Retrieved 6 March 2014.

¹⁵¹ Wallace, C. 5 Key Strategies To Build Your Brand Online / Christopher Wallace // Available online: <http://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>.

сказав: "Мова не йде про робити "цифровий маркетинг", мова йде про маркетинг, який є ефективним в цифровому світі"¹⁵².

Одним із шляхів зростання ефективності у «цифровому світі» є орієнтація на інвестування у бренд в Інтернеті, але деякі маркетологи більше спрямовані на прямі реагування. Проте С. Wallace наполягає, що йдеться про будівництво бренду, який буде резонувати з клієнтами, тримати їх і спонукати повертатися знову і знову, навіть, коли немає ніякої угоди або просування. Мало того, що будувати свій бренд в Інтернеті треба пройти довгий шлях, щоб підвищити обізнаність і будувати свою репутацію, але чим більше людей інвестуватимуть у свій бренд, тим більша ймовірність, що вони будуть активно шукати його і залишатися вірними.

З огляду на те, що, згідно прямого реагування, треба визнати, що digital branding повинен бути пріоритетом, і це може допомагати досягненню цілей, і приносити додаткові доходи для бізнесу. Отже, С. Wallace доводить, що у сучасному світі відбувається певна переорієнтація: первинним рушієм успіху стає не компанія-генератор бренду, а саме бренд, який у подальшому генерує успіх компанії. Тобто, якщо компанія бажає «виростити» свій бізнес в Інтернеті, то їй треба починати з «вирощування» свого бренду¹⁵³.

Таким чином, відбувається зміна парадигми інвестування в розвиток бізнесу, яка трансформується з класичної конструкції:

компанія – споживачі – товар – бренд

у сучасну конструкцію, яка визначає первинність бренду та пріоритет споживачів саме бренду:

бренд – споживачі – товар – компанія

Згідно із проведеними дослідженнями, Х. Остхолтофф визначає, що створення digital branding'у включає в себе чотири основні пункти¹⁵⁴:

- Побудова цифрової історії бренду. Це передбачає, що зазвичай маркетологи певним чином концентруються на створенні загального бренд-міфу, але саме специфіка сучасного брендингу полягає у тому, щоб створити власну цифрову історію. Цифрова історія визначає час, коли бренд перейшов до прямого особистого спілкування з клієнтом і показує, коли бренд почав перетворюватися з об'єкта відносин на суб'єкта відносин. Тобто бренд у системі digital branding'у набуває певних рис людини, що підкреслюється емоційним забарвленням та наявністю інтерактивного спілкування в конструкції «бренд – споживач» (Рис. 1).

- Активізація творчого підходу в області цифрових медіа та маркетингу. Поширення цифрових медіа надає можливість візуалізувати бренд через реалізацію найкреативніших ідей, при цьому собівартість створення цієї візуалізації значно менша, ніж при створенні традиційних (класичних). При цьому зазначу, що візуалізація digital brand'у відбувається через застосування постановочних фото, відео зйомок, рекламних роликів, інфографіки, gif'ок.

- Цифрові канали та контент розподілу каналів на основі споживчих даних і звичок. Якщо деякий час по тому (орієнтовно у період 2000-2010 років) всі цифрові канали підпадали під єдине визначення як Інтернет-маркетингу, то починаючи з 2010 року активізувалася ідентифікація окремих цифрових каналів, і цим започатковано етап бурхливого розвитку інтерактивних ЗМІ.

¹⁵² The term digital branding is often used, but what actually is 'digital branding'? // Available online: <http://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.

¹⁵³ Wallace, С. 5 Key Strategies To Build Your Brand Online / Christopher Wallace // Available online: <http://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>.

¹⁵⁴ Ostholthoff, Н. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / Н. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

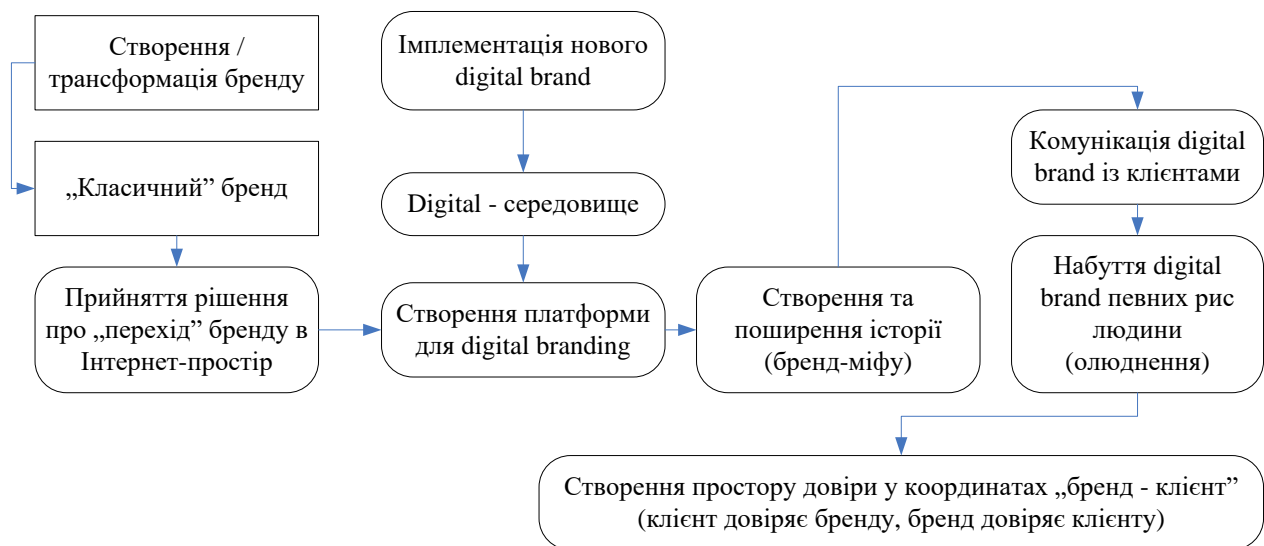


Рис. 1. Процес побудови цифрової історії digital brand'у
Джерело: складено автором

Все це ще більше посилює важливість питання сегментації, таргетингу та позиціонування. І на перший план вийшли не стільки соціально-демографічні ознаки, скільки поведінкові. Зростання значення аналітичних баз даних споживачів набуває вирішального значення. Це доводить Чарльз Дахігг у своїй праці «Сила звички», де він ґрунтовно досліджує, як компанії прогнозують звички споживачів і маніпулюють ними, базуючись на використанні гігантських баз даних, які створює та підтримує компанія Target¹⁵⁵. Приклад компанії Target підкреслює те, що завдяки розвитку digital marketing'у стало можливим отримувати та накопичувати гігантську кількість даних про своїх споживачів. Компанія ідентифікує кожного клієнта за його номером та у відповідності з ним накопичує інформацію (Рис. 2).



Рис. 2. Структура інформації про клієнта у базі даних компанії Target¹⁵⁶

¹⁵⁵ Дахігг, Ч. Сила звички [Текст] / Ч. Дахігг. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. – 430 с.

¹⁵⁶ Дахігг, Ч. Сила звички [Текст] / Ч. Дахігг. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. – 430 с.

- Створення цифрових відносин. Особливої важливості набувають канали Digital branding'у. Згідно¹⁵⁷ цифровий брендинг застосовує декілька каналів. Як рекламодавець своєю основною метою ставить те, щоб знайти канали, які призводять до максимального двостороннього зв'язку і поліпшення загального ROI для бренду. Є кілька інтернет-маркетингових каналів найбільш доступних, як і розглядає¹⁵⁸.

Доцільно більш детально зупинитися на засобах розбудови digital brand'у, бо поряд із самою концепцією digital brand'у та його ідентифікацією особлива роль належить саме Інтернет-медіа ресурсам.

Тож перед тим, як почати планувати ефективну цифрову маркетингову стратегію, доцільно повністю зрозуміти внесок різних каналів в цифровому маркетингу. Визначення, які інтернет медіа-канали працюють найкраще для бізнесу в цілому та для digital brand'у зокрема дозволить результативно просувати бізнес вперед.

Перш за все вагоме значення має медійна реклама. Цей канал включає в себе проектування графічних рекламних оголошень та розміщення їх поряд із контентом на сайтах самого digital brand'у або компаніях взагалі, повідомлень електронної пошти та інших цифрових засобів, а також додатках миттєвого обміну повідомленнями. При цьому рекламні оголошення можуть бути текстовими, зображення, аудіо або відео кліпи, анімацію або інший інтерактивний контент.

Долучаючись до інтернет-серфінгу клієнт отримує листи від digital brand'у або посилання на різні події, що пов'язані із digital brand'ом, крім того він часто може бути представлений з рекламою всіх видів. Це саме підкреслює те, що показ реклами є, і це важливо для оголошення, цим створюється передумова, щоб мати відношення до того, що клієнти шукають. При цьому зазначу, що успіх відображення рекламної кампанії в інтерактивному просторі визначається шляхом підрахунку кількості кліків, а оголошення отримує відгук з огляду на те, скільки разів воно було показано споживачеві або справило враження на нього.

Як зазначається, можна орієнтувати оголошення відповідно до споживчої поведінки, демографії або географічного розташування¹⁵⁹. Скажімо, наприклад, є салон в Raleigh, де пропонують привабливі знижки для місцевих жителів, і відповідно до цього немає ніякого сенсу дати людям на всьому континенті знати про те ж саме. У відповідності з цим цифровий маркетинг послуг бренду Raleigh матиме можливість налаштувати свої оголошення таким чином, що буде корисним суто для бізнесу цієї компанії. При цьому за допомогою аналітики, можна буде відстежувати кількість людей, які бачили ці оголошення або натискали на них, і що людина робила на сайті після відвідування його, а також коефіцієнт конверсії.

Медійна реклама не тільки допомагає digital brand'у просувати нові продукти або пропозиції, але і ще допомагає збільшувати присутність в Інтернеті і виходити саме до своїх клієнтів, а також сприяє підвищенню впізнаваності бренду теж.

Ще одним поширеним засобом просування digital brand'у є використання електронної пошти, що є відмінним ходом, щоб отримати нових клієнтів або поліпшити відносини із вже існуючими клієнтами.

Електронна пошта є корисною для компаній, які не можуть в повному обсязі фінансувати просування власного бізнесу. А саме електронна пошта дозволяє компаніям ефективно просувати інші канали збуту. Однак створення бази даних клієнтів і проектування інформаційних бюлетенів для розсилання електронною поштою може займати багато часу.

Крім того, не всі клієнти digital brand'у можуть мати терпіння, щоб пройти через електронну пошту, оскільки більшість людей мають повні «забиті» листами ящики. З іншого

¹⁵⁷ Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

¹⁵⁸ Pratik Dholakiya (14 April 2015). 3 Digital Marketing Channels That Work for Every Advertiser [Текст] / Pratik Dholakiya // Entrepreneur. Retrieved 17 October 2015.

¹⁵⁹ Important Digital Marketing Channels You Should Know About // Available online:

<https://www.digitaldoughnut.com/articles/2014/november/4-important-digital-marketing-channels-you-should>.

боку, якщо digital brand продовжує посилати кілька листів на адрес електронної пошти, то він може драгувати власних клієнтів, і вони можуть в кінцевому підсумку маркувати електронну пошту digital brand'у як спам. При цьому стає важливим знайти правильний баланс і уникнути відправки повідомлень електронної пошти, які йдуть з лінією «Не відповідати». Але слід враховувати, що конкретний домен електронної пошти в якості спілкування з клієнтами має першорядне значення.

В останні роки особливого значення набувають соціальні мережі, такі як Facebook, MySpace, LinkedIn, блоги, сайти мікроблогінгу, Twitter, форуми, Wiki або відкриті енциклопедії, зміст таких спільнот, як Flickr і YouTube, а також подкасти всіх форм соціальних медіа. Всі ці форми передбачають створення мереж або спільнот, що дозволяє користувачам взаємодіяти один з одним.

Соціальні медіа інструменти заохочують користувачів для обміну думками, брати участь в дискусіях і взаємодіяти з іншими людьми в режимі реального часу. Таким чином, соціальні медіа можуть бути найкращим засобом продати digital brand або компанію, і підтримувати зв'язок з клієнтами у режимі «нон-стоп» 24/7/365. Проте, відомо, що всі цифрові маркетингові інструменти мають різні цілі; тому важливо визначити цілі digital brand'у і цільової аудиторії, перш ніж приступити до роботи, бо це визначатиме наскільки вони співпадуть. Отже, соціальні мережі визначають силу та масштабність «голосу» digital brand'у, завдяки чому і відбувається спілкування із суспільством, та з кожним із споживачів окремо.

Крім того, постійний зв'язок з клієнтами необхідний, бо треба переконатися, що компанія в курсі всіх позитивних і негативних речей, які клієнти кажуть про бренд.

Особливого значення набуває партнерський маркетинг у створенні та розбудові digital brand'у. Власники партнерського сайту, зазвичай, розміщують рекламу на власних сайтах, щоб продати товари або послуги власника бізнесу в обмін на відсоток від прибутку. З огляду на маркетингову кампанію партнерство, як правило, є добрим вибором, бо компанія отримує масове покриття без будь-яких додаткових витрат. Це сприяє тому, що компанія та / або її бренд отримує більше експозиції, коли більше сайтів пов'язані із брендом або бізнесом.

Digital branding ґрунтується на симбіозі наукових та практичних засад, які і формують власне саму концепцію бренду у сучасному світі через бренд-менеджмент, візуальний маркетинг, інтернет-рекламу, соціальний медіа-маркетинг, систему взаємодії марки та впровадження бренду.

Зазвичай, коли розповідають видатні історії брендів, то майже завжди згадують воронку продажів та її внесок у створення позитивного досвіду споживання бренду та закладення підвалин у розбудову стійкої прихильності до бренду. У разі, якщо бренд міцно інтегрується до пам'яті споживача, то створюється певний контекст очікувань. Бренд набуває емоційності та вже обраним ще до того, як сама покупка здійснена.

Проте зважаючи на величезну кількість брендів, які щохвилино звертаються до споживачів через засоби масової інформації, зазначу, що складно зараз пробиватися скрізь ліс рекламних звернень. Пришвидшення ритму сучасного життя сприяє тому, що тепер будь-які повідомлення обертаються більш інтенсивно, ніж раніше. І тенденція сучасного споживання полягає у тому, що ми починаємо жити не тільки у світі масового споживання товарів та брендів, важливою стає саме участь у процесі споживання, повне цього процесу проживання.

У класичній конструкції «бренд – споживач» між його складовими знаходяться ще багато елементів, як то: сама компанія, роздрібні мережі (та/або фірмові магазини), продавці. Всі ці елементи спроможні «спотворити» звернення бренду до споживача, бо кожний з цих елементів спроможний додати щось своє, суб'єктивне, залежно від ставлення до бренду. Ера digital branding'у усуває ці проміжні елементи, і виводить бренд на прямий рівень взаємодії із своїм споживачем.

Світ стає свідком того, як бренди відмовляються від численної кількості посередників, переходячи до моделі прямої взаємодії «бренд – клієнт». При дослідженні сутності бренду

зазначається, що таким чином відбувається уперше в історії диверсифікація (демократизація) способу постачання повідомлення кожному конкретному потенційному споживачеві¹⁶⁰.

При цьому своєчасне доставлення повідомлення формується у реальному часі і передається через Social Media. Таким чином, концептуальні засади доставки звернення бренду в системі digital marketing'у є значно ширшими, ніж виявлення характеру бренду. У цьому сенсі саме цифрове звернення вимагає, щоб взаємодія бренду та клієнта відбувалася у форматі «один на один» та ще й відповідному емоційному тоні. Зазначу, що при цьому емоційний фон взаємодії залежить від самого характеру бренду та його значення у житті потенційного споживача.

На споживчому ринку компанії, які орієнтовані на digital marketing, зосереджуються на так званих сполучних або зв'язаних марках через точки взаємодії (так звані touch points), як в он-лайн середовищі, так і у традиційних засобах розповсюдження інформації. У цьому сенсі доцільно використовувати методологію, яка ідентифікує можливості саме для бренду, що значно підвищує релевантність та запам'ятовуваність клієнтом, а також оптимізує норму конверсії та максимізує дохід компанії.

Точками взаємодії клієнтів із брендом є цифрові канали комунікацій. Саме цифрові можливості стають все більше необхідними для підприємств, які прагнуть побудувати або розширити свої бренди за допомогою програм створення бренду. Digital branding є потужним інструментом для саме для створення брендів і з багатьма бренд-будівельними перевагами, які відтворені на Рис. 3.

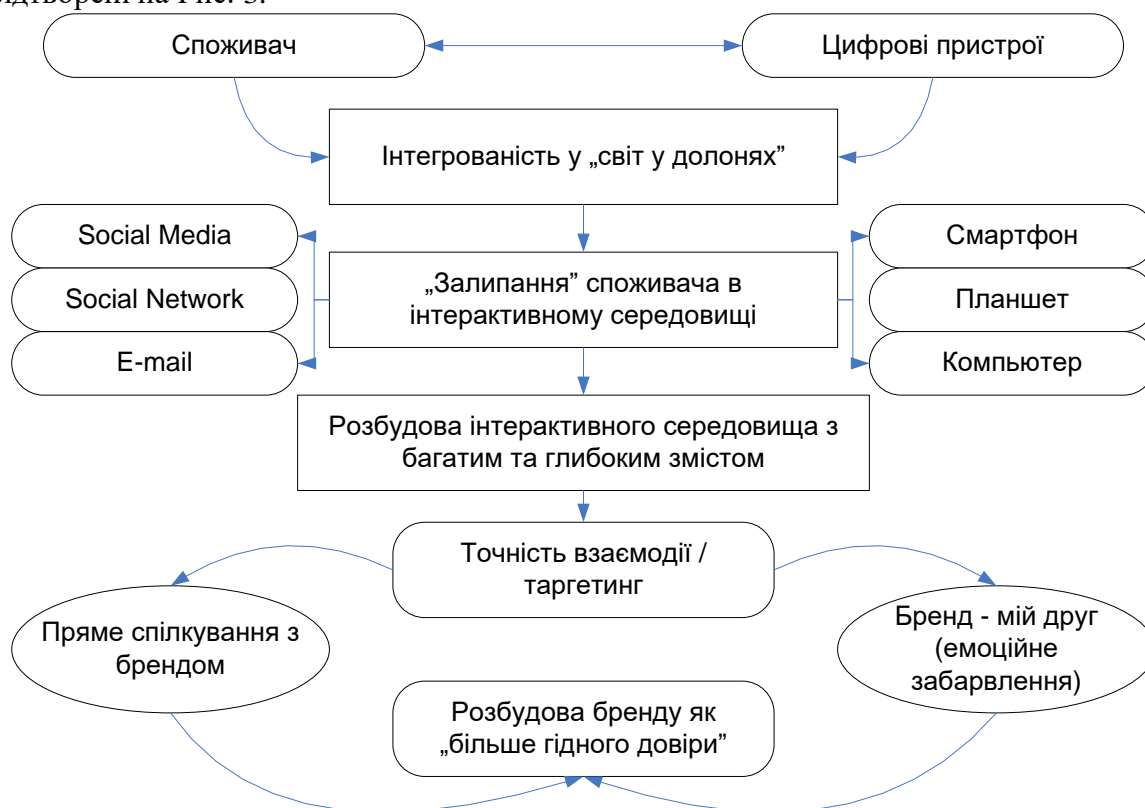


Рис. 3. Переваги використання Digital середовища у створенні брендів

Джерело: доповнено автором на основі¹⁶¹

Створення digital brand'у має відбуватися на основі центрованої системи медіапланування¹⁶², у межах якої визначається медіа-стратегія і медіа-тактика, із

¹⁶⁰ What is Digital Branding? // Available online: <https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/what-is-digital-branding>.

¹⁶¹ Аакер, Д. Создание сильных брендов [Текст] / Д. Аакер – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003 – 340 с.

¹⁶² Радкевич, Л. А. Систематизація цілей та задач медіапланування в рекламному менеджменті [Текст] / Л. Радкевич // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 12-2. – С. 26-32.

урахуванням того, що побудова та розвиток digital brand'у відбувається саме в цифровому середовищі.

Переваги цифрових атрибутів підтвержені глобальним дослідженням споживчого сприйняття бренду, проведеного Nielsen у 2012 році, яке показало, що:

- 92% споживачів заявили, що вони довіряють цифровим засобам масової інформації, наприклад, з вуст в уста та рекомендаціям від друзів та родини, більше, ніж іншим формам реклами. Це збільшення довіри відбулося на 18% у порівнянні з 2007 роком;

- онлайн споживчі огляди є другим найбільш надійним джерелом з 70% зазначенням, що вони довіряють їм, і довіра до них на 15% в порівнянні з 2007 роком¹⁶³.

Проте слід зазначити, що збереження високого рівня охоплення телебаченням означає, що телебачення ще довго також буде залишатися основним способом бренд-менеджерів спілкування зі своєю аудиторією. Відзначу, що це інший характер спілкування, бо він носить не особистісний характер, але з точки зору привабливості уваги та впливу на широкую аудиторію, має неперевершене значення. При цьому характер взаємодії цифрових каналів дещо змінюється, вони пропонують способи підключення до цільових споживачів, використовуючи вільний вибір глядачів каналів у відповідності з пропозицією.

Використовуючи ці переваги, є 4 цифрових складових, що визначені Д. Аакером, які можуть грати вагомую роль у бренд-будівлі, як показано на Рис. 4.

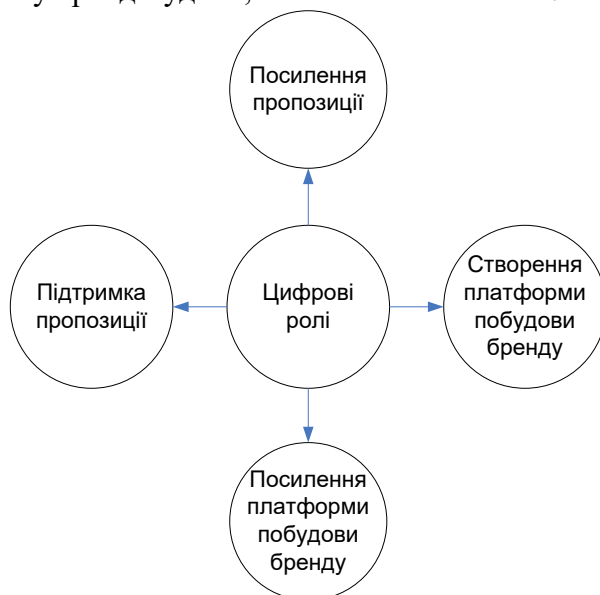


Рис. 4. Внесок цифрових ролей у розбудову digital brand'ів

Джерело: побудовано автором на основі¹⁶⁴

С. Wallace обґрунтовує п'ять складових стратегії digital branding'у, які необхідно враховувати, перш ніж зважитися реалізовувати стратегію онлайн-брендингу:

1. Дослідження цільової аудиторії. Для того, щоб побудувати власний бренд в Інтернеті, компанія повинна спочатку мати чітке уявлення про цільову аудиторію, особливо перед тим, як приступити до створення стратегії контенту та комунікаційних планів. Проте, є багато інструментів, які можуть допомогти визначити цільову аудиторію, в тому числі додатків у ComScore, Nielsen, Google.

2. Створення «голосу» бренду (звучання бренду). На основі досліджень, доцільно визначити, що цільова аудиторія хоче почути і те, яке повідомлення бажає транслювати компанія споживачам. Це дозволить сформулювати основу для передачі голосу бренду. Але при цьому необхідно мати на увазі наступне:

¹⁶³ The term digital branding is often used, but what actually is 'digital branding'? // Available online: <http://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.

¹⁶⁴ Аакер, Д. Создание сильных брендов [Текст] / Д. Аакер – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 340 с.

- мати відкритий розум і розглянути всі ідеї (тут можна згадати реакцію Geico, коли його творча команда вперше запропонував використовувати ящірку в якості голосу свого бренду);

- при створенні контенту треба саме говорити зі своєю аудиторією, таким чином, щоб люди краще реагували на розмову, яка має відношення до них і зачіплює їх;

- дотримуватися послідовності при обміні повідомленнями, яку потенційні споживачі сприймають як узгодженість бренду.

3. Побудова балансу інтернет-мікс медіа. Робота з розбудови digital brand'y має здійснюватися за декількома каналами. Це впроваджується за допомогою дисплея та мережі контекстної реклами, які допомагають побудувати бренд через повторення, і спрямовують звернення бренду до новаторської частини цільової аудиторії, використовуючи поведінковий таргетинг, сайт специфічної цільової аудиторії, а також підтримують процес ітерації передачі звернень.

Слід підкреслити що треба підтримувати екологічність звучання голосу бренду: бренд-ім'я і передача повідомлень має бути послідовною, і ця послідовність втілюється через хештеги заголовків та мета-описи. Крім того, обмін повідомленнями має бути, відповідним до голосу бренду, тобто бути ідентичним у різних каналах, включаючи платний пошук. Створюючи послідовну передачу повідомлень на протязі всього циклу покупки, тим самим підтримується можливість споживачів постійно розпізнавати і згадувати бренд. Це дозволяє робити чіткий вибір того, коли клієнти готові зробити покупку.

Розвиток цифрового маркетингу прямує до того, що сам маркетинг та ЗМІ перетинатимуться у певній точці, де зникне різниця і споживач перестане її взагалі розпізнавати. Digital branding розширює кордони традиційної теорії маркетингу, і настає час переосмислення що таке маркетинг взагалі і що таке ЗМІ. ЗМІ виступають як транслятори «голосу» бренду, який має бути цікавим за змістом та додавати цінності клієнту. Такий підхід сприяє створенню власного медіа-центру бренду, який продукує високоякісний зміст, зрозумілий для споживачів, які спроможні його «переварити». Маркетинг та засоби масової інформації продовжують перетинатися, і при вибудові стратегії Digital branding'у в ЗМІ можна продукувати відповідні описи бренду, і це знижує відчуття реклами у ЗМІ або банерної реклами, що підвищує рівень довіри клієнта / споживача до самого бренду. Замість цього вони (споживачі / клієнти) будуть відчувати себе доречним і справжніми.

Частина Digital branding'у використовує дані, які сприяють розумінню та роблять доступними клієнтів і їх потреби. Це означає, що знаючи, де цільова аудиторія «живе» в соціальних медіа, розуміючи інтернет-подорожі клієнта, цілком можливо і навіть необхідно вимірювати їх цифрову поведінку. Треба знати:

- де знаходиться клієнт – щоб взаємодіяти;
- як виділитися – щоб привернути увагу клієнтів в морі інтернет-шуму та спаму;
- які канали компанії викликають довіру – щоб зачепити споживача.

Це не говорить про те, що зміст має бути насиченим тільки сухими даними; великий зміст поєднує в собі як сухі дані (факти), так і творчі здібності бренду (емоції).

Дані показують, як досягти цільової аудиторії, в той час як творчість бренду робить зміст доступним і цінним. Дані показують, коли і де бренди повинні розміщувати контент, щоб досягти цільового ринку, в той час як творчість команди ефективно передає повідомлення бренду глядачеві. Власне команда формує «голос» бренду і розмовляє ним із цільовою аудиторією в цілому та з кожним окремим клієнтом. З цього випливає, що цифровий зміст бренду повинен збирати якомога більше вражень, наскільки це можливо.

4. Планування соціальної інтеграції засобів масової інформації. В контексті цього доцільно з'ясувати, що компанія хоче, щоб бренд сказав або зробив в Інтернеті та які типи взаємодій компанія хоче створити, щоб споживачі ототожнювали бренд із бізнесом компанії. Необхідно уточнити чи Facebook підходить саме цьому бренду, чи може Twitter або Instagram.

Відповідь на це можливо отримати за допомогою невеликого дослідження, яке повинно надати розуміння, де є цільова аудиторія бренду і як взаємодіяти з нею: доцільно слухати і бачити, хто говорить про бренд, якщо ніхто не говорить, то доцільно почати розмову. При цьому слід базуватися на тому, що розмова має вести до взаємодії бренду із споживачем, а не бути засобом, щоб змусити просто відправляти повідомлення до споживачів. Такий підхід сприятиме ефективності бренду шляхом зростання популярності в он-лайн в найкоротші терміни, а самі соціальні медіа будуть набувати виду розмови із споживачем.

5. Створення репутації (цифрової історії бренду) в Інтернеті. Створення репутації в Інтернеті схоже на мережевий сніданок (бранч), але це не так просто, і займає досить багато часу. По-перше, необхідно мати чітко визначену стратегію для досягнення цільової аудиторії. Виходячи з цього визначається тактика, якої буде дотримуватися бренд в цьому процесі. Завдяки цьому бренд стає більш поширеним у свідомості, і тим швидше репутація бренду зростає в Інтернеті¹⁶⁵.

Н. Ostholthoff також акцентує увагу на побудові історію бренду, починаючи від актуалізації того, чому, для кого і для чого створено бренд і закінчуючи створенням ROI¹⁶⁶. У відповідності з цим започатковувати digital brand має його «голос», бо успішність починається з розповіді про його внутрішній "ключ", який дає відповіді, чому бізнес компанії існує і чому споживачі повинні піклуватися про те, щоб взаємодіяти із брендом.

Цифрова історія бренду має резонувати емоційно, створювати довіру і прозорість для бізнесу компанії, а також створювати та/або залучати прихильників, які вірять в свої цінності, які корелюються із цінностями digital brand'у.

Зазвичай, споживач на своє питання "чому" має отримати відповідь, чому саме бренд існує і те, які цінності компанії йому притаманні. У той момент, коли digital brand визначає власне "чому", то системні та комплексні маркетингові зусилля та стратегії як бренду, так і самої компанії, можуть інтегруватися до digital branding'у. Це є своєрідною точкою збірки, де компанія починає «збиратися» та набувати стійкості у цифровому просторі.

Проте слід зазначити, що центром взаємодії бренду із споживачем стає саме «голос» бренду (Рис. 5).

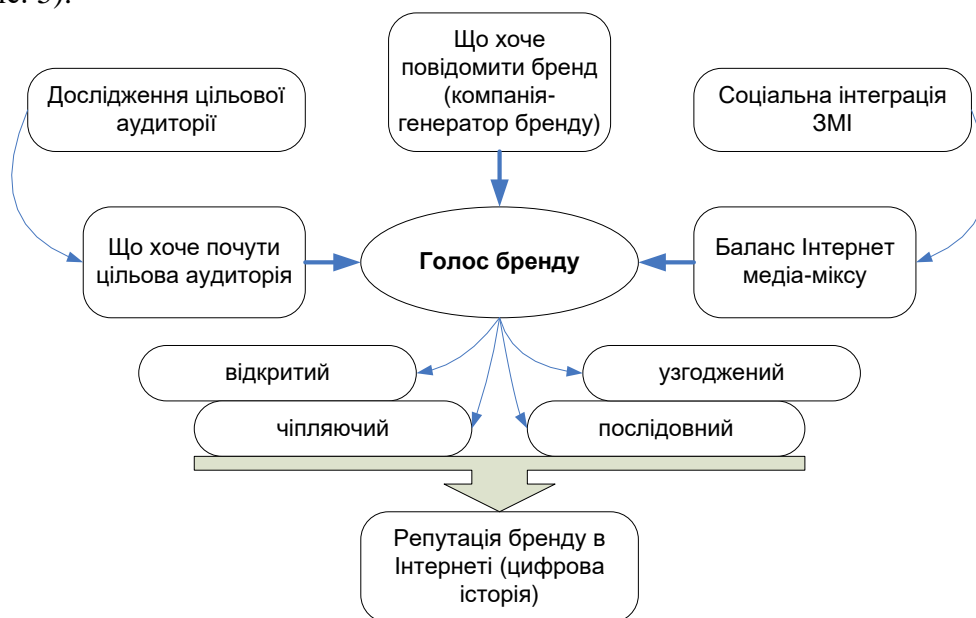


Рис. 5. Складові побудови стратегії digital branding'у

Джерело: складено на основі¹⁶⁷

¹⁶⁵ Wallace, C. 5 Key Strategies To Build Your Brand Online / Christopher Wallace // Available online: <http://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>.

¹⁶⁶ Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

¹⁶⁷ Ostholthoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholthoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.

Цифровий брендинг спонукає до переосмислення всього, що ми знаємо про маркетинг, в тому числі нового покоління. Створення бренду в Інтернеті, створення альтернативних методів для побудови взаємовідносин у трикутнику «споживач – бренд – бізнес». Сучасна діяльність передбачає можливість відстеження всіх маркетингових зусиль і бренду, і бізнесу на основі використання нових цифрових ключових показників ефективності (КПЕ), як то:

Видимість. Показник відтворює позицію цифрового бренду, його ранг на сторінці пошуку Google. Видимість бренду створює максимальне заохочення прийняття рішення про покупку, і, відповідно із цим, чим вище положення бренду (рядок сторінки), тим більше ймовірно, клієнти зможуть знайти саме цей бренд.

Наприклад, вводимо у рядок пошуку «купити кросівки жіночі», і ось результат побудови показника видимості. Отже, на першій сторінці пошуковика Google не з'являється жодного посилання на бренд, що свідчить про те, що компанії, які працюють у цій товарній категорії, ще не започаткували свій шлях створення digital brand'у. Виключенням є тільки класичний бренд Nike, який вказано саме кирилицею, тобто так, як шукають споживачі, а не так як він виглядає у класичному варіанті.

Участь. Характеризується тим, що не досить просто мати найвище положення сторінки на Google. Доцільно прагнути досягти контролю за тим, скільки споживачі взаємодіють з контентом стосовно digital brand'у або всього бізнесу в цілому. Важливо вимірювати скільки разів клієнти взаємодіють з сайтом компанії, відстежувати блогерів, які згадують бренд або компанію на своєму сайті, а також вимірювати час, як довго люди залишатися на кожній сторінці сайту компанії або бренду.

Відносини. Одразу можна зупинитися на тому, що це найважливіший показник. Завдяки відносинам будується професійна екосистема і формується органічний спосіб ідентифікувати або розмежувати бренд від інших. Заохочення та активізація людських зв'язків в цифровому світі має вирішальне значення. Особливо це стосується формування digital brand'у у контексті створення «голосу» бренду, що спричиняє можливість надання бренду людських рис.

Можливості. У процесі побудови digital brand'у відкриваються певні можливості, які і будуть вести вперед не тільки сам бренд, але й бізнес компанії взагалі. Доцільно аналізувати та визначати, які канали або джерела дають найвищий потік угод, де компанія може перетворити в гроші побудовані відносини із клієнтами.

Продажі. В цілому ж, маркетингові зусилля бренду зокрема та бізнеса у цілому, необхідно перетворити у продаж. Моніторинг динаміки отримання виручки від продажів є найголовнішим показником для визначення ефективності бренду та з'ясування того, чи повинен бренд слідувати далі обраною стратегією або необхідно будувати нові стратегії. Це важливий показник, щоб тримати його на контролі при цьому не слід ставити на провідну позицію тільки отримання прибутку, щоб це не затьмарювало зір для бренду в цілому.

Цікавим та ґрунтовним дослідженням є дослідження Р. Кей Гріна, де він конкретизує способи впровадження максимальної присутності бренду в Інтернеті.

Р. Кей Грін стверджує, що «інтернет-бренд це те, що люди думають про вас, коли ви не доступні. Насправді, бренд в Інтернеті є так само важливим, як і будь-який з традиційних форм брендингу та стає все більш важливим кожен день. Більшість клієнтів сьогодні є технологічно підкованих і, як правило, покладаються на присутність в Інтернеті компанії в якості тесту дії її авторитету на ринку¹⁶⁸.

Результативний розвиток digital brand'у має містити у собі так звані «реперні» точки, які і будуть визначати загальну ефективність просування (Рис. 6).

Слід зазначити, що при створенні інтернет-присутності digital brand'у, є одна з ключових помилок, яку припускають компанії – це намагання створити власний інтернет-бренд на класичних принципах будь-яких інших марок на традиційному ринку. Проте створення та розвиток digital brand'у вимагає справжності, тобто це означає, що має

¹⁶⁸ Kay Green, R. 7 Highly-Effective Ways to Maximize Your Online Brand Presence [Текст] / R. Kay Green // http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/online-brand-presence_b_3140951.htm006.

відбуватися процес «олюднення» бренду. Якщо компанія може бути відкритою та чесною сама з собою щодо істинної вартості digital brand'у, то вона буде мати можливість перевірити цю справжність при створенні присутності бренду в Інтернет-просторі.

Як зазначає, О. Шевченко щодо цього процесу «олюднення», то «індивідуальність бренда зводиться до унікальних властивостей певного бренду, що ґрунтуються на індивідуальних рисах людини. Споживачі дуже часто сприймають бренд, наділяючи його сильними індивідуальними характеристиками. Більш того, споживачі поведуть себе з брендами як собі подібними, особливо у тих випадках, коли це марки значущих для них товарів. Бренд з характером не може задовольнити всіх»¹⁶⁹.

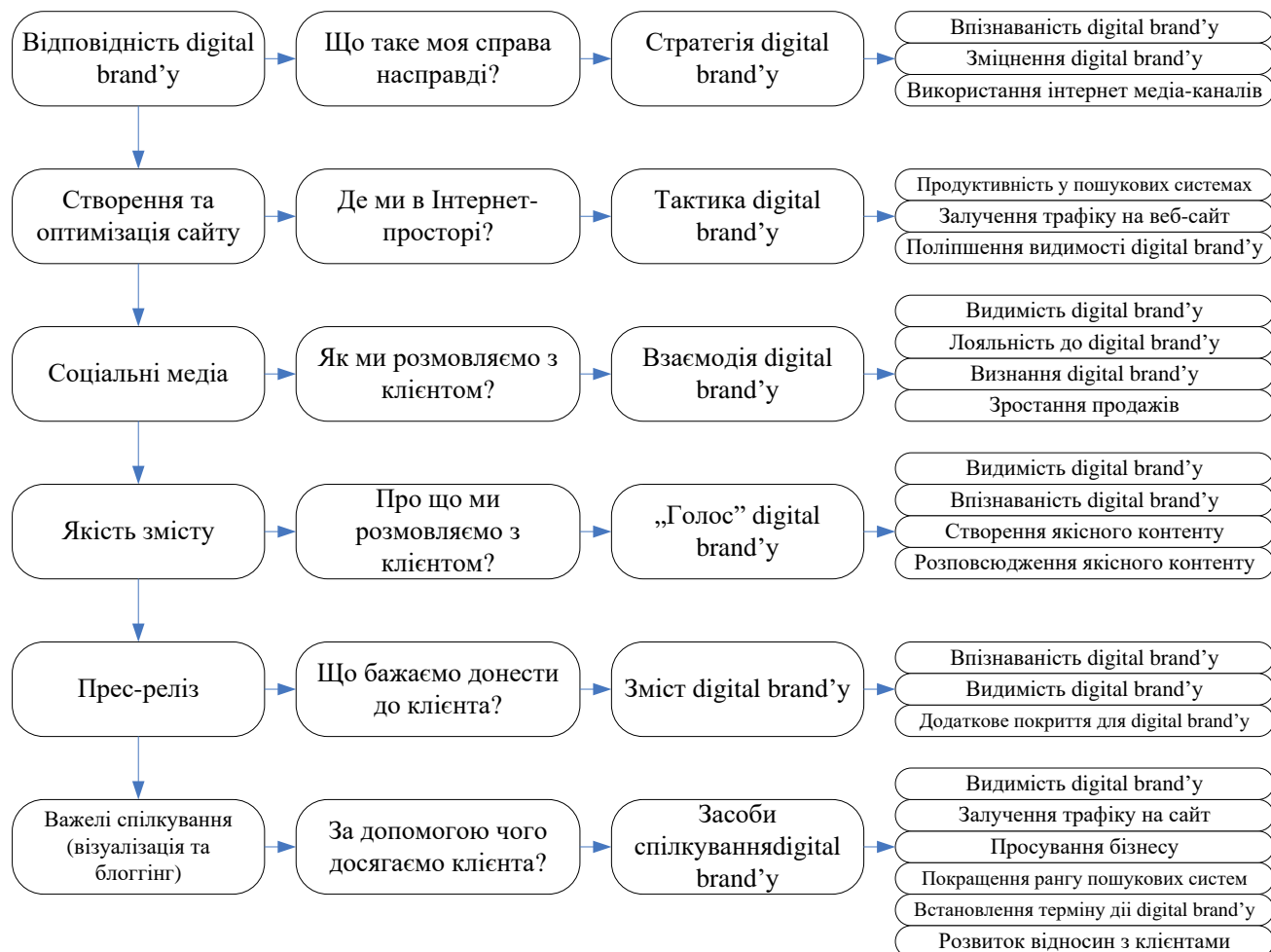


Рис. 6. Побудова та розвиток digital brand'у на основі «реперних» точок

Джерело: складено автором на основі¹⁷⁰

Таким чином, сучасне інформаційне суспільство та посилення діджиталізації всіх сторін життя його робить і можливим, і актуальним «олюднення» бренду. Тобто зараз відбувається виникнення нового «члена» суспільства – brand sapiens. Народження brand sapiens відбувається за участю людей, та з часом він починає цілком самостійне існування. І, якщо при створенні бренду можна застосовувати стратегію копіювання, то при його подальшому розвитку, бренд набуває риси індивідуальні і відбувається його фактична ідентифікація. При цьому вона може і не співпадати з тією, яку в нього закладали при

¹⁶⁹ Шевченко, О. Л. Взаємозв'язок індивідуальності бренду та психологічних характеристик покупців / О. Шевченко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8. – С. 209-212.

¹⁷⁰ Kay Green, R. 7 Highly-Effective Ways to Maximize Your Online Brand Presence [Текст] / R. Kay Green // http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/online-brand-presence_b_3140951.htm006.

«народженні». Сучасний digital brand поступово перетворюється у brand sapiens, і має риси, які притаманні будь-якій людині (образ, «голос», ідентифікацію, «тіло», тощо).

Література

1. Bennet, Sh. 10 Digital Branding Trends for 2015 / Sh. Bennett // Available online: <http://www.adweek.com/digital/digital-branding-trends/>.
2. Borenstein, G. 10 digital branding and marketing trends to watch for in 2016 / G. Borenstein // Available online: https://www.prdaily.com/Main/Articles/10_digital_branding_and_marketing_trends_to_watch_19830.aspx.
3. Ostholfhoff, H. 4 Ways to Master the Art of Digital Branding / H. Ostholfhoff // Available online: http://www.huffingtonpost.com/young-entrepreneur-council/4-ways-to-master-the-art_b_9377440.html.
4. Мачнев, Е. В. Развлекунки. Креатив в розничной торговле. [Текст] / Е. Мачнев. – СПб.: Питер, 2005. – 208 с.
5. Kleppinger, C. Personal Digital Branding as a Professional Asset in the Digital Age / C. A. Kleppinger, Jeff Cain // Available online: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4584371/>.
6. Digital branding // Available online: https://en.wikipedia.org/wiki/Digital_branding.
7. Радкевич, Л. А. Медіапланування в системі рекламного менеджменту: аналіз етимологічних конструкцій [Текст] / Л. Радкевич // Економічний Вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип.6-1 (06). – С. 131-136.
8. The term digital branding is often used, but what actually is ‘digital branding’? // Available online : <http://www.smartinsights.com/online-brand-strategy/brand-development/digital-branding-definition/>.
9. Shamoan, Sumaira, and Saiqa Tehseen. Brand Management: What Next? [Текст] // Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business 2.12 (2011): 435-441. Business Source Complete. Web. October 20, 2012.
10. Wilson, Chris (21 April 2009). Interview with Brand Consultant and Author Marty Neumeier. [Текст] // Fresh Peel. Retrieved 6 March 2014.
11. Wallace, C. 5 Key Strategies to Build Your Brand Online / Christopher Wallace // Available online: <http://searchengineland.com/5-key-strategies-to-build-your-brand-online-39420>.
12. Дахігг, Ч. Сила звички [Текст] / Ч. Дахігг. – Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2016. – 430 с.
13. Pratik Dholakiya (14 April 2015). 3 Digital Marketing Channels That Work for Every Advertiser [Текст] / Pratik Dholakiya // Entrepreneur. Retrieved 17 October 2015.
14. 4 Important Digital Marketing Channels You Should Know About // Available online: <https://www.digitaldoughnut.com/articles/2014/november/4-important-digital-marketing-channels-you-should>.
15. What is Digital Branding? // Available online: <https://www.market8.net/b2b-web-design-and-inbound-marketing-blog/what-is-digital-branding>.
16. Аакер, Д. Создание сильных брендов [Текст] / Д. Аакер. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 340 с.
17. Радкевич, Л. А. Систематизація цілей та задач медіапланування в рекламному менеджменті [Текст] / Л. Радкевич // Причорноморські економічні студії. – 2016. – Вип. 12-2. – С. 26-32.
18. Kay Green, R. 7 Highly-Effective Ways to Maximize Your Online Brand Presence [Текст] / R. Kay Green // http://www.huffingtonpost.com/r-kay-green/online-brand-presence_b_3140951.htm006.
19. Шевченко, О. Л. Взаємозв'язок індивідуальності бренда та психологічних характеристик покупців / О. Шевченко // Інноваційна економіка. – 2013. – № 8. – С. 209-212.

1.12. FEATURES OF FORMATION OF INFORMATION SOCIETY IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF HYBRID PEACE AND WAR

1.12. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ В УМОВАХ ГІБРИДНОГО МИРУ ТА ВІЙНИ

Актуальність дослідження особливостей формування інформаційного суспільства в Україні в умовах гібридного миру та війни пов'язана з тим, що сьогодні збільшується роль інформації і знань у сучасному суспільстві, зростає роль інформаційно-комунікаційних технологій, що проникають в усі сфери життєдіяльності людини. Реалії сьогодення свідчать, що особливого значення ця проблема набуває в умовах сьогодення, коли інформація є механізмом, що забезпечує цілеспрямовані дії суб'єктів, а її накопичення дозволяє здійснювати корекцію поведінки суб'єктів та інститутів влади. Сучасне суспільство живе в інформаційному світі. Це новий тип суспільства, в якому володіння інформацією є рушійною силою будь яких перетворень та розвитку. Відбувається створення глобальної інформаційної інфраструктури, що забезпечує ефективний інформаційний вплив людей та доступ до інформації.

При цьому, зміни які відбуваються в даний час, під впливом інформаційних технологій, процесів трансформації суспільного розвитку настільки фундаментальні і глобальні, що, крім позитивного впливу, несуть з собою серйозні проблеми, загрози і ризики. Однією з таких загроз є гібридна війна. Адже, як зазначає А. Дорошкевич, вона технічна та інформаційно-психологічна тільки за формою, а за змістом тісно пов'язана із самою сутністю людини. Інформаційне суспільство спричинило інформаційні та гібридні війни. У гібридних війнах на першому місці стоїть інформаційно-психологічний вплив на свідомість населення, на другому – економічно-політичні протистояння.¹⁷¹ Тож, гібридні війни впливають на інформаційні системи, вводячи в оману людську свідомість та дезінтегруючи процеси управління суспільством та гальмуючи процес розвитку суспільства. Зміни, які пов'язані з розвитком сучасного інформаційного суспільства, стосуються всіх соціокультурних інститутів і стверджують принципово новий спосіб життя людини. Інтелектуалізація діяльності сучасної людини є однією з найважливіших характеристик сучасного цифрового суспільства.

Сьогодні гібридні війни стають найпоширенішим засобом досягнення цілей у внутрішній та зовнішній політиці. Традиційний засіб війни нового суспільства – спотворення дійсності задля пропагандистських цілей.

Проблемами вивчення понятійно-категоріального апарату «інформація» та «інформаційне суспільство», а також інформаційного бачення багатьох явищ і процесів у світі займаються відомі українські та зарубіжні дослідники І. Арістова, А. Бард, П. Бергер, З. Бзежинський, О. Баранов, І. Бачило, К. Беляков, А. Венгеров, Н. Вінер, В. Воронкова, Д. Волкогонов, Д. Гілмор, А. Гор, С. Єсімов, А. Кін, Р. Калюжний, О. Копан, В. Копилов, Г. Лассуел, В. Ліпкан, А. Марущак, Й. Масуда, А. Новицький, Н. Новицька, М. Постер, Е. Тоффлер, С. Хантінгтон, В. Цимбалюк, А. Яременко та ін. Щодо вивчення інформаційного суспільства як суспільства «нового» типу, в якому кожен може отримувати, накопичувати, розповсюджувати та використовувати інформацію, то його розглядали в своїх дослідженнях В. Бебик, А. Руднева, В. Цимбалюк, С. Наумкіна, В. Воронкова та ін.

Психологічний компонент інформаційної та гібридної війни глибоко досліджений у працях Д. Волкогонова, С. Зелінського, О. Караяні, В. Крисько, В. Лепського, В. Лісічкіна, А. Морозова, В. Прокоф'єва. Щодо вивчення особливостей як в історичному так і в сучасному контекстах гібридну війну досліджують В. Горбулін, В. Горовенко, Є. Дикий, О. Литвиненко, Б. Парахонський, М. Требін, Г. Яворська, Л. Залізняк, Т. Ісакова, С. Козиряцька, М. Лазарович, Г. Почепцова, І. Рущенка, В. Тарасюк та ін. Окремим аспектам

¹⁷¹ Doroshkevych A. S. (2015). Hibrydna viyna v informatsynomu suspil'stvi. *Visnyk Natsional'noho universytetu «Yurydychna akademiya Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho»*, 2015. № 2 (25). S. 21-28.

гібридної війни та її інформаційної складової приділено увагу в працях В. Гулая, В. Гусарова, Н. Ніколаєнко, Г. Щедрової. Щодо проблем вивчення інформаційних процесів, то даним питанням займаються відомі дослідники такі як: Н. Волковський, С. Жук, В. Косєвцов, А. Кузьменко, О. Кіндратець, О. Литвиненко, І. Лук'янець, В. Остроухов, П. Панарін, В. Петрик, Г. Почепцов, П. Прибутько, М. Присяжнюк, А. Рось, В. Толубко, М. Требін, О. Титенко та ін.

Аналіз державної інформаційної політики в особливих умовах реалізований у роботах Ф. Барнета, С. Джерджа, М. Лібікі, К. Лорда, А. Манойла, Т. Ніколаєвої, М. Недопитанського, Ю. Ноєвого, А. Петренка, С. Телешуна, А. Фісун, В. Хатчінсона та інших. В роботах таких видатних науковців, як Ю.Габермас, Е. Гідденс, У. Бек, Ж. Бодрійяр, З. Бауман, Д. Белл, З. Бжезинський, В. Дайзард, Р. Девіс, Дж. Мартін, Дж. Нейсбіт, Ж. Рюс, О. Тоффлер розглядаються зміни, за допомогою яких відбувається модернізація інформаційного суспільства. Проте, не дивлячись на великий інтерес до зазначеної проблеми, сьогодні вивчення даного питання залишається актуальним та потребує подальшого наукового дослідження. Особливого значення це питання набуває в умовах сьогодення, коли процес інформатизації суспільства робить інформацію ключовим об'єктом у житті кожної людини, а інформаційне суспільство розглядається як цивілізаційна парадигма розвитку сучасного українського суспільства.

Розглядаючи особливості розвитку інформаційного суспільства в сучасній Україні в умовах гібридного миру та війни, необхідно дослідити понятійно-категоріальний апарат, щодо трактування поняття «інформаційне суспільство», його структуру та систему комунікації. Вперше дана категорія з'явилася в роботах австрійсько-американського вченого Ф. Махлупа, який ще в 1933 році вивчав вплив патентів на наукові дослідження.¹⁷² Відомий угорського соціолог Л. Карвалікс зазначав, що термін «інформаційне суспільство» виник у 60-ті роки серед японських соціологів.¹⁷³ Пізніше, категорію «інформаційне суспільство» було прийнято використовувати щодо нової світової спільноти, яка базується на інформації. Визначення поняття «інформаційне суспільство» є доволі дискусійним в наукових колах. Різні підходи до трактування категорії «інформаційне суспільство» представлено у Таблиці 1.

Проаналізувавши та дослідивши категорію «інформаційне суспільство», зазначимо, що аналіз літератури за даною проблематикою показав, що не існує загальноприйнятого визначення – що таке «інформаційне суспільство». А. Руднева, зазначає, що сьогодні процес інформатизації суспільства, його державних та суспільних інститутів, розвивається стрімко і як правило непередбачено і некеровано.¹⁷⁴ Реалії сьогодення свідчать, що використання персональних комп'ютерів в процесі інформатизації дозволяє створювати світовий інформаційний простір, в якому створюється, накопичується, розподіляється, передається, приймається, перетворюється та знищується інформація.¹⁷⁵ Таким чином, під впливом інформаційних потоків за допомогою маніпулювання людською свідомістю суспільство перебуваючи в світі відірваних від реальності символів, може йти навіть проти своїх власних інтересів. Реальність може відходити на другий план, грати підлеглу роль. У цьому сенсі людина не є вільною, до засобів, що використовуються при реалізації методів маніпуляції людською свідомістю, як зазначає А. Фісун, належать:

- засоби масової інформації;
- агітаційно-пропагандистські та навчальні матеріали;

¹⁷² Makhlop F. (1966). *Proyvodstvo y rasprostraneny znanyy v SSHA* – М.: Prohress. 462 s.

¹⁷³ Laszlo Z. Karvalics (2007) . *Information Society – what is it exactly?* Coursebook of Project NETIS – Leonardo da Vinci. European Commission. Budapest, March-May.

¹⁷⁴ Rudnyeva A. O. (2013). *Informatsiyana bezpeka ta informatsiyana polityka Ukrayiny v umovakh informatsiyonoho protystoyannya. Sotsial'ne prohnozuvannya ta proektuvannya politychnykh situatsiy ta protsesiv: Materialy III Mizhnarodnoyi nauk. konf.* (29 bereznya 2013). Zaporizhzhya. S. 194-196.

¹⁷⁵ Serhiyenko T. I. (2020). *Teoretyko-metodolohichni pidkhody do rozuminnya politychnoyi ideolohiyi ta yiyi vplyv na rozvytok suspil'stva. The 4th International scientific and practical conference «Science, society, education: topical issues and development prospects» (March 16-17, 2020) SPC «Sci-conf.com.ua», Kharkiv, Ukraine. 2020. S. 376-380.*

- добуток літератури та мистецтва;
- енергоінформаційні засоби;
- лінгвістичні засоби;
- психотропні засоби;
- спілкування.¹⁷⁶

Таблиця 1. Підходи до трактування категорії «Інформаційне суспільство»

Джерело	Сутність терміну
О. Титенко ¹⁷⁷	Інформаційне суспільство це людська цивілізація, яка виникає внаслідок інформаційно-комп'ютерної революції й базується на інформаційній технології, «інтелектуальних» комп'ютерах, автоматизації та роботизації усіх сфер та галузей економіки й управління.
В. Воронкова ¹⁷⁸	Інформаційне суспільство це суспільство, що з'явилося на основі інформаційної супермагістралі.
В. Бебик ¹⁷⁹	Інформаційне суспільство це сучасне суспільство з високим рівнем розвитку інформаційної культури
О. Пархоменко ¹⁸⁰	Інформаційне суспільство це інформаційно-знаннєве суспільство
І. Арістова ¹⁸¹	Інформаційне суспільство це новий етап розвитку людства, в якому будь-яка людина за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій може отримувати, переробляти та розповсюджувати інформацію, а держава повинна забезпечувати якісний рівень інформатизації усіх галузей
Енциклопедія сучасної України ¹⁸²	Інформаційне суспільство це соціологічна концепція постіндустріального суспільства; нова історична фаза розвитку суспільства, в якому виробництво, використання та споживання інформації стає визначальним способом діяльності в усіх сферах суспільного буття (економіці, політиці та культурі).
Економічна енциклопедія ¹⁸³	Інформаційне суспільство це найрозвиненіша щодо технологічного способу виробництва людська цивілізація, яка виникає внаслідок інформаційно-комп'ютерної революції й базується на інформаційній технології, автоматизації та роботизації усіх сфер та галузей економіки й управління, єдиній найновішій інтегрованій системі зв'язку.
Всеукраїнський фонд «Інформаційне Суспільство України» ¹⁸⁴	Інформаційне суспільство – це суспільство, у якому всі можливості сучасної цивілізації використовуються на благо конкретної людини, у якому вона максимально розкривається і цілком реалізує себе.

Отже, процес маніпулювання починається з перших кроків дитини, її наставляють, призивають до покори, контролюють, карають.¹⁸⁵

¹⁷⁶ Fisun A. O. (2012). Osoblyvosti mekhanizmu informatsiynykh viyn v suchasnomu hlobal'nomu suspil'stvi. *Materialy Mizhnarodnoyi naukovoyi konferentsiyi «Sotsial'ne prohnozuvannya ta proektuvannya politychnykh sytuatsiy ta protsesiv»* (01-02 bereznya 2012 r.). Zaporizhzhya: KSK-Al'yans. S. 124-126.

¹⁷⁷ Tytenko O. (2011). Informatsiyne suspil'stvo: intelektualizatsiya ekonomiky / Oles' Tytenko. *Ekonomika i menedzhment: materialy II Mizhnarodnoyi konferentsiyi molodykh vchenykh EM-2011, 24-26 lystopada 2011 r.* L'viv: Vydavnytstvo L'viv's'koyi politekhniky. C. 224-225.

¹⁷⁸ Voronkova V. H. (2015). Formuvannya informatsiynoho suspil'stva v Ukraini: vykyk chy potreba chasu? *Humanitarnyy visnyk ZDIA*. Vyp. № 60. S. 13-24.

¹⁷⁹ Bebyk V. M. (2011). Sotsial'no-komunikatsiyna prakseolohiya: ponyattya i metodolohiyi. *Informatsiya i pravo*. № 2. S. 53-60.

¹⁸⁰ Parkhomenko O. V. (2010). Informatsiyno-znannyeve suspil'stvo: problemy, osoblyvosti [Tekst]. *Naukovo-tekhnichna informatsiya*. № 1. S. 3-6.

¹⁸¹ Aristova I. V. (2000). Derzhavna informatsiyna polityka: orhanizatsiyno-pravovi aspekty [Tekst] / za zah. red. O. M. Bandurky. Kharkiv: Un-t vntrishnykh sprav. 386 s.

¹⁸² Stepanenko V. P. (2011). Entsiklopediya suchasnoyi Ukrainy. [online]. [Cited 08. 04. 2020.] Available online: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12462.

¹⁸³ Economic Encyclopedia (2000): In three volumes. Vol. 1. / Ed.: P. V. Mochernyi (ed.) And others. – K.: Academy Publishing Center, 2000. - 864 p. [online]. [Cited 08. 04. 2020.] Available online: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/55-i/769-informatsijne-suspilstvo.htm>.

¹⁸⁴ Informatsiyne suspil'stvo: definitsiyi, lyudyna, yiyi prava, informatyka, informatyzatsiya, telekomunikatsiyi, intelektual'na vlasnist', litsenzuvannya, sertyfikatsiya, ekonomika, rynek, yurysprudentsiya (2002) / V. M. Bryzhko, O. M. Hal'chenko, V. S. Tsypalyuk ta in. K.: Intehral. 220 s.

Також, зазначимо, що інформація суспільства може нести не тільки позитивні наслідки для людини але й мати негативний вплив. За допомогою інформації можна дезорієнтувати людей, впливати на політичну діяльність та маніпулювати людською свідомістю. В інформаційному суспільстві рівень знань стає головним фактором та джерелом соціальних відмінностей.¹⁸⁶ Громадянин інформаційного суспільства не може жити і працювати без доступу до засобів створення і розповсюдження інформації, тому в ньому народжується нова соціальна верства – «нетократія» – тип суспільного устрою, при якому влада і вплив на громадян переходять від офіційних урядових структур до лідерів неформальних мережевих товариств.¹⁸⁷

Сукупність відносин і форм взаємодії, що складаються між класами, соціальними групами, націями, індивідами із приводу їхньої участі в здійсненні влади, виробленню й проведенню політики називаються комунікативною підсистемою політичної системи суспільства. В перше інформаційно-комунікативну систему представив Карл Дойч.¹⁸⁸ У той же час заявлений ним підхід згодом отримав двояке теоретичне продовження. Так, Юрген Габермас робив акцент на комунікативних діях і відповідних елементах політики, представляючи їх як основу соціального і політичного порядку.¹⁸⁹ На противагу йому німецький учений Хельмут Шельскі сформулював ідею «технічної держави», висунувши на перший план не соціальні, а технічні аспекти політичної організації влади.¹⁹⁰ Таким чином, зазначимо, що комунікативна підсистема політичної системи містить політичні відносини, тобто ті зв'язки між людьми та їх різноманітними спільностями, які складаються у процесі здійснення політичної влади або з її приводу. До цієї підсистеми входять як формалізовані відносини, що ґрунтуються на нормах права і регулюються ними, так і ті неформальні зв'язки, що не закріплені у праві, але відіграють істотну роль у політичному житті. Особливе місце в інформаційно-комунікативній системі займають канали політичної комунікації. Це в свою чергу потребує розкриття історико-аналітичних зв'язків в системі яка представлена на Рисунку 1, від початку наукових підходів до розуміння поняття комунікації в сучасному контексті.

Суб'єктом комунікації є комунікатор, тобто це індивід чи група індивідів, які взаємодіючи із суб'єктами зовнішнього середовища впливають на поведінку і спілкування кожного причетного до неї індивіда. Якщо комунікація розглядається як процес, то інформація – це те, що передається в ході даного процесу. М. Логунова, зазначає, що інформація відіграє суттєву роль у політичному процесі як фактор порозуміння, зближення, консолідації суб'єктів політики, узгодження інтересів різних суспільних груп всередині кожної конкретної країни і суверенних держав на міжнародній арені.¹⁹¹ Але, як зазначає М. Остапенко, «не кожна подана інформація може створювати комунікацію. Комунікація передбачає наявність спільного комунікативного простору; формування спільної діяльності;

¹⁸⁵ Arabadzhyyev D. Yu., Serhiyenko T. I. (2019). Manipulyuvannya svidomistyu suspil'stva v umovakh informatsiynoi ta hibrydnoi viyny v Ukraini. *Hileya: naukovyy visnyk*. K.: «Vydavnytstvo «Hileya». Vyp. 146 (№ 7). CH. 3. Politychni nauky. S. 12-15.

¹⁸⁶ Arabadzhyyev D. Yu., Serhiyenko T. I. (2019). Osoblyvosti rozvytku suchasnoho informatsiynoho suspil'stva v Ukraini v umovakh politychnoyi konfliktnosti. *The 2 nd International scientific and practical conference «Scientific achievements of modern society»* (October 9-11, 2019) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. S. 74-79.

¹⁸⁷ Serhiyenko T. I. (2019). Suchasni tendentsiyi rozvytku informatsiynoho suspil'stva. *Publichne upravlinnya ta administruvannya u protsesakh ekonomichnykh reform: zbirnyk tez dopovidey III Vseukrayins'koyi naukovopraktychnoyi internet-konferentsiyi, 19 lystopada 2019 r.* Kherson: DVNZ «KHDAU». S. 297-299.

¹⁸⁸ Karl Deutsch (1957). *Political Community and the North Atlantic Area*, Princeton: Princeton University Press.

¹⁸⁹ Habermas Y. (1996). *Komunikativna diya s diskurs – dvi formy povsyakdennoyi komynicachiyi* [Communicative action and discourse – two forms of everyday communication]. *Pershodzerela komynicativnoyi filosofiyi*. Kiyev: Libedy. P. 84-90.

¹⁹⁰ Winfried Schulz (2011). *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. 3., überarbeitete Auflage.

¹⁹¹ Lohunova M. (2007). *Znachennya politychnykh komunikatsiy u zdiysnenni derzhavnoho upravlinnya*. *Personal*. №11. URL: <http://personal.in.ua/article.php?ida=619>.

наявність зворотного зв'язку, а також не просто прийняття інформації, а й осмислення, тобто спільного осягнення предмета комунікації; можливість взаємного впливу партнерів за допомогою системи знаків тощо».¹⁹² Тож, зазначимо, що поняття «комунікація» і «комунікації» як наукові, практичні та правові терміни й самостійний напрям досліджень почали використовуватися на початку ХХ ст. Також, в цей період почали активно використовувати поняття масові комунікації. Щодо терміну «політична комунікація», то в перше він виник в кінці 1940-х на початку 1950-х рр.

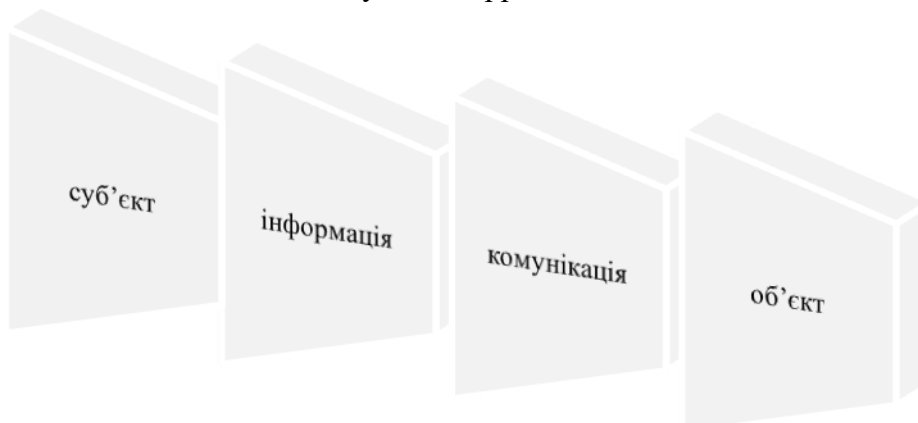


Рис. 1. Зв'язки в системі від початку наукових підходів до розуміння комунікації в сучасному контексті

Таким чином, зазначимо, що політична комунікація – це процес взаємодії політичних суб'єктів на основі обміну інформацією і безпосереднього спілкування, а також засоби і способи цієї взаємодії. До суб'єктів політичної комунікації відносять - громадян, групи, політичні інститути і політичні актори (зовнішні і внутрішні), виборці, формальні і неформальні групи, об'єднання громадян, громадські організації, об'єднання і рухи, політичні партії, лобістські структури, органи державної влади і місцевого самоврядування, регіональні, міждержавні і міжнародні організації. У політологічній літературі можна знайти різне формулювання суб'єктів політичної комунікації, що дає можливість уточнити їх характер. Як зазначає В. Іванов, «різноманітність поглядів, можна пояснити й тим, що властивості комунікацій виходять за межі політики». Категорії суб'єкт і об'єкт політичної комунікації перегукуються, оскільки залежно від виду комунікації суб'єкт політичної комунікації може ставати її об'єктом.¹⁹³ Таким чином, масова комунікація більш ширше поняття в порівнянні з політичною комунікацією та здійснюється з використанням спеціальних засобів підготовки і передачі інформації. Ці засоби називають засоби масової комунікації¹⁹⁴, засоби масової інформації.

Засоби масової комунікації на відміну від засобів масової інформації, являють собою не джерело її поширення, а саме спосіб поширення її від комунікатора до реципієнта. Також, зазначимо, що за допомогою засобів масової інформації відбувається звернення до масової аудиторії за допомогою преси, радіо, телебачення, Інтернету, кінематографії, звукозапису та відеозапису, відео-тексту, теле-тексту, рекламних щитів та панелі, домашніх відеоцентрів, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні та інші лінії зв'язку.¹⁹⁵ К. Захаренко, зазначає, що «засоби масової інформації взагалі та телебачення як найпопулярніший засіб

¹⁹² Ostapenko M. (2012). Politychna komunikatsiya: teoretychni aspekty doslidzhennya. *Politychnyy menedzhment*. № 3. С. 135-144.

¹⁹³ Ivanov V. F. (2010). Masova komunikatsiya yak sotsial'ne yavlyshche. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. Т. 6., С. 129-139.

¹⁹⁴ Zadvornyy A. M. (1997). *Ukrayina: informatsiya i svoboda slova: zbirnyk zakonodavchych aktiv, normatyvnykh dokumentiv ta statey fakhivtsiv / uporyad. A. M. Zadvornyy. K.: Molod', 1997. 832 s.*

¹⁹⁵ Yakovlev D. V. (2003). Rol' zasobiv masovoyi informatsiyi v konstruyuvanni politychnoyi real'nosti: avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: 23.00.02 / D. V. Yakovlev; ker. roboty L. O. Anufriyev; Nats. un.-t «Odes'ka yurydychna akademiya». Odesa. 16 s.

інформації зокрема, зважаючи на суспільну важливість, масовість і доступність активно формують громадську думку, створюють уявлення про доступне і заборонене, моральне й аморальне тощо».¹⁹⁶ За Габермасом, якщо мас-медіа не виконують функцію організації безперервного суспільного діалогу та сприяння у формуванні адекватної громадської думки, публічна сфера неминує починати згортатися і втрачає свої якості посередника між державою і суспільством.¹⁹⁷ Отже, розглядаючи роль масових комунікацій та їх вплив на політичні процеси, зазначимо, що в сучасному інформаційному суспільстві влада знань та інформації стає вирішальною в управлінні суспільством (McCombs, Shaw, 1993).¹⁹⁸

Так як інформація виступає складовою частиною всієї людської діяльності, то вона здійснює повсюдний вплив на всі сфери людської життєдіяльності. Таким чином, інформаційні технології володіють такими атрибутами, які впливають на інформацію.¹⁹⁹ Згідно даного аналізу, всі системи, які використовують інформаційні технології, визначаються «мережевою логікою», яка дозволяє їм впливати на багато процесів і організацій. Безперечний вплив інформаційних технологій проявляється в тому, що інформаційні технології достатньо гнучкі, дозволяють їм постійно змінюватися і адаптуватися. Окремі технології, які пов'язані з інформацією, поєднуються в інтегровану систему. У зв'язку з впливом інформацій. Отже, зазначимо, що знання та інформацію сьогодні використовують в якості власного економічного ресурсу в інноваційній діяльності у будь-якій точці світу. Проте з розвитком сучасних інформаційних технологій зросли загрози інформаційній безпеці, не тільки для людини, але й для влади та всього суспільства.

Інформаційні загрози можна достатньо точно поділити на декілька класів:

- порушення конфіденційної інформації – передбачає одержання інформації користувачами або процесами всупереч встановленим правилам доступу;
- порушення цілісності інформації – передбачає повне або часткове знищення, перекручення, модифікацію, нав'язування хибної інформації;
- порушення доступності інформації – передбачає втрату (часткову або повну) працездатності системи, блокування доступу до інформації;
- втрата керованості системою обробки інформації – характеризує порушення процедур ідентифікації і автентичності користувачів і процесів, надання їм повноважень, здійснення контролю за їх діяльністю, відмова від отримання або пересилання повідомлень.²⁰⁰

Національна інформаційна безпека є комплексним поняттям, вона по-різному розкривається в різних документах, навчальних посібниках, статтях експертів.²⁰¹ Вона не обмежується тільки інформаційною безпекою держави, його органів, сфер оборони та внутрішньої політики. Інформаційна безпека розглядає в якості об'єкта захисту збалансованих інтересів особистості, суспільства і держави. Без охорони інформаційних інтересів особистості і громадянина неможливо сприйняття держави як суб'єкта суспільного договору і носія суверенітету, без якого неможливий захист громадян. Також всередині поняття знаходиться і захист інформаційної інфраструктури, яка здійснюється програмними, фізичними і технічними засобами, забезпечення безпеки наукових розробок і ноу-хау.

¹⁹⁶ Zakharenko K. V. (2019). Dyversyfikatsiya dzherel informatsiyi v konteksti informatsiyoi bezpeky. *Naukovyy zhurnal «Politicus»*. № 1. S. 5-9.

¹⁹⁷ Habermas J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge.

¹⁹⁸ McCombs M. E., Shaw D. L. (1993). The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas i i *Journal of Communication*. № 43 (2). P. 58-67.

¹⁹⁹ Serhiyenko T. I. (2015). Informatsiyi viyny yak faktor vplyvu na politychnu svidomist'. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi: Zbirnyk naukovykh prats'*, Vyp. 61 / Hol. red. V. H. Voronkova; Zaporiz.derzh.inzh.akad. – Zaporizhzhia: Vyd-vo ZDIA. S. 264-265.

²⁰⁰ Voronkova V. H. (2017). Informatsiyne suspil'stvo v sviti ta Ukrayini: problemy stanovlennya ta zakonmirnosti rozvytku: kolektyvna monohrafiya / Za red. d.filosof.n., prof. V. H. Voronkovoyi; Zaporiz. derzh. inzh. akad. Zaporizhzhia: ZDIA. 282 s.

²⁰¹ Serhiyenko T. I. (2019). Informatsiyi tekhnolohiyi zabezpechennya staloho rozvytku intehratsiynykh protsesiv ukrayins'koho suspil'stva. *Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology Monograph 29*, Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. P. 104-113.

Таким чином, під національною безпекою в цифровому просторі, що включає забезпечення інформаційної безпеки особистості, суспільства, держави та інфраструктури, розуміється стан захищеності інформаційного середовища, що гарантує дотримання прав і законних інтересів особистості, суспільства і держави в інформаційній сфері, коли повністю забезпечуються їх захист, реалізація і можливості розвитку незалежно від кількості та якості внутрішніх і зовнішніх загроз. Також, зазначимо, що інформаційна безпека визначається і тим, наскільки кожен із суб'єктів відповідно зі своєю позицією і інтересами має можливість через засоби масової інформації та телекомунікації вільно шукати, одержувати і поширювати достовірну інформацію. Суспільство не може відчувати себе в безпеці, якщо воно отримує керовану інформацію. Невід'ємним атрибутом розвиненого демократичного суспільства має бути дотримання законних прав особистості, суспільства і держави щодо захисту інформації обмеженого доступу.

Реалії сьогодення свідчать, що в умовах гібридного миру та інформаційної війни, ми маємо відчуті потреби на новому рівні, як реалізувати можливості інформаційних технологій, залучивши свою і світову науково-технічну еліту заради відновлення і подальшого розвитку сучасного суспільства та економіки. На жаль, сприйняття владою і суспільством нової реальності і адаптація самої людини до нових умов інформаційно-комунікаційних реалій, їх взаємодія відбувається у нас досить важко. Це в першу чергу обумовлено протиріччями загальної специфіки інформаційно-комунікаційної діяльності – невизначеністю і відкладенням результату, асиметричністю процесів і форм інформаційного облаштування світу. Адже, головне – це володіння сучасною інформацією та її доступністю.

Отже, як зазначає О. Соснін та М. Кононець, «знання та інформацію держава використовує в якості власного економічного ресурсу в інноваційній діяльності, підвищуючи конкурентоспроможність своїх організацій у будь-якій точці світу. Все це докорінно змінює організаційну структуру суспільства, перетворюючи її в нову і достатньо складну соціотехнічну систему, вводячи в економічний розрахунок все нові і більш досконалі характеристики ролі людини-творця у складі «інформаційного ресурсу» тощо, структурувавши вирішення проблем перетворення (трансформації) суспільно-політичних відносин щонайменше в чотирьох мега-сферах: державній інноваційній політиці, економіці, праві, інформаційному забезпеченні».²⁰²

За останні кілька десятиліть світ повністю змінився, і більшість комунікацій, фінансових трансакцій, інформаційних архівів потрапили в Інтернет. Це збільшило їх доступність для третіх осіб в порівнянні з епохою тільки матеріальних носіїв, і, відповідно, разом з доступністю підвищилася і вразливість. Інтереси особистості і суспільства, що виражаються у збереженні інформації або в захисті від деструктивного інформаційного впливу, постійно піддаються загрозам, в основі яких лежить не тільки комерційний, а й психологічний або ідеологічний інтерес.

Таким чином, інформаційні технології сьогодні набули глобального характеру, що створює неможливість як їх регулювання на національному рівні, так і безпомилкового виявлення джерел загроз. Глобальний розвиток інформаційно-комунікаційних технологій породив нові інформаційні відносини та організаційні форми в економіці й виробництві, ставши новим джерелом продуктивності праці й активізував процеси формування сучасної глобальної економіки. Стрімкі темпи розвитку інформаційного суспільства неминуче ведуть до створення єдиного світового інформаційного суспільства в якому будуть акумульовані всі засоби збору, накопичення, обробки та обміну інформацією між суспільством та державами.

Щодо формування інформаційного суспільства в умовах гібридного миру та війни в Україні, то зазначимо, що результативність даного процесу може бути у тому випадку коли будуть використовуватися технології інформаційного суспільства для організації

²⁰² Sosnin O. V. Kononets' M. O. (2017). Novi informatsiyno-tehnolohichni realiyi komunikatsiyi v nauково-osvitniy diyal'nosti yak zaporuka innovatsiynoho rozvytku suspil'stva. *Informatsiynе suspil'stvo v sviti ta Ukraini: problemy stanovlennya ta zakonmirnosti rozvytku: kolektyvna monohrafiya* / Za red. d.filosof.n., prof. V. H. Voronkovoyi; Zaporiz. derzh. inzh. akad. Zaporizhzhya: ZDIA. 282 s.

нетрадиційних каналів зворотного зв'язку влади з населенням, що дозволить владі раціонально розподіляти ресурси в інтересах всього суспільства. В даний час ступінь побудови інформаційного суспільства в Україні в порівнянні зі світовими тенденціями визнається недостатньою. Як відзначають фахівці, вона «перебуває досить далеко від світових лідерів».²⁰³ серед основних причин такого стану визначаються наступні обставини:

- 1) низький рівень автоматизації окремих галузей економіки деяких регіонів країни;
- 2) певне відставання у впровадженні технологій електронного бізнесу;
- 3) недостатній розвиток нормативно-правової бази інформаційної сфери;
- 4) недостатній рівень комп'ютерної та інформаційної грамотності населення і повільне впровадження нових методів навчання із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій;

5) не вирішені в повному обсязі питання захисту авторських прав на комп'ютерні програми, відсутні системні державні рішення, спрямовані на створення національних інноваційних структур (центрів, технополісів і технопарків) з розробці конкурентоспроможного програмного забезпечення.

Такий стан не відповідає історичному досвіду, потенціалу і можливостям України. У нашій країні існують необхідні передумови і умови для формування нового суспільства. Формування і розвиток інформаційного суспільства вимагає регулювання на основі науково розроблених і законодавчо затверджених програм. Національна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні передбачає проведення певних загальнодержавних заходів які представлені на Рис. 2.²⁰⁴



Рис. 2. Загальнодержавні заходи Національна політика України щодо розвитку інформаційного суспільства

²⁰³ П'ченко М., Нарытук Т., Тсєндровс'кyy В. (2008). Як нам переһнаты свitovykh лiдерив, не наздоханыаучы уiх? // *Урядовуу кур"уер.* 11. 01. 08. № 5, s. 14.

²⁰⁴ Закон Украyинy (2007) «Pro Osnovni zasady rozvytku informatsiynoho suspil'stva v Украyинi на 2007-2015 roky». *Урядовуу кур"уер.* – 14. 02. 2007. – № 28.

Таким чином, підводячи підсумок зазначимо, що інформаційне суспільство характеризується визнанням інформації як одним з найважливіших суспільних ресурсів, а найпотужнішим засобом управління в інформаційному суспільстві є комунікація. Щодо формування сучасного інформаційного суспільства, то воно потребує переосмислення сутності, змісту та правового регулювання суспільних відносин у цій сфері.

Література

1. Doroshkevych A. S. (2015). Hibrydna viyna v informatsiynomu suspil'stvi. *Visnyk Natsional'noho universytetu «Yurydychna akademiya Ukrayiny imeni Yaroslava Mudroho»*, 2015. № 2 (25). S 21-28.
2. Makhlop F. (1966). *Proyzvodstvo y rasprostraneniye znanyu v SSHA.* – M.: Prohress. 462 s.
3. Laszlo Z. Karvalics (2007) . *Information Society – what is it exactly? Coursebook of Project NETIS – Leonardo da Vinci.* European Commission. Budapest, March-May.
4. Rudnyeva A. O. (2013). Informatsiyna bezpeka ta informatsiyna polityka Ukrayiny v umovakh informatsiynoho protystoyannya. *Sotsial'ne prohnozuvannya ta proektuvannya politychnykh sytuatsiy ta protsesiv: Materialy III Mizhnarodnoyi nauk. konf. (29 bereznya 2013).* Zaporizhzhya. S. 194-196.
5. Serhiyenko T. I. (2020). Teoretyko-metodolohichni pidkhody do rozuminnya politychnoyi ideolohiyi ta yiyi vplyv na rozvytok suspil'stva. *The 4th International scientific and practical conference «Science, society, education: topical issues and development prospects» (March 16-17, 2020) SPC «Sci-conf.com.ua»*, Kharkiv, Ukraine. 2020. S. 376-380.
6. Fisun A. O. (2012). Osoblyvosti mekhanizmu informatsiynykh viyn v suchasnomu hlobal'nomu suspil'stvi. *Materialy Mizhnarodnoyi naukovoyi konferentsiyi «Sotsial'ne prohnozuvannya ta proektuvannya politychnykh sytuatsiy ta protsesiv» (01-02 bereznya 2012 r.).* Zaporizhzhya: KSK-Al'yans. S. 124-126.
7. Tytenko O. (2011). Informatsiyne suspil'stvo: intelektualizatsiya ekonomiky / Oles' Tytenko. *Ekonomika i menedzhment: materialy II Mizhnarodnoyi konferentsiyi molodykh vchenykh EM-2011, 24-26 lystopada 2011 r.* L'viv: Vydavnytstvo L'vivs'koyi politekhniky. C. 224-225.
8. Voronkova V. H. (2015). Formuvannya informatsiynoho suspil'stva v Ukrayini: vyklyk chy potreba chasu? *Humanitarnyy visnyk ZDIA.* Vyp. № 60. S. 13-24.
9. Bebyk V. M. (2011). Sotsial'no-komunikatsiyna prakseolohiya: ponyattya i metodolohiyi. *Informatsiya i pravo.* № 2. S. 53-60.
10. Parkhomenko O. V. (2010). Informatsiyno-znannyeve suspil'stvo: problemy, osoblyvosti [Tekst]. *Naukovo-tekhnichna informatsiya.* № 1. S. 3-6.
11. Aristova I. V. (2000). Derzhavna informatsiyna polityka: orhanizatsiyno-pravovi aspekty [Tekst] / za zah. red. O. M. Bandurky. Kharkiv: Un-t vnutrishnikh sprav. 386 s.
12. Stepanenko V. P. (2011). Entsyklopediya suchasnoyi Ukrayiny. [online]. [Cited 08. 04. 2020.] Available online: http://esu.com.ua/search_articles.php?id=12462.
13. Economic Encyclopedia (2000): In three volumes. Vol. 1. / Ed.: P. V. Mochernyi (ed.) And others. – K.: Academy Publishing Center, 2000. – 864 p. [online]. [Cited 08. 04. 2020.] Available online: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsyklopediya/55-i/769-informatsijne-suspilstvo.htm>.
14. Informatsiyne suspil'stvo: definitsiyi, lyudyna, yiyi prava, informatsiya, informatyka, informatyzatsiya, telekomunikatsiyi, intelektual'na vlasnist', litsenzuvannya, sertyfikatsiya, ekonomika, rynek, yurysprudentsiya (2002) / V. M. Bryzhko, O. M. Hal'chenko, V. S. Tsympalyuk ta in. K.: Intehral. 220 s.
15. Arabadzhyev D. Yu., Serhiyenko T. I. (2019). Manipulyuvannya svidomistyu suspil'stva v umovakh informatsiynoyi ta hibrydnoyi viyny v Ukrayini. *Hileya: naukovyy visnyk.* K.: «Vydavnytstvo «Hileya». Vyp. 146 (№ 7). CH. 3. Politychni nauky. S. 12-15.
16. Arabadzhyev D. Yu., Serhiyenko T. I. (2019). Osoblyvosti rozvytku suchasnoho informatsiynoho suspil'stva v Ukrayini v umovakh politychnoyi konfliktnosti. *The 2nd*

International scientific and practical conference «Scientific achievements of modern society» (October 9-11, 2019) Cognum Publishing House, Liverpool, United Kingdom. S. 74-79.

17. Serhiyenko T. I. (2019). Suchasni tendentsiyi rozvytku informatsiynoho suspil'stva. *Publichne upravlinnya ta administruvannya u protsesakh ekonomichnykh reform: zbirnyk tez dopovidey III Vseukrayins'koyi naukovo-praktychnoyi internet-konferentsiyi, 19 lystopada 2019 r.* Kherson: DVNZ «KHDAU». S. 297-299.

18. Karl Deutsch (1957). *Political Community and the North Atlantic Area*, Princeton: Princeton University Press.

19. Habermas Y. (1996). Komunikativna diya s diskurs – dvi formy povsyakdennoyi komynicachiyi [Communicative action and discourse – two forms of everyday communication]. *Pershodzerela komynicativnoyi filosofiyi*. Kiyev: Libedy. P. 84-90.

20. Winfried Schulz: *Politische Kommunikation. Theoretische Ansätze und Ergebnisse empirischer Forschung* (2011). VS Verlag für Sozialwissenschaften. 3., überarbeitete Auflage.

21. Lohunova M. (2007). Znachennya politychnykh komunikatsiy u zdiysnenni derzhavnoho upravlinnya. *Personal*. № 11. URL: <http://personal.in.ua/article.php?ida=619>.

22. Ostapenko M. (2012). Politychna komunikatsiya: teoretychni aspekty doslidzhennya. *Politchnyy menedzhment*. № 3. C. 135-144.

23. Ivanov V. F. (2010). Masova komunikatsiya yak sotsial'ne yavyshe. *Naukovi zapysky Instytutu zhurnalistyky*. T. 6., S. 129-139.

24. Zadvornyy A. M. (1997). *Ukrayina: informatsiya i svoboda slova: zbirnyk zakonodavchykh aktiv, normatyvnykh dokumentiv ta statey fakhivtsiv / uporyad. A. M. Zadvornyy*. K.: Molod', 1997. 832 s.

25. Yakovlev D. V. (2003). Rol' zasobiv masovoyi informatsiyi v konstruyuvanni politychnoyi real'nosti: avtoref. dys. ... kand. polit. nauk: 23.00.02 / D. V. Yakovlev; ker. roboty L. O. Anufriyev; Nats. un.-t «Odes'ka yurydychna akademiya». Odesa. 16 s.

26. Zakharenko K. V. (2019). Dyversyfikatsiya dzherel informatsiyi v konteksti informatsiynoyi bezpeky. *Naukovyy zhurnal «Politicus»*. № 1. S. 5-9.

27. Habermas J. (1991). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge.

28. McCombs M. E., Shaw D. L. The evolution of agenda-setting research: Twenty-five years in the marketplace of ideas i i *Journal of Communication*. 1993. № 43 (2). P. 58-67.

29. Serhiyenko T. I. (2015). Informatsiyni viyny yak faktor vplyvu na politychnu svidomist'. *Humanitarnyy visnyk Zaporiz'koyi derzhavnoyi inzhenernoyi akademiyi: Zbirnyk naukovykh prats'*, Vyp. 61 / Hol. red. V. H. Voronkova; Zaporiz.derzh.inzh.akad. – Zaporizhzhya: Vyd-vo ZDIA. S. 264-265.

30. Voronkova V. H. Informatsiyne suspil'stvo v sviti ta Ukraini: problemy stanovlennya ta zekonomirnosti rozvytku: kolektyvna monohrafiya / Za red. d.filosof.n., prof. V. H. Voronkovoyi; Zaporiz. derzh. inzh. akad. Zaporizhzhya: ZDIA, 2017. 282 s.

31. Serhiyenko T. I. (2019). Informatsiyni tekhnolohiyi zabezpechennya staloho rozvytku intehratsiynykh protsesiv ukrayins'koho suspil'stva. *Series of monographs Faculty of Architecture, Civil Engineering and Applied Arts Katowice School of Technology Monograph 29*, Wyższa Szkoła Techniczna w Katowicach. P. 104-113.

32. Sosnin O. V. Kononets' M. O. Novi informatsiyno-tekhnolohichni realiyi komunikatsiyi v nauково-osvitniy diyal'nosti yak zaporuka innovatsiynoho rozvytku suspil'stva. *Informatsiyne suspil'stvo v sviti ta Ukraini: problemy stanovlennya ta zekonomirnosti rozvytku: kolektyvna monohrafiya / Za red. d.filosof.n., prof. V. H. Voronkovoyi; Zaporiz. derzh. inzh. akad. Zaporizhzhya: ZDIA, 2017. 282 s.*

33. Il'chenko M., Narytnyk T., Tsendrovs'kyy V. (2008). Yak nam perehnaty svitovykh lideriv, ne nazdohanyayuchy yikh? // *Uryadovyy kur"yer*. 11. 01. 08. № 5, s. 14.

34. *Zakon Ukrainy (2007) «Pro Osnovni zasady rozvytku informatsiynoho suspil'stva v Ukraini na 2007 – 2015 roky»*. *Uryadovyy kur"yer*. – 14. 02. 2007. – № 28.

1.13. DEVELOPMENT OF INFORMATIVE ASSISTANCE THAT FEATURES OF ESTABLISHING THE PRIMARY MEDIUM OF NOW HAVING A PURCHASE OF VISIT

1.13. РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА ТА ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ НАВЧАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА СУЧАСНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Процеси глобалізації та інформатизації сучасного суспільства, запровадження в багатьох сферах цифрових технологій суттєво змінили вимоги до професійної підготовки наукових і науково-педагогічних кадрів вищої кваліфікації, зокрема магістрів та докторів філософії. На часі є формування професійно компетентних фахівців, які вільно володіють інформаційно-комунікаційними технологіями й використовують їх під час проведення наукових та науково-педагогічних досліджень.

Процеси інформатизації освіти в Україні мають міцне нормативно-правове підґрунтя. Серед чинних державних документів:

1. Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 15. 03. 2013 № 386-р.²⁰⁵
2. Проект „Цифровий порядок денний для України” (2016).²⁰⁶
3. Проект Закону України Про внесення змін до Закону України „Про Національну програму інформатизації” (2017).²⁰⁷

Розглянемо ключові положення, проголошені в державних документах.

Стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні було визначено у 2007 році Законом України № 537-V від 9 січня 2007 р. „Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007 – 2015 роки”.²⁰⁸ Серед них наголошено на важливості:

– прискорення розробки та впровадження новітніх конкурентоспроможних інформаційно-комунікаційних технологій в усі сфери суспільного життя, зокрема в економіку України і в діяльність органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

– забезпечення комп’ютерної та інформаційної грамотності населення, насамперед шляхом створення системи освіти, орієнтованої на використання новітніх ІКТ у формуванні всебічно розвиненої особистості;

– розвиток національної інформаційної інфраструктури та її інтеграція із світовою інфраструктурою;

– державна підтримка нових електронних секторів економіки (торгівлі, надання фінансових і банківських послуг тощо);

– створення загальнодержавних інформаційних систем, насамперед у сферах охорони здоров’я, освіти, науки, культури, охорони довкілля;

– збереження культурної спадщини України шляхом її електронного документування;

– використання ІКТ для вдосконалення державного управління, відносин між державою і громадянами, становлення електронних форм взаємодії між органами державної влади та органами місцевого самоврядування і фізичними та юридичними особами та ін.;²⁰⁹

²⁰⁵ Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р

²⁰⁶ Цифрова адженда України – 2020

²⁰⁷ Про внесення змін до Закону України „Про Національну програму інформатизації. Закон України від 13. 09. 2001 № 2684-III.

²⁰⁸ Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007-2015 роки. Закон України від 09. 01. 2007 № 537-V.

²⁰⁹ Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007 – 2015 роки. Закон України від 09. 01. 2007 № 537-V.

– державна підтримка використання новітніх ІКТ засобами масової інформації.

Державна політика з реалізації Закону України „Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007 – 2015 роки” в останні роки коригується низкою прийнятих останніми роками нормативно-правових актів, серед яких:

– Закон України „Про доступ до публічної інформації” від 13. 01. 2011 р. № 2939-VI, зі змінами від 01. 05. 2015 р.;

– Закон України „Про інформацію” від 02. 10. 1992 р. № 2657-XII, поточна редакція – від 01. 01. 2017 р.;

– Закон України „Про захист персональних даних” від 01. 06. 2010 р. № 2297-VI, поточна редакція – від 01. 01. 2017 р. та ін.

2013 року Кабінетом Міністрів України було схвалено розпорядження про Стратегію розвитку інформаційного суспільства в Україні, у якому було конкретизовано мету, базові принципи, стратегічні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні, завдання, спрямовані на їх досягнення, а також основні напрями, етапи і механізм реалізації цієї Стратегії з урахуванням сучасних тенденцій та особливостей розвитку України в перспективі до 2020 року. Відповідно до названого документа основними завданнями розвитку інформаційного суспільства в Україні є:

– сприяння кожному громадянину на засадах широкого використання сучасних ІКТ у створенні інформації і знань, їх використанні та обміні ними, виробництві товарів та наданні послуг;

– забезпечення гарантій волевиявлення і самореалізації громадянина в інформаційному суспільстві, а також вільного доступу до інформації та знань, крім установлених законом обмежень;

– повномасштабне входження України до глобального інформаційного простору;

– прискорений розвиток інформаційного сектору економіки, який активно взаємодіє з іншими секторами економіки з метою підвищення темпів економічного зростання;

– впровадження новітніх ІКТ в усі сфери суспільного життя, діяльність державних органів та органів місцевого самоврядування;

– гармонізація національного законодавства з європейським.²¹⁰

Національна Стратегія розвитку інформаційного суспільства об’єктивно стала важливим етапом у довгостроковому плануванні інформаційного розвитку нашої держави, її поетапна реалізація передбачає план дій до 2020 р.

Як зазначається в аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень „Європейський досвід нормативно-проектного забезпечення розвитку інформаційного суспільства: висновки для України” (2014), незважаючи на цілий комплекс невирішених нормативних, адміністративних, інфраструктурних проблем, в Україні спостерігаються загалом високі темпи імплементації ІКТ і проникнення Інтернет.²¹¹ До того ж в Україні наявний потужний кадровий потенціал в галузі ІТ-індустрії (за кількістю ІТ-фахівців, які створюють конкурентоспроможну ІТ-продукцію).

Разом з тим, у багатьох напрямках за рівнем використання ІКТ в економіці, державному управлінні й громадському житті Україна поки відстає від лідерів світового прогресу. Крім того, необхідне прискорення запровадження інформаційно-комунікаційних технологій в освіту та науку, стимулювання розвитку освітніх і наукових електронних інформаційних ресурсів, цифрового освітнього простору, створення відкритих баз даних, а також інтернет-ресурсів з питань діяльності навчальних закладів, органів управління освітою тощо.

В останні роки, зважаючи на підписання Україною Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом, основні цілі розвитку інформаційного суспільства в Україні до

²¹⁰ Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р.

²¹¹ Європейський досвід нормативно-проектного забезпечення розвитку інформаційного суспільства: висновки для України.

2020 року починають узгоджуватися з європейськими орієнтирами розвитку, зокрема з положеннями ініціативи „Цифровий порядок денний для Європи” (Digital agenda for Europe), прийнятої в рамках європейської стратегії економічного розвитку „Європа 2020: стратегія розумного, сталого і всеосяжного зростання” (Europe 2020 Strategy).

Документ „Цифровий порядок денний для Європи” містить перелік із 100 конкретних дій і визначає європейську стратегію для розквіту цифрової економіки у 2020 році. Серед пріоритетних сфер цифрового порядку денного:

- створення динамічного єдиного цифрового ринку (зняття бар’єрів і створення єдиних правил для вільного поширення онлайн-послуг та розваг за межі національних кордонів, створення єдиного простору онлайн-платежів, розвитку бізнесу, завантаження музики, захисту споживачів ЄС в кіберпросторі);

- розвиток довіри і безпеки користувачів онлайн-транзакцій (зменшення загроз від шкідливого програмного забезпечення, скоординована європейська відповідь на кібер-атаки, посилені правила щодо захисту особових даних);

- розвиток швидкісного Інтернету;

- підтримка наукових досліджень та інновацій, пов’язаних із використанням ІКТ (створення інфраструктури світового класу, адекватне фінансування, переведення найкращих ідей в форму товарів і послуг тощо);

- підвищення комп’ютерної (цифрової) грамотності й навичок, доступність цифрових послуг;

- використання ІКТ для вирішення соціальних проблем (скорочення споживання енергії, підтримки життя старіючих громадян, революціонізації медичних послуг, підвищення якості державних послуг, оцифрування культурної спадщини Європи для забезпечення онлайн-доступу для всіх).²¹²

Виходячи із попереднього документа, 2016 року розроблено Проект „Цифровий порядок денний для України”, який розвиває ключові положення європейської стратегії розвитку цифрового суспільства. Серед змін, запланованих в освітній галузі нашої країни, підкреслено актуальність формування „цифрової грамотності” (Digital Literacy) (або „цифрової компетентності” (Digital Competence) як однієї із ключових компетентностей для повноцінного життя та діяльності. Відзначимо також введення поняття DQ (Digital Quotient) – „цифровий” інтелект²¹³ на рівнях: „цифрового” громадянства як використання цифрових технологій у повсякденному житті, для взаємодії один з одним, спілкування, перегляду цифрового контенту і т. д; „цифрової” творчості, тобто використання цифрових технологій для створення контенту, медіа, застосувань тощо; „цифрового” підприємництва – використання цифрових технологій для бізнесу, професійної діяльності і т. ін.

У 2017 році було висунуто проект Закону України Про внесення змін до Закону України „Про Національну програму інформатизації” (1998), у якому уточнено поняття інформатизації як сукупності „взаємопов’язаних організаційних, правових, політичних, соціально-економічних, науково-технічних, виробничих процесів, що спрямовані на створення умов для забезпечення розвитку інформаційного суспільства, потреб і вільного розвитку особистості, реалізації прав громадян, підвищення ефективності державного управління на основі побудови, розвитку, використання сучасних інформаційних систем, телекомунікаційних мереж, інформаційних ресурсів та інформаційних технологій”.²¹⁴

Звернемо увагу також на введення до переліку основних форм освіти поняття „електронної освіти” (е-освіти) як форми отримання освіти, що здобувається з використанням виключно інформаційно-комунікаційних технологій.

²¹² A Digital Agenda for Europe / Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions.

²¹³ Цифрова адженда України – 2020, с. 19.

²¹⁴ Про внесення змін до Закону України „Про Національну програму інформатизації. Закон України від 13. 09. 2001 № 2684-III.

Про удосконалення інформаційного забезпечення, модернізацію структури і змісту освіти на засадах інформатизації та цифровізації йдеться в Національній стратегії розвитку освіти в Україні на 2012-2021 роки, в Законі України „Про освіту” та концепції „Нова українська школа”. Зокрема, до понятійного апарату нової української школи, у відповідності до сучасних вимог, включено інформаційно-цифрову (в останній редакції – інформаційно-комунікаційну) компетентність як одну із ключових серед груп компетентностей, окреслених у „Рекомендаціях європейського Парламенту та Ради Європи”, що мають стати наскрізними у змісті всіх навчальних предметів. Інформаційно-комунікаційна (цифрова) компетентність, на думку авторів нового освітнього стандарту, передбачає впевнене й водночас критичне застосування інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) для створення, пошуку, обробки, обміну інформацією на роботі, в публічному просторі та приватному спілкуванні. Вона також вміщує інформаційну й медіа-грамотність, основи програмування, алгоритмічне мислення, уміння працювати з базами даних, навички безпеки в Інтернеті та кібербезпеці, а також розуміння етики роботи з інформацією (авторське право, інтелектуальна власність тощо).²¹⁵ Тож реформа загальноосвітньої школи передбачає її інтенсивну цифровізацію, а також формування й розвиток інформаційних знань, умінь, навичок і ставлень.

У Аналітичній записці Національного інституту стратегічних досліджень „Новітні тенденції розвитку вищої освіти та освіти протягом життя: перспективи для України” (грудень 2016 р.) серед ключових напрямів інформатизації вітчизняної вищої освіти визначено:

- поширення відкритих освітніх курсів (приклад успішної реалізації – громадський проект „Prometheus”), які можуть бути здійснені в різних форматах: відеолекції, матеріали, підручники, тести, спеціальні комп’ютерні програми тощо;

- розвиток моделі „змішаного навчання” (Blended Learning) на основі поєднання нових і традиційних форматів навчання;

- зміна підходів до планування навчальних приміщень, створення відкритих просторів (Open Space), аудиторій для командної роботи, мультимедійних середовищ, які забезпечують дистанційну комунікацію;

- побудова відповідної інфраструктури.²¹⁶

Отже, процеси впровадження ІКТ в усі ланки освіти обговорюються на державному рівні, національна нормативно-правова база в галузі інформатизації освіти продовжує знаходитись в руслі передових світових трендів.

Інформаційний освітній простір, специфічною ознакою якого є широке впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, забезпечує утворення особливого навчального середовища кожного закладу вищої освіти, яке науковці визначають різними термінами: „комп’ютерно орієнтоване середовище”, „інформаційно-навчальне середовище”, „інформаційно-комунікаційне середовище”, „інформаційно-освітнє середовище” та ін.

Загалом поняття „навчального середовища” є актуальним для розвитку освіти, що доведено в численних наукових працях вітчизняних і закордонних учених: В. Бикова²¹⁷, Р. Гуревича²¹⁸, С. Литвинової²¹⁹, А. Могильова²²⁰, М. Шишкіної²²¹ та багатьох інших.

²¹⁵ Нова українська школа: концептуальні засади реформування загальної школи, с. 13

²¹⁶ Новітні тенденції розвитку вищої освіти та освіти протягом життя: перспективи для України

²¹⁷ Биков В. Ю., Шишкіна М. П. (2016): Теоретико-методологічні засади формування хмаро орієнтованого середовища вищого навчального закладу, с. 30-52.

²¹⁸ Гуревич Р. С. (2015): Формування освітнього інформаційного середовища для підготовки кваліфікованих робітників у професійно-технічних навчальних закладах.

²¹⁹ Литвинова С. Г. (2014): Теоретико-методичні основи проектування хмаро-орієнтованого навчального середовища загальноосвітнього навчального закладу.

²²⁰ Могилев А. В., Яшина Т. С. О понятти и структуре единого информационного образовательного пространства (ЕИОП).

²²¹ Шишкіна М. П. (2004): Тенденції розвитку та використання інформаційних технологій у контексті формування освітнього середовища, с. 81-88.

Про місце середовища в освіті, у розвитку та вихованні учнів велися дискусії, починаючи від 30-х років минулого століття. Деякі вчені вважали, що середовище є лише одним із чинників, які впливають на освітній процес, інші наполягали на визначальній ролі середовища у розвитку дитини. Цей підхід наразі набув поширення в сучасній педагогічній науці, в умовах інформатизації освіти.

В. Биков тлумачить навчальне середовище як „штучно й цілеспрямовано побудований у навчальному закладі суттєвий оточуючий учня простір (що не охоплює самого учня), в якому здійснюється навчально-виховний процес та створені необхідні й достатні для його учасників умови щодо ефективного та безпечного досягнення цілей навчання і виховання”.²²²

Отже, сучасне навчальне середовище виходить за межі традиційних схем, коли його учасниками є або вчитель і учень, або учитель і група учнів. Кількість учасників освітнього процесу стає потенційно необмеженою, виникає можливість обміну інформацією на відстані та використання необмеженого обсягу даних. Тож виникає поняття „відкрите навчальне середовище” як доступна для учасників навчально-виховного процесу якісна і кількісна різноманітність компонентів навчального середовища, що визначають його потенційний дидактичний простір (В. Биков) на відміну від закритого навчального середовища як такого, у якому використання ІКТ зводиться до експлуатації того чи іншого окремого засобу (М. Шишкіна). Закрите навчальне середовище – це програмне забезпечення для керування процесом навчання, що дає змогу створювати та розміщувати на платформі навчальні матеріали, вести облік результатів навчання, здійснювати зв'язок між учасниками цього процесу. Тобто це структуроване багатовимірне навчальне середовище, що поєднує традиційне навчання із сучасними інформаційними технологіями, що базуються на автоматизації взаємодії викладача та студента.

Наразі в науковому обігу використовуються декілька понять, близьких до поняття відкритого навчального середовища. Серед них:

– інформаційно-освітнє середовище – системно-організована сукупність засобів передачі даних, інформаційних ресурсів, протоколів взаємодії, апаратно-програмного і організаційно-методичного забезпечення, орієнтована на задоволення освітніх потреб користувачів (В. Биков, В. Лапінський, А. Пилипчук, М. Шишкіна та ін.). Л. Панченко²²³ розглядає цей феномен як відкриту, нелінійну, цілісну інноваційно спрямовану систему, яка складається із сукупності просторово-семантичного; технологічного; інформаційно-компетентнісного; комунікативного; імовірного складників;

– інформаційно-комунікаційне педагогічне середовище (Л. Петухова²²⁴) як сукупність знанієвих, технологічних і ментальних сутностей, які в синхронній інтеграції забезпечують якісне оволодіння системою відповідних знань;

– комп'ютерно-орієнтоване навчальне середовище, що охоплює будь-які аспекти використання комп'ютера в навчанні (М. Шишкіна);

– інтернет-середовище, мережне середовище навчання (Network Learning Environment), яке характеризується створенням зв'язків між людьми шляхом використання комунікаційних технологій для досягнення цілей, пов'язаних із навчанням;

– віртуальне навчальне середовище (Virtual Learning Environment, VLE) – програмна система, створена для підтримування процесу дистанційного навчання з наголосом саме на навчанні, на відміну від керованого навчального середовища, для якого властивий акцент на управлінні процесом навчання. Для створення такого середовища зазвичай використовують мережу Інтернет, що надає засоби для оцінювання (зокрема, автоматичного оцінювання, наприклад, завдання на вибір), комунікації, завантаження матеріалів, повернення робіт учнів,

²²² Биков В. Ю. (2008): Моделі організаційних систем відкритої освіти, с. 7.

²²³ Панченко Л. Ф. (2010): Інформаційно-освітнє середовище сучасного університету.

²²⁴ Петухова Л. Є., Бальоха А. С. (2016): Інформаційно-комунікаційне педагогічне середовище в контексті професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи, с. 60-64.

оцінювання колег, управління групами учнів, збирання та організація оцінювання учнів, опитування тощо;

– мобільне середовище – мережне програмно-методичне забезпечення, що розкриває перспективи мобільного доступу до математичних об'єктів, інтеграції аудиторної й позааудиторної роботи в безперервний навчальний процес, організації в межах одного середовища повного циклу навчання: зберігання й подання навчальних матеріалів; проведення навчальних математичних досліджень; підтримування індивідуальної і колективної роботи; оцінювання навчальних досягнень (М. Кислова, С. Семеріков, К. Словак²²⁵, Ю. Триус²²⁶);

– персональне навчальне середовище (Twitter, Ning, Blog, iGoogle (Netvibes), Reader RSS, Delicious (Diigo), Wiki) – це сукупність ресурсів, потрібних людині для того, щоб знайти відповіді на різноманітні питання, створити потрібний контекст для навчання і проілюструвати досліджувані процеси. Фактично, це особливий підхід до реалізації навчання, результат розвитку Веб 2.0 і його впливу на освітній процес;

– хмаро зорієнтоване навчальне середовище – навчальне середовище, у якому за допомогою хмарних сервісів створюються умови навчальної мобільності, групової співпраці та кооперативної роботи педагогів й учнів для ефективного, безпечного досягнення дидактичних цілей та розвитку ІК-компетентностей (С. Литвинова).

Погоджуючись із вітчизняними вченими (Р. Гуревич, М. Кадемія, М. Козяр, С. Литвинова, М. Шишкіна та ін.), будемо розглядати сучасне навчальне середовище закладу освіти як спеціально організоване захищене, відкрите середовище, у якому створюються умови рівного доступу до освіти всіх учасників навчально-виховного процесу, а використання спрямовано на набуття ними певних компетентностей (С. Литвинова), штучно побудовану систему, організовану сукупність інформаційного, організаційного, методичного, технічного та програмного забезпечення, що сприяє виникненню й розвитку інформаційно-навчальної взаємодії між студентом, викладачем і засобами сучасних інформаційних технологій, а також формуванню пізнавальної активності студентів за умови наповнення окремих компонентів середовища предметним змістом певного навчального курсу (Р. Гуревич, М. Кадемія).

Окреслимо вимоги до сучасного навчального середовища закладу освіти. Воно має бути таким:

– інноваційним, ІКТ-насиченим, підтримувати тенденції та стратегії розвитку вищої освіти;

– відкритим для всіх учасників навчально-виховного процесу;

– відповідати принципам захищеності, доступності, педагогічної доцільності, цілісності;

– мати чітке виокремлення структурних компонентів та підтримувати їх складну ієрархію;

– створюватися й використовуватися за потребою, згідно з метою навчання;

– забезпечувати ефективність освітнього процесу;

– сприяти підтримці активної комунікації всередині навчального середовища та створювати умови для активної співпраці;

– активізувати навчально-виховну діяльність студентів;

– забезпечувати створення персональної траєкторії розвитку як особистості студента, так і викладача;

– забезпечувати мобільність суб'єктів навчання;

– поєднувати різноманітні навчальні компоненти;

²²⁵ Кислова М. А., Семеріков С. О., Словак К. І. (2014): Розвиток мобільного навчального середовища як проблема теорії і методики використання інформаційно-комунікаційних технологій в освіті, с. 1-19.

²²⁶ Словак К. І., Семеріков С. О., Триус Ю. В. (2012): Мобільні математичні середовища: сучасний стан та перспективи розвитку, с. 102-109.

– бути доступним будь-де і будь-коли.

Реалізація вказаних вимог забезпечуватиме ефективність освітнього процесу завдяки всебічній підтримці інформаційно-комунікаційних технологій, відповідності особливостям інформаційного суспільства та інформаційного простору сучасної освіти.

Розвиток інформаційного освітнього простору України наразі узгоджується з розвитком європейської та світової освіти: підвищується комп'ютерна та інформаційна грамотність населення країни, зокрема молоді та середнього покоління, завдяки досить високому загальному темпу імплементації ІКТ і поширенню мережі Інтернет; державою на законодавчому рівні підтримується запровадження інформаційно-комунікаційних технологій в освіту та науку, стимулювання розвитку освітніх і наукових електронних інформаційних ресурсів, цифрового освітнього простору тощо.

Перспективним вважаємо подальше вивчення основних пріоритетів та особливостей інформатизації сучасного суспільства, створення єдиного інформаційно-освітнього простору, розвитку цифрової науки.

Література

1. Биков, В. Ю. (2008): Моделі організаційних систем відкритої освіти: монографія. К.: Атіка, 2008. 684 с.

2. Биков, В. Ю., Шишкіна, М. П. (2016): Теоретико-методологічні засади формування хмаро орієнтованого середовища вищого навчального закладу. Теорія і практика управління соціальними системами, 2016. № 2. С. 30-52.

3. Гуревич, Р. С. (2015): Формування освітнього інформаційного середовища для підготовки кваліфікованих робітників у професійно-технічних навчальних закладах: [монографія] / за заг. ред. д-ра пед. наук, професора, члена-кореспондента НАПН України Р. С. Гуревича. Вінниця: ТОВ фірма „Планер”, 2015. 426 с.

4. Європейський досвід нормативно-проектного забезпечення розвитку інформаційного суспільства: висновки для України. Національний інститут стратегічних досліджень. [Дата звернення: 01. 11. 2017.] Available online: <http://chito.in.ua/nacionalenij-institut-strategichnih-doslidjene-v2.html>.

5. Кислова, М. А., Семеріков, С. О., Словак, К. І. (2014): Розвиток мобільного навчального середовища як проблема теорії і методики використання інформаційно-комунікаційних технологій в освіті. Інформаційні технології і засоби навчання, 2014. Т. 42. Вип. 4. С. 1-19.

6. Литвинова С. Г. (2014): Теоретико-методичні основи проектування хмаро орієнтованого навчального середовища загальноосвітнього навчального закладу: дис... д-ра пед.наук: 13.00.10; ІТЗН АПН України. К., 2014. 602 с.

7. Могилев, А. В., Яшина, Т. С. О понятии и структуре единого информационного образовательного пространства (ЕИОП). [Дата звернення: 28. 08. 2017.] Available online: http://vio.uchim.info/Vio_24/cd_site/articles/art_1_5.htm.

8. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2012–2021 роки. Available online: <http://guonkh.gov.ua/content/documents/16/1517/Attaches/4455.pdf>.

9. Нова українська школа: концептуальні засади реформування загальної школи. [Дата звернення: 16. 04. 2018.] Available online: <http://nus.org.ua/wp-content/uploads/2017/07/konczepczyia.pdf> (дата звернення: 16. 04. 2018).

10. Новітні тенденції розвитку вищої освіти та освіти протягом життя: перспективи для України. Національний інститут стратегічних досліджень. Грудень 2016. Аналітична записка. Available online: <http://www.niss.gov.ua/catalogue/14/>.

11. Панченко, Л. Ф. (2010): Інформаційно-освітнє середовище сучасного університету: монографія. Луганськ: Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка”, 2010. 280 с.

12. Петухова, Л. Є., Бальоха, А. С. (2016): Інформаційно-комунікаційне педагогічне середовище в контексті професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи.

Science and Education in New Dimension. Pedagogy and Psychology, 2016. IV (39), Issue: 79. Pp. 60-64.

13. Про внесення змін до Закону України „Про Національну програму інформатизації. Закон України від 13. 09. 2001 № 2684-III. [Дата звернення: 28. 05. 2017.] Available online: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2684-14>.

14. Про доступ до публічної інформації. Закон України від 13. 01. 2011 р. № 2939-VI. Available online: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>.

15. Про захист персональних даних. Закон України від 01. 06. 2010 р. № 2297-VI. Available online: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2297-17>.

16. Про інформацію. Закон України від 02. 10. 1992 р. № 2657-XII. [Дата звернення: 15. 05. 2016.] Available online: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.

17. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства України на 2007-2015 роки. Закон України від 09. 01. 2007 № 537-V. [Дата звернення: 10. 05. 2015.] Available online: <http://zakon4.rada.gov.ua/rada/show/537-16>.

18. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 травня 2013 р. № 386-р. Available online: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-p>.

19. Словак, К. І., Семеріков, С. О., Триус, Ю. В. (2012): Мобільні математичні середовища: сучасний стан та перспективи розвитку. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 2: Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання: зб. наук. пр. / НПУ імені М. П. Драгоманова. Київ, 2012. № 12. С. 102-109.

20. Цифрова агенда України – 2020. [Дата звернення: 27. 01. 2017.] Available online: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjdz-fAzvTUAhUISJoKHZorBZUQFgg2MAM&url=https%3A%2F%2Fucci.org.ua%2Fuploads%2Ffiles%2F58e78ee3c3922.pdf&usg=AFQjCNFO0abN4Um5ZfcCMuSmIULVeqQ_Yg.

21. Шишкіна, М. П. (2004): Тенденції розвитку та використання інформаційних технологій у контексті формування освітнього середовища. Засоби і технології єдиного інформаційного освітнього простору: зб. наук. праць / за ред. В. Ю. Бикова, Ю. О. Жука; Інститут засобів навчання АПН України. К.: Атака, 2004. С. 81-88.

22. A Digital Agenda for Europe / Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels, 19. 5. 2010. 245 final. [Cited 04. 08. 2016.] Available online: [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0245R\(01\)&from=EN](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0245R(01)&from=EN).

1.14. INFLUENCE OF INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES DEVELOPMENT ON HUMANITARIAN EDUCATION

1.14. ВПЛИВ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ГУМАНІТАРНУ ОСВІТУ

Прогрес інформаційно-комунікаційних технологій впливає на еволюцію суспільства завдяки змінам природи та властивостей інформації. У результаті цього концепція інформаційного суспільства перетворюється на концепцію суспільства знань. Для неї характерні, крім технологічного, такі виміри, як соціальний і політичний. Її суттєвими компонентами стали новітні міждисциплінарні знання, що створюють наукові й соціальні інститути; підготовка високоякісного людського капіталу, яку здійснює освіта; додаткові багатства економіки знань і формування на цій основі інтегрального вектора розвитку суспільства, зорієнтованого на підвищення якості й безпеки життя всіх його членів.

Сучасна інформатизація суспільства ґрунтується на таких засадах: практичних (інформатизація можлива лише за умови, якщо відправною точкою для практиків стане вихід на загальнонауковий, загальнофілософський, загальнометодологічний рівень розгляду), у результаті подібний підхід починає реалізовуватися в загальнолюдському масштабі й вписується в парадигму нового мислення; теоретичних – за відправну точку необхідно взяти змістовний ланцюг понять: «комп'ютеризація – інформатизація – інтелектуалізація». У такій інтерпретації інформатизація виступає як сполучна ланка – формально між суспільствознавством і технознавством, між наукою і виробництвом, змістовно – між власне природою й розумом людини²²⁷.

Основні ознаки інформаційного суспільства полягають у такому: формування єдиного світового інформаційного простору та поглиблення процесів інформаційної й економічної інтеграції країн і народів; становлення й у подальшому домінування в економіці країн, що найбільше просунулися до інформаційного суспільства, нових технологічних укладів, які базуються на масовому використанні технологічних інновацій, мережових інформаційних технологій, перспективних засобів обчислювальної техніки й телекомунікацій; домінування в соціальній структурі «класу інтелектуалів»; фактичне задоволення потреб суспільства в інформаційних продуктах та послугах; підвищення рівня освіти завдяки розширенню можливостей систем інформаційного обміну на міжнародному, національному й регіональному рівнях і, відповідно, зростання ролі кваліфікації, професіоналізму та творчих здібностей як найважливіших характеристик послуг праці; створення ефективної системи забезпечення прав громадян і соціальних інститутів на вільне одержання, поширення та використання інформації як найважливішої умови демократичного розвитку²²⁸.

У наш час будь-який вид інформації може бути представлений в електронному вигляді. Завдяки інформаційним технологіям значно полегшуються її зберігання, обробка, прийом і передача, що призводить до поширення телекомунікаційних засобів.

Інформаційні технології – це сукупність цілеспрямованих дій з обробки інформації на комп'ютерах. Інформаційні технології у сфері навчання є найважливішою із складових процесу з використання інформаційних ресурсів у закладах освіти. Упровадження персональних комп'ютерів і телекомунікаційних засобів визначило новий етап розвитку інформаційних технологій в освіті²²⁹.

²²⁷ Токаренко Н. М. Становлення інформаційного суспільства: проблеми, суперечності та перспективи. Зб. наук. пр. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2008. С. 66-74. URL: <https://library.sspu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/12-6.pdf#page=66>.

²²⁸ Даніліян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз): монографія. Харків: Право, 2008. С. 20-21.

²²⁹ Хафизова К. Н., Смоленцова Л. В. Особенности применения информационных технологий в сфере образования. Вестник «ТИСБИ». 2018. № 1. С. 89.

Інформаційні технології в освіті сьогодні є необхідною умовою переходу суспільства до інформаційної цивілізації. Сучасні технології та телекомунікації надають змогу змінити характер організації навчально-виховного процесу, цілком занурити студента в інформаційно-освітнє середовище, підвищити якість освіти, мотивувати сприйняття інформації й отримання знань. Нові інформаційні технології створюють середовище комп'ютерної та телекомунікаційної підтримки організації й управління в різних сферах діяльності, зокрема в освіті. Інтеграція інформаційних технологій в освітні програми здійснюється на всіх рівнях: школа, заклад вищої освіти й післядипломна освіта²³⁰.

Процес модернізації освіти відкриває нові можливості для її розвитку, зміни ролі учасників освітнього процесу. Освіта виступає в новій якості, коли здобувач знань не обмежений просторовими й часовими рамками для отримання інформації, а інтернет-технології надають змогу широко використовувати освітні ресурси, сприяють інтелектуальному розвитку особистості, відкривають у людині здатність до широкої комунікації й творчості.

Головною відмінною рисою інформаційної технології навчання є використання комп'ютера як комплексного засобу навчання, що справляє розвивальний вплив на його форми та методи. Більшість країн залучають у систему освіти нові інформаційні технології й технічні засоби інформатики. Острови інформатизації повинні мати між собою різні форми інформаційних (телекомунікаційних) зв'язків. Тому з них і починає розгортатися процес глобальної інформатизації. У таких умовах підготовка сучасного гуманітарія вимагає формування інформаційної компетенції, підготовленого викладача, що вільно орієнтується в сучасних програмних засобах навчання в умовах інформатизації. Інформаційні технології в освіті сприяють розвитку базової інформаційної та комунікаційної компетентності майбутніх фахівців, сприяють їх включенню в єдине освітнє інформаційне середовище, допомагають зорієнтуватися на глобальному ринку інформаційних освітніх ресурсів²³¹.

Інформатизація передбачає масове впровадження методів і засобів збору, обробки, передачі й збереження інформації на базі засобів мікропроцесорної та обчислювальної техніки. Інформатизація є інтелектуально-гуманістичною перебудовою життєдіяльності людей з метою створення нового суспільного устрою, а інформація стає найважливішим чинником соціального прогресу. *Інформатизація*, таким чином, – соціотехнічний та соціокультурний процес зміни життєдіяльності всього суспільства, його підсистем і структур через різке підвищення ефективності продукування, збереження й поширення всіх видів інформації та знань. Варто зауважити, що інформатизація суспільства є однією із закономірностей сучасного соціального прогресу, причому цей термін не є тотожним комп'ютеризації. При комп'ютеризації суспільства основна увага зосереджена на розвиткові та впровадженні технічної бази комп'ютерів, що забезпечують оперативне одержання результатів переробки й накопичення інформації. Під час інформатизації суспільства реалізують насамперед комплекс заходів, спрямованих на забезпечення повного використання своєчасного знання в усіх видах людської діяльності²³².

Звернення до інформаційних технологій на заняттях сприяє підвищенню інтересу до навчального предмета загалом і до теми, що вивчається, зокрема, а також надає змогу викладачеві збільшити обсяг матеріалу, запропонованого на занятті, без шкоди для сприйняття нових знань. Це особливо актуально в світлі скорочення годин, відведених на вивчення дисциплін. Динамічні елементи на слайдах підвищують наочність, сприяють кращому розумінню й запам'ятовуванню навчального матеріалу.

²³⁰ Аксюхин А. А., Вицен А. А., Мекшенева Ж. В. Информационные технологии в образовании и науке. Современные наукоемкие технологии. 2009. № 11. С. 50-52.

²³¹ Kivernik N. U. The role of the information-training environment in pedagogical assistance to culture formation of professional dialogue. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forming-information-competency-of-future-teachers-in-the-frame-of-professional-pedagogical-activities>.

²³² Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз): монографія. Харків: Право, 2008. С. 19.

Оскільки використання інформаційних технологій надає змогу поширити інтерактивне навчання за допомогою мережі мультимедійних класів, зростання можливостей сучасних комп'ютерних програм назавжди змінить той шлях, яким люди отримують інформацію. Енциклопедії, альманахи, інтерактивні ігри, освітні програми, кінофільми роблять мультимедіа, мабуть, найбільш захопливою й творчою сферою комп'ютерного світу. Викладач може передбачити наочні демонстрації нового матеріалу, роздавання текстових і графічних матеріалів. Тому не можна залишити без уваги цю галузь знання, яка стрімко розвивається й стає все більш цікавою та необхідною для вивчення²³³.

Проведення занять з використанням комп'ютера сприяє розвитку особистісних якостей майбутнього фахівця, а також створює умови, що сприяють мобільності самого процесу навчання, його диференційованості й індивідуальності. Інформаційне середовище стає поліваріантним щодо можливостей трансферу знань. Саме так відбувається вплив інформаційних технологій на особистісний розвиток здобувача освіти. Мультимедійні технології забезпечують підвищення якості освіти. Ілюстративність та образність навчальної інформації, інтерактивність спілкування інтенсифікують педагогічний процес, сприяють зацікавленості студентів в освоєнні навчального матеріалу. Це робить навчання більш ефективним у плані глибини розуміння предмета дисципліни, яка вивчається. У процесі підготовки фахівців вищої освіти важливими є досягнення практичних знань щодо інформаційних систем та технологій, їх ефективне використання в професійній діяльності. Поширення персональних комп'ютерів, засобів комунікації, баз даних, інтелектуальних технологій і систем забезпечує можливість виконання прогностичних, аналітичних та інших функцій, прийняття ефективних управлінських рішень, якісної організації процесу виконання службових обов'язків²³⁴.

Освоєння інформаційно орієнтованих навчальних програм повинно сприяти формуванню здатності долати труднощі, пов'язані з активною динамікою змін у сфері комп'ютерних технологій, навіть отримувати від цього певні дивіденди. З одного боку, це вимагає постійного оновлення навчальної програми та устаткування, з іншого – це зумовлює перманентну трансформацію стратегії викладання, зміщення фокусу з навчальних технологій, які швидко стають застарілими, на моделі навчання, що активізують самостійну роботу студентів. Для того, щоб навчити студентів пристосовуватись до такої турбулентності, необхідно прищепити їм ставлення до навчання, орієнтоване на самовдосконалення впродовж усього періоду їх майбутньої професійної діяльності²³⁵.

Сучасне покоління студентів, що живе в суспільстві інтенсивного розвитку інформаційних технологій, уже не сприймає класичних лекцій, традиційно організованих видів самостійної роботи. Воно розраховує на новий рівень навчання – з використанням новітніх інформаційних технологій.

Інтеграція інформаційних технологій з освітнім процесом сприяла появі нових форм освітньої діяльності, у тому числі *дистанційної освіти* як комплексу отримання нових знань, підвищення кваліфікації за допомогою спеціалізованого інформаційного середовища автономного від освітнього закладу.

Вона стала можливою в наші дні завдяки мережі Інтернет, що визначають як гіпертехнологію, яка включає в себе всі інші. На зміну заочній освіті сміливо й упевнено йде дистанційна²³⁶. Сучасні комп'ютерні телекомунікації здатні забезпечити передачу знань і

²³³ Аксюхин А. А., Вицен А. А., Мекшенева Ж. В. Информационные технологии в образовании и науке. Современные наукоемкие технологии. 2009. № 11. С. 50-52.

²³⁴ Хафизова К. Н., Смоленцова Л. В. Особенности применения информационных технологий в сфере образования. Вестник «ТИСБИ». 2018. № 1. С. 90.

²³⁵ Таренко Л. Б. Требования к подготовке современного специалиста в области информационных технологий. Вестник «ТИСБИ». 2017. № 2. С. 41.

²³⁶ Кузнецова З. М., Залакаев Ф. Н., Глазистов А. В. Информатика и информационные технологии в высшем педагогическом образовании. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatika-i-informatsionnye-tehnologii-v-vysshem-pedagogicheskom-obrazovanii/viewer>.

доступ до різноманітної навчальної інформації ефективніше, ніж традиційні заочні засоби навчання.

Навчальний процес дистанційної освіти включає в себе таке: самостійне вивчення теоретичних і практичних матеріалів; постійний контакт з викладачем; комунікативні заняття, на яких з використанням інтерактивних методів (мозкових штурмів, ділових ігор, аналізу конкретних ситуацій тощо) забезпечують поглиблене вивчення тем; систему оцінювання знань на основі оригінального банку тестових завдань, придатну як для самопідготовки, так і для проведення сертифікаційних випробувань. Поєднання переваг інформаційних та ігрових технологій сприяє різкому підвищенню якості освітніх послуг. Але інтернет-освіта має слабкий виховний ефект, що виявляється у відсутності єдності навчально-виховної роботи, тому не може бути рекомендованою для вирішення виховних завдань під час підготовки фахівців. Однак, удосконалення інтернет-навчання можливо, наприклад, за допомогою колективних форм пізнавальної діяльності (імітаційні та ділові ігри). Поєднавши переваги інформаційних та ігрових технологій, можна суттєво підвищити ефективність інтернет-освіти²³⁷.

Науковці активно досліджують можливість використання особистісно орієнтованого підходу під час організації дистанційного навчання. Основними принципами такого навчання є індивідуалізація й диференціація навчання. Сучасні системи дистанційного навчання повинні передбачати підтримку особистісно орієнтованого підходу до процесу навчання. А для цього потрібно володіти тими методами й технологіями, які реалізують цілі особистісно орієнтованого підходу²³⁸.

Тож специфікою дистанційного навчання є індивідуальний підхід до кожного студента, що більше виражений, ніж при денному та заочному навчанні, де присутнє особистісне спілкування з викладачем; потребує навчального матеріалу, який доступно пов'язує знання різних курсів і знання самого студента. Курси не повинні обмежуватися «голим» викладом матеріалу. З огляду на цей факт, структура навчально-методичних комплексів повинна передбачати простий для розуміння алгоритм вивчення, що надаватиме змогу реалізовувати різні методи й підходи до опанування курсу. Студент не може бути пасивним читачем, він має бути активно залученим у навчальний процес. Викладач, з одного боку, і студент – з іншого, повинні знайти точку відліку, яка забезпечить найбільш ефективне використання вже наявних знань і одержаних у процесі дистанційного спілкування²³⁹. Застосування інформаційних технологій і дистанційної освіти в сучасній педагогічній практиці базується на активному використанні нових прийомів і технологій викладання, які змінюють стратегію навчання та вимагають постійного підвищення кваліфікації самих викладачів.

Розробники дистанційної освіти називають такі її сильні сторони:

- гнучкість (студент може сам спланувати місце, час і тривалість занять);
- модульність (матеріал представлений модулями, студент сам вибирає, що йому краще);
- доступність (географічні й часові рамки не мають значення для студента);
- рентабельність (зменшуються витрати на утримання навчальних закладів, на друк навчальних і методичних матеріалів);
- мобільність (ефективна реалізація зворотного зв'язку між викладачем і студентом);
- охоплення (паралельне й одночасне звернення до різних джерел інформації (банків даних, експертних баз, електронних бібліотек, баз знань тощо) великої кількості студентів).

²³⁷ Kivernik N. U. The role of the information-training environment in pedagogical assistance to culture formation of professional dialogue. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forming-information-competency-of-future-teachers-in-the-frame-of-professional-pedagogical-activities>.

²³⁸ Романова Г. М., Артюшина М. В., Слатвінська О. А. Педагогічні технології у професійній підготовці кваліфікованих робітників: довідник. Київ: Ін-т професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. С. 67-69.

²³⁹ Психолого-педагогічні засади проектування інноваційних технологій викладання у вищій школі: монографія / за заг. ред. В. П. Андрущенка, В. І. Лугового. Київ: Педагогічна думка, 2011. С. 99.

Усе зазначене конкретизує індивідуалізацію освітньої поведінки, у дистанційному навчанні найбільш яскраво виявляються риси особистісно орієнтованого способу навчання. Комп'ютер увібрав у себе всі види передачі інформації, він забезпечив викладача оперативним і об'єктивним зворотним зв'язком зі студентами. Також важливою відмінністю дистанційного навчання від заочного є здійснення індивідуалізації навчання (зошит і ручку замінює комп'ютер, пошту – інтернет-пошта, підручник – електронний підручник тощо), особистісно орієнтований підхід до навчання й виховання, перенесення акценту на самостійну діяльність на всіх етапах навчання: робота з електронним навчальним матеріалом з використанням локальної мережі та Інтернету²⁴⁰.

Упровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій у науку й освіту ініціювало зростання прикладних досліджень у багатьох гуманітарних і соціальних галузях знань. У кінці минулого століття застосування комп'ютерів і інформаційних технологій було прерогативою фахівців і студентів природничо-наукових дисциплін. З розвитком самої обчислювальної техніки й програмного забезпечення інформаційні технології все впевненіше використовують у гуманітарних галузях знань. У сучасному суспільстві роботу фахівця будь-якого профілю неможливо уявити без застосування засобів обчислювальної техніки та інформаційних технологій.

Тож у ХХІ ст. невинно зростає роль інформаційно-комунікаційних технологій у гуманітарній освіті. Історично так склалося, що точні дисципліни були завжди ближчими до інформаційних технологій, а гуманітарна освіта розвивалася окремо, незалежно від них. Зрушення відбулося з активним розвитком обчислювальної техніки й програмного забезпечення, тоді інформаційні технології стали знаходити своє застосування не лише в гуманітарних дослідженнях, а й у гуманітарній освіті.

Традиційно гуманітарна освіта вирішувала світоглядні завдання, забезпечувала можливість орієнтуватися в сучасній соціокультурній сфері. Сьогодні інформаційне суспільство пов'язано зі зміною завдань і орієнтирів гуманітарної підготовки. Гуманітарне пізнання в інформаційному суспільстві набуває міждисциплінарного характеру, в основі якого – метод застосування інформаційних технологій у гуманітарній освіті. Її розвиток в умовах інформаційного суспільства спрямований на інтеграцію з природничо-науковою освітою. Це злиття забезпечує точність технічної освіти та методичну сторону гуманітарної, що багато в чому визначає його результативність і об'єктивність. Процеси інформатизації та розвитку інформаційної техніки визначають перетворення й розвиток гуманітарної освіти. У структуру гуманітарної освіти впроваджують інформаційні технології, які приводять до появи нових галузей наукового знання, спеціалізацій гуманітарного спрямування. Підвищується ефективність гуманітарної освіти завдяки використанню математичного апарату й засобів інформаційних технологій. Сучасна людина повинна: володіти знаннями, вчитися (шукати, знаходити інформацію, вирішувати проблеми) використовувати різні джерела інформації, здобувати нові знання в галузі інформаційних технологій (щоб використовувати їх у навчанні та дослідженнях)²⁴¹.

Інформаційні технології трансформували методології досліджень низки гуманітарних наук, зблизивши їх з природничими. Гуманітарні науки й гуманітарна освіта є невід'ємною частиною всіх інших наук і освіти як такої. Їм притаманні ті самі проблеми, що й решті системи пізнання, а також деякі особливі проблеми, суто гуманітарні, такі як збереження й систематизація знань, наприклад, з метою загальнодоступності культурної спадщини людства, представленої древніми рукописами, книгами, різними відео- і аудіодокументами, як у вигляді артефактів, так і в цифровому.

Отже, гуманітарні галузі знань мають свою специфіку, з урахуванням якої потрібно визначити найбільш ефективні шляхи використання інформаційних технологій для

²⁴⁰ Деденёва А. С., Аксюхин А. А. Информационные технологии в гуманитарном высшем профессиональном образовании. Педагогическая информатика. 2006. № 5. С. 8-16.

²⁴¹ Деденёва А. С., Аксюхин А. А. Информационные технологии в гуманитарном высшем профессиональном образовании. Педагогическая информатика. 2006. № 5. С. 8.

гуманітарних наукових досліджень і гуманітарної освіти. Темпи впровадження інформаційних технологій у науку, освіту, культуру та й у саме повсякденне життя зростають щодня. Інформаційні технології, пов'язані із застосуванням комп'ютерів у наукових дослідженнях і в освіті, стають надбанням гуманітаріїв не меншою мірою, ніж представників природничих та технічних наук. Через синтез гуманітарного та природничо-наукового знання у новому інформаційному середовищі всі знання потрібно розглядати як єдину динамічну систему²⁴². Важливою тенденцією впливу інформаційних технологій на гуманітарну сферу є вимога комп'ютерної грамотності й уміння гуманітаріїв користуватись розробками комп'ютерних технологій – як студентів, так і викладачів. Викладання гуманітарних дисциплін сьогодні неможливо собі уявити без інформаційних технологій.

В основі застосування інформаційних технологій у гуманітарних галузях насамперед метод міждисциплінарного аналізу. Такий характер дослідження передбачає загальний підхід до цілого комплексу гуманітарних наук, наприклад: соціології, етики, культурології, економіки, політології, психології, іноземних мов. Під загальним підходом мають на увазі процес інтеграції, який не просто об'єднує інструментарії та підходи окремих наук, а й виробляє загальні підстави для природничих і гуманітарних досліджень. Очевидно, що міждисциплінарний метод більш ефективний, якщо існує загальний об'єкт, присутній у різних науках. І цим об'єктом є інформаційні технології, що мають на меті збір, обробку, пошук і зберігання даних, а також безпосередньо сама інформація. Цікаво зауважити, що культурний аспект технологій мережі становить інтерес для фахівців, що вивчають людину. Соціологія Інтернету аналізує інформаційне середовище суспільства й вивчає особливості взаємодії людей під час обміну інформацією та даними. Негативним моментом тут виступають тривожні тенденції, тобто ризики, пов'язані з виходом вузькопрофесійних знань на перший план, орієнтацією на розваги, деформацією дозвілля, скороченням живого спілкування й формалізацією людського мислення, втратою креативності й творчих прагнень. Актуальною темою дослідження соціальної науки є так званий «цифровий розкол», суть якого полягає в соціальній нерівності внаслідок розшарування суспільства за рівнем залучення у світ інформаційних технологій²⁴³.

Сучасна соціальна теорія повинна пояснювати й аналізувати поняття та процеси, їх мотиви й причини, що відбуваються в суспільстві, пов'язані з: 1) соціальними відносинами в Інтернеті; 2) глобалізацією й приватизацією інформації; 3) комп'ютерною злочинністю, інформаційними війнами. Ми можемо зробити висновок, що сьогодні інформаційні технології не лише допомагають розвитку суміжних дисциплін і напрямів, упроваджуючи свої інструментарії та методи, а й самі є предметом вивчення в межах інформаційно-технологічної сфери науки. Процеси комп'ютеризації сучасної гуманітарної освіти потрібно сприймати як створення технічних засобів, що сприяють зовнішній ефективності освітнього процесу; а також як важелі тих соціокультурних змін, які визначають зміст, завдання й установки всієї гуманітарної освіти. А створення комп'ютерного (програмного) інструментарію має гуманітарний характер²⁴⁴.

Варто звернути увагу на той факт, що з розвитком інформаційних технологій зростає потреба у володінні іноземними мовами, особливо англійською. Необхідно створювати технології, здатні забезпечити проблемно-активне навчання. Інформаційне середовище, створене засобами нових інформаційних технологій, можна розглядати як складову середовища навчання. Особливу роль тут відіграє *іноземна мова*, яка містить у собі значний виховний потенціал, що полягає, зокрема, у готовності налагоджувати міжкультурні зв'язки, представляти свою країну в міжкультурних зв'язках. Відповідно, основне завдання

²⁴² Несговорова Г. П. Информационные технологии в гуманитарных исследованиях и гуманитарном образовании. URL: https://www.iis.nsk.su/files/articles/sbor_kas_21_nesgovorova_gum.pdf

²⁴³ Хачатурова С. С. Информационные технологии в социально-гуманитарных областях. URL: <http://econ.f.rae.ru/pdf/2018/02/6776.pdf>

²⁴⁴ Там само.

стосується навичок професійного спілкування, а значить, може бути виконане тільки за умови взаємодії енциклопедичного, лінгвістичного, інтерактивного аспектів²⁴⁵.

Існує потреба у «відкритому» інформаційно-освітньому середовищі, де програмні оболонки надають змогу викладачеві замінити або внести новий зміст, щоб збільшити комунікаційні функції й наблизити студентів до спілкування в їхній професійній сфері. Основна вимога під час навчання іноземної мови – здатність задовольняти різні потреби в спілкуванні. Традиційна методика, націлена на вивчення граматики й словника більшою мірою, ніж на формування навичок професійного спілкування, не відповідає належним чином вимогам у сучасних умовах інтеграції й глобалізації²⁴⁶.

Дослідник В. Даніл'ян зазначає: «Комунікація – це дуже складне й багатовимірне явище, що має універсальний характер соціальних структур. Саме комунікація визначає сферу виробничої діяльності, стереотипи мислення, соціальну поведінку»²⁴⁷.

Формування інваріантних інтелектуальних знань, умінь, навичок і способів «перенесення знань» (за допомогою відеонавчання, системи практичних творчих робіт з такою постановкою завдань, яка приводить до відмови від репродуктивного стилю в навчанні) нерозривно пов'язане не лише із живим спілкуванням, а й з передачею інформації різними каналами зв'язку, тобто з комунікацією. Інформаційно-комунікаційна культура виступає реальністю, цінністю й атрибутом безпосереднього культурного буття, необхідною умовою, що пов'язує окрему особистість із суспільством. Розглядаючи людину як творця матеріального й духовного, ми маємо право говорити про те, що культура є передумовою й результатом розвитку та формування її як особистості. Основна властивість особистості на цьому етапі розвитку суспільства – це здатність удосконалювати свою *інформаційну культуру*, тобто сприяти своїй самоосвіті. При цьому мультимедійні технології є інструментом саморозвитку, виховання й навчання. Основне завдання в індивідуалізації процесу навчання – це уникнути ізольованості людини від навколишнього світу, атрофії мислення й залежності від комп'ютера²⁴⁸.

Розв'язання проблеми комп'ютерної грамотності, опанування основ інформаційних систем і технологій, навчання прийомів пошуку інформації та роботи в мережі Інтернет є важливими компонентами інформаційної культури сучасного викладача та студента, а це, у свою чергу, є невід'ємною частиною безперервної самоосвіти, необхідність якої безперечна²⁴⁹.

Демократизацію наукової творчості потрібно підтримувати не лише за допомогою інформаційних технологій. Перед наукою, освітою, виробництвом стоїть цікаве завдання: створення та розвиток культури використання комп'ютерів у мінливому світі. Така культура повинна включати не лише етику діяльності людей, а й етику дій комп'ютерів, що набувають усе більшої самостійності. Таким чином, ця культура як сума діючих практик і етичних цінностей, звичайно ж, існує. Але її прояви фрагментарні й часом зводяться лише до правових норм. Необхідний системний підхід і вибудовування «міждисциплінарних зв'язків» різних галузей діяльності²⁵⁰.

²⁴⁵ Васючкова Т. С., Городня Л. В., Лаврентьев М. М., Марчук А. Г., Чурина Т. Г. Партнерство науки и образования в современных условиях. Применение новых информационных технологий в образовании: труды 17 Междунар. конф. Троицк, 2006. С. 64.

²⁴⁶ Kivernik N. U. The role of the information-training environment in pedagogical assistance to culture formation of professional dialogue. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forming-information-competency-of-future-teachers-in-the-frame-of-professional-pedagogical-activities>.

²⁴⁷ Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз): монографія. Харків: Право, 2008. С. 120.

²⁴⁸ Кузнецова З. М., Залакаев Ф. Н., Глазистов А. В. Информатика и информационные технологии в высшем педагогическом образовании. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatika-i-informatsionnye-tehnologii-v-vysshem-pedagogicheskom-obrazovanii/viewer>.

²⁴⁹ Несговорова Г. П. Информационные технологии в гуманитарных исследованиях и гуманитарном образовании. URL: https://www.iis.nsk.su/files/articles/sbor_kas_21_nesgovorova_gum.pdf.

²⁵⁰ Несговорова Г. П. Информатизация гуманитариев, гуманитаризация информатиков. Проблемы системной информатики. Новосибирск: ИСИ СО РАН, 2010. С. 181.

Студентів потрібно навчати критично сприймати інформацію через Інтернет, формувати в них поняття авторського права, обговорювати етичні проблеми, адже сучасна інформаційна культура не зводиться лише до навичок використання інформаційно-комунікаційних технологій, що надає особливої актуальності проблемам культурної компетентності особистості, формування не тільки толерантності до чужих культур і систем цінностей, а й здатності критично оцінювати інформацію в умовах надзвичайного тиску інформаційного середовища. Актуальним є завдання підтримки академічної інформаційної культури у зв'язку зі створенням електронних підручників та електронних бібліотек²⁵¹.

Перспективи освіти в постіндустріальному суспільстві пов'язані з тим, що інформатизація суспільства ставить у центр людину і її потреби, надаючи для цього нові можливості: розширення доступу до різноманітних послуг, зокрема освітніх; самореалізації; самовираження; спілкування з іншими людьми; творчості²⁵².

Таким чином:

1. На сучасному етапі інформаційно-комунікаційні технології суттєво впливають на гуманітарну освіту. Саме інформатизація є сполучною ланкою синтезу гуманітарних і природничо-наукових дисциплін. Важливою ознакою сучасної освіти стає міждисциплінарність. Через синтез гуманітарного та природничо-наукового знання в новому інформаційному середовищі всі знання доцільно розглядати як єдину динамічну систему.

2. Спостерігається значний вплив інформаційних технологій на розвиток індивідуальної та дистанційної освіти й самоосвіти зокрема, а через них на посилення особистісно орієнтованого підходу. Основними принципами особистісно орієнтованого навчання є індивідуалізація та диференціація навчання. Інформаційні та інформаційно-комунікаційні технології й надалі будуть проникати в гуманітарні дослідження й гуманітарну освіту, створювати нові програмні продукти, що допомагають науковцям-гуманітаріям і студентам різних гуманітарних спеціальностей у їх роботі та навчанні. Розвиток сучасного суспільства багато в чому залежить від реформи освіти, зокрема, упровадження й використання інформаційно-комунікаційних технологій в освітньому процесі. Нове інформаційне середовище відповідає нагальним потребам гуманітарної освіти. Воно повною мірою може бути використано в гуманітарному освітньому процесі.

3. Комп'ютерна грамотність є одним з компонентів інформаційної культури учасників освітнього процесу. Потреба в гуманітарній культурі буде лише зростати. Отримуючи доступ до сучасних баз даних, гуманітарій може формувати свій індивідуальний інформаційний простір. Інформаційна свобода, таким чином, є умовою й формою політичної та творчої свободи. У забезпеченні цієї свободи – основний сенс інформатизації гуманітарної освіти.

Література

1. Аксютин А. А., Вицен А. А., Мекшенева Ж. В. Информационные технологии в образовании и науке. Современные наукоемкие технологии. 2009. № 11. С. 50-52. URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=25948/>. (дата звернення: 15. 03. 2020).

2. Васючкова Т. С., Городня Л. В., Лаврентьев М. М., Марчук А. Г., Чурина Т. Г. Партнерство науки и образования в современных условиях. Применение новых информационных технологий в образовании: труды 17 Междунар. конф. Троицк, 2006. С. 63-67.

3. Даніл'ян В. О. Інформаційне суспільство та перспективи його розвитку в Україні (соціально-філософський аналіз): монографія. Харків: Право, 2008. С. 20-21.

4. Деденёва А. С., Аксютин А. А. Информационные технологии в гуманитарном высшем профессиональном образовании. Педагогическая информатика. 2006. № 5. С. 8-16.

²⁵¹ Пожуев В. І. Інформатизація як глобальна світова тенденція сучасного інформаційного суспільства. Гуманітарний вісник ЗДІА. Вип. 32. Запоріжжя, 2008. С. 18.

²⁵² Васючкова Т. С., Городня Л. В., Лаврентьев М. М., Марчук А. Г., Чурина Т. Г. Партнерство науки и образования в современных условиях. Применение новых информационных технологий в образовании: труды 17 Междунар. конф. Троицк, 2006. С. 63.

5. Кузнецова З. М., Залакаев Ф. Н., Глазистов А. В. Информатика и информационные технологии в высшем педагогическом образовании. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/informatika-i-informatsionnye-tehnologii-v-vysshem-pedagogicheskom-obrazovanii/viewer>. (дата звернення: 23. 03. 2020).
6. Несговорова Г. П. Информатизация гуманитариев, гуманитаризация информатиков. Проблемы системной информатики. Новосибирск: ИСИ СО РАН, 2010. С. 179-187.
7. Несговорова Г. П. Информационные технологии в гуманитарных исследованиях и гуманитарном образовании. URL: https://www.iis.nsk.su/files/articles/sbor_kas_21_nesgovorova_gum.pdf. (дата звернення: 30. 03. 2020).
8. Пожуєв В. І. Інформатизація як глобальна світова тенденція сучасного інформаційного суспільства. Гуманітарний вісник ЗДІА. Запоріжжя, 2008. Вип. 32. С. 4-18.
9. Психолого-педагогічні засади проектування інноваційних технологій викладання у вищій школі: монографія / за заг. ред. В. П. Андрущенко, В. І. Лугового. Київ: Педагогічна думка, 2011. 260 с.
10. Романова Г. М., Артюшина М. В., Слатвінська О. А. Педагогічні технології у професійній підготовці кваліфікованих робітників: довідник. Київ: Ін-т професійно-технічної освіти НАПН України, 2015. 87 с.
11. Таренко Л. Б. Требования к подготовке современного специалиста в области информационных технологий. Вестник «ТИСБИ». 2017. № 2. С. 40-47.
12. Токаренко Н. М. Становлення інформаційного суспільства: проблеми, суперечності та перспективи. Зб. наук. пр. Суми: СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2008. С. 66-74. URL: <https://library.sspu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/04/12-6.pdf#page=66> (дата звернення: 01. 04. 2020).
13. Хафизова К. Н., Смоленцова Л. В. Особенности применения информационных технологий в сфере образования. Вестник «ТИСБИ». 2018. № 1. С. 89-94.
14. Хачатурова С. С. Информационные технологии в социально-гуманитарных областях. URL: <http://econf.rae.ru/pdf/2018/02/6776.pdf/>. (дата звернення: 03. 03. 2020).
15. Kivernik N. U. The role of the information-training environment in pedagogical assistance to culture formation of professional dialogue. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/forming-information-competency-of-future-teachers-in-the-frame-of-professional-pedagogical-activities/>. (дата звернення: 02. 04. 2020).

Part 2. PSYCHOLOGICAL AND EDUCATIONAL ASPECTS OF THE DIGITAL SOCIETY DEVELOPMENT

2.1. HIGHER EDUCATION IN AN INFORMATION SOCIETY ENVIRONMENT

The information society is a socio-economic structure in which the production of information products and the provision of information services prevail over all types of socio-economic activity of an individual. The term itself reflects the dominance of processes associated in the most general form with the collection, processing, exchange and production of new information. The main capital of mankind is the information accumulated by society in the process of historical development, and the knowledge of each individual. Information resources determine the success of almost all types of human activity. Preference in the information society is given to the high level of education of employees, the availability of various types of knowledge – scientific, practical (the ability to successfully solve standard and non-standard tasks), the development of creative abilities, critical, productive thinking, a broad outlook, the ability to organize and self-organization, readiness for individual and collective creative activity (Горпиченко, М. В., 2012).

The main task of the student is to search, comprehend, analyze information, translate it into knowledge, put this knowledge into practice, share and disseminate it in the professional community. Therefore, in the information society, the knowledge of each individual person becomes the basis of the life of the whole society, the most important factor in economic growth and a strategic resource. And education thereby turns into a direct productive force, creating the basis of the economy of the information society (Степаненко, Д., Копилова, Т., 2018).

The socio-cultural changes taking place in our country today irrefutably show that the existing education does not meet the urgent needs of society. It does not fully prepare graduates for successful work. Therefore, today, higher education institutions are starting to form new training programs that are aimed not only at acquiring a greater number of professional competencies, but also at increasing students motivation to work in the future according to the profile of their education, because today, for various reasons, students often do not feel like working in the profile of the specialty acquired in a higher educational institution. In addition, they are not aware of the career opportunities that can be obtained in a particular company. In this regard, higher education institutions, attracting representatives of a potential employer to communicate with students, provide an opportunity to bring information to students: how they can move up the career ladder in enterprises and institutions of a particular industry.

A necessary tool for a modern teacher of a higher educational institution is educational technology. As you know, they have enormous potential for enhancing professional skills and achieving the goals that society sets for the modern education system – to prepare the young generation for independent life and professional activity as citizens with a high degree of personal maturity, focused on humanistic values in solving any problems capable of critical evaluation and presentation of their achievements in practice (Иванова, В., Тамбовцев, Г., 2019).

In order to effectively introduce new educational technologies into the practice of higher education institutions, a scientific analysis of their capabilities and potential is required, and for further improvement or development of subsequent ones, it is important to quickly master and skillfully apply the design methodology (Бойко, А. И., 2015).

One of the distinguishing features of modern educational technologies is a change in the nature of the activity and interaction of the subjects of the educational process, a change of priorities – from the transfer of knowledge to the creation of conditions for a more complete realization of personal potential and the manifestation of subjective properties in educational-cognitive, information-retrieval, research, educational – professional or control and assessment activities (Федорчук, Е. И., 2006). It is important to take into account the above, first of all, in the educational process using new teaching technologies (modular, problematic, contextual, personality-oriented learning technology, training in collaboration).

It is known that the organization of the educational process in a university is not limited to direct contact of subjects in the classroom schedule. A special role is played by technologies used by subjects (students and teachers) in working with educational, scientific, professional and other plan information in the educational environment, at home, in the library. This explains the relevance of not only new information technologies in solving educational problems, but also technologies for organizing independent work, working with educational literature, which must be actively applied.

The sphere of education as a kind of social practice feels the influence of science, culture, economics, politics and technology during their development. The influence of integral political, economic, socio-cultural and scientific-technical factors, which manifest themselves in the form of trends, is especially noticeable (Стукалова, Т., 2014).

One of the trends is globalization. It is a process of overcoming the alienation of both the economy of any country from the world economy and the life of an individual from the life of the human race as a whole; therefore, it is characterized by the processes of formation and harmonization of a multidimensional world in all forms of manifestation. The pulling of the economy of any country into the world economy is an important, but not the only element of this process. Apparently, globalization is a large-scale phenomenon that has far from exhausted its capabilities. This applies to both positive and negative manifestations and properties. And this means that ahead of mankind there are many new difficulties and tests in connection with the deepening of globalization (Воронкова, В. Г., 2017).

To a large extent, globalization is manifested in the informatization of society, the liberalization of the world economy, the interdependence of the economy and security of all countries.

Of particular interest is the global informatization of society, which initiates the formation of an information and communication environment, making accessible information of any kind for every person. This opportunity is provided by means of information technologies, thanks to which a person is able to acquire, save information, work with any information, apply it creatively in life, training and professional activities, as well as participate in the search and creation of new knowledge and the development of high technologies. As a result, the role of education is strengthened through the development and application of information technologies in the educational process and various technologies for working with educational, scientific or professional information.

The formation of the information society is connected with the processes of mass social and intercultural communication, openness to new knowledge and new technologies, new views and cultures, new conditions of life and work, new ways of communication and means of realizing creative potential.

The optimal way to master any, including social, communicative technologies is provided by the education system. As a result, the need for the development of new social and communicative technologies and their active application in modern educational practice is becoming more acute.

Today, the prerogative of training in the information-educational environment is self-education, which involves building your image in the intellectual, communicative, emotional-value and other fields. And at the same time, in order to learn independently, a student must have certain qualities:

- flexibly adapt to existing conditions, be able to independently determine the need for knowledge, acquire and use them in practice;
- possess critical thinking, that is, be able to see problems, look for ways to rationally solve them, be able to independently put forward new ideas, think creatively;
- work with information (collect, analyze, summarize, compare, draw conclusions, highlight patterns and so on) in order to identify and solve problems (Бурлука, О. В., 2018).

Important for students today is the ability to work in a team – both real and virtual, given the fact that almost any problem requires a comprehensive analysis and joint solution. In accordance with this, the student must possess the qualities necessary for communication: sociability, contact, tolerance. This necessitates the transfer of emphasis from assimilation of knowledge to independent

information handling. It is in the university with the active interaction with the educational information environment that students can develop these skills. A modern student should be able to set his own goal, determine the ways and means of achieving it, obtain, understand, select and apply the information necessary to solve a problem that has arisen, evaluate the success of achieving the goal and the effectiveness of using available means for this (Fig. 1).

And the work of the faculty also requires changes, because to learn as taught before, simply does not work. It is not enough just to use the information and communication technologies of training simply because they exist. Education needs to be reoriented from the end result to the process of preparing students for information handling.

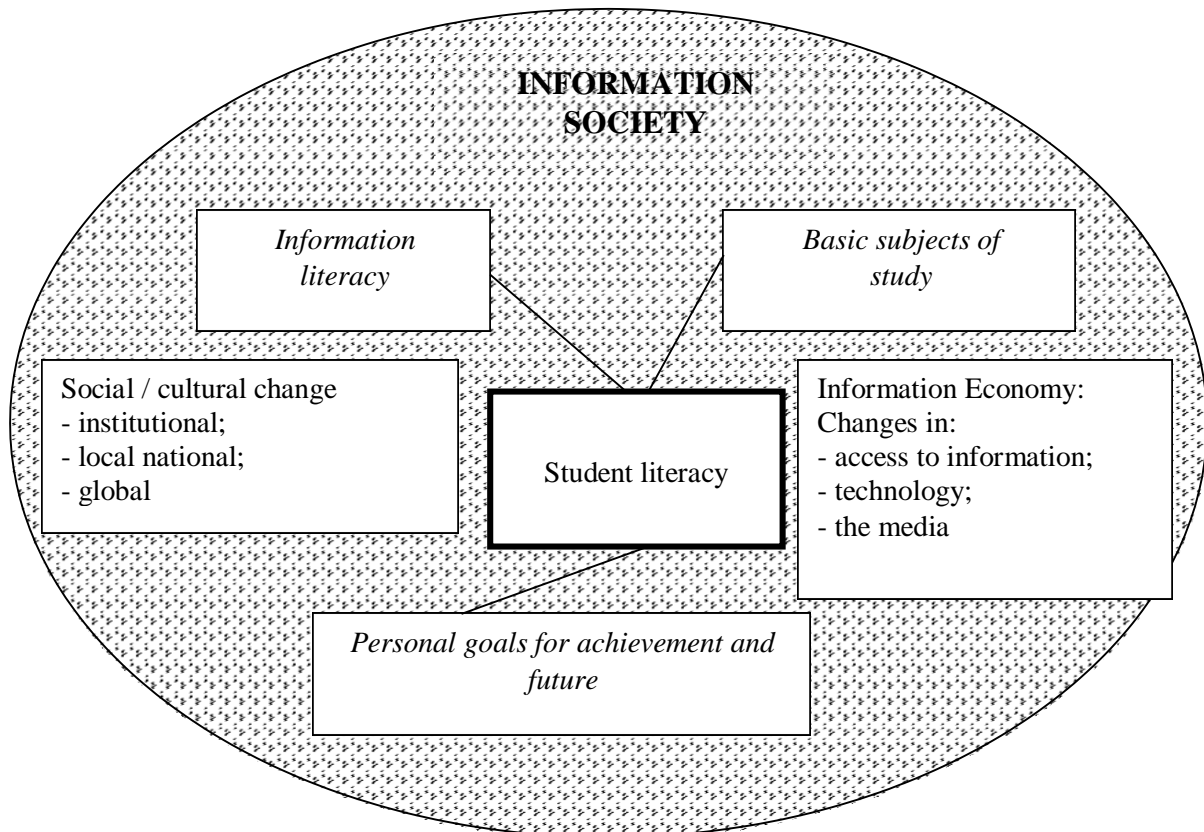


Fig. 1. Informative literate student in an informative suspension
Source: Bill Johnston, Sheila Webber, 2003

All of the above to a large extent also applies to the issue of training masters and graduate students. The focus of training at present, in particular, of graduate students mainly on the study of a scientific problem, the formation of skills in research work and the assimilation of general pedagogical knowledge does not fully contribute to their formation in the future as university teachers. We will observe a similar situation for a long time if a professionally developing environment is not created in a timely manner that promotes the positioning of the graduate student as a future university teacher.

The problem, in our opinion, lies in the fact that in the preparation of professional teachers, a methodological analysis of the specifics of the content and tasks of their professional and pedagogical activities is not carried out, the features of the methods of training, education and development of students are not considered in detail. This is due to the lack of critical understanding of the theory and practice of special professional training of a university teacher.

The current situation is characterized by unsystematic scientific and scientific-pedagogical training of the future teacher, as a result of which masters and graduate students have superficial knowledge about the essence of their future professional-pedagogical activity, and the fragmentary foundations of professional culture are being laid. Often they are subsequently forced to achieve

professional competence on their own, building the process of self-education. At the same time, they themselves have to master the basics of professional pedagogical activity in higher education or rely on measures for retraining and advanced training of scientific and pedagogical workers.

Scientists and practitioners today note a significant increase in the role of education, especially higher education, in solving social, economic, political, environmental and other problems in Ukraine, including the global problems of our time. This is due to many circumstances. In particular, education is becoming a powerful factor in changing the whole society and an individual, ensuring its high mobility and at the same time integration into various social groups, contributing to the development of information, social, communicative technologies, their active use in educational practice.

Further, universities as social institutions for training the political, economic, cultural, scientific and professional elite, highly qualified professional cadres for all spheres of social practice become simultaneously in the broad sense of the word scientific and cultural centres.

And at the same time, universities today are faced with the need to ensure high quality educational results without special financial investments from the state by searching for internal reserves of the system itself, and this is possible only with the active introduction of modern teaching methods and technologies into the educational process. The search for new technologies is associated with the appearance in modern educational institutions of modern technology for working with educational and scientific information (computers, the Internet, multimedia, audio, video equipment) and the need to use it effectively and efficiently. And finally, in modern universities of Ukraine, not only educational problems have become more complex, but also the requirements for the intensification and quality of work of university teachers. Today in the pedagogical literature the concept of «electronic textbook» is widely used. Currently, the electronic textbook is considered as a full-fledged educational publication that does not require a print supplement. «An electronic textbook is a comprehensive training program system that ensures the continuity and completeness of the didactic cycle of the learning process» (Федорчук, В.В., 2012).

Theoretical material is presented in an electronic textbook, conditions for training educational activities and control of the level of knowledge are created, the possibility of information retrieval activity, mathematical and simulation modelling with computer visualization is provided. Electronic textbooks are multimedia – they can use video clips and audio recordings, good quality illustrations, diagrams, tables, as well as animation elements. Thus, an electronic textbook can simultaneously transmit various types of information. Many processes and objects in an electronic textbook can be represented in the dynamics of development, as well as in the form of two or three-dimensional models (Єсіна, О. Г., Ліхур, Л. М., 2011).

The optimization of the reform process of modern education is associated, first of all, with the updating of software and technology, based on new information, social and educational technologies as new opportunities in preparing young people for independent life and activities, their professional and personal development, which is associated with the educational phenomenon Wednesday. The significance of the problem of the formation of an innovative, informational, communicative, multicultural, environmentally sound, humanitarian environment by means of modern technologies in a university is that such an environment acts as an integrating factor in all aspects of the organization of education – value-based, goal-oriented, substantive-processual, resource-management.

Active use of modern information, social, communication and other types of technologies in educational practice will achieve certain results:

- improve the quality of the educational process, make learning and communication comfortable. The introduction of modern educational technologies is able to provide such an increase. At the same time, the measure of responsibility of the faculty for educational results and the process of achieving them is increasing;
- optimize the costs of providing the educational process. An effectively organized educational process reduces the burden on the teacher and student, allows you to optimize

university resources, reduces the time for reproductive work, and reduces the relative cost of publishing printed teaching materials;

- improve the general culture of the young generation in working with information, technology and people, making it successful and tolerant in life and profession. The possession of common competencies (educational, social, communicative, personal) will increase the willingness of young people to learn throughout their lives and learn new professions, correlate their own interests and the interests of various social groups to cooperate, competently organize not only their own activities, manage themselves, their own lives, but also to be successful in joint activities (Воронкова, В. Г., 2017)

In general, the following can be attributed to the socio-psychological prerequisites for the emergence and active use of new educational technologies in educational practice (Федорчук, Е. І., 2006).

- the complication of the social order for educational institutions – the training of not only self-minded citizens, highly qualified specialists competent in the field of future professional activity, but also highly moral, spiritually developed and ready for innovation, joint activities, communication and cooperation, work in unstable and rapidly changing conditions with manifestation of initiative and creativity;

- approval of the humanistic priority for educational purposes – personal and professional development of the future citizen and specialist in the implementation and assimilation of the state educational standard

- humanitarianization of the educational environment in unity with actively developing modern information and other innovative educational technologies.

At the same time, it should be noted that understanding the learning process in the information society does not require a complete rejection of traditional didactic representations, but requires their development, consideration from new positions, including from the perspective of various didactic approaches.

Thus, no matter how society develops, the influence that the information and educational space has on the learning process of an individual is already visible. This is training, built on the basis of the competency-based approach, carried out in the information and educational environment, training, in which two practically equal partners actively participate: a teacher and a student (Горпиченко, М. В., 2012).

As a consequence, a distinctive feature of a modern university teacher should be a constant desire for a theoretical generalization of empirical facts. The description of the phenomena of the surrounding reality with the help of scientific terminology will testify to the development of the scientific thinking of the teacher, his need to master, explore the causes of the observed physical, mental, social phenomena. The intellectual abilities of a teacher are partly a means of educating students, serve as an example of professionalism. The ability of a university teacher to deep intellectual activity can be a criterion of his professional solvency in the process of proper solution of educational problems.

Every teacher today must understand that information technology makes knowledge accessible to a wide range of people. Therefore, the teacher is already required not so much the transfer of knowledge, but how to help the student in organizing self-education. That is, the student must see the contours of the general, basic core of education and understand how and where to look for the necessary knowledge, how to build his own educational path, what training programs and subjects to choose. Naturally, the teacher himself must first of all possess all these skills. After all, the level of the university is determined by the level of the faculty (Бурлука, О. В., 2018).

The ongoing changes in the system of higher education in Ukraine demonstrate the particular importance of the problem of professionalism of the teaching staff, which largely determines the quality of training of a demanded qualified specialist for the developing labour market (Суханова, Г. П., Ушаков, В. С., 2018).

References

1. Бойко, А. І. (2015): Освіта в інформаційному суспільстві: очікування і виклики. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2015, Вип. 65.
2. Бурлука, О. В. (2018): Актуалізація проблеми самоосвіти особистості в інформаційному суспільстві. Вісник ХНПУ ім. Г. С. Сковороди. «Філософія», 2018, Вип. 50.
3. Воронкова, В. Г. (2017): Становлення інформаційного суспільства як цивілізаційної парадигми розвитку сучасної України за доби глобалізації: теоретико-методологічні та праксеологічні виміри: монографія. Запоріжжя: ЗДІА, 2017, 270 с.
4. Горпинченко, М. В. (2012): Роль вищої освіти в інформаційному суспільстві. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки, 2012, Вип. 22, ч. 1.
5. Єсіна, О. Г., Лінгур, Л. М. (2011) Електронний підручник як засіб підвищення якості освіти. Теорія та методика навчання фундаментальних дисциплін у вищій школі, 2011, № 2.
6. Іванова, В. М., Тамбовцев, Г. В. (2019): Особливості професійної майстерності викладача закладу вищої освіти. Актуальные научные исследования в современном мире. Переяслав-Хмельницький, 2019, Вип. 9 (53), ч. 4.
7. Степаненко, Д., Копилова, Т. (2018): Інституціональні аспекти розвитку інформаційних технологій у вищій освіті. Інституціональні перетворення в суспільстві: світовий досвід, українська реальність, 2018.
8. Стукалова, Т. (2014): Вплив освіти на формування особистості в суспільстві постійних змін. Світогляд – Філософія – Релігія, 2014, Вип. 6.
9. Суханова, Г. П., Ушаков, В. С. (2018): Значення психолого-педагогічного супроводу у розвитку конкурентоспроможності майбутніх фахівців із фізичної культури і спорту. Інноваційна педагогіка, 2019, Вип. 10, Т. 3.
10. Федорчук, В. В. (2012): Електронний підручник як засіб інформатизації сучасної освіти. Педагогічна освіта: теорія і практика, 2012, Вип. 12.
11. Федорчук, Е. І. (2006): Сучасні педагогічні технології: навч.-метод. посіб. Кам'янець-Подільський: «Абетка», 2006, 213 с.
12. Johnston, B., Webber, S. (2003): Information Literacy in Higher Education: A review and case study. Studies in Higher Education, 2003, Vol. 28, Issue 3.

2.2. PRIORITY CHANGES IN THE EDUCATION SPHERE IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

Digital transformations are a global phenomenon. Digital transformations are the basis for transforming the basic characteristics of a universal information and communication environment, opening up the possibility of using various new business practices, social interaction practices, thereby forming a new quality of the economy. They form a new quality of the economy. This implies a new quality of a person who becomes not only a vehicle and the result of these transformations, but also provides a scenario for future development.

Unlike other technologies, digital and cognitive technologies demonstrate the ability to penetrate any technical process. Digitalization is becoming an integrated technological platform, capable of uniting all subjects of the market space into a single economic process. The rapid development of technology requires a comprehensive study of the impact of this process on all aspects of socio-economic development. In such conditions, the analysis of the sphere of education becomes particularly relevant. This relevance is due to the following factors:

1. Modern technologies determine the competitiveness of national economies. The mastery and use of these technologies require the presence of highly professional personnel capable of creating, managing, and ensuring their safe use. This is a serious signal for the educational system, the effectiveness of which will be determined by how adequately and quickly it is converted to these signals;

2. The digital economy leads to serious social upheavals, cardinal transformations of the labor market, and social and labor relations, to the growth of unemployment, and precarization. The state is called upon to smooth out contradictions in this area, to prevent the development of crises, which in such interaction with the education sector should improve the management system, training and retraining of personnel, and support for young people who find themselves in a difficult situation;

3. The digital economy is unfolding in the world of accumulated, complex global problems: climate change, resource depletion, growing inequality in human development, geopolitical confrontations, global risks and pandemics. Automatically, it is not able to resolve them, or even mitigate, moreover, many of these problems are even exacerbated under its influence. In these conditions, the role and significance of the complementarity of national education systems is growing, their focus on finding answers to these problems;

4. The formation of a new society, corresponding to the digital era, should be based on knowledge, where a person acts as the main criterion, as an activity subject²⁵³. Such a society will demand a new type of knowledge – not borrowed from various Internet sources, because it is a simulated reproduction of knowledge, subordinate to the standards of consumer attitude to everything. Such knowledge is an attribute of the social status of a person of prestigious consumption. Knowledge, as the basis of a new society, should not be subordinated to these simulative goals, because then it loses its value. The task is for knowledge to become the result of human activity related to the development of society, and, consequently, of man. Human intelligence becomes a driver of development. Only he can identify emerging problems and find ways to solve them.

One cannot but pay attention to the fact that humanity is moving toward death, as many scientists believe, thanks to its activities. And, first of all, it is a question of the correlation of knowledge, activity and responsibility in conditions when the Reason acquires the ability of self-construction. Global risk, which is based on asymmetry in the cognitive and transformative activities of a person, can be defined as an increase in the likelihood of death or destruction of that part of the Cosmos that is the human environment. Existential risk is an increase in the likelihood of changes in the form of existence and the evolutionary mechanisms of Intelligent Life²⁵⁴. It is logical to apply these fears to the digital economy and find a balance by answering the question of whether

²⁵³ This opinion is shared by the authors: Ilyenkov E. V. *Philosophy and culture*; Fromm E. *Marx's Concept of Man*.

²⁵⁴ See: Bostrom N. *Existential Risks: Analyzing Human Extinction Scenarios and Related Hazards*.

it will bring us good and prosperity, or still we will not be able to competently manage its potential, and the challenges will not receive adequate answers. We have a chance to get a positive answer, and it is inherent in the human mind in an equilibrium and balanced ratio of knowledge, activity and responsibility. I would like to reinforce this idea with a wonderful statement by Stephen Hoving, one of the leading scientists of our time: “Our future is a race between the growing power of our technology and the wisdom with which we use it. Let's make sure that wisdom wins”²⁵⁵.

The aim of our research is an attempt to identify the necessary changes in the field of education dictated by the digital economy. We draw attention to the fact that as a capacious dynamically changing process, the digital economy does not have a single well-established definition. Positive changes, effects and dividends of the digital economy are widely represented both in the studies of individual scientists²⁵⁶, and the largest analytical companies²⁵⁷. The fact of the influence of the digital economy on economic development is an undeniable fact – a significant multicativist effect of digitalization: reduction of costs and time of production, diversification of forms of interaction with customers and suppliers, innovations and investments are realized through fundamentally new business models. Digitalization penetrates into all pores of economic life. Essentially, this creates a digital economy. It does not replace the economy as such – it changes it, updates it, and gradually creates its new quality.

Based on the above, it can be concluded that further study of the development of the digital economy, the promotion of new technologies like blockchain, artificial intelligence (AI), machine learning, cloud solutions, etc. It is an extremely relevant area of economic research, and the conclusions made as a result of a systematic analysis and a consistent study of trends in this area will be in demand and are applicable to improve the quality of life.

The author’s hypothesis is to justify the presence of multilevel and “tough” complementarity of technological and social development in the era of the digital economy. New breakthrough technologies can serve human well-being only if they are supported by comprehensive and balanced social measures. “Rigid” Complementarity means a reduction in the time between the introduction of new technologies and the response of society to the consequences of their influence that society receives. All this must be based on digital competencies.

Global trends in socio-economic development, focused on the introduction of digital technologies into widespread practice, have served as an impetus in the development of digital education.

New information and communication technologies are one of the factors that have the greatest impact on all spheres of human activity. They create the need for training specialists with professional competencies in the field of digital technologies, on the other hand, for residents of all countries there is a question of owning a common digital functional literacy. Therefore, in the current situation, a significant restructuring of the content of education is required. When developing educational programs, it is necessary to take into account the context of the real use of digital tools in society and directly in professional activities.

The development of digital tools fulfills the tasks of accelerated development, allows students to master the necessary competencies already at the stage of obtaining a profession, which significantly expands the availability of new knowledge and the area of academic mobility.

Digital literacy is the ability to understand and use information provided in a wide variety of formats and a wide range of sources using computers. Thus, digital literacy can be considered as knowledge, skills in the field of information technology, covering various competencies – communication, information, creative, innovative, social and so on.

There are 5 main reasons for the need for digital literacy for modern people:

²⁵⁵ Hawking S. Brief Answers to the Big Questions.

²⁵⁶ Look more in detail: Tapscott D. Digital Economy; Negroponte N. Being Digital; Margherio L. et al. The Emerging Digital Economy.

²⁵⁷ Look more in detail: World development report 2016: Digital Dividends; EAEU Digital Agenda 2025: Prospects and Recommendations. Digital Transformation Initiative: Maximizing the Return on Digital Investments.

- comfortable living in modern technology. This is the availability of various online services and online services;
- personal development and opportunities for better satisfaction of needs. These are opportunities for self-realization and solving their problems through various online activities;
- competitiveness in the labor market. Possession of digital literacy increases the chances of an effective search and high-quality employment, and further on climbing the career ladder.
- continuing education. Thanks to digital literacy, each person has the opportunity to take online courses and trainings, to replenish their knowledge, to acquire new skills;
- online security. Digital knowledge allows people to avoid many cyber dangers (hacking accounts, viruses, and more).

Digital competencies are a more complex concept, which involves professional skills in using digital technologies. Digital competencies are formed on the basis of the development of digital skills in the learning process (a system of relevant knowledge, skills, motivation and responsibility).

Digital competence is based on continuous mastery of competencies, the individual's ability to confidently, efficiently, critically and safely select and apply information and communication technologies in various spheres of life, as well as his readiness for such activities. The fundamental difference between digital competence and digital literacy is the inclusion of components of motivation and responsibility, which determine, among other things, the social orientation of digital competence.

Correlation of the components of digital competence with the spheres of life (work with content, communication, consumption, the technosphere) allows us to distinguish four types of digital competence:

1) information and media competence – knowledge, skills, motivation and responsibility related to the search, understanding, organization, archiving of digital information and its critical reflection, as well as the creation of information objects using digital resources;

2) communicative competence – knowledge, skills, motivation and responsibility necessary for various forms of communication;

3) technical competence – knowledge, skills, motivation and responsibility that allow the efficient and safe use of hardware and software to solve various problems, including the use of computer networks, cloud services, etc.;

4) consumer competence – knowledge, skills, motivation and responsibility that allow us to solve various everyday tasks related to specific life situations using digital devices and the Internet.

In modern conditions, the following areas of increasing digital competence as a component of social competencies in the virtual space are most relevant. Firstly, the activation of the components of motivation and responsibility is necessary. Secondly, the development of a common digital culture, including: communication on the Internet; submission, use and protection of personal data; protection of information processing devices and access to the Internet and so on. Thirdly, the development of educational programs and techniques aimed at improving the level of digital competence. At the same time, it is fundamentally important that in such programs a competency-based approach is implemented that allows you to first activate the motivation component, i.e. to interest students in the acquisition of new knowledge, skills and abilities. The competency-based approach shifts the focus from the process of accumulating normatively defined knowledge and skills to the plane of formation and development of students' ability to practically act and creatively apply their knowledge and experience in various situations.

A paired technological and humanitarian development must precede and constantly accompany the use of new technologies. The unifying basis of technological and social is the welfare and quality of life of society. The methods for proving this hypothesis lie in the plane of the interdisciplinary approach of economic, social, technological approaches, evolutionary theory. It is not highly specialized knowledge that comes to the forefront, but the possibility of a comprehensive solution to problems, which involves as a tool the synthesis of close scientific disciplines, the totality of which gives a holistic idea of the subject of study. Any technical task should be supported by checking its impact on a person and society.

In the context of the structural changes to which the digital economy leads, the most dynamic changes are undergoing the labor market. In this regard, we note that real digital dividends are late, the effect of using digital technologies turned out to be weaker than expected and is distributed unevenly²⁵⁸. We note at least such manifestations of the features of modern socio-economic development as stagnation, crisis manifestations of development, huge imbalances and imbalances, unevenness and uncertainty.

Frightening is the trend of growing inequality, both between countries and within countries. “The index of the introduction of digital technologies, as shown by studies conducted by the World Bank, is directly dependent on the level of economic development, and the main additional resources for growth are received, first of all, by developed countries and regions. Other risks are mainly associated with the weakness of the institutional environment for the development of digital technologies”²⁵⁹.

The impact of the digital economy on employment is also threatening. We are seeing steady growth trends in youth unemployment. In the next ten years, only 46% of workers in Japan, and in the USA -30% will be replaced by artificial intelligence, and 80% of the population of the “golden billion” will be left without work²⁶⁰. And in this area, “digital consequences” are slower than anticipated. And this is good news, as society has every chance to prepare for this situation and avoid social upheaval.

Based on the conclusions of changing the priorities and needs of the digital economy in new specialties with deep knowledge and competencies, we believe that the education sector should not only promptly, but also, as soon as possible, make appropriate changes that are adequate to the challenges of the digital revolution.

In the modern world, in conditions of accelerated technological progress, education is becoming so important that it becomes a priority for a long-term development strategy of countries. In economically developed countries, education is built on the principles of continuity, innovativeness, financial support of the state, globality, mobility, the dominance of practical exercises and skills.

The innovativeness of education provides for its direction in obtaining innovative skills among students, their involvement in research work. The innovative nature of education also manifests itself in the active use of new educational technologies. Another important modern characteristic of education is its adaptability – the ability to quickly respond to modern changes and challenges.

An important issue in the functioning of the education sector is its functions, because it is through them that education affects all spheres of human life, all subsystems of the national economy. Considering the functions of education at the national level, first of all, it should be noted their impact on society as a whole. Given this, the functions of education can be divided into socio-cultural (spiritual improvement of society, the formation of social, attraction to social values, etc.), socio-economic (formation and development of the intellectual, scientific, technical and personnel potential of social stratification) and social political (ensuring national security, social expertise of the authorities, sustainable development of society). It should also be noted that these functions have the nature of close interaction and interweaving.

The education sector also has significant potential for institutional modeling, it is in the educational environment that new norms and rules (general and professional) are formed and rapidly spread throughout the entire socio-economic space. Innovation-oriented education is a powerful factor in ensuring innovative economic development, therefore, in modern conditions, the quality and competitiveness of national educational systems is gaining such importance.

Scientists associate economic efficiency and competitiveness, innovative development and motivation of creative activity, quality of life and the level of intellectual development with

²⁵⁸ World development report 2016: Digital Dividends, p. 2.

²⁵⁹ Akhapi N. Yu., Volkova N. N., Ivanov A. E. The development of the digital economy and the prospects for the transformation of the Russian labor market, p. 53.

²⁶⁰ Shpak Yu. Graduated Poverty, p. 4.

education. That is why quality management of the national educational system, its modernization is becoming a priority for any country. An important function of the education sector is the formation of the continuity of generations, which is carried out through the transfer from generation to generation of the cultural and moral heritage of society. Education in this function merges with culture or forms its organic part.

An equally important function is also the accumulation, generation and dissemination of holistic scientific knowledge. In addition to the transfer of knowledge, the education system also fulfills the function of storing it, that is, it forms the “social memory of mankind” (all baggage of real knowledge accumulated by mankind over the entire period of human civilization's existence). Thanks to this function, through the formation of a deep knowledge base and the development of creative abilities, the national economy receives an innovative focus.

The modernization of the education system should be based on the fact that it should become a source of new high-quality subbiological programs of human life, ensuring the reproduction and change of social life in all its manifestations, including its qualitative parameters. Education expands the range of human capabilities, affects such aspects of people's life as health, social and political activity, the speed of dissemination of information, the formation of intellectual capital, etc. Education takes an active part in the formation of social networks as a new form of sustainable social interaction, that is, it forms not only intellectual, but also social capital. These social networks, in addition to professional communities, scientific schools, research groups and graduate networks, can also include specialized networks, the use of which involves the possession of digital technologies.

In modern conditions, the development of educational development programs at all levels is becoming a task not only for government bodies, but also for the whole society. The managerial resource of society and its self-organization potential become the basis for the quality of modernization of the educational sphere. A well-formed mechanism for the development of education creates the prerequisites for the qualitative improvement of man as the most important factor in national development. Modern education reform should also be subordinated to the problem of improving the quality of life of people in a digital economy²⁶¹.

Modern economy entails a change in the maps of specialties and professions, sets of analytical, technical, humanitarian professional knowledge and skills. First of all, it is necessary to improve the system of higher education. Here we see three main areas of improvement:

1. As the experience of the most technologically advanced countries (primarily Western countries) shows in many leading universities, educational programs include disciplines that form the professional competencies of the modern development of science and technology, and the content of educational programs is associated with the development of the latest digital technologies (data science, artificial intelligence, cognitive technology). However, they are often not optimized by disciplines that shape the responsible use of the modern technology;

2. Reflecting the requirements of the digital economy to higher technical education, it is important to pay special attention to issues of interdisciplinary training. Software knowledge alone is often not enough. “The full use of modern computer engineering software systems that allow you to quickly solve problems of very high complexity is beyond the power of a “pure programmer”. Unlike an engineer, he does not possess fundamental knowledge, for example, in mathematical physics or the resistance of materials, which allow one to understand the essence of physical and mechanical processes described by a particular algorithm”²⁶²;

3. Advanced education can be ensured through such an interconnection of specialist training with the real economy. Such integration of education and practice can be carried out through a system of practices or through new types of corporate universities, in which students receive not only certain knowledge, but also form competencies that are actually used in practice. Qualification final works will become not only real, reflecting the real processes, but also containing certain directions for improving practice. A well-known Polish scientist and public figure notes: “Too

²⁶¹ Tiutiunnykova S., Berveno O. Education as a factor of the national economic development, p. 304-305.

²⁶² Belov S., Katko V. Artificial intelligence deficit.

often, today's economic policy is based on yesterday's economic theories in conditions when it increasingly has to react to tomorrow"²⁶³. Another direction of advanced education should be a system of research and development. Universities should be able to fulfill company orders in equipped, technically equipped laboratories. The collaboration of teachers and students can have a good result in the form of developing the skills and competencies necessary not only to recognize new problems, but also to find adequate solutions to these problems;

4. All programs must contain a humanitarian component. The rapid development of scientific and technological progress brings not only huge potential for improving the quality of life of the population, but also a huge number of threats and risks. Only the combination of humanitarian knowledge with the latest technology can strengthen the first and avoid the second.

The education system should include a wide variety of forms: full-time, part-time, distance, short-term and long-term. It must constantly adapt, tune in to the wave of those most important transformations that have embraced the world of work. At the same time, the education system should be multidisciplinary and multi-level. The modern economy needs specialists of different levels: top-level professionals (in the field of technology, management, production organization, etc.), IT programming and maintenance specialists, junior specialists, highly educated workers, and others.

The education system should be comprehensive and flexible, closely connected with social production, absorbing its signals, and regularly reacting to them. The modern education system is often and fairly criticized for its isolation from the real economy, despite the fact that it is in constant search of its new quality. However, the pace of its transformation is insufficient, which leads to the fact that the education system produces armies of graduates, but only a small number of them are arranged by profession. The imbalances between supply and demand for specific types of labor are growing, and universities do not have time to adapt to the new challenges of structural changes in the economy.

The global education market in 2017, according to the Teylor French Group, was \$4.4 trillion. From 2000 to 2014 the number of students was 207 million people²⁶⁴. One cannot disagree with the well-known American Sociologist R. Collins, expressed in the monograph "Middle Class Without Work", that the number of holders of higher education is growing, and the number of jobs available to them is decreasing. "Diploma inflation" is determined by the following, in our opinion, reasons:

- a high degree of isolation of the education system and economic practice;
- the loss of the formation of the "status" of the public good, its gradual transformation into a public-private good, which reduced the coordinating role of the state in the structural transformations of the education system;
- insufficient development of short programs. Today, programs for quickly mastering new skills are coming to the fore. IBM CEO Gini Rometti calls people who have such skills "new white-collar workers". In her opinion, this category includes mainly workers with advanced technical skills that are valuable to the digital economy, for example, cloud computing specialists²⁶⁵.

Educational sphere currently performs to a greater extent an additional social function. It keeps young people in universities, delaying the moment of its inclusion in the labor market. When we try to determine what the primary economy or education is, the economy pushes education forward, or vice versa, we forget about the need for their parallel and interdependent development. Examples of South Korea, Japan, and China indicate the prospects of such a development. The essence of the new social function of education is different: to logistically and qualitatively prepare and engage young people in the real world of the economy, to provide them with the opportunity to fully realize their human capital.

Let us return to our conclusion that modern technological changes should be tried on and controlled by society in terms of positive changes in it. Any technological changes can be called

²⁶³ Kolodko G. Whither the World: The Political Economy of the Future, p. 16.

²⁶⁴ Shpak Yu. Graduated Poverty, p. 4.

²⁶⁵ Shpak Yu. Graduated Poverty, p. 4.

progressive only if they have a positive impact on society. In the end, one should not forget that people created the economy for their safety and development, meeting their needs and improving the quality of life. In the context of the digitalization of the economy, the education sector must produce such an alloy of professionally competent specialists who can simultaneously safely and competently manage modern technological innovations, fairly manage the result, and protect our planet from destruction. The second anniversary Report of the Club of Rome contains a deeply substantiated call for the modernization of the education and upbringing system, which is adequate to the current complex tasks and challenges of socio-economic development. The club sees the task of education in the formation of youth “literacy for the future” (futures literacy).

We fully share this point of view and believe that the main mission of education is to know the world around it in order to preserve it in harmony with man, co-evolution with nature, and the entire living world of the planet.

Powered by the basic principles of education for the future, the recommendations contained in the report of the Jubilee. It should:

- based on “connectivity – relationships have been and will be the essence of learning; the use of information technology “is valuable and effective only when they promote communication between people”.

“Education should” arouse interest, to release energy, and actively zadey update themselves the ability of each student to learn for themselves and learn to help others.

Valuable, rooted in universal values and respect for cultural differences.

Focus on sustainability – most of the knowledge related to ecology, the interconnectedness of systems and sustainable development should in the future become part of the overall cultural balance.

Cultivate integral thinking, and not be limited to analytical thinking. Integral thinking is able to “perceive, organize, coordinate and reunite individual fragments and achieve a true understanding of the underlying reality”.

Proceed from the pluralism of knowledge “to give young minds the whole spectrum of conflicting and complementary perspectives”²⁶⁶.

In the world, the very paradigm of higher education, its content, methods and forms, are changing. Short training programs for quickly learning new skills and distance learning are becoming more and more popular. The trajectory of student learning is increasingly subject to individual needs and the choice of each teacher. It is necessary to constantly seek active student-centered teaching methods. It is important that in the process of reforming the sphere of education we do not allow the fact that high narrow professionalism will turn into fragmentation of the individual, that professionalism is separated from responsibility for one’s area of activity. It is essential that responsibility be synthesized into a shared collective responsibility for the future.

The education sector in the digital economy is undergoing significant changes in the organization, content, forms and methods of implementation. However, this transformation is contradictory, often chaotic and not systemic, with a great delay. Finding a way out of the global crisis of civilization, mastering the potential of the modern digital economy, is possible through the high quality of human society, its maturity and education, which actualizes the role of the educational sphere in achieving this quality. The scientific and educational process should take place at such an accelerated pace, and with such qualitative changes, with such an advance that it can prevent any destructive consequences of modern technology. Only a combination of technological and humanitarian knowledge can provide globally guided (controlled) development.

References

1. Ilyenkov, E. V. (1991). Philosophy and culture. Moscow: Politizdat (in Russian).
2. Fromm, E. (2013). Marx's Concept of Man: Including Economic and Philosophical Manuscripts. Bloomsbury Revelations.

²⁶⁶ Weizsaecker E., Wijkman A. Come On! Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet.

3. Bostrom, N. (2002). Existential Risks: Analyzing Human Extinction Scenarios and Related Hazards. *Journal of Evolution and Technology*, Vol. 9, No. 1.
4. Hawking, S. (2018). *Brief Answers to the Big Questions*. Bantam.
5. Tapscott D. (1994) *Digital Economy*. NY: McGraw-Hill.
6. Negroponte, N. (1995) *Being Digital*. NY: Knopf.
7. Margherio, L. et al. (1999). *The Emerging Digital Economy*, Department of Commerce, Washington, DC. [online]. [Cited 12. 04. 2020]. Available online: http://www.esa.doc.gov/sites/default/files/emergingdig_0.pdf.
8. World development report 2016: Digital Dividends. World Bank Group [online]. [Cited 12. 04. 2020]. Available online: <https://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>.
9. EAEU Digital Agenda 2025: prospects and recommendations. Overview of a joint study by the World Bank and the Eurasian Economic Commission [online]. [Cited 12. 04. 2020]. Available online: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/dmi/SiteAssets/2017.10.04%20%E2%80%9320EAES_A3fold_ENG_PRINT.pdf.
10. Digital Transformation Initiative. (2018). *Maximizing the Return on Digital Investments. System Initiative on Shaping the Future of Digital Economy and Society*. World Economic Forum.
11. Akhupkin, N. Yu., Volkova, N. N., Ivanov, A. E. (2018). The development of the digital economy and the prospects for the transformation of the Russian labor market // *Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*. No. 5. (in Russian).
12. Shpak, Yu. (2019). Graduated Poverty. Arguments and Facts. No. 5. (in Russian).
13. Tiutiunnykova, S., Berveno, O. (2017). Education as a factor of the national economic development. *Education and Society II*. University of Presov.
14. Belov, S., Katko, V. (2017). Artificial intelligence deficit. *Vedomosti*. 20th of March. (in Russian).
15. Kolodko, G. (2014). *Whither the World: The Political Economy of the Future*. Palgrave Macmillan UK.
16. Weizsaecker, E., Wijkman, A. (2018). *Come On! Capitalism, Short-termism, Population and the Destruction of the Planet*. Springer.

2.3. PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF EMOTIONAL STRESS CORRECTION

2.3. ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ КОРЕКЦІЇ ЕМОЦІЙНОГО СТРЕСУ

Вступ. У сучасних умовах існування будь-якого цивілізованого суспільства на перше місце постає проблема соціальної цінності людини, важливою об'єктивною умовою життєдіяльності якої є здоров'я. Серед різноманіття чинників, що визначають працездатність й інші характеристики здоров'я, велику роль відіграє емоційна (психічна) стійкість до стресових ситуацій, які виникають у повсякденному житті та професійній діяльності. Високий рівень емоційної стійкості до стресів є заставою збереження, розвитку і зміцнення здоров'я і професійного довголіття особистості.

Формування стресостійкості особистості є умовою соціальної стабільності, прогнозованості процесів, що відбуваються у суспільстві. Зростання на сучасну людину навантажень, зокрема емоційних, призводить до формування напруги, яка є одним з головних чинників розвитку різних захворювань. Шлях до здоров'я – це шлях до інтегральної особистості, що не розривається зсередини конфліктами мотивів, сумнівів, невпевненістю в собі тощо. На цьому шляху важливо пізнавати особливості власного психічного життя, що дозволить не тільки попередити виникнення хвороби, укріпити здоров'я, але і вдосконалити себе і взаємодію з зовнішнім світом.

Найбільший рівень емоційного стресу спостерігається у осіб, які виконують професійну діяльність в особливих та екстремальних умовах. Дослідження психологічної стійкості особистості в екстремальних умовах діяльності знаходиться у сфері наукового інтересу психології діяльності в особливих умовах. Ця проблема є пріоритетною для розуміння психологічних механізмів ефективності та надійності професійної діяльності працівників Державної служби України з надзвичайних ситуацій (ДСНС). Аналіз діяльності підрозділів ДСНС вказує на те, що фахівці постійно стикаються з дією негативних чинників травматичного стресу в процесі праці. У більшості випадків стрес-чинники професійного середовища рятувальників спричиняють ускладнення у професійній діяльності фахівців через хронічні психічні перевантаження, небезпеку і виникнення непередбачених ситуацій, високий ступінь відповідальності за ефективне виконання поставлених завдань, реальні загрози для власного життя та здоров'я, тривале емоційне напруження тощо. Виходячи із зазначеного, слід констатувати, що діяльність в екстремальних умовах потребує системної комплексної підготовки фахівців, яка має бути спрямованою зокрема на формування тих паттернів емоційної стійкості до професійного стресу, які найбільш вірогідно можуть виникати в реальних умовах життєдіяльності рятувальників.

Реакції на психотравмуючі чинники професійного середовища у фахівців екстремальних професій нерідко залишають після себе посттравматичну астеною, що може виявлятися у підвищеній стомлюваності, слабкості, емоційній виснаженості, помітному зниженні працездатності фахівця, надмірній тривожності тощо. Такі розлади викликають фрустраційну напруженість і дезадаптивну поведінку, які виявляються у міжособистісних конфліктах або обмеженості контактів, ухилянні від виконання службових обов'язків, грубих помилках у роботі та порушеннях дисципліни. Аналіз наукових праць вітчизняних учених (Н. Є. Афанасьєва, В. М. Корольчук, М. С. Корольчук, В. О. Лефтеров, С. Д. Максименко, С. М. Миронець, Є. М. Потапчук, В. П. Садковий, О. Д. Сафін, О. В. Тімченко та ін.) дозволяє стверджувати, що за останні роки питанню діяльності фахівців екстремальних професій, зокрема рятувальників, приділялася значна увага, що сприяло виведенню проблеми психологічного забезпечення діяльності на новий, більш високий рівень. Але, слід відзначити, що більшість як вітчизняних, так і зарубіжних досліджень стресу присвячені, переважно, розв'язанню теоретичних та дослідницьких проблем. Водночас, проблемі формування стресостійкості фахівців шляхом розробки тренінгових програм були присвячені лише окремі праці О. С. Колесніченка, Я. О. Овсяннікової, Н. В. Оніщенко, С. Ю. Лебедевої, В. М. Корольчук, В. О. Лефтерова та ін. Аналіз досліджень показує

пожвавлення інтересу вітчизняних вчених до проблем формування професійних якостей фахівців, зокрема і проблеми стресостійкості через застосування інтегративних комплексних програм, у тому числі й включення до них цільових тренінгів. Таким чином, психологічні знання в галузі стресових впливів і формування стійкості до них у фахівців екстремальних професій, набувають нового актуального значення.

Актуальність дослідження визначається такими чинниками:

1. Відсутність системи соціально-психологічних технологій формування емоційної стійкості у працівників ДСНС, а також психологічної допомоги в ситуації стресової напруги.

2. Накопичений в світі досвід застосування тілесної, дихальної, комунікативної й інтерактивної, когнітивної, релаксаційної технік в груповій тренінговій та індивідуальній роботі для безпосередньої практичної реалізації з метою формування стресостійкості у дорослих вимагає узагальнення. Але для їх сумісного застосування необхідний принцип, який об'єднає досягнення різних напрямів так, щоб вони не заперечували, а навпаки підвищували ефективність один одного в опрацюванні різних аспектів емоційної стійкості людини.

3. Відсутність психопрофілактичних заходів, заснованих на сучасних методах психологічної корекції емоційного стресу у працівників ДСНС.

Загальні підходи до психопрофілактики і психокорекції емоційного стресу у працівників ДСНС. Проблема корекції емоційного стресу зводиться до використання таких засобів і методів, які передбачають або усувають патологічні прояви, що обумовлені психологічними або іншими стресовими впливами. Велика кількість робіт присвячена опису загальних принципів і конкретних методичних прийомів запобігання і подолання несприятливих проявів стресу. Серед основних напрямів регулювання емоційного стресу виділяють: медикаментозний (фармакологічний), немедикаментозний (психотерапевтичний) і комплексний²⁶⁷.

В основу психотерапії осіб, які відчувають надмірну нервово-психічну напругу, покладені принципи патогенетичного підходу²⁶⁸. Суть цього підходу полягає в тому, що функціональні порушення нервово-психічної діяльності найтісніше пов'язані не тільки з об'єктивними характеристиками психогенії, психотравмуючої ситуації, але, в першу чергу, з особливостями системи відношень особистості, що опинилася в екстремальній ситуації і діяла в ній. Тип нервово-психічних порушень, їх глибина і клінічні прояви залежать не тільки від специфіки ситуації, але і від того, яким чином до неї відноситься суб'єкт, як він її оцінює, якого значення їй надає і яку позицію в даній ситуації займає.

Основними прийомами саморегуляції є навіювання і самонавіювання. Серед перших слід вказати навіювання наяву (якщо людині вселяють що-небудь, коли вона не спить) і навіювання в стані природного і гіпнотичного сну (коли перед сеансом навіювання фахівець занурює людину в своєрідний сон). У будь-якому випадку під навіюванням розуміється така дія на психіку, при якій слова починають сприйматися «на віру», майже беззаперечно, бездумно, як би в обхід логіки. До методів самонавіювання відносяться самонавіювання за Е. Куе (щоденне свідоме, вранці, вдень і увечері повторення по двадцять і більше разів певних фраз, наприклад: «Страх мій абсолютно безглуздий, він повністю зникне»; «Мій організм здатний виробляти речовини, які допоможуть мені зберегти спокій і подолати будь-які труднощі» і т. п.) і аутогенне тренування в його численних варіантах²⁶⁹.

Система аутогенного тренування (АТ) запропонована і розроблена І. Г. Шульцем. Вона направлена на вироблення у людини навичок довільної регуляції тону м'язів і роботи фізіологічних систем, що зазвичай не підлягають контролю свідомості. У стані повної релаксації суб'єкт дістає можливості нормалізувати режим їх функціонування, зняти

²⁶⁷ Бондаренко О. Ф. (2006): Психологічна допомога особистості. Харків: Фоліо. 237 с.

²⁶⁸ Гринберг Д. (2002): Управление стрессом. Санкт-Петербург: Питер. 352 с.

²⁶⁹ Белик Я. Я. (1988): Психическая саморегуляция в экстремальных условиях деятельности: научно-аналитический обзор. Москва: Академия МВД СССР. 47 с.

неприємне емоційне забарвлення відчуттів, довільно впливати на формування позитивного ставлення до того, що оточує.

В основі аутогенного тренування лежить встановлення зв'язків між словесними виразами або образними уявленнями і регуляцією стану різних органів. Це досягається тим, що людина систематично привчає себе занурюватися в особливий стан, що нагадує легку дрімоту. І. Г. Шульц рекомендував шість циклів вправ, які у поєднанні з певними формулами самонавіяння вважаються класичними. Ці шість вправ складають нижчий ступінь тренування. Він призначений, головним чином, для зняття нервової напруги, заспокоєння, нормалізації функцій організму. Для оволодіння ним потрібно в середньому три місяці щоденних занять по 20-30 хвилин. Наступний ступінь – вищий. На ньому людина оволодіває навичками занурення в стан «аутогенної медитації», що є, ймовірно, своєрідним засобом «самоочищення організму» від хвороб. На оволодіння другим ступенем АТ йде близько 8 місяців. Для скорочення цих термінів навчання поєднують з самонавіянням.

Існує безліч модифікацій методик АТ, вони широко використовуються в медичній практиці, спорті, педагогіці і екстремальних видах праці. Всебічно зростає інтерес до можливості їх використання в звичайних умовах професійної діяльності як засобу боротьби зі стресовими станами і надмірним стомленням. Є позитивний досвід застосування цих прийомів безпосередньо у виробничих умовах: при виконанні монотонної роботи, в складних видах операторської діяльності, для підвищення емоційної стійкості й зниження нервово-психічної напруги у курсантів при освоєнні програми льотного навчання і перед парашутними стрибками для зняття психоемоційної напруги і підвищення працездатності під час тривалих автономних походів у підводників.

В цілому, завдяки АТ збільшується можливість саморегуляції вищої нервової діяльності і вегетативних функцій, тренується воля, підвищується увага, поліпшується уява і стабілізуються емоції. Проте, у військах АТ широкого застосування не отримало, оскільки для оволодіння його основами необхідні місяці щоденних самостійних або групових занять. Тому актуальним є пошук і розробка такої методики АТ, яка була б адекватною умовам діяльності військовослужбовців. Разом з аутогенним тренуванням відома система саморегуляції Е. Джекобсона – «прогресивна релаксація» (розслаблення). Е. Джекобсон виявив, що при переживанні емоцій у людини напружуються скелетні м'язи. Для зняття емоційної напруженості він запропонував розслабляти їх. Цей спосіб допомагає знімати відчуття тривоги і страху.

У західній літературі багато уваги приділяється опису методів подолання стресу, заснованих на психоаналізі З. Фрейда, методах сугестії, медитації тощо. Разом з тим, не можна не згадати про можливість широкого використання в спортивній практиці, та й у військовій справі, різних комплексів спеціальних фізичних вправ, направлених на профілактику і подолання психоемоційної напруги і стресових станів. Найбільш ефективними серед безлічі комплексів фізичних вправ вважаються дихальні вправи. Змінюючи довільно режим дихання, людина змінює і режим своєї психічної діяльності. Тому дихальні вправи є одним з простих і надійних методів регуляції психічних станів²⁷⁰.

Основи культури дихальних вправ запозичені з системи йогів. Їх сенс полягає у свідомому контролі частоти, глибини і ритму дихання. Природним «метрономом», що допомагає задавати і контролювати ці параметри, служить частота серцевих скорочень (за пульсом встановлюється тривалість вдиху, видиху і затримки дихання). У практиці використовуються три типи вправ: повне черевне дихання і два види ритмічного дихання. При виконанні першої вправи вдих виконується через ніс. Вправа направлена на максимальне заповнення об'єму легень повітрям. Друга вправа полягає в повному диханні, здійснюваному в певному ритмі (краще – в темпі ходьби). Вдих – на 4, 6 або 8 кроків, потім затримка дихання, що дорівнює половині кроків, зроблених при видиху. Видих розраховується на ту ж кількість кроків (4, 6, 8). Третя вправа відрізняється від другої тільки

²⁷⁰ Гримак Л. П. (1989): Резервы человеческой психики. Москва: Политиздат. 319 с.

умовами видиху: поштовхами через щільно стислі губи. Використання дихальних вправ у комплексі з іншими прийомами підвищує їх ефективність. Особливо сприятливим є їх поєднання з напругою і розслабленням м'язів. Роблячи затримку вдиху на тлі напруги м'язів, а потім спокійний видих, що супроводжується розслабленням м'язів, можна зняти надмірне хвилювання.

Окрім дихальних застосовуються й інші спеціальні вправи. Не вдаючись до докладного їх опису, вкажемо, що цілеспрямоване їх застосування сприяє корекції і розвитку слабо розвинених, але професійно важливих психофізіологічних якостей, рівень розвитку яких за інших рівних умов є важливим чинником стресостійкості.

Проблема корекції емоційного стресу багатогранна. Найбільш успішними виявляються комплексні підходи до профілактики і подолання несприятливих проявів стресу²⁷¹. Більш того, використання психологом якогось одного напрямку корекції стресу не є ефективним.

Корекція стресу повинна відповідати сучасному уявленню про стрес. Так, якщо ми вважаємо, що стрес визначає не окремі впливи і реакції, а цілісний інтегральний стан особистості, а сама особистість – цілісною багаторівневою системою, то, вочевидь, корекція стресу повинна здійснюватися не окремими діями, направленими на боротьбу з певними симптомами, а системою, комплексом дій, спрямованих на оптимізацію стану особистості в цілому. Отже, вирішувати проблему корекції стресу необхідно з позицій комплексного підходу.

Комплексний підхід повинен включати не тільки спільне використання медикаментозних і немедикаментозних методів і засобів, але і систему професійного відбору, при проведенні якого можна було б виключити осіб, що відрізняються низькою стресовою толерантністю, і тим самим ще на етапі, що передує дії екстремальних чинників, підвищити у відібраного контингенту один з компонентів психофізіологічного забезпечення стресостійкості.

Програма психокорекційних заходів для працівників ДСНС України. Метою емпіричної частини роботи є вивчення особливостей емоційного стресу у працівників ДСНС з різним стажем роботи. У дослідженні брали участь працівники підрозділів ДСНС, які мають різний стаж роботи, віком від 24 до 40 років. Відповідно до мети і завдань дослідження всіх досліджуваних було розподілене на три групи залежно від стажу роботи в системі ДСНС. Першу групу склали працівники ДСНС зі стажем роботи до одного року, другу – зі стажем від трьох до п'яти років, третю – зі стажем понад десять років. Також було підібрано та використано відповідні меті та завданням дослідження психодіагностичний інструментарій та методи математичної статистики.

Проведене дослідження психологічних особливостей емоційного стресу працівників ДСНС з різним стажем роботи показало: у досліджуваних зі стажем роботи понад 10 років сформованими є всі фази емоційного вигорання: напруги, резистенції і виснаження. Тобто можна говорити, що після 10 років роботи в підрозділах ДСНС працівники є «емоційно вигорілими». У досліджуваних із стажем роботи від 3-х до 5-ти років сформувалися фази резистенції і виснаження. У досліджуваних із стажем роботи понад 10 років явно вираженими є тривога, астения, obsesивно-фобійні порушення і вегетативні порушення. Із збільшенням стажу роботи в підрозділах ДСНС спостерігаються значне підвищення нервово-психічної напруги і вираженість астеничних станів. Також – зниження інтересу до професійної діяльності, інших людей, життя в цілому; значне зменшення емоційного тону і підвищення загальної напруги.

Сучасне розуміння тренінгових програм включає велику кількість традиційних методів групової психотерапії і психокорекції. Більшість шкіл групової психотерапії та тренінгів виникла в межах основних напрямів психології – психоаналізу, біхевіоризму, гештальтпсихології, гуманістичної психології – або в результаті поєднання різних теоретичних підходів. Цілі тренінгу, переважно, пов'язані з відкриттям нового в собі і ззовні,

²⁷¹ Козлов В. В. (2007): Работа с кризисной личностью: методическое пособие. 2-е изд. доп. Москва: Психотерапия. 336 с.

з усвідомленням і використанням в практичній діяльності нових способів і поведінкових моделей. Вони ґрунтуються на мотивації особистого і професійного прогресу, виходячи за рамки окремої особистості. Цілі психотерапії переважно пов'язані з перетворенням «деструктивного і недостатнього» в «конструктивне і достатнє», вони зазвичай не пов'язані безпосередньо з підвищенням ефективності професійної діяльності, акцентують увагу на особистості.

Під психологічним тренінгом ми розуміємо практичний метод для роботи зі здоровими людьми з метою розв'язання завдань розвитку і вдосконалення якостей, необхідних для оптимізації професійної діяльності й в цілому особистісної самореалізації. Професійно-орієнтовані тренінги є системою цілеспрямованих тренувань і вправ, що дозволяють ефективно розвивати професійно-значущі якості фахівця. Ці тренінги спрямовані також на оволодіння людиною системою відповідних психологічних прийомів, що підвищують ефективність її професійної діяльності. Професійна діяльність рятувальника, виконання ним завдань за призначенням і адаптація до умов праці забезпечуються роботою функціональних систем організму і психіки.

Дія робочого навантаження супроводжується зусиллями людини, направленими на реалізацію завдань діяльності. Ці зусилля виявляються в процесах підвищення рівня активності, мобілізації різних фізіологічних систем і психічних якостей людини. Залежно від інтенсивності емоційного навантаження, складності й відповідальності виконуваних завдань, екстремальності умов їх виконання та індивідуальних особливостей фахівця (підготовленості, досвіду, професійних здібностей та ін.) реакція його організму і психіки в процесі діяльності може виявлятися у вигляді функціональної напруженості, а також у формі стійких функціональних порушень і розладів (перевтома, психологічний стрес тощо). При фізичних та емоційних перевантаженнях в процесі діяльності у рятувальників виникає функціональна напруженість – надмірна, неадекватна реакція організму і психіки на відповідні види навантаження. Така напруженість може проявлятися як в емоційному, так і в операційному вигляді. Емоційна напруженість (тривога, фрустрація, страх тощо) виникає в результаті дії негативних стрес-чинників (подразників), операційна – внаслідок складності виконуваної праці. Нервово-психічна напруженість характеризується змінами функцій вегетативної нервової системи, що відображаються в показниках діяльності, серцево-судинної і дихальної систем, потовиділення, шкірно-гальванічної реакції, температури тіла і шкіри тощо. Також показниками напруженості є зміни м'язового тону рук, електричної активності непрацюючих м'язів, швидкості рухових реакцій тощо. У таких станах відбувається звуження обсягу і порушення стійкості уваги, виникають помилки у відтворенні інформації. Таким чином, все зазначене підтверджує необхідність введення до процесу спеціальної професійно-психологічної підготовки рятувальників засобів формування та розвитку емоційної стійкості до негативних чинників професійного середовища.

У психологічній практиці розроблено достатньо підходів і прийомів, направлених на подолання негативних чинників професійної діяльності. Всі вони безпосередньо пов'язані з розвитком внутрішніх психічних і особистісних ресурсів – психічної саморегуляції, відповідних особистісних якостей, ефективних стратегій поведінки і подолання стресових ситуацій. Аналіз літератури свідчить, що застосування методів психічної саморегуляції є досить ефективним і сприяє зниженню нервово-психічної напруженості і емоційних переживань у стресових ситуаціях, підвищенню емоційної і психофізіологічної стійкості індивіда до впливу на психіку різноманітних негативних стрес-чинників, сприяє формуванню готовності до адекватного реагування на різноманітні екстремальні фактори професійного середовища²⁷². Тому, з метою психопрофілактики наслідків негативного впливу професійного стресу, підвищення рівня емоційної стійкості фахівців рятувальних підрозділів нами розроблено тренінгову програму, пріоритетна роль в якій належить

²⁷² Овсяннікова Я. О. (2010): Соціально-психологічний тренінг як засіб відновлення психологічної стійкості рятувальників МНС України: автореф. дис. канд. психол. наук. 19.00.09. Харків. 19 с.

навчанню рятувальників прийомам психічної саморегуляції і психічного самоконтролю в екстремальних умовах діяльності.

При формуванні змістових блоків розробленої Програми використовувалися надбання психологів Харківської школи екстремальної та кризової психології: Н. В. Оніщенко, О. В. Тімченко, В. Є. Христенко, Л. А. Перелигіної, Н. Є. Афанасьєвої, Я. О. Овсяннікової, В. Ф. Боснюка, Н. О. Світличної, О. М. Косолапова та інших. Тренінгова програма призначена для навчання рятувальників навичкам свідомої саморегуляції психічних станів, оволодіння методами зняття психологічної напруги за допомогою релаксаційних вправ. Крім того, у структурі тренінгу є блок, спрямований на розвиток й удосконалення індивідуальних якостей, які обумовлюють підвищення рівня стійкості рятувальників до негативних чинників професійного стресу.

Тренінгова програма базується на результатах емпіричного дослідження, що дало змогу розробити організаційно-методичне забезпечення формування емоційної стійкості рятувальників. Практична цінність Програми тренінгу полягає в тому, що її використання дає змогу оптимізувати рівень працездатності, психічний та фізичний стан рятувальників.

Мета тренінгу: ознайомити учасників з основними прийомами регуляції емоційного стану, послабити вплив стресової ситуації та навчити долати наслідки стресу.

Завдання тренінгу:

- Навчити рятувальників основам емоційної саморегуляції.
- Ознайомити учасників із засобами зняття напруги і втоми.
- Відпрацювати навички застосування засобів саморегуляції.

Категорія учасників: працівники ДСНС зі стажем роботи понад 10 років, які були розподілені у дві тренінгові групи (12 та 13 осіб відповідно). Тривалість тренінгу: 40 годин – 5 днів по 8 годин.

Результати психодіагностичного обстеження учасників тренінгу, яке було проведене до та після тренінгу, свідчать, що запропоновані тренінгові вправи, техніки, ігри сприяють зняттю емоційної напруги; вдосконаленню особистісних якостей, що розвивають та стабілізують внутрішню гармонію; корегуванню емоційних та поведінкових професійних стереотипів; підвищенню настрою, працездатності, уваги, поліпшенню загального психічного стану. Використання програми тренінгу дає змогу оптимізувати рівень працездатності, психічний та фізичний стан рятувальників. Саме тому вона може бути рекомендованою до використання у процесі психологічного супроводу професійної діяльності фахівців екстремального профілю, зокрема, рятувальників.

Висновки. Аналіз психологічної літератури з проблеми емоційного стресу працівників ДСНС показав, що тривалі емоційні навантаження при роботі з людьми в ситуаціях кризи або надзвичайної події; непередбачуваність результату ситуації; змінний графік роботи; відсутність психопрофілактики і психогієни праці; низька заробітна плата – є потужними стресорами для професіоналів цієї сфери. Відсутність спеціальної психологічної допомоги фахівцям ризиконебезпечних професій може призводити до розвитку соматичних захворювань та нервово-психічних розладів.

Дослідження рівня емоційного стресу у працівників ДСНС з різним стажем роботи показало, що із збільшенням стажу роботи підвищується рівень емоційного вигорання; вираженими є тривога, астения, obsesивно-фобійні порушення і вегетативні порушення; спостерігається значне підвищення нервово-психічної напруги і вираженість астеничних станів; зниження інтересу до професійної діяльності, інших людей, життя в цілому; значне зменшення емоційного тону і підвищення загальної напруги.

Розроблена програма тренінгу є обґрунтованим методичним засобом і може бути рекомендована для подальшого її впровадження в діяльність підрозділів ДСНС України та інших фахівців екстремальних видів професій. Результати, одержані в ході дослідження, також можуть бути використані для підвищення ефективності відбору, адаптації, психологічного супроводу професійної діяльності фахівців рятувальних підрозділів в екстремальних умовах життєдіяльності. У програмі тренінгу розроблено та апробовано

шляхи формування емоційної стійкості до впливу стрес-чинників у ході виконання професійних завдань, боротьби з негативними психічними станами, саморегуляції та релаксації.

Література

1. Афанасьєва Н. Є. (2017): Психологічне консультування фахівців екстремального профілю: теорія, методологія, практика: монографія. Харків: НУЦЗУ. 315 с.
2. Афанасьєва Н. Є., Перелигіна Л. А. (2015): Теоретико-методологічні основи соціально-психологічного тренінгу: навчальний посібник. Харків: НУЦЗУ. 320 с.
3. Белик Я. Я. (1988): Психическая саморегуляция в экстремальных условиях деятельности: научно-аналитический обзор. Москва: Академия МВД СССР. 47 с.
4. Бондаренко О. Ф. (2006): Психологічна допомога особистості. Харків: Фоліо. 237 с.
5. Гримак Л. П. (1989): Резервы человеческой психики. Москва: Политиздат. 319 с.
6. Гринберг Д. (2002): Управление стрессом. Санкт-Петербург: Питер. 352 с.
7. Козлов В. В. (2007): Работа с кризисной личностью: методическое пособие. 2-е изд. доп. Москва: Психотерапия. 336 с.
8. Миронец С. М., Тімченко О. В. (2008): Негативні психічні стани рятувальників в умовах надзвичайної ситуації: монографія. Київ: ТОВ «Видавництво «Консультант». 232 с.
9. Овсяннікова Я. О. (2010): Соціально-психологічний тренінг як засіб відновлення психологічної стійкості рятувальників МНС України: автореф. дис. канд. психол. наук. 19.00.09. Харків. 19 с.
10. Перелигіна Л. А., Афанасьєва Н. Є., Світлична Н. О. (2016): Соціально-психологічні чинники збереження психологічного здоров'я працівників ДСНС: монографія. Харків: ХНАДУ. 260 с.

2.4. PERSONAL DEVELOPMENT OF THE LAW STUDENTS IN THE INFORMATION SOCIETY

2.4. РОЗВИТОК ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТІВ-ЮРИСТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

У наш час безперервний і величезний потік інформації впливає на зміну системи цінностей людини і трансформує її інформаційну поведінку, тобто ту сукупність дій, яку людина використовує, щоб отримати нові знання і поширити його у суспільстві.

Особлива роль у розвитку, отриманні та розповсюдженні інформатизації належить інтернету, який є постачальником інформації і механізмом підтримки цілісності суспільства в умовах глобалізації. За допомогою інтернету людина має реальний доступ до різноманітної інформації і, як наслідок, має можливість бути в курсі різних подій в реальному часі. Сучасне життя невпинно наповнюється новими технологіями і, водночас, сучасне суспільство робить інформацію одним з найбільш затребуваних товарів і тим самим зумовлює постійний підвищений попит (Matvienko, 2009).

Нині інтернет – це основа формування і розвитку інформаційного суспільства, джерело знань і засіб комунікації суб'єктів інформаційного суспільства. Іншими словами, інтернетом вважають інформаційний простір, де здійснюється інформаційний обмін учасників суспільних відносин. Інтернет також пов'язує з інформаційною революцією, яка, скорочуючи відстані, об'єднала мільйони людей і тим самим ліквідувала перешкоди для спілкування в різних областях культури і освіти (Kochetov, 1999, p. 43).

В останні роки дослідників цікавлять освітні аспекти формування інформаційного суспільства, які пов'язані з аналізом проблем постійного підвищення кваліфікації, отримання або відновлення знань і навіть освоєння нових видів діяльності. Розвиток інформаційного суспільства потребує забезпечити адекватність освіти за допомогою динамічних змін суспільстві під час зростання обсягу інформації через стрімкий розвиток нових інформаційних технологій.

Інформаційне суспільство стало предметом вивчення в різних галузях. Це праці вітчизняних та зарубіжних авторів: Гуль А. Ю., Кошевої Є. О., Лукіної Т. Н., Карімова А., Матвієнко Д. В., Ромащенко В. А., Чуркіної Л. Ю. та ін.

Незважаючи на досить велику кількість робіт, багато проблем, пов'язаних з осмисленням динаміки розвитку сучасного студентського інформаційного суспільства, перш за все, формування його уподобань щодо використання потоку інформації з інтернету, залишаються недостатньо розробленими. Цією обставиною і був обумовлений вибір проблемного поля, об'єкта і предмета дослідження.

Об'єкт дослідження – інформаційне студентське суспільство як рушій динамічних змін у суспільстві. Предмет дослідження – формування уподобань студентського інформаційного суспільства у сфері права.

Інформаційне суспільство – це суспільство, в якому інформація стає головним ресурсом економіки. До його основних показників відносять такі аспекти:

- інформаційна сфера за темпами розвитку виходить на перше місце;
- інтелектуальна власність – основна форма власності;
- формування нових критеріїв рівня розвитку суспільства за кількістю комп'ютерів, підключень до Інтернету і т.д.;
- створення єдиної національної інформаційної системи;
- поява нових потреб суспільства: підготовка спеціалістів в сфері ІТ і юристів як людей для обслуговування інформаційного суспільства (Romashchenko, 2018, p. 22-23).

Спілкуючись в інформаційному суспільстві, люди починають існувати «надпросторово». В результаті взаємного проникнення культур, безперервного обміну культурними цінностями і практично миттєвого поширення інформації, людина несвідомо стає «громадянином світу» (Gul, 2016, p. 54).

Роль соціальних мереж в сучасній комунікації зараз складно переоцінити. Їх популярність пояснюється такими перевагами:

- 1) миттєва комунікація;
- 2) наявність міжособистісних зв'язків;
- 3) самовираження людини, яке не залежить від соціального статусу, добробуту, статі і віку людини;
- 4) компенсування нестачі уваги;
- 5) вибір різних захоплень (Gul, 2016, p. 55).

При взаємодії людини з електронними мережами породжується певний тип поведінки – інформаційна поведінка – та система дій, яка необхідна для взаємодії з інформаційним світом. Розмежовують ще такі взаємопов'язані поняття як: «медіаповедінка» і «інтернет-поведінка», у значеннях яких підкреслюється взаємодія особистості з середовищем, наповненим розширеною інформацією.

Щоб проаналізувати ці поняття звернемось до основних періодів розвитку інформаційного суспільства.

На першому етапі формування інформаційного суспільства (1960-70-ті рр.) відбувалося посилення ролі мас-медіа; спостерігалася тенденція до глобальної інтеграції і, відповідно, формувалось абсолютно нове глобальне бачення світу. Другий етап (1980-ті рр.) висуває значущість культурного дозвілля. На третьому етапі (1990-ті рр.) формується нове суспільство – мережеве суспільство (Kosheva, 2008).

Мережеве суспільство трактують як систему, що формується навколо комунікаційного базового ядра, яке впливає на індивідуальні дії та думки (Lukina, 2005, p. 88).

Таким чином, ще донедавна можна було стверджувати, що телебачення є найбільш популярним масовим методом отримання інформації. Засоби масової інформації дійсно впливали на суспільну свідомість людей, спонукали їх досягати певних цілей і в результаті зробили великий внесок у функціонування суспільства. Особливо суттєвим був вплив ЗМІ на формування молоді. Засоби масової інформації керували і направляли особистість у певне русло і у такий спосіб формувалась *медіа поведінка* молодого покоління. Це може пояснити тим, що соціальна група молоді активно черпала інформацію, бажаючи бути в курсі всіх подій світу.

На сьогоднішній день комунікації людей у мережах формують нову соціальну структуру і є базою мережевого суспільства. Сьогодні комунікаційні технології продукують соціальні спільноти з наперед заданими освітніми або професійними рисами. Такі спільноти мають свої характеристики та особливості існування, закономірності розвитку. Слід зазначити, що соціальна сфера, де взаємодіє це суспільство, перетворюється у віртуальну реальність (Savelieva, 2012, p. 90).

Отже, пріоритети в отриманні інформації змінились і на перший план виходить *інтернет-поведінка*. Аналізуючи поведінку українців в інтернеті як представників електронного суспільства, слід зазначити, що це поняття багатоаспектне, адже основні потреби, що заохочують людей користуватись інтернетом – це розваги, пошук інформації і комунікація, серед яких саме час на розваги витрачається більше всього. Не складно здогадатися, що найбільш активними учасниками електронного середовища є молоді люди, а саме, студентська молодь і їх розвиток як особистості відбувається в умовах інтенсивного впливу інформаційного оточення.

Активна інтернет-поведінка молоді є причиною того, чому система освіти активно реагує на дану ситуацію. В університетах зараз активно впроваджується і функціонує електронне навчання, як розвиток знань, навичок і компетенцій у студентів за допомогою комп'ютерних технологій. Серед основних переваг електронної освіти можна зазначити:

- 1) наявність всіх рис сучасного навчання;
- 2) доступність навчання різним верствам суспільства;
- 3) економія значних коштів під час навчання великих груп студентів;

- 4) персоніфікація навчання;
- 5) інтерактивність і постійне оновлення програм;
- 6) відсутність необхідності відвідувати заняття.

Важливою особливістю сучасних інформаційних технологій є те, що їх використання забезпечує активну участь студентів у навчальному процесі, оскільки інтеграція тексту та різноманітні анімації створюють нове, різноманітне, насичене навчальне середовище. Викладання за допомогою ІТ дозволяє викладачам керувати процесом навчання, оскільки інтерактивні можливості дистанційного навчання забезпечують швидкий зворотній зв'язок та стимулюють діалог між викладачем і студентом. Така форма набуття знань та вмінь спрямована на самовдосконалення, самостійність, поліпшення культурного та професійного рівнів особистості. Слід також зазначити, що процес навчання не залежить від часу, місця розташування і навчального закладу (Karimov, 2011, p.300).

Електронна освіта також тісно пов'язана з поняттям безперервної освіти, сутність якої полягає в адаптації особистості до мінливого ринку праці та реалізації професійної діяльності в умовах сучасної економіки та швидкого зростання технологічних інновацій. Темпи економічних змін настільки високі, що людина відчуває себе як у калейдоскопі, насилу сприймаючи світ як одне ціле. В таких умовах гостро стоїть завдання підготовки фахівця нового формату, компетентного для роботи в інформаційному суспільстві, де відбувається інтеграція технологічних діяльностей та інтернету. Основа навчальних закладів нового формату це велика кількість різних джерел для навчання, інформаційних матеріалів та мультимедійних ресурсів, які можна підлаштувати під індивідуальні потреби особистості та рівень її навчальних досягнень (Morze, Smyrnova-Trybulska, Glazunova, 2017, p. 222).

Молоді люди є основними учасниками освітніх послуг. Їм необхідно вчитися і здобувати професійні навички, бути готовими до майбутньої кар'єри. Особливо це важливо в нових швидко мінливих умовах інформаційного суспільства. В освітньому аспекті навчання має велику частку самостійності та автономності в умовах взаємодії на відстані. Тому одна з пріоритетних цілей освіти сьогодні – подолати ризики електронного середовища та створити умови для конструктивного і соціально позитивного саморозвитку. При розробці електронних курсів і електронних ресурсів необхідно знати ставлення і готовність студентів до безперервної освіти, бачити баланс між успішним навчанням і великим ступенем самостійності, яка є необхідною у сучасному процесі отримання освіти.

Статистика показує, що готовність до безперервної електронної освіти особливо характерна для студентів технічних спеціальностей. Інформаційні технології надають студентів технічного профілю певну перевагу та ступінь свободи і вимагають від нього вміння самостійної організації своєї навчальної діяльності, самоосвітньої діяльності, пов'язаної з умінням працювати з різними джерелами інформації, самостійно знаходити і вибирати необхідний матеріал, ефективно вирішувати інформаційну проблему. Можливість застосування сучасних інформаційних технологій для самоосвіти набагато легше для таких студентів, оскільки вони мають відповідну необхідну спеціальну технічну практику і різні навички, а в такому разі їм легше скористатися представленими ресурсами.

Цінність безперервної освіти є безперечною і вважається важливою для успішної професійної діяльності в будь-якій сфері. Велике значення це має і для фахівців у сфері права, оскільки вони мають йти в ногу з часом, постійно поглиблюючи свої знання і напрацьовувати репутацію в цій сфері. Більше того, в сфері юриспруденції цінуються універсальні фахівці, які повинні вміти складати договори та інші ділові документи, проводити їх юридичний аналіз, складати запити, вміти проходити процедури оформлення різноманітної документації. А оскільки оформлення таких документів або ж проходження процедур може змінюватися, юристам слід постійно навчатися.

Отже, професійний статус в умовах високої конкуренції необхідно постійно підтверджувати, зміцнювати та підвищувати. Можливості курсового навчання (переатестація, курси підвищення кваліфікації тощо) не створюють міцного фундаменту

професійної мобільності, тому що не формують багаторівневість знання, а лише визначають спрямований лінійний розвиток на певному рівні. Саме безперервність освіти сформує професіоналізм і професійну гнучкість людини. На думку дослідників безперервна освіта – це шлях і засіб творчого зростання особистості, конструктивного подолання тяжких ситуацій соціальної і професійної життєвої кризи. Канали реалізації безперервної освіти охоплюють всю сферу офіційної та неофіційної освіти і включають державну освітню систему, приватні навчальні заклади, очне, вечірнє, очно-заочне і заочне навчання (Churkina, 2015, p. 20).

Саме тому, в даному дослідженні ми акцентували увагу на майбутніх юристах. У дослідженні взяло участь 60 студентів 1 курсу, 72 студента 2 курсу і 120 студентів 3 курсу з КПІ ім. Сікорського (студенти напряму «Правознавство»).

Дослідження містило кілька етапів. На першому етапі для студентів була розроблена анкета, яка включала в себе кілька запитань, релевантних тематиці дослідження – «Використання інтернету для формування особистості». В опитуванні студентів просили розкрити деякі поняття або ж оцінити ступінь вираженості відповідної ознаки або переваги.

На другому етапі, був проведений статистичний аналіз відповідей: описова статистика з усіх питань, включаючи розподіл відповідей на питання для всіх респондентів; порівняльна статистика для перших, других і третіх курсів.

Аналіз результатів дослідження. Перше завдання було пояснити поняття «безперервна освіта». Аналіз відповідей показав, що студенти 1 курсу загалом не замислювалися над таким терміном або взагалі не чули про таке – 86%. Трохи краща ситуація на другому курсі, коли студенти розглядають безперервну освіту як постійне відвідування лекцій, намагаючись при цьому отримати додаткові знання на курсах – 57% студентів. 43 відсотки студентів навіть не змогли відповісти на це запитання. На 3 курсі спостережено абсолютно іншу картину, оскільки всі студенти намагалися відповісти на це запитання. Серед них були такі: неперервна освіта – це отримання кількох других освітніх бо відвідування курсів, де студент таким чином вдосконалюється у своїй сфері або, намагаючись йти в ногу з трансформаціями в суспільстві, шукають нові сфери роботи. Отже, аналіз відповідей показав, що студенти-першокурсники ще мало замислюються про безперервну освіту, але з часом, протягом навчання починають розуміти її значення у подальшому житті.

Безперервна освіта тісно пов'язана з самоосвітою студента, оскільки вона має поєднувати періоди самоосвітньої діяльності людини з періодами навчання в університетах; поєднувати виробничу працю з навчанням і постійною професійною підготовкою та перепідготовкою. Тут слід наголосити, що провідним видом діяльності в інформаційному суспільстві стає робота з інформацією, яка є різновидом самоосвіти (Churkina, 2015, p. 21).

Оскільки в опитуванні мова йшла про самоосвіту за допомогою інтернету, студентам було запропоновано запитання щодо їх активності в соціальних мережах. Як з'ясувалося, студенти всіх курсів зареєстровані в різних мережах, серед яких особливо можна виділити: Telegram, Instagram, Youtube, Facebook. Чи знаходили вони там інформацію, корисну для їх самоосвіти? Відповідь була позитивною у всіх студентів різних курсів. Студенти також перерахували сайти, де вони могли отримувати інформацію для своєї самоосвіти, причому самоосвітою вони займалися у таких сферах як: вивчення іноземної мови, поглиблення знань у законодавстві України, керування авто (Prometheus, Quizlet, EdEra, Lingualeo, телеграм канали – Адвокат права, Zakon.rada.gov.ua, GreenWay.com, Конституція України). Як відзначали студенти 3-го курсу, зазначені сайти – це дуже важливі сайти, в яких описані сучасні тенденції розвитку людини в різних сферах діяльності і звичайно, вони корисні для самоосвіти серед молоді. Цікаво, що деякі студенти для самоосвіти читають різні форуми, де обговорюються актуальні теми, пов'язані із самоосвітою.

Студенти-юристи також проходять онлайн-курс (www.bca.education, http://loyer.com.ua, https://vse-kursy.com) переважно в юридичній сфері, де розкриваються основні поняття певної галузі знань і основи найважливіших правових галузей –

конституційного, цивільного, сімейного, спадкового, адміністративного та кримінального права.

Аналіз відповідей показав, що студенти в цілому позитивно оцінюють свою готовність до безперервної освіти і на запитання, чи вірять вони в ефективність самоосвіти за допомогою інтернету тільки 9% оцінили свою невпевненість у подальшому навчанні.

Однією з головних проблем, що пов'язана з входженням студента в інформаційне суспільство, є розрив між зростаючим потоком інформації і можливостями отримувати необхідні знання для професійної діяльності. Дуже часто студент розривається між тим, як розподілити час, отримуючи різні типи інформації. Тому необхідно готувати суспільство, а саме, молоде покоління, яке змогло б впоратись з цим інформаційним потоком і вести пошук інформації раціонально та підготовлено, тобто здійснювати адекватну інформаційну поведінку.

Проведено опитування також щодо проміжку часу, який йде на самоосвіту і відповідно, скільки часу витрачається на розважальні цілі. Тут була виявлена закономірність – чим дорослішим стає студент, тим більш він витрачає час на розвиток своєї особистості за допомогою соціальних мереж. Якщо усереднено розглядати першу цифру, витрачену на самоосвіту і другу – на розваги, то ми можемо спостерігати, як студент згодом починає усвідомлювати значення самоосвіти і її необхідність для свого розвитку (Табл. 1).

Таблиця 1.

Курс навчання студентів	Відсоткове відношення часу, витраченого на самоосвіту	Відсоткове відношення часу, витраченого на розваги
1	30	70
2	36	64
3	50	50

Отже, результати проведеного дослідження дають підставу для опису ряду характеристик інформаційної поведінки студентів-юристів в контексті розвитку інформаційного суспільства за допомогою безперервної освіти, в тому числі з урахуванням специфіки майбутньої професійної діяльності в юридичній сфері. Студенти дійсно розуміють важливість навчання протягом усього життя і сприймають це як ціннісні орієнтації в світі людських потреб і вимог нашого часу. Вони також розуміють важливість самоосвіти під час їх навчання в університеті. Проте, їх інформаційне поведінка не завжди основана на ефективності застосування існуючих інформаційних ресурсів. Наприклад, освітня діяльність студентів першого курсу поки що не сформувалася, а тому така тенденція може призводити до того, що основним вектором роботи викладачів зі студентами-юристами є заохочення студентів до самоосвіти як фактора розвитку особистості і розуміння важливості постійного самовдосконалення. Опитування показали, що студенти можуть бути зацікавлені в своєму розвитку і поза навчальній діяльності і викладачам слід виявляти і підтримувати ці інтереси.

Виявлено, що самоосвіта, як самостійний спосіб отримання нових знань, передбачає звернення до соціальних мереж та Інтернет-спільнот. Однак, студенти часто витрачають більше часу на розважальні цілі, а це означає, що викладачам доведеться вирішувати завдання мотивації студентів до самоосвіти та наукових досліджень.

Література

1. Churkina, L. Yu. (2015): Continuous education as a condition of professional mobility. Young scientist. № 11.1. 19-22. [Cited 2. 03. 2020.] Available online: <https://moluch.ru/archive/91/19321/> [in Russian].
2. Gul, A. Yu. (2016): The role of social networks in modern communication practices. Cultural Studies – 2016: Proceedings of International Scientific and Practical Conferences, March 16-19, 2016, Ekaterinburg, 52-56. [in Russian].

3. Karimov, A. (2011): The informational and educational environment for professional education. Journal "Lifelong education: continuing education for sustainable development" 299-300. [Cited 2. 03. 2020.]. Available online: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-informational-and-educational-environment-for-professional-education>. [in English].
4. Kochetov, A. N. (1999): The influence of the Internet on the development of society. Information Society, №. 5, 43-46. [in Russian].
5. Koshevaya, E. A. (2008): Formation of the information society as a cultural problem. Thesis for a candidate's degree in cultural science, specialty: 24.00.01. Saransk. Available online: <https://www.dissercat.com/content/formirovanie-informatsionnogo-obshchestva-kak-kulturologicheskaya-problema> [in Russian].
6. Lukina, T. N. (2005): Axiological and ideological status of a network society in the information social space: statement of the problem. Open interdisciplinary electronic journal "Humanitarian Informatics", Issue 3. [Cited 2. 03. 2020.]. Available online: <https://cyberleninka.ru/article/n/aksiologicheskij-i-ideologicheskij-status-setevogo-obshchestva-v-informatsionnom-sotsialnom-prostranstve-postanovka-problemy/viewer>[in Russian].
7. Matvienko, D. V. (2009): Culture of information behavior of Internet users: philosophical and cultural research. Thesis for a candidate's degree in philosophy, specialty: 24.00.01. Krasnodar. [in Russian].
8. Morze, N., Smyrnova-Trybulska, E., Glazunova, O. (2017): Design of a University Learning Environment for SMART Education. In Smart Technology Applications in Business Environments. Hershey, PA: IGI Global, 221-248. doi: DOI: 10.4018/978-1-5225-2492-2.ch011 [in English].
9. Romashchenko, V. A. (2018): Legal Regulation of the Information Society in Ukraine: A General Theoretical Study: Thesis for a candidate's degree in law, specialty: 12.00.01. Odesa. [in Ukrainian].
10. Savelyeva, T. P. (2012): Modern Network Society: Problems of Definition. Suchasnesuspilstvo, Vol. 1, 87-92. [in Ukrainian].
11. Churkina, L. Yu. (2015): Continuing education as a condition of professional mobility. Young scientist. No. 11.1. P. 19-22. [in Russian].

2.5. THE PROBLEM OF BULLYING IN THE MODERN INFORMATION SOCIETY

2.5. ПРОБЛЕМА БУЛІНГУ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Стрімкий розвиток і поширення нових інформаційно-комунікаційних технологій в результаті науково-технічного прогресу оказує все більш зростаючий вплив на політику, економіку, науку та інші сфери життєдіяльності суспільства, як в рамках національних кордонів, так і в світі в цілому.

Інформація та знання стають одним із стратегічних ресурсів держави, масштаби використання яких стали порівняні з використанням традиційних ресурсів, а доступ до них – одним з основних факторів соціально-економічного розвитку країни. Постійно підсилюється роль цього чинника як засобу прискорення темпів глобальної інтеграції в економіці та інструменту впливу на масову свідомість, культуру і міжнародні відносини. Інформаційний переворот, що набирає силу, швидко змінює світ, надаючи людству принципово нові рішення і можливості у багатьох сферах. Але разом з очевидними благами, які він вже дало людям, і можливо ще більшими в недалекому майбутньому, цей переворот несе з собою і принципово нові проблеми і протиріччя. Серед них – цифрова нерівність країн і регіонів, проблема правового регулювання мережі Інтернет, електронної комерції та оподаткування у цій галузі, питання інтелектуальної власності, проблема забезпечення безпеки та конфіденційності інформації, дотримання свободи слова, питання цензури в глобальних комп'ютерних мережах та інші.

Майже третина українських підлітків заявляють, що стали жертвами цькування в Інтернеті. Про це повідомляє Радіо «Свобода» з посиланням на результати опитування Дитячого фонду ООН (ЮНІСЕФ), представлені 4 вересня 2019 року ЮНІСЕФ і спеціальною представницею генерального секретаря ООН з питань насильства щодо дітей. «В Україні 29 відсотків опитаних підлітків були жертвами онлайн-булінгу, а 16 відсотків були змушені пропускати через це шкільні заняття», – йдеться у звіті опитування. Майже 59 відсотків опитаних в Україні зізналися, що вони знають про наявність онлайн-груп школярів, де діти обмінюються інформацією про своїх однолітків із метою цькування. «Доступ школярів до Інтернету означає, що школа не закінчується, шойно учень або учениця вийшли з класу і, на жаль, булінг також не закінчується», – наводить прес-служба ЮНІСЕФ слова виконавчої директорки фонду Генрієтти Фор²⁷³.

Питання психології насильства активно досліджуються в останні два десятиліття, як в закордонній, так і у вітчизняній психологічній науці, в тому числі і проблеми насильства в освітньому середовищі. Проблема насильства в освітньому середовищі останнім часом стала міжнародним соціально-психологічним явищем, що включає в себе розгорнутий спектр соціальних, психологічних і педагогічних аспектів. Прояви булінгу досить різноманітні і з точки зору ступеня вираженості реалізованої в них жорстокості варіюють в широких межах.

Незалежно від форми прояву шкільного цькування переслідувач затверджується за рахунок жертви, пригнічуючи її фізично і психологічно, отримуючи задоволення від переваги над більш слабким, залежним однолітком.

Шкільне насильство є в основному прихованим для оточуючих процесом, проте діти, які зазнали його отримують серйозну психологічну травму, що приводить до різної тяжкості наслідків, аж до самогубства. Багато фахівців пов'язують погіршення психічного здоров'я населення в сучасному суспільстві саме з ростом насильства в суспільстві, сім'ї, освітніх установах, побуті.

Теоретичну основу дослідження склали дослідження І. С. Кона, Н. О. Зінов'євої, Н. Ф. Михайлової, М. М. Кравцова, І. С. Бердишева, В. Р.Петросян. І. С. Кон розглядав поняття самого булінгу і методи боротьби з ним, а Т. А. Барабанщикова розробила методики вивчення цієї проблеми. Питання попередження булінгу серед школярів лежить в основах

²⁷³ УНІАН: <https://www.unian.ua/society/10673118-onlayn-buling-v-ukrajini-zhertvami-ckuvannya-v-interneti-stali-mayzhe-tretina-pidlitkiv.html> (дата звернення 14. 04. 2020).

профілактичних програм, розроблених зарубіжними вченими: D. Olweus, П. Смітом, К. Купером, К. Рігбі та іншими. У вітчизняній науці інтерес до даної проблематики представлений в наукових працях В. С. Собкіна, Д. Н. Соловйова, О. А. Селіванової, М. Г. Нечаєвої, А. А. Бочавер.

Звернемося до розгляду суті даного феномена. Явище булінг в освітньому середовищі все більше стає міжнародною проблемою. Після того, як D. Olweus в кінці 70-х рр. провів перше вишукування щодо запобігання проблеми булінгу було зроблено багато досліджень, які дозволили глибше зрозуміти прояви булінгу, поведінка в ситуації булінг і фактори, що його викликають. На жаль, дана проблема до сих пір не отримала належної уваги в нашій країні.

Визначення D. Olweus показує, що булінг відрізняється від випадкової бійки або сварки між двома людьми приблизно однакової сили. У разі булінгу і «кривдник» і «жертва» – частини однієї і тієї ж взаємодії соціальної групи (Olweus, 1991).

Згідно з висновком Heald (1994), булінг – тривале насильство, фізичне або психологічне, здійснюване однією людиною або групою і спрямоване проти людини, яка не в стані захиститися у фактичній ситуації, з свідомим прагненням заподіяти біль, налякати або піддати людини тривалої напруги.

Булінг – це форма насильства, яка має місце в школі. Агога (1994), досліджуючи ситуацію булінгу в шкільному середовищі, прийшов до висновку, що булінгу – піддаються спостереженню дії, що мають місце в спілкуванні між молодими людьми в школі, які є причиною появи почуття образи або стресу.

У психологічній літературі під терміном «Шкільне цькування» (school bullying) прийнято розуміти цілу сукупність соціальних, психологічних і педагогічних проблем, які зачіпають процес тривалого фізичного або психічного насильства з боку індивіда або групи щодо індивіда, який не здатний захистити себе в даній ситуації (Kim, 2005).

Besag (1989) припустив також, що булінг – поведінка, яка може бути визначена як неодноразовий напад – фізичне, психологічне, соціальне або вербальне – тими, чия влада формально або ситуативно вище, на тих, хто не має можливості захиститися, з наміром заподіяти страждання для досягнення власного задоволення. Це визначення підкреслює особливий аспект наміри «кривдника» (Besag, 1989).

Таким чином, згідно з результатами досліджень, булінг – складна проблема. Він не є відокремленим поведінкою, яке засноване на таких змінних, як статус, владу чи конкуренція. Це соціальна поведінка, що виявляється у відносно стійких групах і здатне залучати інших. Булінг включає в себе невідповідність сили і влади, що призводить жертву встан, в якому вона не здатна ефективно захищатися від негативних впливів.

R. J. Hazler (1996) також зазначає, що булінг може бути здійснений або індивідуально, або в групах і провокує деструктивну взаємодію, в якому домінує суб'єкт «кривдник» неодноразово демонструє таку поведінку, яке викликає замішання менш домінуючого суб'єкта «жертви». «Кривдник» отримує задоволення від переваги над більш слабкою в фізичному і психологічному плані «жертвою», застосовує таку поведінку, щоб знецінити іншого (Hazler, 1996).

Роланд (Roland, 1989) описує «булінг-структуру» як соціальну систему, що включає кривдників (переслідувачів, агресорів, хуліганів), їх жертв і свідків (спостерігачів). Для того щоб краще зрозуміти індивідуально-психологічні особливості учасників булінг, необхідно зрозуміти, які позиції вони займають і які ролі грають. Є кілька класифікацій ролей в булінгу. Найбільш логічною видається класифікація П. Сміт і К. Ананіаду:

- ініціатор (переслідувач);
- помічник ініціатора (прагне допомагати і наслідувати переслідувачеві);
- захисник жертви (як правило, захисники мають найбільшим авторитетом серед однокласників);
- жертва (той, кого цькують);

– спостерігач (нейтральний учасник)²⁷⁴.

D. Olweus (1994) стверджує, що «кривдники» можуть бути охарактеризовані як індивіди, що володіють високим потенціалом загальної агресивності. Вони «нападають» так чи інакше не тільки на своїх жертв, а й на вчителів, рідних, проявляють більш позитивне ставлення до агресії, ніж «свідки» і «жертви». У них відзначається недолік в прояві емпатії до «жертви» і висока потреба в домінуванні над іншими. «Кривдники» відчують сильну потребу керувати дітьми і отримувати задоволення від їх підпорядкування. Olweus також встановив, що «кривдники» відчують себе успішними і самовпевненими. У дослідженнях Kwak Lee (1999) і Staub (1999) доведено, що «кривдники» мають позитивне співвідношення.

На відміну від інших агресивних дій, які включають поодинокі або короткострокові напади, булінг, як правило, відбувається безперервно протягом тривалого періоду часу, надовго залишаючи «жертву» в стані тривожності і страху. «Жертви» часто переживають психологічне насильство, ізоляцію і самотність, відчуття небезпеки і тривоги. Всі ці прояви є результатом впливу атмосфери, яка оточує «жертву» булінг. Вони відрізняються соціальною відчуженістю, схильністю ухилятися від конфліктів і характеризуються як чутливі, замкнуті і сором'язливі люди з проявами різноманітних психосоматичних симптомів, соматичної ослабленостю, підвищеною тривожністю і депресивності, низькою самооцінкою і невпевненістю в собі з переважанням неконструктивних стратегій подолання зі складними ситуаціями, зниженою навчальною мотивацією і численними проблемами в спілкуванні. «Жертви» булінг схильні проявляти симптоми депресії, високий рівень тривожності і інші подібні негативні емоційні прояви (Whitney, 1993).

Дослідження Кім (1997) і Шефер (1997) показало, що у «жертв» булінгу є соціальні проблеми, такі як, наприклад, надмірна хвалькуватість або ігнорування інших.

Виділення характерологічних рис «свідка» виявилось найбільш складним завданням. Це обумовлено тим, що в ситуаціях булінгу в ролі «свідків» знаходиться більшість дітей увсьому своєму різноманітті і різнорідності. Встановлено, що в результаті відчуття власного безсилля їх самооцінка помітно знижується. Сторону спостерігачі часто повідомляють про відчуття провини і відчутті свого безсилля (Баєва, 2013).

Askew (1988) зазначає, що від цькування страждає не тільки «жертва», але і всі навколишні, які безсилі дати відсіч «кривдникові». Виходячи з представлених даних, можемо констатувати розрізненість уявлень про психологічні характеристики учасників булінг в сучасному середовищі.

Проаналізував поняття булінгу ми дійшли висновку, що булінг в сучасній психологічній науці – це тривале насильство, фізичне або психологічне, здійснюване однією людиною або групою і спрямоване проти людини, яка не в стані захиститися у фактичній ситуації, з свідомим прагненням заподіяти біль, налякати або піддати людини тривалій напруги.

Особливо гостро питання булінгу встає в підлітковому віці, тому що, засвоївши певні патерни поведінки, наприклад, поведінка «жертви», підліток може дотримуватися їх все подальше життя. При цьому негативно ситуація булінгу впливає не тільки на «жертв», а й на «агресорів», так якщо демонстрована агресія виявляється ефективною, то вона може закріпитися, як стиль поведінки в майбутньому.

Підлітковий і ранній юнацький вік – один з найбільш складних періодів розвитку людини. У цей віковий період переважно відбувається формування характеру і інших основ особистості. Ці обставини: перехід від опікуваного дорослими дитинства до самостійності, зміна звичного шкільного навчання на інші види соціальної діяльності, а також бурхлива гормональна перебудова організму – роблять молоду людину особливо уразливим і податливим негативних впливів середовища. Саме в цих вікових рамках найбільш часто виявляються різні типи відхилень у поведінці.

²⁷⁴ Глуман О. Психологические особенности участников буллинга. Известия РГПУ им. А. Герцена. 2009. – С. 161.

Метою дослідження є вивчення особистісних якостей підлітків, схильних до булінгу, як суб'єктів сучасного інформаційного середовища.

Характеристика досліджуваної групи: загальна вибірка склала 74 особи віком від 12 до 14 років, учні 7 та 8 класів. Дослідження було проведене на базі Харківської гімназії № 12 Харківської міської ради Харківської області та Харківської загальноосвітньої школи I-III ступенів імені Г. К. Жукова Харківської міської ради Харківської області.

Для дослідження схильності підлітків до булінгу ми використовували наступні психодіагностичні методики: методика на виявлення булінг-структури, даний тест призначений для підлітків, метою якого є визначення ролей і позицій, займаних підлітками в булінгу; опитувальник ризику булінгу (ОРБ) А. А. Бочавер, В. Б. Кузнецова, Е. М. Біанка, П. В. Дмитрівська, М. А. Завалішина, Н. А. Капорська, К. Д. Хломов; тест на визначення самооцінки у підлітків за методикою Р. В. Овчарової; методика «Особистісна агресивність і конфліктність» (Є. П. Ільїн і П. А. Ковальов); опитувальник дослідження тривожності у старших підлітків і юнаків (Ч. Д. Спілберг, адаптація А. Д. Андрєєва).

На першому етапі емпіричного дослідження нами були проведені методики, що діагностують булінг-структуру та булінг-риск в групі. За методикою на діагностику булінг-структури ми дослідили, що в групі досліджуваних: «ініціаторів» 29%, «помічників» 26%, «захисників» 18%, «спостерігачів» 12%, а «жертв» 11%. «Помічники» – це категорія учасників булінгу характеризується низьким соціометричним статусом в групі однолітків, середньої самооцінкою і середнім рівнем домагань. «Жертви» в булінг-структурі існують: покірні і агресивні. «Спостерігачі», як правило, мають досить високий соціометричний статус, високий рівень домагань і відрізняються терпимістю. Захисники жертви у них зазвичай найвищий соціометричний статус в групі.

За результатами з методики «Ризику булінгу в групі» виявлено, що за шкалою «небезпека» (64,3) в групі є посилення суб'єктивного відчуття небезпеки в учасників групи та підвищений ризик різних дезадаптивних способів опанування тривогою, в тому числі цькування, інших форм агресивної поведінки. За шкалою «благополуччя» (55,2) виявлено середній рівень реалізації цінностей поваги, що представляє собою якості альтернативної цінносної влади та сили, служить фактором захисту від ризику розвитку ситуацій булінгу. За шкалою роз'єднаність (56,8) проявляється неконтрольованість групи і вибір стратегії уникнення контактів серед учасників в силу відсутності підтримки і можливості діалогу. За шкалою «рівноправність» (45,3) – здатність групи до прийняття відмінностей учасників, розподіл ролей і можливість конструктивних, позитивних комунікацій.

За отриманими результатами за методикою булінг-структури ми розподілили вибірку досліджуваних на дві групи: група 1 (схильні до булінгу – «ініціатори» 29% та «помічники» 26%); група 2 (несхильні – «захисники» 18%, «спостерігачі» 12% та «жертви» 11%).

В результаті дослідження ми виявили статистично значиму різницю між першою та другою групою щодо рівня самооцінки (Таблиця 1). За показниками в першій групі, що схильні до булінгу, переважає середній рівень самооцінки – це означає, що людина поважає себе, але знає свої слабкі сторони і прагне до самовдосконалення, підлітки активні, кмітливі, самостійно шукають помилки в роботі, обирають завдання відповідно до їх можливостей та здібностей.

Таблиця 1. Показники самооцінки за методикою Р. В. Овчарової

Рівень самооцінки	Група 1	Група 2	Показник значення, ф
Низький	20%	44%	6,793**
Середній	55%	26%	5,297**
Високий	25%	29%	1,513

Примітки: група 1 – підлітки, що схильні до булінгу; група 2 – несхильні до булінгу; * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$.

А в другій групі, підлітки несхильні до булінгу, переважає низький рівень самооцінки – це означає, невпевненість в собі, несміливість, пасивність, такі підлітки відрізняються надмірною вимогливістю до себе і ще більшою вимогливістю до інших, вони нудні, у себе та

інших бачать тільки недоліки, такі підлітки конфліктні, причини конфліктів часто виникають через їх нетерплячість до інших людей. Вони невпевнені у власних силах і в собі, бачать у собі тільки негативне, починаючи будь-яку діяльність, очікують тільки на невдачу, проявляють підвищену самокритичність. У таких дітей виникають проблеми в навчанні, а саме в успішності, в спілкуванні з однолітками, оскільки такі діти невпевнено почувають себе, вступаючи в контакт з людьми, які їх оточують на початку виконання якої-небудь діяльності.

Наступним кроком дослідження була проведена методика «Особистісна агресивність та конфліктність». Результати дослідження представлені у Таблиці 2.

Таблиця 2. Показники особистісної агресивності та конфліктності

Показники	Група 1	Група 2	t
Запальність	6,45±1,69	6,15±0,41	0,7
Наступальність, напористість	5,18±1,04	4,00±0,78	1,8**
Вразливість	4,31±3,91	4,00±0,14	0,6
Непоступливість	6,00±0,05	4,08±1,00	1,9**
Безкомпромісність	5,25±1,04	4±0,68	1,2
Мстивість	2,93±1,27	2,61±0,84	0,6
Нетерпимість до думки інших	3,18±4,09	2,33±0,42	1,5**
Підозрілість	2,73±3,03	3,00±0,91	0,5
Позитивна агресивність	9,00±1,22	9,8±0,87	1,2
Негативна агресивність	10,63±3,65	8,2±0,23	1,6**
Конфліктність	6,17±3,85	7,91±2,65	1,9**

Примітки: група 1 – підлітки, що схильні до булінгу; група 2 – несхильні до булінгу; * $p \leq 0,05$; ** $p \leq 0,01$.

Аналізуючи отримані результати за Табл. 2, можна побачити, що показник «наступальність або напористість» в першій групі на статистично значущому рівні вищий, ніж в другій. Це означає, що підлітки, які схильні до булінгу, прагнуть атакувати, а не захищатися, захоплювати ініціативу, активно відстоювати свої погляди, переконання та інтереси, наполегливо переконувати інших в своїй думці, не зважаючи на аргументами суперника.

За показником «непоступливість» виявлено статистично значущу відмінність між групами: в групі 1 цей показник вищий, аніж в другій групі. Це означає, що в підлітків, які схильні до булінгу, переважає прагнення атакувати, а не захищатися, захоплювати ініціативу, активно відстоювати свої погляди, переконання та інтереси, наполегливо переконувати інших в своїй думці, не зважаючи на аргументами суперника.

За показником «нетерпимість до думки інших» виявлено статистично значущу відмінність між групами. Так, в групі 1 більш виражена схильність нехтувати громадською думкою інших людей, не рахуватися з їхніми порадами і запереченнями, приймати рішення одному, відчувати себе вразливим, якщо думка іншого виявляється більш правильним.

Аналізуючи показник «негативна агресивність» виявлено, що в підлітків, які схилені до булінгу він вищий, аніж в тих, хто не схильні, це означає, що через недоліки соціальної адаптації особа конфліктує з оточуючими, неадекватно засвоює і порушує моральні норми на шкоду іншим.

Опитувальник дослідження тривожності у старших підлітків і юнаків (Ч. Д. Спілберг, адаптація А. Д. Андрєєва) дозволив виявити рівень пізнавальної активності, тривожність і гнів, як наявний стан і як властивість особистості. За результатами виявили статистично значущу різницю в групах між емоційними станами «в повсякденному житті».

За шкалою «тривожність» в групі підлітків, які несхильні до булінгу, результати вищі, ніж в групі підлітків, які схильні до булінгу. За шкалою «пізнавальна активність» виявлено, що в підлітків, які несхильні до булінгу, цей показник вище, аніж в тих хто схильний до булінгу. Тобто такі підлітки проявляють допитливість, безпосередній інтерес до навколишнього світу, що активізують пізнавальну діяльність суб'єкта. За шкалою «негативні емоційні переживання» в групі 1 результати вищі, ніж в групі 2, це означає, що підлітки, які

схильні до булінгу, досить часто переживають такі негативні емоції, як гнів, страх, часті зміни настрою.

Завершальним етапом дослідження стало проведення кореляційного аналізу. Аналіз був проведений за допомогою коефіцієнта кореляції Пірсона. Результати кореляційного аналізу представлені на Табл. 3 та Табл. 4.

Таблиця 3. Взаємозв'язок між досліджуваними показниками Групи 1

Показник методики	Тривожність	Пізнавальна активність	Негативні емоційні переживання	Самооцінка
Запальність	-0,17	0,09	0,01	0,00
Наступальність, напористість	0,30	0,61*	0,38*	-0,03
Вразливість	-0,11	-0,07	0,07	0,11
Непоступливість	0,17	0,01	0,12	-0,12
Безкомпромісність	0,42*	-0,21	-0,01	0,14
Мстивість	0,05	0,05	0,39*	-0,01
Нетерпимість до думки інших	0,40*	-0,21	0,35*	0,13
Підозрілість	-0,03	0,15	-0,29	0,28
Позитивна агресивність	0,30	0,41*	-0,33	-0,11
Негативна агресивність	-0,05	-0,07	-0,07	0,08
Конфліктність	0,03	0,25	0,10	0,01

Примітка: * $p < 0,5$

За результатами представленими на Табл. 3 можна побачити, що в групі підлітків, які схильні до булінгу, є зв'язок між показниками «наступальність, напористість» та «пізнавальна активність». Можна припустити, що чим більш наполегливі та напористі підлітки, тим більше в них розвинений пізнавальний інтерес та активність. Пізнавальний інтерес у найзагальнішому визначенні можна назвати вибірковою спрямованістю підлітка на пізнання предметів, явищ, подій оточуючого світу, яка активізує психічні процеси діяльності людини, її пізнавальні можливості, тобто підліток здатний відстоювати свої права, висловлювати думку та поважати себе.

Також виявлено зв'язок між показниками «наступальність, напористість» та «негативні емоційні переживання». Це може говорити про те, що з підвищенням рівня переживання негативних емоцій підвищується наполегливість та напористість підлітків, які схильні до булінгу. За показниками «безкомпромісність» та «тривожність» виявлено позитивний зв'язок. Безкомпромісність як якість особистості виражає зайву стійкість поглядів, принципів, відносин і оцінок. Безкомпромісна людина непоступливий, не схильний «входити в положення», він не допускає компромісів. Як загальну якість особистості безкомпромісність в основі має ригідність психіки. Можемо припустити, що чим вище безкомпромісність, тобто ригідність та не гнучкість особистості, тим вище тривожність підлітків, тобто схильності людини до частих та інтенсивних переживань стану тривоги.

За показниками «мстивість» та «негативні емоційні переживання» виявлено взаємозв'язок, можемо припустити, що чим більше підлітки схильні до агресії, але не спонтанної, а у відповідь на дії оточуючих, які у свою чергу, нанесли їй (людині) психологічну або фізичну травму, тобто коли до агресії частіше спонукає жага помсти, тим більше вони схильні переживати негативні емоції та навпаки. З показником «нетерпимість до думки інших» виявлено зв'язок з показниками «негативними емоційними переживаннями» та «тривожністю», тобто підлітки ригідні в своєму сприйнятті думок інших та переймаються тим, що про них скажуть батьки, однолітки або вчителі, тому в них виникають негативні емоційні переживаннями та підвищується тривожність та навпаки. За показниками «позитивна агресія» та «пізнавальна активність» виявлено позитивний взаємозв'язок, це означає, що чим вище позитивна агресія, тобто така поведінка, що допомагає людині досягти

бажаної мети, але при цьому завдає незначний дискомфорт іншим, тим вище пізнавальна активність.

Виявили значущий позитивний зв'язок між показниками «запальність» та «тривожність» (Табл. 4), тобто можемо припустити, що у підлітків, які несхильні до булінгу, зі зниженням розуміння власних емоцій, невмінням їх контролювати та управляти ними, може збільшуватися прийняття поспішних рішень і дій, а також провокування конфліктних ситуацій, що може проводити до підвищення тривожності. За показниками «негативна агресивність» та «негативні емоційні переживання» є позитивний взаємозв'язок, якій може означати, що у підлітків, які не схильні до булінгу, можуть виникати і негативні емоції, що призводять до підвищеної емоційної напруженості, тобто їхні дії залежать від настрою.

Таблиця 4. Взаємозв'язок між досліджуваними показниками Групи 2

Показник методики	Тривожність	Пізнавальна активність	Негативні емоційні переживання	Самооцінка
Запальність	0,34*	0,18	0,19	0,0
Наступальність, напористість	0,03	-0,02	-0,00	-0,03
Вразливість	-0,08	0,17	0,05	0,11
Непоступливість	-0,02	-0,10	0,14	-0,12
Безкомпромисність	0,02	0,15	-0,10	-0,14
Мстивість	-0,11	-0,25	0,12	-0,01
Нетерпимість до думки інших	-0,07	-0,17	-0,07	0,13
Підозрілість	0,04	-0,24	0,05	0,28
Позитивна агресивність	-0,00	0,09	-0,11	0,11
Негативна агресивність	-0,12	0,27	0,33*	-0,08
Конфліктність	0,12	0,02	-0,11	0,01

Примітка: * $p < 0,50$

Таким чином, в результаті проведеного дослідження можемо зазначити, що розподіливши досліджуваних на дві групи, виявили статистично значиму різницю серед індивідуально-психологічних особливостей підлітків, які схильні та несхильні до булінгу. Так, у підлітків, які несхильні до булінгу, переважає низький рівень самооцінки, а саме: невпевненість в собі, несміливість, пасивність, такі підлітки відрізняються надмірною вимогливістю до себе і ще більшою вимогливістю до інших, вони можуть бути нудними, у себе та інших бачити тільки недоліки, ніж підлітки, які схильні до булінгу. У підлітків, які схильні до булінгу, більш проявляється напористість, непоступливість, нетерпимість до думки інших, негативна агресивність, ніж у підлітків, які несхильні до булінгу. Взаємозв'язки між показниками агресивності, конфліктності та самооцінки, тривожності в досліджуваних групах відрізняються, що є підставою до психологічних рекомендацій щодо протидії булінгу в сучасному інформаційному суспільстві, враховуючи зниження негативних емоцій, підвищення емоційної стабільності сучасного підлітка.

Література

1. Бандура А., Уолтерс Р. Подростковая агрессия. М.: Апрель 8 пресс, 2010. 211 с.
2. Божович, Л. И. Личность и ее формирование в детском возрасте / Л. И. Божович. Спб.: 2009. 398 с.
3. Вольнова Л. М. Профілактика девіантної поведінки підлітків: навч.-метод. посібник до спецкурсу «Психологія девіацій» для студентів спеціальності «Соціальна педагогіка» у двох частинах. Ч. II. Практична частина. 2-ге вид., перероб і доповн. К., 2016. 193 с.
4. Глуман О. Психологические особенности участников буллинга. Известия РГПУ им. А. Герцена. 2009. С. 156-165.
5. Кривцова С. В. Буллинг – вызов школе как организации // Образовательная политика. 2011. № 5 (55). С. 36-42.
6. УНІАН: <https://www.unian.ua/society/10673118-onlayn-buling-v-ukrajini-zhertvami-skvuvannya-v-interneti-stali-mayzhe-tretina-pidlitkiv.html> (дата звернення 14. 04. 2020).

2.6. MODERN TRENDS IN DISTANCE LEARNING IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

2.6. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Вступ. Підвищити ефективність та вдосконалити освітній процес в закладах вищої освіти надають сучасні інформаційні технології. Реформування освіти вимагає розробки концепції дистанційної освіти. Особливо актуальним питання дистанційної освіти стало після оголошення тривалого карантину у навчальних закладах більшості країн світу у зв'язку із активним розповсюдженням нового інфекційного захворювання Covid-19. Якщо до цього моменту обговорення стосувалися певних часткових випадків впровадження дистанційного навчання, як складової традиційної освіти, то з 2020 р. віддалене навчання почали активно і швидко застосовувати до всіх навчальних закладів, що перебували на карантині. Тому, одним із провідних завдань, яке постало перед викладачами та працівниками закладів освіти, стало впровадження системи дистанційної освіти із забезпеченням сприятливого впливу нових технологій на освітній процес.

Як результат, впровадження дистанційного навчання із дотриманням високої якості освіти стало темою більшості дискусій у вітчизняних та світових освітніх спільнотах. Проблеми, переваги та перспективи дистанційного навчання у вищих навчальних закладах досліджують іноземні та вітчизняні науковці: В. Прибилов, В. Биков, А. Романов, Д. Григорович, І. Іванюк, А. Карсвел, В. Венкатеш, О. Адаменко, А. Веремчук, М. Томпсон, М. Мур, А. Кларк, Д. Кіган, І. Адамова, Т. Головачук, В. Кухаренко, С. Вітвицька, В. Ясулайтіс, Е. Полат, А. Петров, О. Тищенко та ін.

Дистанційне навчання у віртуальному університеті як спосіб доступу до якісної освіти вивчають науковці Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського М. Кадемія та В. Уманець. Моніторингу розвитку дистанційного навчання в Україні присвячені роботи М. Іщенко, Л. Іщенко, А. Маримонська, Н. Андрусенко, Г. Даценко, З. Сузанської, Б. Половін, К. Рум'янцева, Л. Половенко та ін.

Дослідивши роботи вищезазначених науковців, ми встановили, що актуальним залишається впровадження дистанційного навчання в закладах вищої медичної освіти. Тому, метою нашої статті є визначення показників ефективності процесу дистанційного навчання у медичних університетах; окреслення заходів і напрямків для вдосконалення і поширення дистанційної освіти; виділити негативні і позитивні сторони в процесі впровадження дистанційного навчання в освітній процес закладів вищої медичної освіти; описати перспективи та підходи вирішення проблем дистанційної медичної освіти.

Результати дослідження. Медичні кадри є однією з найважливіших складових ресурсів охорони здоров'я будь-якої країни, які забезпечують ефективність діяльності медичної сфери в цілому. Це робить трудовий потенціал пріоритетом у функціонуванні охорони здоров'я як системи, де кадрова політика будується з урахуванням національних потреб, оптимальних заходів управління персоналом та позитивного світового досвіду. Надання якісних знань та умінь майбутнім медикам у закладах освіти є пріоритетним завданням як традиційного, так і дистанційного навчання.

З початку оголошення карантину на території України, над проблемою дистанційного навчання почала працювати й кафедра медичної фізики та інформаційних технологій № 2 Донецького національного медичного університету. Розглянемо більш детально інтерактивну взаємодію викладачів та студентів на різних етапах навчання з використанням комп'ютерних і телекомунікаційних технологій у ДНМУ.

Викладачі кафедри задіяли всі наявні у розпорядженні ресурси. Колектив кафедри виклав на сторінку кафедри офіційного сайту університету (<http://biophysit2.dnmu.edu.ua/studentu/84-distantnijne-navchannya-na-period-karantinu-distance-learning-during-quarantine.html>) підготовлені викладачами матеріали з дисциплін «Медична та

біологічна фізика», «Медична інформатика» календарні плани для різних груп із темами та датами, розклад занять та відповідно темам всі навчальні матеріали. Також, всі необхідні навчальні матеріали систематично викладаються членами кафедри на «Ресурсному центрі з медичної фізики та інформатики ДНМУ» (<http://rcf-ptu.in.ua>), Рис. 1. Завдяки розробленому нами сайту «Ресурсний центр з медичної фізики та інформатики ДНМУ» реалізується технологія мережного е-дистанційного навчання медико-біологічних дисциплін кафедри. Це сприяє реалізації в ресурсно-орієнтованому просторі навчання формування єдиної наукової картини світу, поєднуючи знання із фізики, біології, математики та інформатики з медициною. Як результат, на всіх етапах навчання реалізується принцип відкритої медичної освіти, забезпечується формування і підтримка функціонування єдиного відкритого навчального середовища. Сутність сформованого ресурсно-орієнтованого простору полягає у підвищенні ефективності навчання медичних дисциплін кафедри. Визначені аспекти активно реалізуються під час дистанційного навчання на розробленому нами сайті «Ресурсний центр з медичної фізики та інформатики ДНМУ». На сайті систематизовано навчальні матеріали з різних тем дисциплін кафедри: навчальні відеоматеріали, контрольні роботи та тестові завдання, лабораторні роботи, навчально-методична документація, представлені посилання на освітні веб-ресурси, наведені навчальні презентації, методичні матеріали кафедри тощо.

Будь-який суб'єкт освітнього процесу з медичної фізики може швидко знайти ресурс, перейти на нього за гіперпосиланням з домашнього комп'ютера, ноутбука, смартфона, планшетного комп'ютера та користуватися розміщеними там навчальними матеріалами. Освітній ресурс відкритий та доступний усім бажаючим.

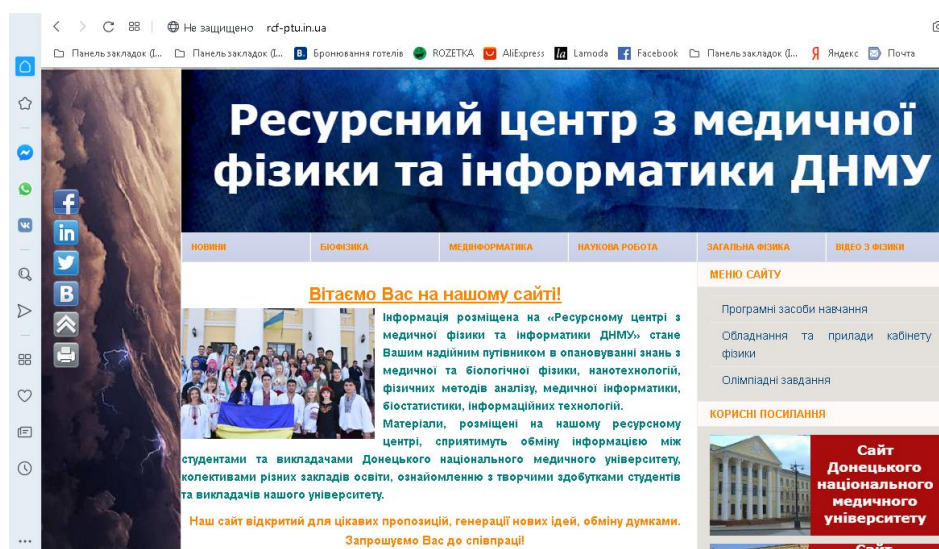


Рис. 1. Інтерфейс вікна «Ресурсний центр з медичної фізики та інформатики ДНМУ»

Використання «Ресурсного центру з медичної фізики та інформатики ДНМУ» вмотивовує особистість на навчальну діяльність та формує внутрішню, зовнішню та особистісну мотивацію. Освітній електронний ресурс реалізує: мотиви, що забезпечують виявлення конкретних знань, вмінь та навичок з вивчення певної теми з біофізики та потребу студента в самовдосконаленні.

Серед додаткових ресурсів для онлайн-платформи дистанційного навчання біофізики ми виділяємо наступні: YouTube-канал для трансляції коротких відео-лекцій з різних тем біофізики (українською та англійською мовами), за зразком викладача Рішельєвського лицю Павла Віктора, який веде YouTube-канал із відео власних уроків; YouTube-канал викладача кафедри (Ludmila Suhovirskaya https://www.youtube.com/channel/UCANam8O307tY1RletZF3hvw/videos?view_as=subscriber); LearningApps для формування завдань контролю знань; сервіси Quizz та Kahoot для онлайн контролю знань тощо.

Для проведення контролю знань студентів ми активно використовуємо освітній проект «На урок» (<https://naurok.com.ua>). Загалом цей проект, окрім можливості створення тестів, дозволяє: зареєструвати власний акаунт, створювати нові тести, переглядати та повторно використовувати збережені тести, переглядати результати попередніх тестувань, проходити сертифікацію з функціоналу онлайн-тестів, приймати участь в конкурсах для викладачів, ділитися педагогічним досвідом, поповнювати освітній простір бібліотеки розробок сайту, поповнювати бібліотеку проекту «На Урок» авторськими розробками та користуватися базою розробок інших учасників, приймати участь у вебінарах та конференціях. Для створення нового тесту слід пройти наступні етапи:

1. Зайти на особисту сторінку користувача через логін та пароль;
2. Натиснути «Створити тест». Заповнити інформацію про тест (назва, предметна галузь, приватність: загальнодоступний чи приватний). У будь який час цю інформацію можна змінити.
3. Натиснути «Додати питання». Програма автоматично пропонує 2 варіанти: питання з однією або декількома правильними відповідями. Оцінити правильну відповідь від 1 до 5 балів. Заповнити вікно для питання, за бажанням додати зображення. Внести не менше 2 варіантів відповіді та за бажанням додати до них зображення.
4. Натиснути кнопку «Створити питання». Створені питання можна редагувати, копіювати та видаляти (Рис. 2).
5. Коли всі необхідні питання створені, натиснути «Опублікувати тест».

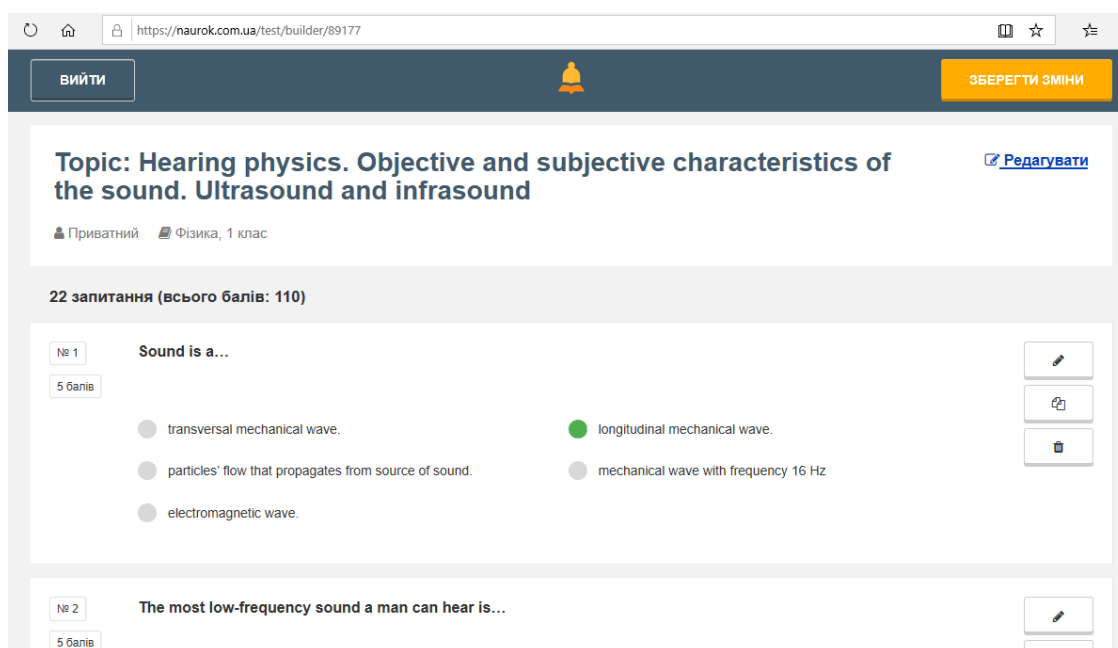


Рис. 2. Вікно створення тесту на освітньому порталі «На урок»

Тест автоматично зберігається на особистій сторінці користувача у вкладці «Мої тести». З кожним тестом можна виконувати наступні дії: переглядати дату створення, автора, предметну галузь; переглядати зміст; зберігати у PDF форматі; поширювати у соціальних мережах; видалити; використовувати для роботи із студентами. При роботі із студентами програма пропонує наступні можливості: завдання домашньої роботи із обмеженням на виконання у часі; проходження одночасного тестування онлайн за посиланням (діють наступні налаштування: можливість перемішувати варіанти відповідей, показувати варіант вірної відповіді, показувати відповіді студентів після тестування); навчальна самостійна робота студента із тестом у будь-який момент часу за посиланням (студент одразу бачить правильні відповіді); самостійна робота із флеш-картками (студент бачить питання і лише правильну відповідь). Завдання тесту у вигляді домашньої роботи використовувалось найчастіше викладачами нашої кафедри, оскільки дана функція має наступні можливості

(Рис. 3): встановлення дедлайну, можливість налаштування домашнього завдання (перемішувати запитання, перемішувати варіанти відповідей, одразу показувати правильну відповідь, показувати відповіді студента після тестування, показувати рейтинг студентів).

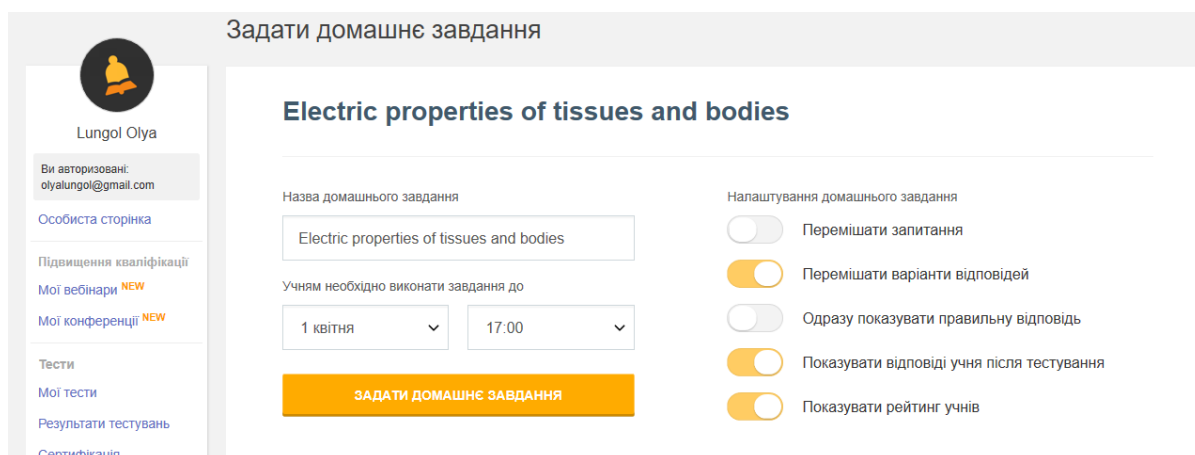


Рис. 3. Формування домашнього завдання у вигляді тесту на тему «Electric properties of tissues and bodies»

Автоматично згенерований код доступу до тесту можна повідомити студентам через соціальні мережі, за допомогою офіційного сайту кафедри (<http://biophysit2.dnmu.edu.ua/studentu/>), через ресурсний центр кафедри (<http://rcf-ptu.in.ua>), надіславши на e-mail, через повідомлення у класах дистанційного навчання тощо (Рис. 4).

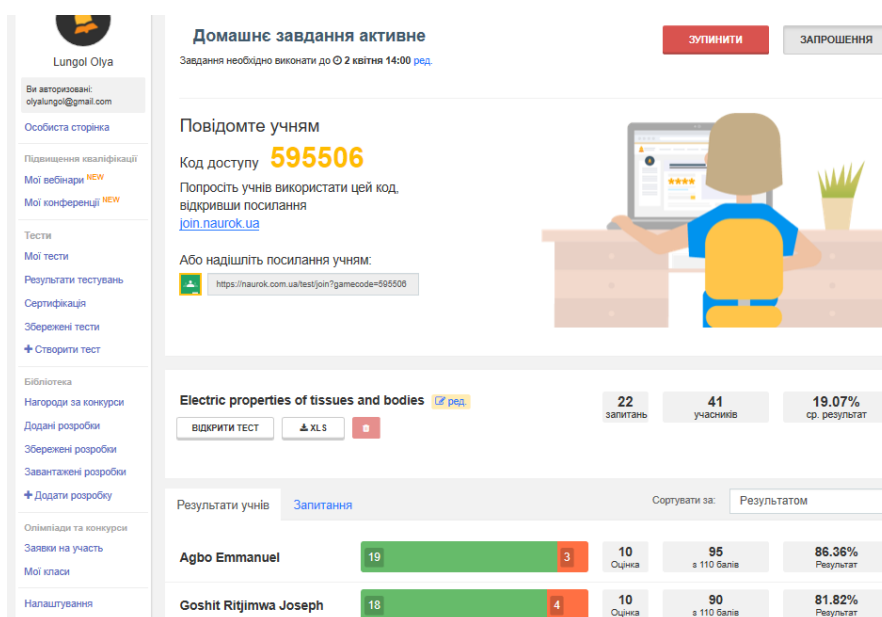


Рис. 4. Вікно контролю виконання тестового завдання

Вікно контролю виконання тестового завдання можна переглянути у будь-який час через вкладку «Результати тестувань» з «Особистої сторінки» викладача. Вікно містить інформацію про тест (кількість питань; кількість учасників тестування на даний момент, якщо тест активний та загальна кількість проходжень тесту, якщо тест вже завершився; середній результат; результати кожного учасника тестування відсортовані за рейтингом успішності проходження тесту; статистику відповідей по кожному питанню). Важливим елементом статистики проходження тесту є відображення кількості правильних відповідей по кожному питанню. Це надає можливості викладачу проаналізувати рівень засвоєння знань студентами з певної теми, побачити проблемні питання та зконцентрувати увагу на розгляді

саме цих питань під час інших видів навчальної діяльності. Особливістю контролю індивідуального проходження студентом тестових завдань є відображення часу виконання завдання та IP адресу.

Під час дистанційного навчання у період карантину викладачі кафедри розробили тести англійською та українською мовами на базі освітнього проекту «На урок» з наступних тем: «Електричні властивості тканин і тіл», «Фізика слуху. Об'єктивні та суб'єктивні характеристики звуку. Ультразвук та інфразвук», «Вільні, затухаючі та вимушені коливання», «Основи гідродинаміки та гемодинаміки», «Фізичні основи фізіотерапевтичних методів», «Оптика», «Рентгенівське випромінювання» та ін. Розроблені викладачами кафедри інтерактивні завдання для контролю знань та засвоєння вивченого матеріалу дозволяють студентам у будь-який час, в межах встановленого діапазону, виконати завдання.

Окрім освітнього проекту «На урок» для on-line електронного контролю викладачі кафедри активно використовують онлайн-платформу LearningApps.org для пояснення нового матеріалу, закріплення та тренінгу. LearningApps.org є додатком Web 2.0 для підтримки дистанційного навчання та контролю знань за допомогою інтерактивних модулів. Існуючі модулі можуть бути безпосередньо включені в зміст навчання. Інтерактивні модулі можна змінювати або створювати в оперативному режимі. Їх можна накопичувати, систематизувати, робити загальнодоступними. Такі блоки (так звані додатки або вправи) не включені з цієї причини ні в які програми або конкретні сценарії. Вони мають свою цінність, а саме – інтерактивність.

Зручний та зрозумілий інтерфейс LearningApps.org дозволяє викладачу з легкістю створити навчальні групи; поповнювати папку групи новими завданнями, зробленими за широким асортиментом шаблонів (більш ніж 30 різних інтерактивних видів вправ, 5 з них у формі гри для 2-4 учасників), більшість шаблонів підтримують роботу із зображеннями, звуком і відео; вести автоматичний контроль виконання завдання, надсилати повідомлення всім учасникам групи або окремим її учасникам; можливість вбудовування завдання на html-сторінку; можливість обміну інтерактивними завданнями, оскільки містить велику колекцію вже створених іншими педагогами вправ; можливий пошук вправ за категоріями (з навчальних дисциплін), Рис. 5.

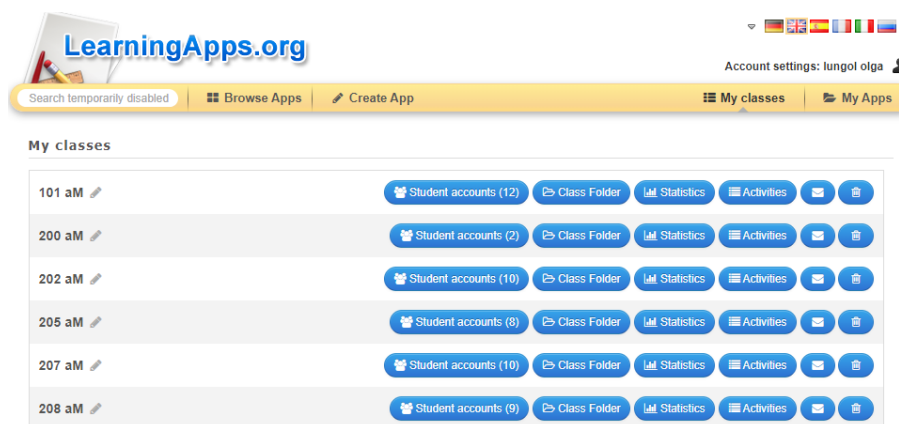


Рис. 5. Навчальні класи студентів міжнародного факультету з дисципліни «Медична та біологічна фізика»

Також сервіс надає можливість об'єднати кілька вправ в один блок, вставити вправи в систему Moodle 3 наступними способами: перехід на вправу відбувається після натискання на текстовому рядку в структурі курсу або в тексті на сторінці (гіперпосилання); вбудовування вправи безпосередньо в текстову сторінку курсу (режим html); додавання вправи як частини курсу (SCORM-пакет).

Особливості використання сервісів Quizzz, Kahoot, Google-форм, інтерактивних модулів сервісу LearningApps.org детально описані нами у [7 – 10].

Проведення контролю знань студентів є важливою складовою управління навчанням для встановлення рівня володіння здобувачем навчальним матеріалом. До переваг електронного контролю відносимо: можливість оперативної перевірки знань великої кількості здобувачів одночасно; звільняє викладача від однотипної роботи з організації масового контролю та перевірки його результатів, що надає більше часу на вдосконалення своєї професійної діяльності, на розробку та використання новітніх засобів; збільшується можливість реалізації індивідуальної роботи із здобувачами, яка в новій системі освіти є однією із основних компонентів, так як здобувач отримує частину знань самостійно. До недоліків електронного контролю знаннями відносимо: зменшення мовного контакту здобувача із викладачем; стандартизоване мислення, де нехтується рівень розвитку особистості; трудомісткість процесу, оскільки на освоєння викладачем нової платформи, програми чи додатку та на розробку комплексу завдань потрібно багато часу; готовність студента працювати із електронними засобами та новими програмами.

Викладачі кафедри активно впроваджують у дистанційне навчання популярний засіб для спілкування – месенджер Telegram. Як результат, викладачі знаходяться на постійному зв'язку з цільовою аудиторією студентів та використовують можливості цього месенджера як додаткового засобу ведення занять.

Сьогодні Telegram працює на iOS, Android, Windows Phone, Win, Mac OS і Linux, а також у вигляді веб-версії. Дані зберігаються в хмарному хостингу, а сервери знаходяться в різних країнах. Це забезпечує студентам швидкий доступ до навчальної інформації.

Викладачі кафедри медичної фізики та інформаційних технологій № 2 Донецького національного медичного університету створили канал в Telegram «Medical and biological physics DNMU» (https://t.me/medical_physics_2_DNMU). За посиланням на канал (Link) поширюється інформація про канал від викладача до студента. Тематика каналу максимально близька до тематики самого предмету, Рис. 6.

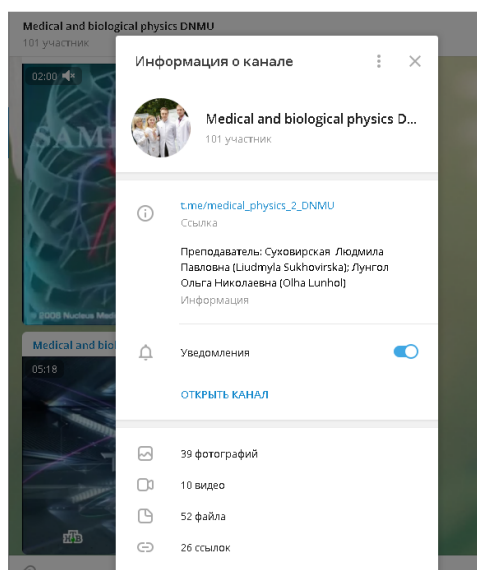


Рис. 6. Інтерфейс вікна Telegram «Medical and biological physics DNMU»

До списку завдань, покладених на викладацький канал кафедри у Telegram, входить отримання додаткового трафіку і підвищення зацікавленості студентів. Telegram-канал використовуємо, як альтернативу e-mail розсилці чи sms-повідомленням. У публікаціях каналу Telegram використовуємо текст і медіа-файли. Найпопулярнішими є короткі публікації – у середньому в межах 500 символів тексту. Для наповнення каналу використовуємо тематичні поради, рекомендації, добірки посилань на корисні медичні матеріали, завантажуюмо навчальні матеріали тощо. В Телеграмі можна передавати файли розміром до 1Гб, створювати мультичати з кількістю учасників до 100 чоловік. Месенджер надає можливості з відправки фото та відео в оригінальній якості, без стиснення. Можна

використовувати боти (роботи) – електронні помічники, створені для виконання повсякденних завдань, що мають вигляд чатів, у яких користувач надсилає спеціальні команди зі списку, зазвичай, оформленого у вигляді групи кнопок.

Від 02. 04. 2020 згідно Наказу № 193 по ДНМУ «Про затвердження інструкцій з організації дистанційного навчання» щодо забезпечення впровадження в освітній процес університету освітньої платформи Google Освіта, зокрема Google Клас (<https://classroom.google.com/>), всі педагогічні працівники університету почали проводити заняття на базі цієї платформи.

Google Classroom – це безкоштовний освітній онлайн-інструмент, який дозволяє організувати освітній процес зі студентами у віртуальному просторі: для проведення лекційних, практичних занять за дистанційною формою навчання, контролю теоретичних знань студентів за допомогою тестів та завдань. Сервіс дозволяє створювати навчальні курси; ділитися освітніми матеріалами; створювати завдання; перевіряти рівень засвоєння знань і відслідковувати прогрес успішності кожного студента тощо.

Щоб приєднатись до платформи університету викладачам необхідно було:

- увійти на Інтернет сторінку Google (<https://www.google.com/>);
- пройти авторизацію, натиснувши на кнопку «Увійти» у верхньому правому куті;
- під час авторизації вказати корпоративну електронну адресу (наприклад: l.p.sukhovirska@dnmu.edu.ua) та пароль, що був надісланий адміністрацією ДНМУ (у кожного викладача – окремий обліковий запис (акаунт));
- після авторизації обрали додаток «Клас» (Classroom), або перейшли за посиланням: <https://classroom.google.com/>.

Створити клас можна за наступним алгоритмом:

1. Обрати варіант «Викладач»;
2. Натиснути кнопку «+» у верхньому правому куті;
3. Обрати варіант «Створити курс»;
4. Ввести назву курсу, наприклад «2 курс 2 група»;
5. Код курсу написаний на сторінці відповідного курсу, цей код необхідно відправити студентам, щоб вони могли приєднатися до класу, рис. 7;
6. Студенти повинні зайти у Google-клас під їх корпоративним акаунтом (також надсилається адміністрацією університету), обрати варіант «учень/студент» та ввести код курсу.

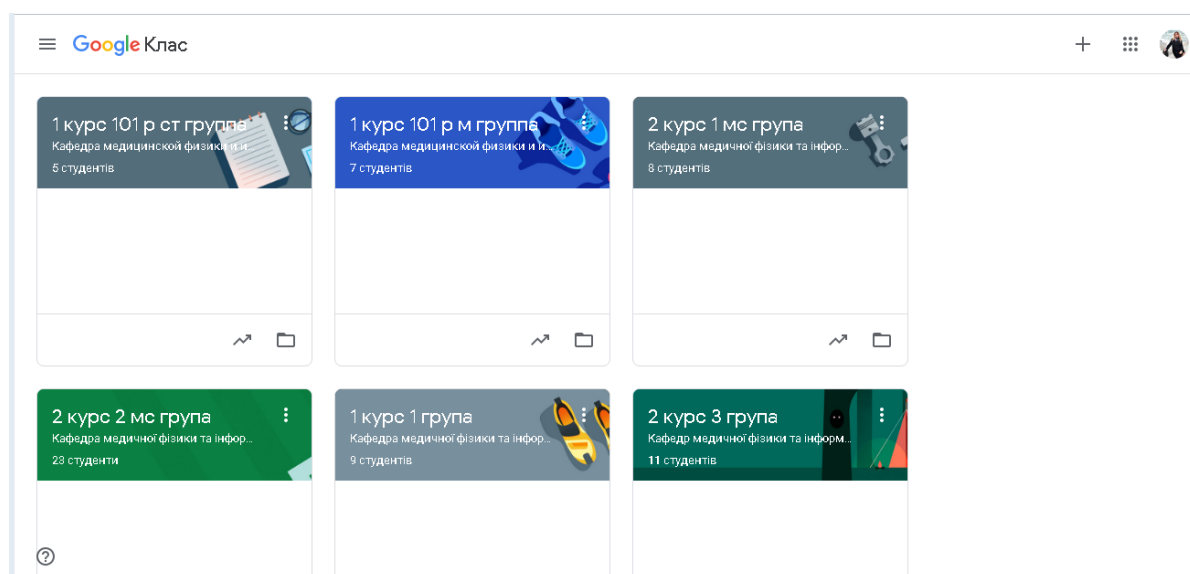


Рис. 7. Вікно сторінки створених Google-класів

Після створення курсу на головній панель відображаються чотири вкладки:

- «Потік» (повідомляються усі оновлення навчального матеріалу);

- «Завдання» (відображаються усі опубліковані матеріали);
- «Люди» (інформація про студентів і викладачів, які приєдналися до курсу);
- «Оцінки» (успішність студентів курсу).

Завдання створюються за наступним алгоритмом:

1. Вибрати у курсі вкладку «Завдання»;
2. Натиснути кнопку «+Створити»;
3. Обрати тип завдання (завдання, завдання с тестом, запитання, матеріал);
4. Ввести назву завдання та інструкції (за потребою) та натиснути кнопку «+Створити»;
5. Після створення завдання натиснути кнопку «Опублікувати» і вони будуть доступні студентам для виконання, Рис. 8.

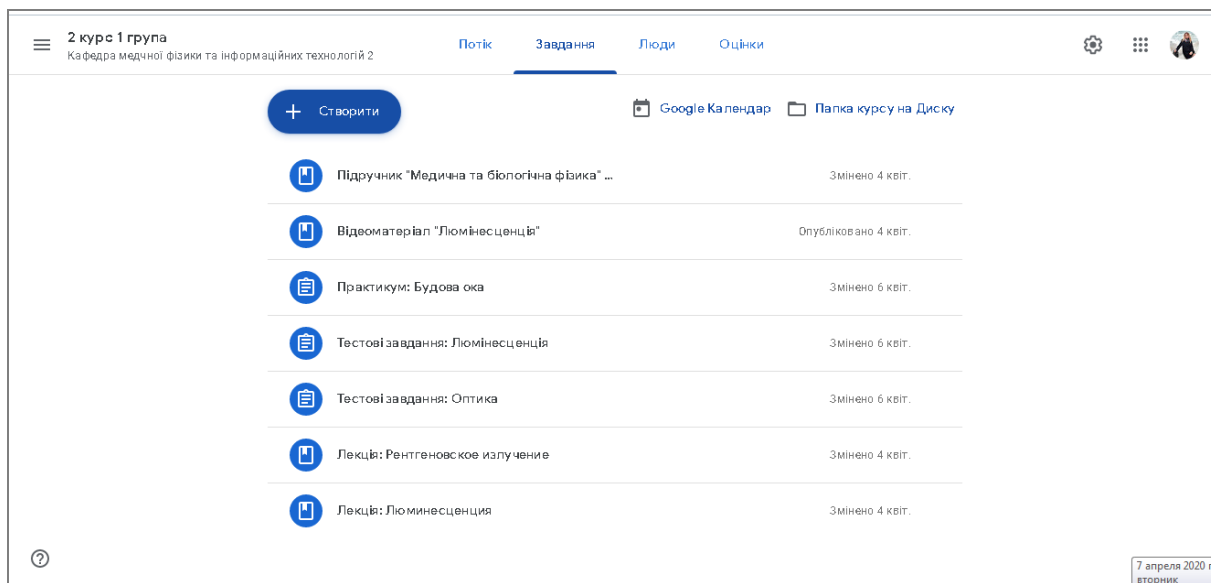


Рис. 8. Вікно сторінки «Завдання»

6. У вкладці «Оцінки», після виконання завдань автоматично створюється електронний журнал з звітністю про успішність студентів, Рис.9.

Сортувати за прізвищем	Термін не... Практикум: м: Будова...	Термін не... Тестові завдан...	Термін не... Тестові завдан...
Anastasiya Fomenko	з 5	з 5	з 5
Anastasiya Tsaryuk	___/5	___/5	___/5
Ivanna Shevchuk			
Oleksandra Golubovska	___/5		___/5
Olesya Semko	5	___/5	5

Рис. 9. Вікно сторінки «Оцінки»

Перевагами використання освітньої платформи Google Освіта, зокрема Google Клас є: безкоштовність, доступність зі смартфонів, планшетів (додатки на GooglePlay та на Apps), кількість студентів одного заняття може досягати 200 осіб, а викладачів – 20 осіб, кожен може переглядати завдання, залишати коментарі та ставити запитання; платформа взаємно

інтегрована з «Google Диск» (Google Docs), «Google Календарем», «Google Формами» і Gmail-поштою, усі матеріали зберігаються на «Google Діску».

Проте, залишається актуальним питання перевантаженості студентів роботи із комп'ютерами, планшетами та телефонами. До проблемних питань дистанційного навчання загалом, та навчання медичних дисциплін зокрема, над якими ми активно працюємо, можна віднести:

1. Технічне забезпечення – не у всіх студентів є особисті ПК, планшети, ноутбуки тощо. Через смартфони систематично виконувати домашні завдання не зручно, а інколи й неможливо. Якщо в родині є один ПК, то він використовується всіма членами сім'ї. Оскільки у зв'язку із карантинном багатьох працюючих людей теж перейшли на дистанційну форму роботи, стає неможливим своєчасне та якісне виконання завдань студентом.

2. Низька якість Інтернет-зв'язку: в зв'язку з перевантаженням навчальних платформ в ранковий і обідній час через велику кількість учасників, оскільки всі навчальні заклади України перейшли на дистанційне навчання. Як результат, дуже часто сайти і відео-уроки не завантажуються, або працюють дуже повільно.

3. Санітарні норми: перевантаження для організму студента, в зв'язку з тим, що більшість завдань потрібно виконувати за комп'ютером, планшетом, телефоном тощо.

4. Різноманітність інтернет-ресурсів. Для студентів медичних університетів доводиться багато часу витрачати на освоєння принципів роботи з різними додатками, платформами, програмами, оскільки зараз кожен викладач є вільним у виборі інструментів для дистанційної освіти.

5. Психоемоційний та фізичний стан студентів та викладачів. В умовах тривалого карантину порушується звичний режим дня. Студенти та викладачі не мають змоги вийти на прогулянку, змінити оточення та вид діяльності, поспілкуватися з друзями тощо. Ці фактори негативно впливають на самопочуття як студентів, так і викладачів.

Висновки. Реформування освіти вимагає розробки концепції дистанційної освіти. Метою дистанційного навчання є надання освітніх послуг шляхом застосування у навчанні сучасних інформаційно-комунікаційних технологій за певними освітніми або освітньо-кваліфікаційними рівнями відповідно до державних стандартів освіти.

Для якісного проведення дистанційного навчання у Донецькому національному медичному університеті викладачі кафедри медичної фізики та інформаційних технологій № 2 активно досліджують та впроваджують у навчання національних та іноземних студентів різні ресурси. Навчальні матеріали з дисциплін «Медична та біологічна фізика», «Медична інформатика» представлені на сторінці кафедри сайту університету (<http://biophysit2.dnmu.edu.ua/studentu/>) та на сайті «Ресурсний центр з медичної фізики та інформатики ДНМУ» (<http://rcf-ptu.in.ua>). Ведеться активний зворотній зв'язок із студентами за допомогою додатків Viber, WhatsApp, Telegram тощо. Для контролю знань студентів використовуються сервіси Quizizz, Kahoot, освітній проект «На урок» тощо. Розроблені віртуальні класи на онлайн-платформі LearningApps.org та Google Classroom. Викладачі кафедри активно працюють над вдосконаленням подання матеріалів, розробкою та впровадженням нових форм і методів дистанційного навчання, проводять навчання та консультації з оволодіння студентами принципів роботи у віртуальному просторі, досліджують принципи індивідуалізації процесу професійної підготовки майбутніх фахівців медичного спрямування.

Література

1. Суховірська Л. П. Ресурсний підхід до методики навчання фізики в загальноосвітніх навчальних закладах дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02: захищена 05. 10. 17 / Суховірська Людмила Павлівна; Центральноукраїнський держ. пед. ун-т ім. В. Винниченка. – Кропивницький, 2017. – 382 с.

2. Суховірська Л. П. Методика навчання фізики на основі ресурсного підходу [навч.-метод. посібник для загальноосвіт. навч. закладів] / Суховірська Л. П.; за ред. М. І. Садового. – Кропивницький: ПП «Центр оперативної поліграфії «Авангард», 2017. – 102 с.
3. Суховірська Л. П. Ресурсний підхід навчання фізики у фахових дисциплінах: [монографія] / Л. П. Суховірська, О. М. Лунгол, О. В. Задорожна. – Кропивницький: ПП «Ексклюзив-Систем», 2019. – 325 с.
4. Болілий В. О., Дмитрук В. І., Кушнар'єв В. В. Використання інноваційних практик у вищій школі: сутність та управління / Наукові записки / Ред. кол.: В. Ф. Черкасов, В. В. Радул, Н. С. Савченко та ін. – Випуск 177. Ч. 1. – Серія: Педагогічні науки. – Кропивницький: РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, 2018. – С. 61-66.
5. Болілий В. О. Телеграм-канал як засіб взаємодії викладача й студента / В. О. Болілий, О. М. Лунгол, Л. П. Суховірська // Матеріали Всеукраїнської науково-методичної інтернет-конференції з проблем вищої освіти і науки «Сучасні тенденції організаційно-методологічного забезпечення підготовки фахівців: проблеми та шляхи їх вирішення в умовах глобалізації та євроекономічної інтеграції» (18 листопада 2019 р.). – Харків, ХНАДУ, 2019. – С. 314-316.
6. Суховірська Л. П. Педагогічні аспекти адаптивного навчання медичної та біологічної фізики засобами інформаційних технологій / Л. П. Суховірська, О. М. Лунгол // Наукові записки. – Вип. 177. – Ч. II. – Серія: Педагогічні науки» – Кропивницький: РВВ ЦДПУ ім. В. Винниченка, 2019. – С. 118-121.
7. Агішева А. В., Лунгол О. М. Використання Google форм для проведення контролю знань учнів з фізики / Актуальні питання природничо-математичної освіти: збірник наукових праць. – Суми: [СумДПУ ім. А. С. Макаренка], 2016. – Вип. 7-8. – С. 155-165.
8. Лунгол О. М., Агішева А. В. Google форми як засіб тестового контролю знань учнів з фізики / II Міжнародна дистанційна науково-методична конференція «Розвиток інтелектуальних умінь і творчих здібностей учнів та студентів у процесі навчання дисциплін природничо-математичного циклу «ІТМ*плюс – 2017» (1-2 березня 2017 року, Суми): тези доп. – Суми, 2017 – С. 8-9.
9. Лунгол О. М., Агішева А. В. Використання інтерактивних модулів сервісу LearningApps.org для створення дидактичних матеріалів з фізики / Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція «Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології у виробництві та освіті: стан, досягнення, перспективи розвитку» (13-19 березня 2017 року, Черкаси): тези доп. – Черкаси, 2017 – С. 177-79.
10. Лунгол О. М., Агішева А. В. Використання он-лайн сервісу Kahoot на уроках фізики / Міжнародна XIII (XXIII) науково-практична конференція «Засоби і технології сучасного навчального середовища»(19-20 травня 2017 року, м. Кропивницький): тези доп. – Кропивницьки, 2017 – С. 67-69.

2.7. SOCIAL, ADMINISTRATIVE AND EDUCATIONAL DIMENSIONS OF THE “HUMAN – SUBJECT OF ECONOMIC LIFE” PHENOMENON UNDER CONDITIONS OF INFORMATION SOCIETY TRANSITION TO A NEW LEVEL OF DEVELOPMENT

2.7. СУСПІЛЬНИЙ, УПРАВЛІНСЬКИЙ ТА ОСВІТНІЙ ВИМІРИ ФЕНОМЕНА «ЛЮДИНА – СУБ’ЄКТ ЕКОНОМІЧНОГО ЖИТТЯ» В УМОВАХ ПЕРЕХОДУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА НА НОВИЙ РІВЕНЬ РОЗВИТКУ

У різні періоди формування ринку праці людина -суб’єкт економічного життя поставала в неоднаковому рольовому призначенні. Зміна ролей (від людини у значенні «робоча сила» до людини у значенні «трудоий потенціал», а від неї до людини у значенні «людський капітал») сформувала й продовжує формувати економічне тло феномена «людина», що характеризується двома групами показників. Першу з них складають демографічні, галузеві, професійні, кваліфікаційні виміри, а другу – особистісні параметри людини-суб’єкт економічного життя, зокрема: її ставлення до праці, пізнавальні інтереси, домінуючі цінності, способи поведінки в різних ситуаціях, орієнтованість на навчання впродовж всього життя.

У контексті розгляду сучасного виробництва як соціотехнічної системи відбувається збагачення феномена «людина-суб’єкт економічного життя» новими рольовими виявами. Людина постає і ресурсом виробничої системи, і об’єктом (суб’єктом) управління, і особистістю. Розгляд людини-суб’єкта економічного життя як ресурсу виробничої системи актуалізує питання, які стосуються рівня розвитку суспільства та факторів, що лежать в його основі та спричинюють подальші трансформаційні процеси. Ідеться про перехід інформаційного суспільства на новий рівень розвитку в тріаді генезисних процесів «становлення – формування – розвиток». Цей новий рівень розвитку інформаційного суспільства позначимо терміном «становлення суспільства знань».

Сучасне інформаційне суспільство збагачене якостями суспільства знань характеризується прискореним збільшенням об’єму інформації у всіх без винятку галузях людської діяльності, зростанням ролі комп’ютерної комунікації, що, у свою чергу, породжує опосередковану глобальну взаємодію мешканців планети Земля, глобальну циркуляцію безлічі інформаційних потоків та наявність швидкого доступу до даних за власним запитом.

Базовим у розумінні масової комунікації є інформаційний простір, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, розвивається й використовується інформація. Феномен «інформаційний простір» може набувати різних аспектів, скажімо територіального, повітряного, космічного, технічного, економічного та людського. Та значущим серед них постає людський аспект існування інформаційного простору, оскільки виробником і споживачем соціальної інформації є людина, за її відсутності інформація втрачає свій сенс.

Розгляд людського аспекту існування інформаційного простору спричинює необхідність у розгляді світового інформаційного простору як обширу:

1) котрий включає в себе інформацію про сукупність усіх форм матерії у космічному просторі в цілому та земному зокрема;

2) у межах якого людська діяльність стає визначальним чинником розвитку й продукування інформації;

3) який існує в модусах минулого, теперішнього і майбутнього як:

- активний інформаційний простір (обшир, у якому і завдяки якому виробляється, існує, циркулює, розвивається, використовується інформація);

- неактивний інформаційний простір майбутнього (обшир, котрий включає в себе інформацію про сукупність усіх форм матерії, пізнання якої в процесі людської діяльності стане одним із чинників розвитку суспільства й продукування нової інформації; існуючи в

модусі майбутнього, являє собою обшир пізнання, розширення меж якого визначає тенденції подальшого цивілізаційного розвитку²⁷⁵);

- неактивний інформаційний простір минулого (обшир, котрий включає в себе інформацію про сукупність усіх форм матерії, які стосуються попередньої діяльності людей; існуючи в модусі минулого, постає як обшир, процес пізнання якого в більший чи менший мірі впливає на розвиток соціуму²⁷⁶).

Розгляд сутності феномена «людина-суб'єкт економічного життя» з акцентом на об'єкті (суб'єкті) управління актуалізує питання, що стосуються:

- постійного руху інформації;

- наявного процесу обміну даними між об'єктом і суб'єктом управління, що здійснюється на основі прямих і зворотних зв'язків та передбачає врахування постійних змін у внутрішньому і зовнішньому середовищах;

- значущості для результативного виконання будь-якого виду діяльності дій самоуправління (планування тієї чи іншої діяльності, її самоорганізації, самостимулювання, самоконтролю, самокоригування, самоаналізу й самооцінювання результатів).

Відповідно до міркувань Г. Радченко²⁷⁷, важливим і складним завданням управління є поєднання інтересів окремих людей з інтересами організації та її стратегічними цілями. Від успішного вирішення інтеграційного процесу залежить ефективність функціонування організації та системи. В умовах переходу інформаційного суспільства на новий рівень розвитку особливої значущості набуває найскладніший вид управління, а саме: соціальне управління, яке розглядається як менеджмент людських ресурсів.

За узагальненнями вченої, якісна структура трудового потенціалу включає: інтелектуально-професійний (кваліфікаційний рівень, рівень самостійності), творчий (здатність до генерації нових ідей), фізичний (рівень здоров'я) та мотиваційний (бажання індивіда реалізувати свій потенціал та постійно нарощувати його засобами формальної, неформальної та інформальної освіти) складники. Головною умовою змін у трудовому потенціалі людини, що виявляються як у деградації, руйнуванні, так і у зростанні якості цього потенціалу, є соціально-економічні умови. Найбільш серйозні проблеми, які спричиняють деградацію й руйнування трудового потенціалу людини, можуть виникати на ранніх стадіях формування й розвитку майбутнього працівника у допрацевдатному віці, а також у період початку трудової діяльності.

Необхідність і важливість вчасного розв'язання проблем, що ймовірно спричинятимуть деградацію й руйнування трудового потенціалу людини, пояснюється тим, що:

- людський чинник, який формує робочу силу, складає основу функціонування ринку праці та розглядається як найважливіший елемент процесу виробництва і головний об'єкт управління;

- показник оцінки якості людського капіталу (так званий індекс розвитку людського потенціалу, який розраховується як середнє арифметичне індексу тривалості життя, індексу освіти, скорегованого індексу ВВП на душу населення) співвідноситься з рівнем соціально-економічного розвитку країни.

Аналіз даних індексу людського розвитку засвідчує необхідність повнішого використання сукупних людських ресурсів, розширення можливостей окремої людини в різних сферах економічної діяльності країни, визначення добробуту і повноцінного розвитку людини метою функціонування будь-якої країни світу. А також врахування значущості соціального маркетингу. За наявності розбіжностей інтересів окремих соціальних груп та

²⁷⁵ МісрТ. І. Організація навчально-дослідницької діяльності молодших школярів: монографія. Кіровоград: ФО-П Александрова М. В., 2016. С. 109.

²⁷⁶ Там само, С. 110.

²⁷⁷ Радченко Г. А. Формування ринку праці регіону на основі розвитку людського потенціалу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. екон. наук: спец. 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. Донецьк, 2011. С. 5.

шарів населення, цей вид маркетингу передбачає усвідомлення взаємозалежності й неможливості існування один без одного²⁷⁸.

Розгляд сутності феномена «людини-суб'єкта економічного життя» в контексті особистості потребує виокремлення того суттєвого, що розкриває особистісне начало в людині. У контексті зазначеного значущими видаються міркування С. Максименка, про те, що психічні явища людини не існують окремо і розрізнено. У своїй сукупності вони складають унікальний і неповторний візерунок – психологічну цілісність (міжфункціональну психічну систему). Лише у контексті структурно-динамічних закономірностей цієї цілісності можна пояснити сутність окремих її складових (психологічних функцій), а також сенс існування людини та шляхи оптимізації цього існування. Цілісність і нерозривна єдність психіки людини і є те, що утворює особистість. Тобто, особистість – це форма існування психіки людини, яка являє собою цілісність, здатну до саморозвитку, самовизначення, свідомої предметної діяльності й саморегуляції та має свій унікальний та неповторний внутрішній світ. Природа людської психіки особистісна²⁷⁹.

Визначальними якостями особистості є саморегуляцію і саморозвиток, оскільки поняттям «особистість» позначається «такий рівень розвитку людини, який дозволяє їй керувати і обставинами власного життя, і самою собою»²⁸⁰.

Особистість сприймається як вищий, з відомих дотепер, рівень розвитку буття, наділений рефлексією і тому здатний відображати все інше буття і самого себе. Цей вищий рівень розвитку буття втілюється і стає дійсним способом існування конкретної людини. На переконання С. Максименка, у світі не знайдено інших форм існування вищого рівня психіки, окрім особистості. У контексті виокремлених складників феномена «інформаційний простір» (йдеться про активний інформаційний простір, неактивний інформаційний простір майбутнього та неактивний інформаційний простір минулого), предмети і явища культури являють собою інший, специфічно перетворений спосіб існування. Предмети і явища культури є втіленням особистості. Опредметнення, тобто додаткове переведення психічного (ідеального) у предметне (матеріальне) здійснюють особистості, залишаючи в предметі, закарбовуючи у ньому всю унікальну своєрідність саме цієї особистості-автора²⁸¹.

Розвиток особистості є складним процесом, в якому рівні розвитку постійно змінюються. «Вищі рівні зароджуються на попередніх етапах розвитку й особливості попередніх вікових етапів виявляються на наступних етапах. Аналіз розвитку особистості на рівні розвитку пізнавальних психічних процесів, емоцій, почуттів, потреб, інтересів, ідеалів і переконань, свідомості та самосвідомості, здібностей, темпераменту, характеру, вмінь, навичок і звичок у складній взаємодії»²⁸². Говорять, що особистість стала:

- суб'єктом пізнання й активного перетворення світу в тому разі, коли людина виявляється у русі, під час якого зовнішнє, проходячи через її внутрішнє, переробляється, освоюється і використовується в практичній діяльності;

- цілісною, якщо людина стала суб'єктом власної життєдіяльності, що включає в себе всю повноту змісту індивідуального життя в реальному культурно-історичному контексті;

- зрілою, якщо вона виявляє функціональну автономність, з усвідомленою мотивованою поведінкою, має широкі межі «Я», здорове почуття реальності й потреби самовдосконалення.

На розвиток особистості визначальний вплив мають і природні, і соціальні фактори. В умовах переходу інформаційного суспільства на новий рівень розвитку, який позначено нами терміном «становлення суспільства знань», мешканці планети Земля стали учасниками

²⁷⁸ Там само, С. 15.

²⁷⁹ Максименко С. Д. Розвиток психіки в онтогенезі: в 2 т. Т. 2: Моделювання психологічних новоутворень: генетичний аспект. Київ: Форум, 2002. 333 с.

²⁸⁰ Божович Л. И. Этапы формирования личности в онтогенезе. Психология развития. Санкт-Петербург: Питер, 2001. С. 227-271.

²⁸¹ Максименко С. Д. Розвиток психіки в онтогенезі: в 2 т. Т. 2: Моделювання психологічних новоутворень: генетичний аспект. Київ: Форум, 2002. 333 с.

²⁸² Там само, С. 124.

певних змін. З урахуванням даних, наведених у монографії О. Вознюка²⁸³, нами упорядковано ці зміни відповідно до рівня домінування у їх змісті виявів суспільного, управлінського та освітнього.

Так, суспільний вияв притаманний змінам, які стосуються:

- зміни погляду на людину (перехід від розуміння людини як біосоціальної істоти до розуміння її як істоти ноосферної, космопланетарної, божественної);

- зміни моделі існування людини (перехід від дій регуляції зовнішнім середовищем до дій саморегуляції, самоактуалізації, самореалізації, самоздійснення, саморефлексії, саморозвитку, самовдосконалення, самопереконання).

Управлінський вияв змін стосується переходу від орієнтації на зовнішню соціально-педагогічну реальність до спрямованості у глибини власного «Я» на основі задіяння рефлексії, критичного мислення, самосвідомості. Проявом самоуправлінського вияву змін вважаємо перехід від дискретного освітнього маршруту, тобто освіти «на все життя», що створювався іншими, до континуального, тобто до самокерування процесом неперервної освіти впродовж усього життя.

Освітній вияв змін спостерігається стосовно різноманітних аспектів функціонування й розвитку освіти як системи, яка забезпечує навчання людини впродовж всього життя. Це, у першу чергу, зміна мети освіти (перехід від знаннєцентрованої мети освіти до гуманістично-людиноцентрованої) та її місії, маємо на увазі освіту, (перехід від процесу підготовки до життя до процесу створення (забезпечення) умов для формування особистості, яка готова до самовдосконалення на основі самоформування соціальних умов свого життя).

Також освітній вияв змін стосується організації процесу навчання людини (перехід від репродуктивної «школи пам'яті» (знання, орієнтовані на минуле) до творчо-продуктивної «школи мислення» (знання, орієнтовані на майбутнє)) та її вмотивованості до навчальної діяльності (перехід від навчання, що мотивується зовнішніми обставинами, до самонавчання, що реалізується завдяки внутрішній мотивації учасника освітнього процесу).

Реалізованість освітнього вияву змін забезпечується реформаційно-модернізаційними процесами в освітній галузі, які ґрунтуються на зміні парадигми педагогічного впливу (перехід від формувальної парадигми педагогічного впливу до розвивальної) та виявляються у низці змін, що стосуються зміни предмету педагогічного впливу (перехід від сприймання того, хто навчається, об'єктом педагогічного впливу до сприймання його суб'єктом, який трансформує зовнішній вплив та здійснює самовплив) та зміни взаємодії учасників освітнього процесу (перехід від суб'єкт-об'єктної взаємодії як механізму передачі знання до суб'єкт-суб'єктної, якою передбачається сумісне оволодіння знаннями або їх генерація на основі творчості).

Розгляд людини-суб'єкта економічного життя як особистості актуалізує питання професійної реалізації. Відповідно до міркувань Є. Клімова, саме професія є «сферою прояву особистості». Звісно формування ринку праці характеризується постійними змінами регіонального і державного рівнів. За узагальненими даними Г. Радченко, об'єктивна можливість і необхідність розвитку людського потенціалу з точки зору ролі людини в суспільстві (як ресурсу виробничої системи та головного об'єкта управління, який виявляється в певних потребах, мотивах, цінностях та стосунках) актуалізує питання поєднання інтересів окремих людей з інтересами компаній та стратегічними цілями розвитку регіональних ринків праці.

Суспільний розвиток знаходиться в залежності від рівня розвитку людини, оскільки, за філософських міркувань Г. Горак, людина – це творення себе, це волевиявлення, це вибір, це піднесення на вищий рівень духовності²⁸⁴. Рівень розвитку людини-суб'єкта економічного життя засвідчується:

²⁸³ Вознюк О. В. Розвиток особистості педагога в умовах цивілізаційних змін: теорія і практика: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 604 с.

²⁸⁴ Горак Г. І. Філософія: курс лекцій. Київ: Вілбор, 1997. 272 с.

- рівнем розвитку особистісних якостей людини (як-от, відповідальність, ініціативність, креативність, комунікабельність, самостійність, кмітливість, допитливість, порядність, самокритичність тощо);

- якісним виконання діяльності самостійно, командою, колективом відповідно до усвідомленої й прийнятої місії установи, організації, закладу;

- рівнем навченості (наявним рівнем сформованості компетентностей);

- рівнем освіченості (здатністю та готовністю «адекватно та відповідально діяти в умовах постійних змін і розширення знань»²⁸⁵);

- рівнем розвитку емоційного інтелекту (у швидкозмінному світі зростає емоційне й інтелектуальне навантаження на людину, що супроводжується наскрізними ситуаціями вибору й постійними переживаннями невизначеності майбутнього);

- орієнтованістю на суспільний і особистісний розвиток, що засвідчується усвідомленням власного призначення в суспільному розвитку, внутрішньою вмотивованістю до навчання впродовж всього життя;

- рівнем научуваності (здатністю й готовністю до швидкого навчання себе).

Сутність процесу научуваності залежить від швидкості та якості обробки інформаційних сигналів у сенсорних системах мозку, які значною мірою зумовлені біологічним інтелектом (показник інтелекту має високий рівень кореляції зі швидкістю обробки інформаційних сигналів у зоровій і слуховій сенсорних системах). Але особистісний розвиток детермінується не лише соціальними і біологічними чинниками, а й самодетермінується²⁸⁶, тому інтелект як особистісна психологічна ознака є:

- генетично (батьки і прародичі) детермінованою ознакою – на 50 %;

- ознакою, якою засвідчується індивідуальне володіння різними видами психічної діяльності, набуто у процесі навчання та під час здійснення професійної діяльності – на 50 %.

Процес научуваності людини-суб'єкта економічного життя ґрунтується на розумінні:

1) сутності терміна «розвиток людського індивіда» як:

- закономірної зміни матерії та свідомості;

- поступального руху, переходу від одного стану до іншого;

- процесу зміни і структури, і способу функціонування;

2) того, що розвиток не відкривається безпосередньому спогляданню, потрібно проводити спостереження, зіставляти отриманні дані, здійснювати їх мисленнєву обробку тощо.

Оскільки про процес научуваності людини йдеться в період переходу інформаційного суспільства на новий рівень розвитку в тріаді генезисних процесів «становлення – формування – розвиток», а саме: в період становлення суспільства знань, значущості набуває неперервна освіта, функціонування якої спрямовано на підготовку молодого покоління до життя в динамічному світі та на подальший супровід періодів її професійного самовизначення, становлення та формування професійної майстерності й професіоналізму. Цей супровід націлений допомогти людині адаптуватися до постійних змін, зняти емоційне напруження та інтелектуальні утруднення.

Неперервна освіта, триваючи впродовж всього життя людини, покликана забезпечити освітню самореалізацію людини у формальній, неформальній та інформальній освіті та сприяти усуненню постійно виникаючого явища, яке Б. Сітарською названо «людською прогалиною»²⁸⁷. Виникнення цього явища породжується постійним зростанням складності світу й неготовністю людини його зрозуміти без набуття нових знань та вмінь. У разі відсутності постійного навчання «людська прогалина» характеризується постійним

²⁸⁵ Освітологія: витоки наукового напрямку: монографія / за ред. В. О. Огнев'юка; авт.-кол.: В. О. Огнев'юк, С. О. Сисоєва, Л. Л. Хоружа, І. В. Соколова, О. М. Кузьменко, О. О. Мороз. Київ: ВП «Едельвейс», 2012. 336 с.

²⁸⁶ Папуча М. В. Внутрішній світ людини та його становлення: монографія. Ніжин: Видавець Лисенко М. М., 2011. 656 с.

²⁸⁷ Сітарська Б. Теоретичні і методологічні засади дидактичних завдань з педагогіки у процесі підготовки та вдосконалення вчителів; [пер. з пол. І. Родюк]. Київ: Основа, 2005. 364 с.

відставанням у набутих людиною знаннях та сформованих вміннях від темпу й наслідків змін, які породжуються суспільним розвитком.

Перехід інформаційного суспільства на новий рівень розвитку (становлення суспільства знань) характеризується активним перебігом процесів старіння та оновлення інформації та формування нових знань як перевірених суспільно-історичною практикою результатів наукового й практичного пізнання, які існують у формі уявлень, понять, фактів, суджень, теорій тощо. Зазначений вище активний перебіг процесів призводить до усвідомлення значущості постійного навчання. Звісно, у період професійної діяльності значущими постають істинні наукові знання як загально-спеціального спрямування, так і технологічного. Оволодіння технологічними знаннями, які стосуються розвитку інформаційно-комунікаційних технологій, з відповідними вміннями їх застосування під час навчання або в професійній діяльності складають основу інформаційно-комунікаційної компетентності (ІК-компетентності). ІК-компетентність:

- розуміємо як здатність і готовність вирішувати освітні, навчальні, професійні завдання (задачі, вправи, проєкти тощо) із залученням ІКТ²⁸⁸;

- розглядаємо як динамічне особистісне утворення, сформованість якого забезпечує адаптацію до сучасних умов організації освітнього процесу та здійснення професійної діяльності з використанням ІКТ.

У разі продукування суспільством нових інформаційно-комунікаційних технологій ІК-компетентність (як динамічне особистісне утворення) має зазнати процесу удосконалення на основі спеціально організованого навчання та / чи самоосвітньої діяльності.

Формування ІК-компетентності відбувається на формувальному рівні. Це рівень закладання основ базової ІК-компетентності, на якому передбачається набуття знань, умінь, навичок і досвіду, необхідних людині для виконання навчальних завдань (задач, вправ, проєктів) засобами ІКТ загального призначення. Процес розвитку ІК-компетентності забезпечується удосконалювальним рівнем. Це рівень розвитку ІК-компетентності. Освітній процес на цьому рівня спрямовується на освоєння технологій і ресурсів, які розпочинають використовуватися в освітньому й виробничому процесах, під час здійснення навчальної та професійної діяльності.

Ефективність удосконалювального рівня розвитку ІК-компетентності залежить від: розуміння людиною-суб'єктом економічного життя особистих потреб, запитів, інтересів; реалізованості нею вміння співвідносити їх із життєво важливими, продуктивними та суспільними інтересами та запитамі соціуму; сформованості у людини готовності виконувати дії як самостійно, так і у взаємодії з іншими суб'єктами освітнього процесу / професійної діяльності.

Отже, в умовах переходу інформаційного суспільства на новий рівень розвитку, а саме: становлення суспільства знань, відбуваються кардинальні перетворення в різних сферах, у тому числі й у соціально-економічній. Досягнення головної мети цих перетворень (підвищення рівня та якості життя населення) неможливо без сталого розвитку людського капіталу. Акцентування уваги на суспільному, управлінському та освітньому вимірах феномена «людина-суб'єкт економічного життя» слугує:

- основою для узгодження суспільного розвитку, соціальних запитів, поточних потреб підприємств, установ, закладів з потребами людини як об'єкта (суб'єкта) управління та як особистості, яка постійно розвивається;

- виокремлення низки домінант сучасності (зростаючо-домінуюча роль комп'ютерної комунікації, спрямування управління на поєднання інтересів окремих людей з інтересами організації та її стратегічними цілями, задіяння соціального управління як менеджменту людських ресурсів, розвиток людини як особистості, формування та розвиток ІК-компетентності в системі неперервної освіти.

²⁸⁸ Голодюк Л. С.Проектування ІКТ-супроводу уроку. Інформатика і школі, 2015. № 7 (79), с. 96.

Література

1. Божович Л. И. (2001). Этапы формирования личности в онтогенезе. Психология развития. Санкт-Петербург: Питер, 2001. С. 227-271.
2. Вознюк О. В. (2013). Развитие личности педагога в условиях цивилизационных zmian: теория і практика: монографія. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2013. 604 с.
3. Голодюк Л. С. (2015). Проектирование ИКТ-сопровождения урока. Информатика і школі, 2015. № 7 (79), с. 96.
4. Горак Г. І. (1997). Філософія: курс лекцій. Київ: Вілбор, 1997. 272 с.
5. Максименко С. Д. (2002). Развитие психики в онтогенезі: в 2 т. Т. 2: Моделирование психологических новообразований: генетический аспект. Київ: Форум, 2002. 333 с.
6. МієрТ. І.(2016). Організація навчально-дослідницької діяльності молодших школярів: монографія. Кіровоград: ФО-П Александрова М. В., 2016. С. 110.
7. Освітнологія: витoki наукового напрямку (2012): монографія / за ред. В. О. Огнев'юка; авт.-кол.: В. О. Огнев'юк, С. О. Сисоєва, Л. Л. Хоружа, І. В. Соколова, О. М. Кузьменко, О. О. Мороз. Київ: ВП «Едельвейс», 2012. 336 с.
8. Папуча М. В. (2011). Внутрішній світ людини та його становлення: монографія. Ніжин: Видавець Лисенко М.М., 2011. 656 с.
9. Радченко Г. А. (2011). Формування ринку праці регіону на основі розвитку людського потенціалу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня к. екон. наук: спец. 08.00.07 – демографія, економіка праці, соціальна економіка і політика. Донецьк, 2011. С. 5.
10. Сітарська Б. (2005). Теоретичні і методологічні засади дидактичних завдань з педагогіки у процесі підготовки та вдосконалення вчителів; [пер. з пол. І. Родюк]. Київ: Основа, 2005. 364 с.

2.8. MENTAL DEPRIVATION IN QUARANTINE AND INSULATION CONDITIONS IN CONNECTION WITH COVID-19

2.8. ПСИХІЧНА ДЕПРИВАЦІЯ В УМОВАХ КАРАНТИНУ І ІЗОЛЯЦІЇ У ЗВ'ЯЗКУ З COVID-19

Сьогодні весь світ стоїть на порозі серйозних викликів. А все через стрімке поширення коронавірусу COVID-19. Вперше в історії людства понад мільярд людей на всій планеті опинилося на домашньому карантині та в ізоляції від свого звичного кола спілкування. Адже з кожним днем фактично в усьому світі збільшується кількість захворювань, і, на жаль, кількість постраждалих від недугів, які викликаються зараженням коронавірусом. Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) офіційно назвала коронавірус COVID-19 пандемією загальносвітового масштабу. За рекомендаціями ВООЗ в більшості країн світу введено карантин.

Україна – одна з тих країн, де карантинні заходи досить суворі, а значить, її громадяни опинилися в абсолютно незвичній і навіть стресовій для себе ситуації. Кабінетом Міністрів України з 12 березня 2020 року впроваджено карантин на всій території країни. Як показує досвід Китаю, де місто Ухань, провінції Хубей стало епіцентром поширення COVID-19, саме впровадження жорстких карантинних заходів протягом 76 днів допомогли лікарям подолати поширення нового вірусу і взяти ситуацію під контроль. За весь час спалаху епідемії в м. Ухані було зафіксовано 82 тисячі випадків COVID-19, з яких 3300 – летальні.

На сьогодні у світі ще не створено надійної вакцини від коронавірусу, також є серйозні проблеми із алгоритмами лікування хворих, забезпеченням лікарень необхідним медичним обладнанням, кадрами та ін. Кількість захворювань щодня зростає в геометричній прогресії і медичні заклади не готові в повній мірі надавати якісну медичну допомогу всім, хто її потребує. Хоча, за словами Міністра охорони здоров'я України Максима Степанова, в умовах пандемії коронавірусу між Україною та ВООЗ існує чимало напрямів співпраці: від надання гуманітарної допомоги до експертних консультацій, проведення телемостів та обміну алгоритмами лікування хворих, однак слід розуміти всю серйозність ситуації і важливість дотримання населенням режиму карантину і самоізоляції в цей складний період²⁸⁹.

Слід зауважити, що поки лікарі та чиновники переймаються проблемою надання населенню належної медичної допомоги, забезпечення засобами лікування та індивідуального захисту, матеріального покриття життєдіяльності на період карантину та на майбутнє, психологічній науці слід більш детально вивчати особливості ізоляції та самоізоляції як різновиду депривації, вплив вимушених умов карантину на психічне здоров'я людей. Саме уточнення цих питань і зумовило тему нашого дослідження.

Проблема депривації стала предметом вивчення психології, соціології, педагогіки та інших наук про людину.

Термін «депривація» (англ. deprivation, лат. deprivation – втрата, позбавлення) – складається з двох частин: «де» означає, що йдеться про розрив / порушення стосунків, що має негативні наслідки та спричиняє зміни розвитку особистості в обраному напрямку; «привація» – приватний, вказує на те, що термін описує особисте, приватне життя. Таким чином, йдеться про негативні наслідки депривації, що відображають певний ступінь ізоляції індивіда від соціального кола та соціального середовища внаслідок втрати зв'язків із навколишнім середовищем тощо.²⁹⁰

Важливу роль у вивченні депривації зіграли англійські соціологи Т. Маршалл і П. Таунсенд, які ввели цей термін в соціологію. Проблема депривації розглядалася як одна з причин соціального конфлікту в роботах Р. Дарендорфа, Л. Козера, Г. Блумер, Дж. Скотта,

²⁸⁹ <https://www.umj.com.ua/article/174869/covid-19-ukrayina-doluchitsya-do-globalnih-klinichnih-viprobuvan?PageSpeed=noscript>.

²⁹⁰ Фармацевтична енциклопедія. <https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/14976/deprivaciya-socialna>.

Р. Фуллера, Р. Майерса.²⁹¹ Вищеозначеної теми торкаються і роботи А. Маслоу, М. Вебера, Дж. Міда, Г. Блумера, Е. Берна, Й. Бергера, Х. фон Шеві.

В сучасних роботах Н. А. Андріянової, Л. Н. Антілогової, А. С. Балабанова, Е. С. Балабанової, В. С. Басюк, Я. О. Гошовського, Р. Р. Ішмухаметова, С. Є. Котлярова, Д. А. Лушнікова, А. М. Маслюк, К. Муздибаєва, Ю. М. Терлецької, Н. В. Федорової, безпосередньо відображаються різні аспекти вивчення депривації як психологічної проблеми. Однак, як свідчить аналіз наукової літератури, на сьогодні це питання має певну неузгодженість, яка передусім, полягає в тому, що існує декілька підходів до проблеми виникнення депривації та особливостей її впливу на особистість. Важливими залишаються питання можливих негативних наслідків для психічного здоров'я людей, які знаходяться у вимушеній самоізоляції, що вже сьогодні спонукає до активізації профілактичної роботи з населенням різних вікових груп.

Як вказувалося вище «депривація» – позбавлення, обмеження чогось, недостатнє задоволення якої-небудь важливої потреби. Аналіз цього терміну дозволяє трактувати його досить широко: це – втрата, відчуження, усунення, спонукання, покарання, позбавлення, ізоляція, обмеження, недолік.²⁹² Ключовими для розуміння сутності цього явища є слова позбавлення та обмеження. Загалом, головною функціональною сутністю тривалої депривації слід визнати стійке і глибоке втручання травмуючих переживань в структуру особистості.

Психічна депривація – це стан глибокого переживання, який виникає в результаті життєвих ситуацій, коли суб'єктові не надано можливості для задоволення деяких його основних (життєвих) психічних потреб упродовж тривалого часу.²⁹³ При цьому в число базових (життєвих) потреб включаються: 1) потреба в певній кількості, мінливості і вигляді (модальності) стимулів; 2) потреба в основних умовах для дієвого навчання; 3) потреба в первинних суспільних зв'язках (особливо з материнським особою), що забезпечують можливість дієвої основної інтеграції особистості; 4) потреба суспільної самореалізації, надає можливість оволодіння різними громадськими ролями і ціннісними цілями.²⁹⁴

У психології існує кілька теорій психічної депривації. Під поняттям «психічна депривація» розуміють різні несприятливі впливи, які трапляються в життєвих ситуаціях.

Вияви психічної депривації можуть охоплювати широкий діапазон змін особистості – від легких, що зовсім не виходять за межі нормальної емоційної картини, до дуже грубих уражень розвитку інтелекту й характеру. Психічна депривація може виявляти певну картину невропатичних ознак, а іноді – виражені соматичні особливості.

Різні форми психічної депривації в житті трапляються одночасно. Ізольовано виявити їх можна лише експериментально.

Найчастіше виокремлюють такі форми психічної депривації:

- Сенсорна депривація: знижена кількість сенсорних стимулів або їхня обмежена мінливість;
- Когнітивна депривація: занадто мінлива хаотична структура зовнішнього світу без чіткого упорядкування і змісту, що не дає змоги розуміти, передбачати і регулювати інформацію, яка надходить ззовні;²⁹⁵
- Емоційна депривація: недостатня можливість для встановлення інтимного емоційного ставлення до значущої особи, або розвитку подібного емоційного зв'язку, якщо такий вже було створено;

²⁹¹ Ульянова Т. Ю. Індивідуально-психологічні особливості конфліктності як властивості особистості: Автор. дис. ... канд. психол. наук. Одеса, 2017. 20 с.

²⁹² Терлецька Ю. М. Психічна депривація людини як деструктивний процес функціонування її психіки. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки.* 2018. Вип. 1 (1). С. 190-196.

²⁹³ Психологія, <http://www.info-library.com.ua/books-text-4939.html>.

²⁹⁴ Лангмейер Й., Матейчек З. Психическая депривация в детском возрасте. (1984). с. 19.

²⁹⁵ І. Лангмейер, З. Майсчек.

• Соціальна депривація: обмежена можливість для засвоєння/втілення у життя самостійної соціальної ролі.

Отже, депривація – це тимчасова або постійна, повна або часткова, штучна або зумовлена життєдіяльністю ізоляція людини від взаємодії її внутрішнього психічного із зовнішнім психічним. Депривація – це процес і результат.

Зауважимо, що умови самоізоляції в період карантину, об'явленого ВООЗ внаслідок пандемії коронавірусу COVID-19, на нашу думку можуть стати причиною психічної депривації для великої кількості людей. Особливо гостро ця проблема може стати для людей самотніх, для тих, які ізолювані в умовах малогабаритної квартири і не мають змоги виходити на вулицю (наприклад: під час нетривалих прогулянок із собакою, чи відвідуючи магазин, аптеку), а особливо для тих, хто суб'єктивно сприймає ситуацію карантину як фрустраційну, яка супроводжується переживаннями відчаю, апатії, фатальності буття тощо.

З іншої сторони – у зв'язку з карантинними заходами в світі відслідковується тенденція до збільшення кількості конфліктів, шлюбних розлучень, домашнього насильства. Так у Китаї різко зросла кількість поданих заяв про розлучення, а в Італії зросла кількість випадків сімейного насильства.²⁹⁶ На нашу думку, цей факт також є наслідком вимушеної психічної депривації.

За змістом депривацію поділяють на:

- стимульну;
- емоційно-почуттєву;
- психомоторну;
- духовну;
- соціальну;
- пізнавальну;
- психокультурну.²⁹⁷

За тривалістю депривація буває:

- короткотривалою;
- затяжною;
- довготривалою (відсутність фізичного навантаження упродовж років, внаслідок термінальної хвороби, зречення світського життя шляхом самоізоляції в монастирі, тощо)²⁹⁸.

Будь-яка депривація має різні рівні розвитку: високий, середній, низький.

Високий рівень депривації наявний, коли ізоляція людини досягла повної замкнутості, тобто цілковито відсутня взаємодія її внутрішнього психічного із зовнішнім психічним відповідного характеру; середній – коли взаємодія людини із зовнішнім психічним відповідного характеру здійснюється або рідко, час до часу та в малому обсязі; низький – коли взаємодія із зовнішнім психічним відповідного характеру здійснюється систематично, хоча й не в повному обсязі та не активно²⁹⁹.

Відмовляючись від комунікацій під час карантину, ми піддаємо психіку серйозному випробуванню. В умовах самоізоляції на перший план виступають наступні проблеми:

1. Сенсорна депривація і обмеження простору, зниження рухової активності;
2. Часткова соціальна депривація, постійна взаємодія з однією і тією ж людиною (декількома людьми, членами сім'ї).
3. Наявність неорганізованого вільного часу;

Сенсорна депривація – це тривале, більш-менш повне позбавлення людини сенсорних вражень. В умовах сенсорної депривації актуалізується потреба у відчуттях, сприйманнях та афективних переживаннях, що усвідомлюється у формі сенсорного й емоційного голоду. У відповідь на недостатність аферентації активізуються процеси уяви, певним чином

²⁹⁶ Домашнє насильство в умовах карантину: як уникнути (2020).

²⁹⁷ <https://psyfactor.org/personal/personal17-19.htm>.

²⁹⁸ Алексеєнкова Е. Г. Личность в условиях психической депривации. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 96 с.

²⁹⁹ <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>.

впливаючи на образну пам'ять. Виникають яскраві уявлення ейдетичні, спроекційовані ззовні, які оцінюють як захисні компенсаторні реакції.³⁰⁰

У міру збільшення часу перебування в умовах сенсорної депривації на етапі нестійкої психічної діяльності з'являється емоційна лабільність зі зрушенням до зниженого настрою – загальмованість, депресія, апатія, які на короткий час змінюються ейфорією, дратівливістю. Наявні порушення пам'яті, прямо залежні від циклічності емоційних станів. Порушується ритм сну, розвиваються гіпнотичні стани з появою гіпнотичних уявлень; на відміну від станів передсонних, які бувають у звичайних умовах, вони затягуються на порівняно тривалий час, проектується ззовні й супроводжуються ілюзією мимовільності. Чим жорсткіші умови сенсорної депривації, тим швидше порушуються процеси мислення, що виявляється в неможливості на чомусь зосередитися, послідовно обміркувати проблеми.

У разі збільшення часу впливу депривації ейдетичні уявлення можуть вийти з-під контролю актуального «Я» й виявлятися у формі галюцинацій. У генезі цього процесу чітко простежуються асенізація нервової системи і розвиток гіпнотичних фаз у корі півкуль головного мозку.³⁰¹

У багатьох людей процес ізоляції під час оголошеного карантину обмежується тривалим сидінням перед телевізором, застіллям тощо. Люди обмежують кількість і якість духовного, емоційного і фізичного навантаження, що призводить, на наш погляд, до духовної, емоційної та психомоторної депривації.

Відсутність позитивного духовного (духовна депривація) та емоційного (емоційна депривація) навантаження на психіку людини зумовлює поступове збільшення негативного психоенергетичного потенціалу, який формується внаслідок дії негативних емоцій (через конфлікти, сварки, розчарування, страхи, матеріальні втрати, негативізм, відсутність перспективи, незадоволення своїм становищем тощо). Цей негативний психоенергетичний потенціал може спричинити нервові зриви, депресивні стани, психічні розлади тощо, що знижує психічне здоров'я людини.

А. Т. Векс вважав, що когнітивні процеси є первинною детермінантою емоцій, настрою і поведінки. Сприйняття індивідом самого себе, сприйняття світу і майбутнього розглядається як первинна тріада когнітивних факторів, які можуть спричинити депресивні стани³⁰². У зв'язку з цим слід прикладати неабияких зусиль для запобігання виникнення і розвитку депресії у населення, проводити роз'яснювальну роботу, надавати своєчасну об'єктивну інформацію, запобігаючи спотворенню когнітивних процесів.

З цією метою в Україні багато що зроблено, зокрема: на офіційному сайті Міністерства охорони здоров'я розміщена і постійно оновлюється інформація щодо статистики поширення інфекції в різних регіонах країни³⁰³, в країні організовано декілька відповідних служб (Урядовий кол-центр, Державний кол-центр з питань запобігання домашньому насильству та ін.), які опікуються проблемами психологічної підтримки населення під час карантину, створено «гарячі лінії», де зателефонувавши, людина може отримати професійну психологічну допомогу, консультації з питань запобігання домашнього насильства, надання правової допомоги та ін.³⁰⁴

Негативний психологічний вплив також має відсутність необхідного для організму фізичного навантаження. Зв'язок багатьох хвороб та малорухливості було встановлено ще в 50-х роках минулого століття. Тоді було проведено масштабне дослідження з водіями та кондукторами лондонських автобусів. Виявилось, що водії мали у 2 рази більші ризики серцевого нападу, ніж кондуктори. Зв'язок був очевидним – тривале сидіння негативно

³⁰⁰ <http://www.info-library.com.ua/books-text-4939.html>.

³⁰¹ <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>.

³⁰² <http://www.psuhologia.in.ua/images/dustan/pszd5.pdf>.

³⁰³ <https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii-2019-ncov>.

³⁰⁴ Домашнє насильство в умовах карантину: як уникнути (2020).

впливає на здоров'я³⁰⁵. З того часу велика кількість досліджень підтверджує користь руху та шкоду від надмірного сидіння.

Коли людина мало рухається – її організм буквально «вимикається»: сповільнюється обмін речовин, що впливає на нашу здатність регулювати рівень цукру в крові, метаболізувати жири, негативно впливає на тиск та послаблює м'язи і кістки. Все це разом має негативні наслідки для здоров'я – від появи надмірної ваги до серйозних хвороб внутрішніх органів.

В зв'язку з цим необхідно прикладати значних зусиль, щоб підтримувати рухову активність і займатися фізичними вправами під час карантину вдома. Слід виконувати аеробні та силові вправи щодня. Аеробна активність повинна бути не менше 150 хвилин на тиждень, причому вона може бути помірною та інтенсивною (біг, ходьба, йога, прибирання в домі тощо). Мінімум двічі на тиждень варто виконувати силові вправи для укріплення головних груп м'язів. Тренування можна проводити як самотійно, так і з членами сім'ї в умовах ізоляції. Багато порад фахівців, відео з комплексами вправ можна знайти в мережі Internet.

Як вказувалося вище, в умовах карантину люди переживають часткову соціальну депривацію, вимушені постійно взаємодіяти з однією і тією ж людиною/декількома людьми, членами сім'ї. Психологічна напруга та стрес збільшуються, у деяких сім'ях додатковим приводом для хвилювань стає різниця у поглядах на те, як поводитися під час ізоляції. З'являються економічні проблеми та негаразди на роботі, до яких у більшості людей бракує стресостійкості. Через це стосунки можуть псуватися, а конфліктність підвищуватися.

Відомо, конфлікт – це адаптаційна реакція системи на неспецифічну активність зовнішнього середовища, що відбувається шляхом трансформування структури системи. Цей загальносистемний підхід цілком узгоджується з різними поглядами психологів на сутність як внутрішньо-особистісного, так і міжособистісного конфлікту. Так, висловлюється думка, що конфлікт виникає тоді, коли спостерігається розбіжність між можливостями суб'єкта, по суті, структурою його особистості і конкретними умовами, в яких він діє.³⁰⁶

Збільшення кількості часу, який партнери проводять разом, також сильно впливає на появу кризових ситуацій, адже до карантину вони мали дозвілля поза межами домівки та можливість побути наодинці. Варто враховувати всі фактори, щоб зрозуміти, як не повторити досвід інших країн, де через пандемію коронавірусу кількість розлучень збільшилась³⁰⁷.

Життя людини являє собою низку всіляких ситуацій, багато з яких в силу їх повторюваності і схожості стають звичними. У них людина діє багато в чому на рівні автоматизмів. У таких ситуаціях витрата психічних і фізичних сил зведена до мінімуму. А коли обставини і умови життя змінюються, людина отримує інформацію про зовнішні умови; про свої внутрішні стани; про результати своїх власних дій. Обробка цієї інформації здійснюється засобом пізнавальних і емоційних процесів. Саме результати обробки цієї інформації впливають на поведінку особистості у такій ситуації. І в силу своєї невизначеності вимагають мобілізації і психічних і фізичних ресурсів.

Зазвичай, людина прагне задовольнити будь-який мотив, і нерідко стикається з протидією. Якщо в прагненні особистості включено власне «Я», то така загроза сприймається як особиста. Сигнали загрози призводять до зростання активності, яка в результаті розшифровки значення цієї інформації для суб'єкта набуває форму негативних емоцій різної модальності і сили.

Роль емоцій в психологічному механізмі поведінки в ситуаціях невизначеності може бути різною. Емоції виступають як індикатор труднощів, оцінка значущості ситуації для особистості, чинник, що призводить до зміни поведінки в ситуації. Емоційні переживання є

³⁰⁵ <https://goo.gl/k4i2hU>).

³⁰⁶ Краснов Б. И. Конфликты в обществе. Социально-политический журнал. 1992. № 6-7.

³⁰⁷ <https://tsn.ua/tsikavinki/dopoki-karantin-ne-rozluchit-nas-u-kitayi-pari-masovo-rozluchayutsya-cherez-koronavirus-1509654.html>.

найважливішим компонентом адаптивної поведінки людини. Ситуація може бути дуже значима для особистості, але, не знаходячи виходу з неї або втративши віру в її конструктивне вирішення, людина активує механізми психологічного захисту. Найчастіше, особистість реагує на ситуацію в залежності від того, як вона її сприймає і оцінює її значення.

Так В. Небилицин зазначає, що тільки в екстремальних умовах, ускладнених ситуаціях, а не в звичних життєвих, відбувається редукція вироблених способів поведінки і оголюються закриті нашаруваннями досвіду природні якості індивідуальної нервової організації, серед яких головне – це основні властивості нервової системи³⁰⁸.

Слід зауважити, що в ситуації ізоляції під час карантину як ніколи, необхідно звертатися за психологічною допомогою до фахівців, оскільки готових рецептів з подолання конфліктності для широкого загалу людей немає. Зараз можна отримати якісні психологічні консультації онлайн, де психолог надасть допомогу з врахуванням індивідуальних факторів та специфіки кожної життєвої ситуації.

Ще однією проблемою з якою зіткнулися деякі люди в період карантину – наявність неорганізованого вільного часу. Тут важливо зберігати звички (чистити зуби, зачісуватися, переодягатися в одяг для дому (не залишатися в піжамі), дотримуватися режиму прийняття їжі і сну та ін. Важливо планувати свій день, обговорювати плани з членами сім'ї, щоб узгодити намічені заходи, чередувати роботу і відпочинок.

В умовах карантину дедалі більше людей опановують дистанційну роботу. Дозвілля можна корисно провести за читанням книг, малюванням, творчими видами діяльності, хобі. Вільний час можна доцільно використати для самонавчання та саморозвитку. Зараз багато театрів, музеїв, кінозалів та ін. пропонують перегляд вистав, кінофільмів, музейних експонатів тощо в онлайн-режимі. В мережі Internet можна знайти цікаву інформацію до вподоби кожному, головне – мати бажання.

Загалом для підтримки психічного здоров'я людини необхідно, щоб вона постійно мала збалансоване позитивне пізнавальне (розумове), духовне, емоційне і фізичне навантаження. Їхня диспропорція чи відсутність обов'язково негативно впливає на психічне здоров'я людини. М. Аргайл зазначає: «Щастя, як і душевне та фізичне здоров'я, збільшується за наявності соціальних зв'язків індивіда; з їхньою втратою і під впливом інших стресових ситуацій настає стан депресії».³⁰⁹

Висновки. Депривація – складне, різноманітне явище. Вона впливає на становлення психічних функцій людини, розвиток його особистості в цілому. Кількість і якість емоційних, сенсорних та інших стимулів є умовою повноцінного психічного розвитку, фактором психічного благополуччя як в дитинстві, так і в зрілості.

В умовах сучасних викликів під час введення карантину у зв'язку з поширенням коронавірусу велика кількість людей в світі вимушені перебувати в самоізоляції. Це є одним із видів депривації. Слід зауважити, що в одних і тих же умовах ізоляції характер психічної депривації кожної людини багато в чому визначається індивідуальними особливостями особистості. Так, люди по-різному переживають ізоляцію від суспільства, і її наслідки для їхньої психіки теж будуть різними.

Психологам слід вже сьогодні подбати про надання якісної психологічної підтримки різних груп населення і здійснювати профілактичну роботу із запобігання психічних розладів, депресивних станів, зменшення конфліктності тощо. Багато що залежить від потреби в стимуляції. Ще більше – від мотивації людини, готовності досягти мети, долаючи зовнішні та внутрішні перешкоди.

Вплив різних видів депривації на психічне здоров'я людини не можна недооцінювати. Одна з причин цього – її прихований характер. Депривація може якийсь час частково або навіть повністю не усвідомлюватися, а її негативні наслідки можуть асоціюватися з іншими,

³⁰⁸ Голубева Э. А. Творческий метод Б. М. Теплова: универсализм, новаторство, доказательность. Психологический журнал. 2007. Том 28, № 3. С. 96-105.

³⁰⁹ Аргайл М. Психология счастья. Санкт-Петербург: Питер, 2003. – 271 с.

більш явними причинами, що лежать на поверхні. Тому доцільно застосовувати профілактичні заходи і вірити в те, що карантин закінчиться, весь світ, а в тому числі і Україна перемаже COVID-19, як його перемогли в Китаї.

Література

1. Алексеенкова Е. Г. Личность в условиях психической депривации. Санкт-Петербург: Питер, 2009. 96 с.
2. Аргайл М. Психология счастья. Санкт-Петербург: Питер, 2003. 271 с.
3. Голубева Э. А. Творческий метод Б. М. Теплова: универсализм, новаторство, доказательность // Психологический журнал. – 2007. – Том 28, № 3. – С. 96-105.
4. Депривація.
<https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F>.
5. Депривація. <http://www.info-library.com.ua/books-text-4939.html>.
6. Домашнє насильство в умовах карантину: як уникнути. –
<https://dyvys.info/2020/03/25/domashnye-nasylstvo-v-umovah-karantynu-yak-unyknuty/>.
7. «Допоки коронавірус не розлучить нас»: у Китаї пари масово розлучаються під час карантину
<https://tsn.ua/tsikavinki/dopoki-karantin-ne-rozluchit-nas-u-kitayi-pari-masovo-rozluchayutsya-cherez-koronavirus-1509654>.
8. Краснов Б. И. Конфликты в обществе. Социально-политический журнал. 1992. № 6-7.
9. Лангмейер Й., Матейчек З. Психическая депривация в детском возрасте. (1984). С. 19.
10. Оперативна інформація про поширення коронавірусної інфекції COVID-19
<https://moz.gov.ua/article/news/operativna-informacija-pro-poshirennja-koronavirusnoi-infekcii-2019-ncov>.
11. Социальная депривация, ее проявления и последствия
<https://psyfactor.org/personal/personal17-19.htm>.
12. Терлецька Ю. М. Психічна депривація людини як деструктивний процес функціонування її психіки. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки. 2018. Вип. 1 (1). С. 190-196. Режим доступу:
[http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhpr_2018_1\(1\)__35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvkhpr_2018_1(1)__35).
13. Ульянова Т. Ю. Індивідуально-психологічні особливості конфліктності як властивості особистості: Автор. дис. ... канд. психол. наук. Одеса, 2017. 20 с.
14. Фармацевтична енциклопедія.
<https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/14976/deprivaciya-socialna>.
15. Як фізична активність впливає на здоров'я і які типи навантажень потрібні нам щотижня. <https://goo.gl/k4i2hU>.

2.9. PEDAGOGICAL MODELING OF JUNIOR SCHOOLCHILDREN'S COGNITIVE MOTIVATION FORMATION

2.9. ПЕДАГОГІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ

Нова освітня філософія нині втілилась в особистісно орієнтованій моделі навчання, пріоритетною метою якої є розвиток особистості учня, його потреб, цінностей, мотивів, забезпечення перспектив самореалізації. З огляду на необхідність вирішення цього завдання винятково важливою є проблема формування пізнавальної мотивації школярів як чинника ефективності навчальної діяльності.

У теоретичних працях відомих психологів і педагогів мотивацію розглядають як одне зі стрижневих утворень особистості, при цьому наголошують на складності та якісній неоднорідності будови мотиваційної сфери. Багато вчених (І. Д. Бех, Н. М. Бібік, Є. П. Ільїн, А. К. Маркова, О. Я. Савченко та ін.) особливого значення надають питанню розвитку внутрішньої мотивації навчання молодших школярів.

Результати останніх психолого-педагогічних досліджень показали, що молодший шкільний вік має великі резерви для формування мотиваційної сфери учіння, які необхідно використовувати, щоб уникнути «мотиваційного вакууму» під час переходу учня до середньої школи.

Узагальнення наукових досліджень з цієї проблеми показує, що структура навчальної діяльності, адекватна цілям навчання, є чинником формування в учнів не лише систем операцій і знань, а й пізнавальних інтересів, бажання учитися, допитливості, прагнення до самоосвіти.

Крім того, стрімкий розвиток інформаційних відносин в сучасному суспільстві зумовлює виняткову актуальність педагогічного моделювання. Останнім часом усе більшого поширення набувають дослідження, пов'язані з моделюванням понятійних, процесуальних, структурних і концептуальних характеристик та окремих «сторін» навчання.

Саме тому, метою нашої роботи є розгляд ряду концептуальних положень, що стосуються моделювання формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності.

У результаті теоретичного аналізу дидактичних можливостей навчально-пошукової діяльності та проблем мотивації учіння нами було створено структурно-логічну модель формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності.

Згідно з визначенням А. М. Дахіна, «модель – це штучно створений зразок у вигляді схеми, фізичних конструкцій, знакових форм або формул, який, будучи подібним до досліджуваного об'єкта (або явища), відображає та відтворює в більш простому й огрубленому вигляді структуру, властивості, взаємозв'язки та відношення між елементами цього об'єкта»³¹⁰.

Виходячи з теоретичних положень дослідників про сукупність і характер психологічних чинників, які зумовлюють розвиток та формування мотивації, визначено структурні компоненти пізнавальної мотивації, що відповідають логіці мотиваційного процесу:

1. Пізнавальна потреба – спрямованість активності дитини, психічний стан, що створює передумову діяльності.

2. Цілі учіння – спрямованість активності на проміжний результат, що є етапом досягнення предмета потреби.

³¹⁰ Дахин А. Н. Педагогическое моделирование: сущность, эффективность и неопределенность. Педагогика. 2003. № 4. С. 22.

3. Позитивні емоції – усвідомлення учнем своїх можливостей у досягненні успіху в учінні; виявляються внаслідок засвоєння нового навчального матеріалу, оволодіння способами та прийомами самостійного набуття знань.

4. Пізнавальний інтерес – активне ставлення учня до об'єкта пізнання; інтегральне вираження мотиваційних механізмів (сміслоутворення, цілепокладання, емоційна модальність), що зумовлює спрямованість активності особистості на певні аспекти учіння.

Отже, пізнавальна мотивація молодших школярів формується в результаті актуалізації таких її складових: пізнавальні потреби, цілі учіння, позитивні емоції, пізнавальні інтереси.

Нижче детальніше схарактеризуємо ці складові, оскільки саме їх було покладено в основу розробленої структурно-логічної моделі формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності.

Зазначимо, що в теорії навчання саме інтерес був першим об'єктом дослідження в галузі мотивації, що визначався як наслідок, як один з інтегральних проявів складних процесів мотиваційної сфери. Інтерес як один із компонентів мотивації учіння часто використовується як синонім цієї мотивації. Висловлюються різні припущення щодо того, що потрібно розуміти під мотивами та інтересами школярів. Однак, не вдаючись до детального зіставлення цих точок зору, наголосимо, що інтерес розглядають і як вибірккову спрямованість психічних процесів людини на об'єкти та явища навколишнього світу, і як прагнення людини присвятити себе саме тій галузі діяльності, від якої вона отримує задоволення, і як особливе емоційно-пізнавальне ставлення людини до навколишнього світу.

Аналогічні погляди висловлював також видатний педагог і дослідник проблем навчання М. О. Данилов. Він указував на те, що серед мотивів учіння особливо значною є роль пізнавальних інтересів і потреб, джерелом яких має бути як зміст навчальних предметів, так і сам процес пізнавальної діяльності, спрямований на вивчення, пізнання обраної галузі знань. Зважаючи на це, М. О. Данилов сформулював правила побудови та постановки завдань, які сприяють створенню в учнів пізнавальних інтересів і потреб. Головні з них мають приблизно такий вигляд:

–завдання, яке ставиться перед учнями, має впливати зі змісту науки та навчального предмета, що є її представником, щоб для його розв'язання учневі необхідно було враховувати логіку науки та застосовувати всю засвоєну систему знань;

–ставлячи завдання, потрібно враховувати рівень розвитку і підготовки учнів, зважати на те, щоб були визначені умови його реального розв'язування;

–завдання має містити інформацію, необхідну для розвитку розуму, уяви, творчих здібностей, інакше навчання не спрямовуватиме розвиток учнів;

–перед повідомленням завдання учнів доцільно озброїти підходами та способами його вирішення;

–перед здійсненням дій, спрямованих на розв'язування завдання, учнів потрібно зацікавити³¹¹.

Дослідження, проведене В. Ф. Моргуном, засвідчило, що на формування пізнавального інтересу суттєво впливає така соціально-психологічна умова, як групова згуртованість у процесі спільної роботи та статус учня у групі³¹². З огляду на це, в деяких випадках виникає практична необхідність змінювати статус учнів шляхом покращання ставлення до них і віри в їх здібності з боку вчителя.

В. В. Давидов і Д. Б. Ельконін першорядного значення надають характеру і змісту навчальної діяльності³¹³. Основним змістом навчання мають бути теоретичні знання. На думку В. В. Давидова, поява пізнавального інтересу можлива лише у тому випадку, коли

³¹¹ Данилов М. А. Процесс обучения в школе. Педагогика. 1978. № 8. С. 5-9.

³¹² Моргун В. Ф. Типология мотивов учебной деятельности. Исследование мотивационной сферы личности: сб. науч. трудов. Новосибирск : НГПИ, 1984. С. 47-52.

³¹³ Эльконин Д. Б. Психология обучения младшего школьника. М.: Просвещение, 1983. 403 с.

дитина прагне не просто досягти певного практичного результату, але й знайти узагальнений спосіб його досягнення.

Щодо процесу формування навчальної діяльності молодших школярів, то в ньому В. В. Давидов виділяє три стадії³¹⁴.

Перша характеризується освоєнням окремих навчальних дій; на її основі виникає *ситуативний інтерес* до способу дій і формується механізм «прийняття окремих навчальних цілей». Це можливо, як наголошує автор, тільки за умови взаємодії учня і вчителя. Останній ставить мету, організує дію, здійснює контроль за ними.

Друга стадія відбувається за умов, коли «навчальні дії об'єднуються в кінцеві цілі». Тут пізнавальний інтерес унаслідок формування зазначених актів набуває стійкого характеру, починає виконувати функцію *смыслеутворювального мотиву* навчальної діяльності. З ним пов'язується подальший розвиток механізмів цілепокладання.

Заключна стадія процесу формування навчальної діяльності молодших школярів характеризується об'єднанням окремих актів навчальної діяльності в цілісну систему: пізнавальний інтерес характеризується узагальненістю, стійкістю, вибірковістю, починає більшою мірою виконувати функції *спонукального мотиву* діяльності.

Зазначимо, що проблема формування пізнавальних інтересів молодших школярів дістала теоретичне обґрунтування в дослідженнях Н. М. Бібік. Дослідницею експериментально доведено позитивну динаміку цього новоутворення: від елементарного безпосереднього інтересу до нових фактів і цікавих явищ він переростає в інтерес до пізнання істотних властивостей предметів, до встановлення причинно-наслідкових зв'язків, закономірностей; з'ясовано його переваги перед іншими мотивами (виявляється в ситуаціях, коли учень прагне вдосконалювати свою пізнавальну діяльність); встановлено, що це новоутворення не тільки стимулює розумовий розвиток школяра, але й «активно взаємодіє із системою ціннісних орієнтацій, смыслом, цілями, результатами діяльності, відображає найістотніші сторони особистості», тобто сприяє цілісному її формуванню³¹⁵.

Ш. О. Амонашвілі, Ю. К. Бабанський, В. В. Давидов, П. І. Підкасистий, І. П. Підласий, О. Я. Савченко та ін. відзначають, що, коли до інтересу додаються обов'язок і прагнення, учень не просто розв'язує навчальне завдання, яке постає перед ним, але й робить його особистісно значущим. Отже, оскільки прагнення розуміється як потяг, бажання, хотіння, то інтерес пов'язаний із цими мотиваційними утвореннями.

В основі пізнавального мотиву лежить пізнавальна потреба, яка і забезпечує прагнення до діяльності. Проблема формування пізнавальної потреби розглянута в дослідженнях психологів (Б. Г. Ананьєв, Л. І. Божович, П. Я. Гальперін, Н. Ф. Добринін, О. М. Леонт'єв, А. М. Матюшкін та ін.) і педагогів (Д. В. Вількеєв, М. О. Данилов, В. С. Ільїн, І. Я. Лернер, М. І. Махмутов, Ю. В. Шаров, Г. І. Щукіна та ін.).

Потреба тісно пов'язана з наявністю у школярів стійких пізнавальних інтересів, які забезпечують систематичну ефективну діяльність учнів у процесі набуття провідних знань й опанування способів діяльності. Саме цю умову особливо вирізняють фахівці з цієї проблеми.

Так, Л. І. Божович справедливо вважає, що пізнавальний інтерес має велику спонукальну силу: він змушує людину активно прагнути пізнання, активно шукати способи та засоби задоволення «спраги знань», що виникає в неї³¹⁶. Г. І. Щукіна також указує на те, що інтерес є «сильним спонукачем активності особистості, під впливом якого психічні

³¹⁴ Давидов В. В. Содержание и структура учебной деятельности школьников. Формирование учебной деятельности школьников: избранные труды. Москва: Педагогика, 1982. С. 178-180.

³¹⁵ Бібік Н. М. Врахування пізнавальних інтересів учнів у підручникотворенні. Проблеми сучасного підручника: зб. наук. праць. Київ: Педагогічна думка, 2003. Вип. 3. С. 27-31.

³¹⁶ Божович Л. И. Проблемы формирования личности. / под ред. Д. И. Фельдштейна. Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. С. 7-44.

процеси перебігають особливо інтенсивно і напружено, а діяльність стає захоплюючою і продуктивною»³¹⁷.

Слід зауважити, що не кожна потреба перетворюється на інтерес. Потреба породжує інтерес лише після того, як вона мине етап мотивації, тобто інтерес виникає після психічного процесу, результатом якого є мотив. Інтереси формуються і під впливом зовнішніх умов життя та діяльності особистості, під впливом освіти і виховання.

Вирізняють такі етапи розвитку пізнавального інтересу людини до світу:

1) ситуативний пізнавальний інтерес, що виникає за певних умов новизни, незвичайності, невизначеності тощо і зберігається лише у процесі конкретної діяльності;

2) стійкі інтереси до певного предметного змісту пізнавальної діяльності, що не залежать від конкретних умов, характеризуються спонукальними властивостями і за несприятливих умов;

3) включення пізнавальних інтересів до загальної спрямованості особистості, до системи її життєвих цілей і планів.

За змістом пізнавальні інтереси характеризуються своїм предметним віднесенням, спрямованістю, вибірковістю.

Навчально-пізнавальний інтерес забезпечує і перебіг повноцінної навчальної діяльності, оскільки орієнтує учня безпосередньо на процес розв'язання змістових навчальних завдань, і систематичну ефективну діяльність учнів у процесі опанування змісту освіти.

За свідченням дидактів і вчителів-практиків, інтерес до предмета – найбільш дієвий з-поміж усіх мотивів у мотиваційній сфері школяра (усвідомлюється раніше за інші мотиви, найбільш значущий тощо). Пізнавальний інтерес до предмета – вибіркова спрямованість психічних процесів людини на об'єкти та явища навколишнього світу, за якої спостерігається прагнення особистості працювати саме в цій галузі.

Проте потрібно зазначити, що пізнавальні інтереси – це не лише когнітивне, а й емоційно-ціннісне ставлення людини до пізнання нового. Їх реалізація пов'язана з такими інтелектуальними емоціями, як здивування, захоплення, радість відкриття.

Інші автори умовно розрізняють кілька етапів розвитку і формування пізнавального інтересу.

1. Зацікавленість – прояв первинної пізнавальної потреби, елементарна стадія вибіркового ставлення, зумовлена зовнішніми обставинами, природна реакція людини на все несподіване, інтригуюче, приваблююче – нестійкий ситуативний інтерес.

2. Допитливість – більш висока стадія розвитку інтересу, цінний стан особистості; характеризується прагненням людини проникнути за межі побаченого, виявом здивування, радості пізнання, задоволення від діяльності.

3. Пізнавальний (стійкий) інтерес характеризується пізнавальною активністю, вибірковою спрямованістю навчальних предметів, цінною мотивацією (провідне місце посідають пізнавальні мотиви); учень розуміє структуру, логіку курсу, застосовані під час його вивчення методи пошуку і доведення нових знань, у навчанні учня захоплює сам процес набуття нових знань, а самостійне розв'язування проблем, нестандартних завдань приносить задоволення.

4. Теоретичний інтерес – учень прагне опанувати складні теоретичні питання та проблеми конкретної науки, застосовувати здобуті знання як інструмент пізнання.

Зазначені стадії існують не ізольовано одна від одної і в реальному навчальному процесі зустрічаються в комплексі. Значущість формування інтересу і створення умов для його виникнення відзначали багато дослідників. На засадах системного аналізу були визначені провідні чинники, які сприяють тому, щоб навчання було цікавим для учня. Згідно з даними цього аналізу, важливою передумовою виникнення інтересу до навчання є формування широких соціальних мотивів діяльності, розуміння її змісту, усвідомлення

³¹⁷ Щукина Г. И. Проблема познавательного интереса в педагогике. Москва: Педагогика, 1971. 352 с.

важливості процесів, що вивчаються, для власної діяльності. На формування інтересів справляють великий вплив: форми організації навчальної діяльності; створені у процесі навчання проблемні ситуації; застосування нетрадиційних знань; стосунки між учнем і вчителем.

У зв'язку з цим необхідно враховувати умови, які сприяють виникненню і розвитку інтересу:

- 1) створення сприятливих об'єктивних, матеріальних передумов (обладнання уроків тощо);
- 2) наявність найнеобхідніших попередніх знань і вмінь;
- 3) підготовка психологічних передумов у вигляді:
 - а) позитивного емоційного ставлення до діяльності, предмета, вчителя;
 - б) свідомого ставлення до предмета, розуміння його практичного значення, перспектив розвитку;
- 4) уміле керування навчальним процесом з боку вчителя:
 - а) надання учням можливості проявити в учінні розумову самостійність та ініціативність;
 - б) створення проблемних ситуацій.

Дослідники виділяють такі особливості пізнавального інтересу порівняно з іншими мотивами учіння:

- домінує над усіма мотивами, активізує їх (О.М. Леонтьєв);
- раніше і швидше за інших усвідомлюється дитиною (Л.І. Божович);
- створює внутрішнє середовище розвитку (С.Л. Рубінштейн);
- істотно змінює пізнавальну діяльність, впливаючи на її характер, перебіг і результат

(Г. І. Щукіна).

Пізнавальний інтерес, як і будь-який психічний процес, як мотив і навіть як спрямованість особистості, формується під час діяльності. Ю. К. Бабанський рекомендує такі способи формування і розвитку пізнавального інтересу у молодших школярів: а) актуальність і новизна змісту; б) розкриття значущості знань; в) наочність; г) цікавість; д) емоційність; е) порівняння й аналогії; ж) ефект парадоксальності, здивування; з) застосування творів мистецтва і літератури; і) навчальні дискусії; к) пізнавальні ігри; л) застосування комп'ютера³¹⁸.

Важливе значення серед досліджень різних аспектів мотивації учіння має питання мотивувальної функції емоцій, які є необхідною передумовою виникнення мотиву, завжди супроводжують його у процесі діяльності, визначаючи ступінь активності особистості. А. К. Маркова та О. І. Павлюк виявили взаємний вплив між емоційними характеристиками, мотивацією і рівнем сформованості навчальної діяльності³¹⁹. Емоції – це психічні стани, що виникають зі співвідношення характеру мотивів, цілей і суб'єктивних можливостей їх реалізації, вони визначають як позитивну, так і негативну мотивацію учіння. Позитивні емоції виникають унаслідок опанування способів і прийомів самостійного набуття знань, усвідомлення власних можливостей щодо досягнення успіху в учінні, виявляються у результаті засвоєння нового навчального матеріалу.

Негативні емоції найбільш часто пов'язані з контролем та оцінюванням результатів діяльності учнів. Вони виникають через зіткнення з труднощами у навчальній роботі, через відсутність успіху в учінні та, по суті, підкреслюють швидше ставлення учня до себе, ніж до певного навчального предмета або до окремих видів навчальної роботи. Відсутність позитивного результату в учінні, що супроводжується негативними переживаннями, зумовлює негативне ставлення школяра до певних навчальних предметів, перешкоджає

³¹⁸ Бабанський Ю. К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований: дидактический аспект. Москва: Педагогика, 1982. 192 с.

³¹⁹ Маркова А. К. Пути исследования мотивации учебной познавательной деятельности школьников. Вопросы психологии. 1984. № 5. С. 20-30.

виникненню пізнавальних інтересів. Однак усе це не заважає дитині прагнути успіху в опануванні змісту навчального предмета, натомість може сприяти пошуку нових, раціональних способів учіння.

Характерною ознакою авторської моделі є те, що її реалізація можлива під час навчальних занять із різних навчальних предметів. Вона розроблена з урахуванням психологічних особливостей загальних механізмів мотивації та її динамічного аспекту, реалізує рекомендації сучасних психологічних теорій навчання, результати завершених педагогічних досліджень і передовий педагогічний досвід. Ця структурно-логічна модель, по суті, формує й актуалізує пізнавальні мотиви, є засобом цілеспрямованої регуляції процесу перебігу розумової діяльності молодших школярів, формування її змістових структур.

Концептуальним є положення багатоаспектності пізнавальної мотивації і можливості її формування шляхом активації самостійної пізнавальної діяльності в організованих певним чином педагогічних умовах.

Сутністю нового підходу до формування пізнавальної мотивації стало те, що акцент переноситься з діяльності вчителя, який навчає, на активну навчально-пошукову діяльність учнів та актуалізацію їх мотиваційних ресурсів. З огляду на це головним орієнтиром у навчально-виховному процесі стає учень як суб'єкт навчання, його особистісні диспозиції, особливості його індивідуального стилю діяльності, його якісні характеристики.

Актуальність моделі зумовлена необхідністю організації навчально-виховного процесу молодших школярів на основі внутрішньої спонуки до навчання, що характеризується інтелектуальною активністю, прагненням до розумової діяльності, до подолання труднощів в учінні, творчості.

Складовими структурно-логічної моделі стали компоненти пізнавальної мотивації, організація навчально-пошукової діяльності та педагогічні умови формування пізнавальної мотивації учнів, безпосередньо пов'язані з її ефективністю.

Розроблена модель ґрунтується на системному підході і теорії єдності мотивації учіння та навчальної діяльності. Це дозволяє розглядати всі компоненти педагогічного процесу у взаємозв'язку та єдності, виявляти певні співвідношення між активізуючими та змістовими чинниками формування зазначеного психологічного утворення особистості.

Пропонована структурно-логічна модель формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності подана у вигляді схеми (Рис. 1).

Зміст діяльності учнів розкривається через організацію навчально-пошукової діяльності.

1. Самовизначення до діяльності

На цьому етапі навчально-пошукової діяльності передбачається організація позитивного самовизначення учня до відомої норми діяльності на уроці.

2. Актуалізація знань

Цей етап навчально-пошукової діяльності поділяється на дві частини:

- 1) індивідуальна діяльність за відомою нормою;
- 2) колективна реконструкція наявних за цією темою знань.

3. Постановка навчальної проблеми

Основною метою цього етапу навчально-пошукової діяльності є виявлення місця утруднення, його причин і формулювання мети уроку.

4. «Відкриття» дітьми нового знання

На цьому етапі навчально-пошукової діяльності здійснюється побудова дітьми нового способу дій і формування здатності до його виконання.

5. Первинне закріплення

Етап первинного закріплення передбачає розв'язування учнями типових завдань і вербальне фіксування побудованого алгоритму або поняття з паралельним їх записом.

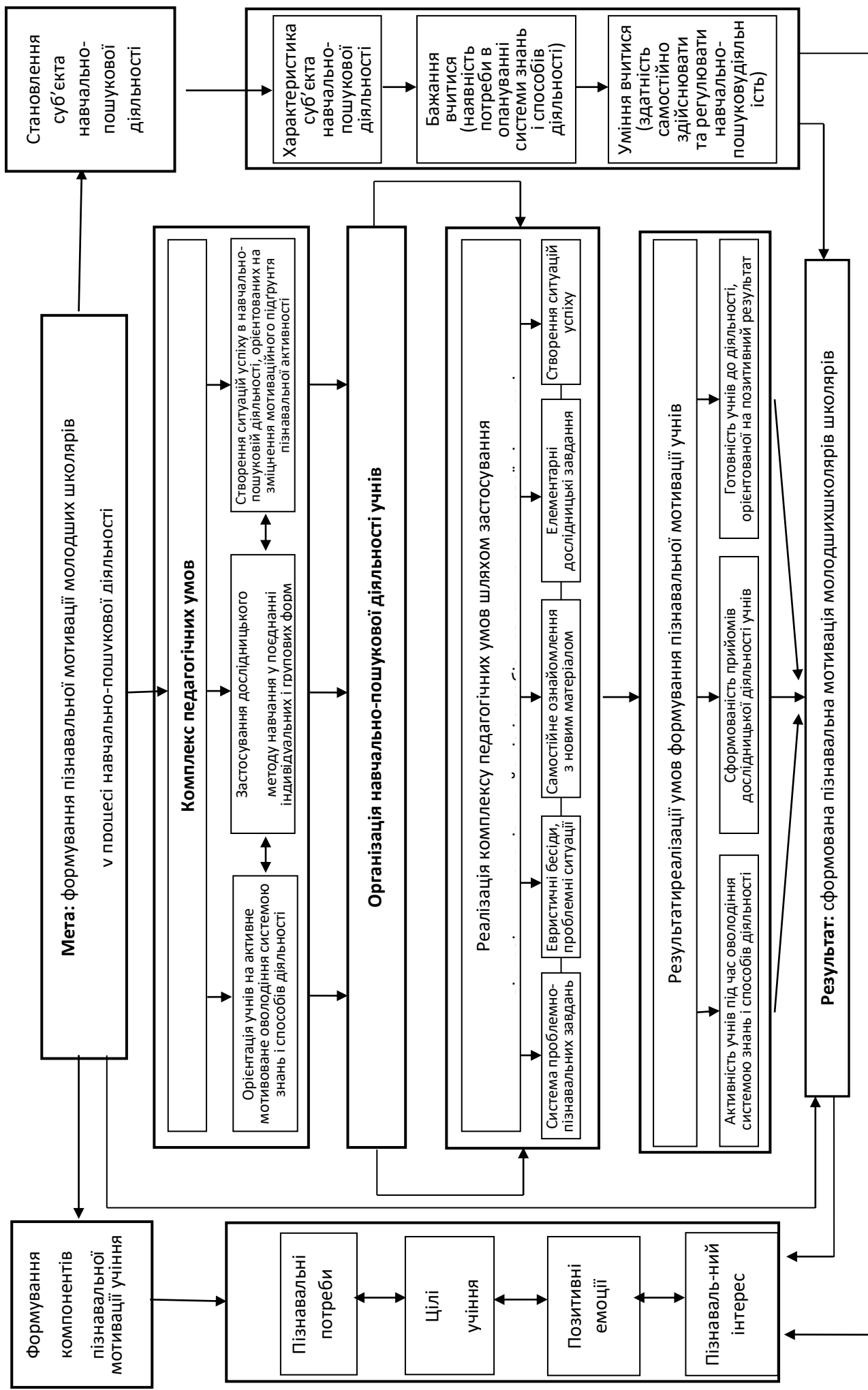


Рис. 1. Структурно-логічна модель формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності.

6. Самостійна робота із самоперевіркою у класі

Основною метою цього етапу є інтеріоризація нового способу дії, індивідуальна рефлексія досягнення мети і створення ситуації успіху.

7. Формування системи знань

На цьому етапі передбачається включення нового знання до існуючої системи знань, повторення і закріплення раніше вивченого.

8. Рефлексія діяльності

Основною метою цього етапу навчально-пошукової діяльності є самооцінка результатів діяльності, усвідомлення методу побудови та меж застосування нового способу дії.

Таким чином, навчально-пошукова діяльність містить такі компоненти: мотив, мета (проблема), навчальні дії та операції, дії оцінки та контролю.

Аналіз літературних джерел дозволив з'ясувати, що особливостями пошукової діяльності молодших школярів у процесі навчання доцільно вважати такі:

- спрямованість на опанування учнями нового матеріалу у проблемній ситуації;
- спрямованість на засвоєння прийомів і способів наукових методів пізнання (аналогія, індукція, дедукція тощо);
- вплив на зміну особистості самого учня, його розвиток (цілеспрямованість, допитливість, розвиток творчого потенціалу).

Основним змістом цієї діяльності є як теоретичні знання, так і прийоми, способи діяльності, а також відповідні вміння та навички: спостереження, аналіз, порівняння, узагальнення, класифікація, доведення. При цьому емпіричним знанням відповідають емпіричні (формальні) дії, теоретичним – теоретичні (змістові) дії у процесі пошуку.

Потребою в пошуковій діяльності є прагнення учнів до пошуку невизначеностей, проблем, завдань, які містять знання, невідомі школяреві.

Специфіка діяльності полягає у тому, що учні прагнуть самостійно відкривати нові знання та оволодівати новими способами дій. Її призначення полягає у тому, що, будучи формою активності індивіда, вона є умовою і засобом його психічного розвитку. Психічний розвиток, у свою чергу, забезпечує засвоєння теоретичних знань і сприяє формуванню в учня специфічних здібностей та якостей особистості – допитливості, цілеспрямованості, наукової фантазії.

Дидактична доцільність застосування навчально-пошукової діяльності учнів зумовлена її функціями:

- освітня – передбачає оволодіння знаннями об'єктивних фактів, наукових узагальнень, понять і законів;
- розвиваюча – реалізується в активній пізнавальній діяльності учнів, спрямованій на здобуття нових знань і способів дій та орієнтованій на зону їх найближчого розвитку;
- виховна – реалізується через предметний зміст;
- контрольно-корекційна – забезпечує постійний взаємообернений зв'язок учителя з учнем;
- спонукальна – стимулює пізнавальні інтереси, формує позитивні мотиви учіння.

Отже, проаналізовані теоретичні позиції щодо організації навчально-пошукової діяльності дозволяють розглядати її як чинник формування пізнавальної мотивації молодших школярів, що дає можливість для формування всіх її складових – пізнавальних потреб, цілей учіння, позитивних емоцій, пізнавальних інтересів.

Структурні компоненти розробленої моделі виконують функцію залучення молодших школярів до пізнання, розумового пошуку, досягнення обраної мети. Успішність реалізації структурно-логічної моделі залежить від сформованості пізнавальної мотивації, у зв'язку з чим виникла необхідність:

- сформувати в учнів навички творчого засвоєння та застосування знань у нових ситуаціях;
- залучити школярів до опанування методів наукового пізнання;

–створити умови для переживання дитиною успіху і пов’язаних з ним позитивних емоцій;

–посилити теоретичну і практичну значущість знань, що здобуваються;

–створити умови для виникнення свідомої пізнавальної спрямованості на виявлення причинно-наслідкових зв’язків шляхом постановки проблеми.

Ураховуючи комплексний підхід, у контексті якого мотивація розглядається як складна динамічна система, розроблено педагогічні умови, які під час їх комплексного використання створюють реальні можливості для формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності:

–систематична і цілеспрямована орієнтація учнів та активне мотивоване оволодіння системою знань і способів діяльності;

–застосування дослідницького методу навчання у поєднанні індивідуальних і групових форм організації пошукової діяльності;

–створення ситуацій успіху в навчально-пошуковій діяльності, орієнтованих на зміцнення мотиваційного підґрунтя пізнавальної активності учнів.

Схарактеризуємо першу педагогічну умову ефективності запропонованої моделі: *систематичне і цілеспрямоване орієнтування учнів на активне мотивоване оволодіння системою знань і способів діяльності.*

Невід’ємною складовою педагогічного процесу є його спонукальна сторона, яка забезпечує активність особистості, мотивуючу спрямованість її навчальної діяльності.

Тому перш за все необхідно вибудувати зміст навчального матеріалу як систему практичних і навчальних завдань та організувати активні дії дитини щодо їх розв’язання. У цьому разі навчальний зміст (знання, способи його здобуття) перетворюється на пряму мету навчальних дій школярів та усвідомлюється ними. Зрушення в мотиваційній сфері виявляються у тому, що відбуваються процеси актуалізації й опрідечування вже наявних потреб учнів, активне довизначення і перевизначення школярами завдань учителя.

Вивчення кожної теми або розділу навчальної програми має містити три основні етапи: мотиваційний, операційно-пізнавальний і рефлексивно-оцінний. Проте, виходячи з логіки та мети дослідження, прийоми орієнтування учнів на активне мотивоване оволодіння системою знань і способів діяльності ми згрупували відповідно до етапів організації навчально-пошукової діяльності та подали в табл. 1. Усі вони певною мірою застосовувалися нами в експериментальному навчанні. Досвід доводить, що на уроках їх ефективність залежить від цілей і завдань конкретного заняття, особливостей змісту навчального матеріалу, рівня сформованості навчальної діяльності молодших школярів, особистості вчителя, його педагогічної майстерності тощо.

Психолого-педагогічна характеристика прийомів формування пізнавальної мотивації у процесі навчально-пошукової діяльності дозволяє нам зробити висновки, що активне мотивоване оволодіння учнями системою знань і способів діяльності залежить значною мірою від того, як організована їх навчальна діяльність, від її структури та характеру.

Розглянемо другу педагогічну умову, яка уможлиблює ефективність створеної структурно-логічної моделі: *застосування дослідницького методу навчання у поєднанні індивідуальних і групових форм організації пошукової діяльності.*

Форми реалізації дослідницького методу завжди пов’язані з обов’язковою самостійною пошуковою діяльністю учнів. У процесі навчання найбільш часто навчальні проблеми усвідомлюються учнями в умовах, спеціально організованих учителем шляхом попереднього проведення дослідів, демонстраційних експериментів, самостійних спостережень, організації екскурсій, трудової діяльності тощо.

Сучасні дослідники радять залучати школярів на уроці до розв’язання навчальних проблем і без експериментів – шляхом аналізу відомих фактів і зіставлення їх з новими, логічних суджень та умовиводів на основі раніше засвоєних знань. У цьому разі інформативні функції вчителя мінімізуються, проте більшої ваги набуває його управлінська

діяльність, спрямована на організацію дій учнів з усвідомлення навчальної проблеми, самостійного формулювання гіпотез, визначення шляхів розв'язання завдань і власне вирішення, зіставлення отриманих результатів із висловленими раніше припущеннями й узагальненнями щодо проблеми в цілому.

Таблиця 1. Прийоми орієнтування молодших школярів на активне мотивоване оволодіння системою знань і способів діяльності

Етапи організації навчально-пошукової діяльності	Складові формування мотивації навчально-пошукової діяльності	Цілі застосування прийомів	Стисла характеристика прийомів
I. Мотиваційний момент і постановка загальної мети	1. Викликання вихідної мотивації	Привертання уваги до навчального матеріалу	Створення проблемних ситуацій на початку уроку; включення цікавого матеріалу; застосування наочних і технічних засобів навчання; драматизація; використання несподіваної та невідомої інформації; емоційна насиченість змісту; створення емоційних ситуацій, змагальних моментів, застосування технік емоційної розрядки
	2. Формулювання основного навчального завдання	Стимулювання учнів до постановки певних цілей	Роз'яснення учням цілей майбутньої діяльності; розробка спільно зі школярами плану подальших дій; постановка цілей на окремих етапах уроку, визначення цілей розв'язування проблемних ситуацій
	3. Самоконтроль і самооцінка можливості майбутньої діяльності	Вироблення й обговорення плану майбутньої діяльності	Розкриття значущості певної теми (розділу), створення чіткої перспективи роботи; зіткнення школярів із необхідністю засвоєння теоретичних знань і загальних способів дій
II. Операційно-пізнавальний момент «Відкриття» нового знання	Підкріплення мотивації, що виникла	Інформування про сферу застосування	Розгляд, зіткнення різних ідей, теорій і концепцій; показ новизни фактів, досягнень сучасної науки; ефект пізнавальної суперечки, конфлікту під час засвоєння навчального матеріалу; порівняння різних точок зору на питання, що обговорюється, думок самих учених; ефект здивування школярів від цікавих фактів, парадоксальних дослідів; зіткнення побутових і наукових уявлень; ефект несподіваності явищ, що описуються, науково-фантастичних поглядів і фактів; створення проблемних ситуацій; моделювання
III. Рефлексивно-оцінний момент розв'язування типових завдань і самостійна робота із самоперевіркою у класі	Створення позитивної мотиваційної перспективи	Стимулювання позитивної самооцінки просуваних навчальних діяльності	Створення ситуацій успіху, наголошення на раціональних моментах діяльності учнів; організація ситуацій колективної мисленнєвої діяльності; оцінні, підбадьорливі звернення вчителя, підтримка ініціативи школярів
		Створення позитивної мотиваційної перспективи подальшої діяльності	Рекомендації щодо ознайомлення з новинками науково-популярної літератури; прийом «відкритого» кінця уроку

Успішна реалізація принципу активності учнів багато в чому залежить від оптимального поєднання групових та індивідуальних форм організації занять. При цьому головна вимога до поєднання організаційних форм полягає у тому, що вони мають забезпечити успішне досягнення поставленої мети формування пізнавальної мотивації навчальної діяльності не лише всім класом, а й кожним учнем окремо.

Головною перевагою індивідуального навчання, на думку Г. К. Селевко, є те, що воно дозволяє повністю адаптувати зміст, методи та темпи навчально-пошукової діяльності дитини до її особливостей; стежити за кожною її дією й операцією під час розв'язання конкретних завдань; стежити за просуванням від незнання до знання; вчасно вносити необхідні корективи в діяльність як того, хто навчається, так і вчителя; пристосовувати їх до ситуації, яка постійно змінюється, але контролюється з боку вчителя й учня³²⁰. Усе це дозволяє молодшим школярам працювати економно, постійно контролювати затрати своїх сил, працювати в оптимальний для себе час, що природно уможливорює досягнення високих результатів навченості.

Індивідуальне навчання в такому «чистому» вигляді застосовується в масовій школі досить обмежено, проте індивідуальний підхід розглядається як один із найважливіших принципів навчання і виховання.

З метою становлення мотивації у процесі навчально-пошукової діяльності велике значення має залучення всіх учнів до активної навчальної роботи. Однак прийоми, застосовувані у процесі індивідуального навчання, не завжди виправдовують очікування. Тим часом застосування групових форм навчання дозволяє залучити до активної роботи навіть пасивних учнів, оскільки, потрапивши до групи однокласників, які колективно виконують певне завдання, учень не може відмовитися виконати свою частку роботи, інакше зазнає моральної обструкції з боку своїх товаришів, а до їх думки він, як правило, дослухається навіть більше, ніж до думки вчителя.

Практично всі дослідники погоджуються з тим, що групова робота, якою передбачена наявність у класі гомогенних або гетерогенних груп, що працюють на уроці над вирішенням певного пізнавального завдання, найбільш придатна для реалізації всіх ознак колективності. Індивідуальному розуму, щоб проявити себе, потрібна допомога з боку колективу, оскільки він творить для нього, винаходить те, що корисно і потрібно колективу.

Ефективність групової роботи залежить від багатьох чинників – вибору завдань, складу груп та їх чисельності, наявності в учасників колективної навчально-пізнавальної діяльності елементарних умінь працювати у колективі, вибору лідера тощо.

У свою чергу, вміння зіставляти різні точки зору у процесі виконання навчальних завдань, вміння ніби «встати на позицію іншої людини» сприяє появі важливого новоутворення й у мотиваційній сфері. Саме воно сприяє зародженню, розвитку і становленню мотиву співробітництва. Загальна спрямованість дитини на взаємодію з однолітками поступово переростає в усвідомлене прагнення разом з іншими працювати добре і швидко, тобто найбільш адекватним способом виконати завдання, отримати потрібний усім результат.

Під час групової роботи учнів у процесі навчально-пошукової діяльності значною мірою зростає можливість надання індивідуальної допомоги кожному, хто її потребує, як з боку вчителя, так і з боку своїх товаришів. Причому той, хто допомагає, отримує при цьому не меншу допомогу, ніж слабкий учень, оскільки його знання актуалізуються, конкретизуються, стають більш гнучкими, зміцнюються саме під час пояснення своєму однокласникові.

Отже, у процесі виконання спільних навчальних завдань створюються сприятливі умови для розвитку мотиваційної сфери учнів. За допомогою спеціально організованої взаємодії дітей можна стимулювати формування у них пізнавальної мотивації учіння і поступово переводити її на більш високий рівень.

³²⁰ Селевко Г. К. Современные образовательные технологии : учебное пособие. Москва Народное образование, 1998. 256 с.

Розглянемо третю педагогічну умову реалізації запропонованої моделі: *створення ситуацій успіху в навчально-пошуковій діяльності, орієнтованих на зміцнення мотиваційного підґрунтя пізнавальної активності учнів.*

Загальновизнаним стимулом, який впливає на розвиток пізнавального інтересу, є успіх, що викликає позитивні переживання, задоволення, почуття власної гідності. Саме тому, звертаючись до ситуації успіху в навчально-пошуковій діяльності, необхідно розуміти ті психолого-педагогічні механізми, які становлять її підґрунтя.

Насамперед необхідно визначити поняття «успіх» і «ситуація успіху». Із психологічної точки зору, успіх – це переживання стану радості, задоволення від того, що результат, до якого особистість прагнула у процесі своєї діяльності, або збігся з її очікуваннями (з рівнем домагань), або перевершив їх. На основі цього стану можуть сформуватися стійкі почуття задоволення, нові, більш сильні мотиви діяльності, може змінитися рівень самооцінки, самоповаги (Табл. 2). Відповідно до цього, якщо допомогти школяреві один раз досягти позитивного результату, тим самим можна умотивувати його подальшу діяльність.

Таблиця 2. Циклічність дії ситуації успіху

Цикли	Етапи створення ситуації успіху			Результат
	мотивація	операції	підсумок	
I	Учитель формує в учня мотив до досягнення успіху в конкретній навчальній ситуації	Учитель забезпечує учня завданням, що відповідає його здібностям; якщо треба, надає допомогу	Учень відчуває позитивні емоції після успішного виконання завдання	Позитивні емоції дають упевненість у своїх силах, мотивують учня до виконання нового завдання
II	Учень відчуває бажання знову досягти успіху в навчальній діяльності, готовий докласти для цього певних зусиль	Учитель пропонує завдання, розв'язання якого вимагає певних вольових зусиль та/або напруженої розумової діяльності	Учень оцінює результат своїх зусиль, порівнює свою оцінку з оцінкою вчителя, уточнює причини розбіжності	Задоволення від подолання труднощів залишає більш глибоке враження і закріплює успіх; з'являється бажання підтвердити та зміцнити позитивні результати
III	Мотив досягнення із зовнішньої спонуки стає внутрішнім стимулом; учня зацікавлює процес пошуку істини	З-поміж запропонованих учителем варіантів учень сам визначає обсяг і ступінь складності навчального завдання, формуючи індивідуальний стиль діяльності	Формується свідоме ставлення до навчання, об'єктивне ставлення до результатів роботи; виявляються сильні та слабкі сторони стилю учіння	Усвідомлення рівня своїх знань, умінь, можливостей; розуміння необхідності вдосконалення свого освітнього рівня
IV	Внутрішня потреба в самоосвіті та самовдосконаленні	Самостійне створення умов для досягнення успіху в діяльності	Учень оцінює свої дії як основу для подальшого позитивного розвитку	Уміння самостійно ставити завдання для подальшого вдосконалення і створення ситуації успіху і діяльності як самому собі, так і оточуючим

З педагогічної точки зору, ситуація успіху – це таке цілеспрямоване, організоване поєднання умов, за яких створюється можливість досягти значних результатів у діяльності як окремо взятої особистості, так і колективу в цілому. Важливо відзначити, що в педагогічному сенсі це результат продуманої стратегії вчителя і родини.

В. К. Вілюнас розрізняє успіх за очікуваннями особистості. Він виділяє три види успіху³²¹.

Випереджальний успіх. Дитина очікує його, сподівається на нього. Таке очікування може базуватись і на обґрунтованих сподіваннях (він гарний, старанний учень), і на сподіванні на якесь диво. Необхідно помітити сподівання школяра і не дати йому приводу для розчарування, підтримати, підготувати, переконати. Але може статися навпаки, і тоді

³²¹ Вілюнас В. К. Психологические механизмы мотивации человека. Москва: Изд-во МГУ, 1990. 288 с.

учень, не усвідомлюючи власних домагань, може реагувати на невдачі неочікуваними вчинками, «вибухами» неслухняності тощо.

Констатувальний успіх. Школяр фіксує досягнення, радіє з цього приводу. Успіх може бути очікуваним або неочікуваним, підготовленим або непідготовленим. Важливо, щоб він набув ознак сталості, створив у дитини відмінний настрій, уможливив переживання радості визнання, усвідомлення своїх можливостей, віри у завтрашній день.

Узагальнювальний успіх. Очікування успіху поступово стає стійкою потребою. З одного боку, це стан захищеності, впевненості, сподівання на самого себе; з другого боку, виникає небезпека переоцінити свої можливості, заспокоїтися, спочити на лаврах.

Знання цих видів ситуацій успіху дає можливість реально оцінити їх педагогічний потенціал і відповідно орієнтуватися у виборі шляхів, засобів їх організації.

Отже, впровадження авторської моделі формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності має здійснюватись з урахуванням таких педагогічних умов: по-перше, це систематична і цілеспрямована орієнтація учнів на активне мотивоване оволодіння системою знань і способів діяльності; по-друге, це застосування дослідницького методу навчання у поєднанні індивідуальних і групових форм організації пошукової діяльності; по-третє, це створення ситуацій успіху в навчально-пошуковій діяльності, орієнтованих на зміцнення мотиваційного підґрунтя пізнавальної активності учнів.

Діагностичний аспект моделі спирається на критерії, показники та рівні пізнавальної мотивації. Для оцінювання сформованості пізнавальної мотивації визначено критерії, що відображають: активність в оволодінні системою знань і способів діяльності; ступінь сформованості прийомів дослідницької діяльності; готовність до діяльності, орієнтованої на позитивний результат.

У дослідженні виділено такі показники: емоційне ставлення до навчальних предметів, пізнавальну активність, домінування внутрішніх мотивів учіння, силу прояву і дієвість. Вони є основою для визначення рівнів пізнавальної мотивації: початкового (емпірично-репродуктивного), середнього (аналітично-реконструктивного), високого (теоретично-продуктивного).

З метою успішного функціонування структурно-логічної моделі визначено такі принципи формування пізнавальної мотивації молодших школярів у процесі навчально-пошукової діяльності:

– принцип діяльності – організація навчання, коли учень не отримує готове знання, а «відкриває» його у процесі власної пізнавальної діяльності та аналізує процес відкриття;

– принцип активності – заохочення активної навчальної діяльності молодших школярів для найповнішої реалізації їх мотиваційного потенціалу;

– принцип психологічної комфортності – зняття стресоутворюючих чинників навчального процесу, створення доброзичливої атмосфери, орієнтованої на реалізацію ідей педагогіки співробітництва;

– принцип особистісного смислу – надання навчальному матеріалу та навчальній діяльності особистісної значущості;

– принцип варіативності – надання можливості вибору серед навчальних завдань різного ступеня складності, характеру пізнавальної активності (репродуктивних, творчих, пошукових) та формування здатності до системного перебору можливих варіантів (і вибору оптимального варіанта) розв'язання пізнавального завдання;

– принцип проблемності – дослідницька діяльність учнів, яка з'являється в певній ситуації і змушує їх ставити питання-проблеми, формулювати гіпотези, висувати припущення та перевіряти їх під час розумових і практичних дій;

– принцип творчості – максимальна орієнтація на творче начало в навчальній діяльності школярів, набуття ними власного досвіду творчої діяльності.

Отже, сконструйована структурно-логічна модель формування пізнавальної мотивації молодших школярів призначена: здійснювати розвиток внутрішніх можливостей учнів; самореалізувати природні здібності; формувати позитивне ставлення до учіння; стимулювати пізнавальні потреби, інтереси, пізнавальну активність, самостійність школярів.

Література

1. Дахин А. Н. Педагогическое моделирование: сущность, эффективность и неопределенность. Педагогика. 2003. № 4. С. 22.
2. Данилов М. А. Процесс обучения в школе. Педагогика. 1978. № 8. С. 5-9.
3. Моргун В. Ф. Типология мотивов учебной деятельности. *Исследование мотивационной сферы личности*: сб. науч. трудов. Новосибирск: НГПИ, 1984. С. 47-52.
4. Эльконин Д. Б. Психология обучения младшего школьника. М.: Просвещение, 1983. 403 с.
5. Давыдов В. В. Содержание и структура учебной деятельности школьников. *Формирование учебной деятельности школьников*: избранные труды. Москва: Педагогика, 1982. С. 178-180.
6. Бібік Н. М. Врахування пізнавальних інтересів учнів у підручникотворенні. *Проблеми сучасного підручника*: зб. наук. праць. Київ: Педагогічна думка, 2003. Вип. 3. С. 27-31.
7. Божович Л. И. Проблемы формирования личности. / под ред. Д. И. Фельдштейна. Воронеж: НПО «МОДЭК», 1995. С. 7-44.
8. Щукина Г. И. Проблема познавательного интереса в педагогике. Москва: Педагогика, 1971. 352 с.
9. Бабанский Ю. К. Проблемы повышения эффективности педагогических исследований: дидактический аспект. Москва: Педагогика, 1982. 192 с.
10. Маркова А. К. Пути исследования мотивации учебной познавательной деятельности школьников. *Вопросы психологии*. 1984. № 5. С. 20-30.
11. Селевко Г. К. Современные образовательные технологии: учебное пособие. Москва: Народное образование, 1998. 256 с.
12. Виллюнас В. К. Психологические механизмы мотивации человека. Москва: Изд-во МГУ, 1990. 288 с.

2.10. THE ESSENCE OF "CULTURE" AND "PEDAGOGICAL CULTURE" IN THE CONTEXT OF MODERN TRAINING OF FUTURE TEACHERS

2.10. СУТНІСТЬ ПОНЯТЬ «КУЛЬТУРА» ТА «ПЕДАГОГІЧНА КУЛЬТУРА» В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ

Процес входження України до європейського та світового співтовариства висуває вимоги щодо зміни соціально-економічної ситуації в Україні, перебудови стилю мислення, розвитку особистості на засадах демократичності, що, відповідно, вимагає осмислення ролі культури педагога в суспільстві, його культуротворчого впливу на підростаюче покоління.

Шукаючи відповіді на болючі питання сьогодення, науковці звертаються до досвіду культури та культурології як наукової сфери знання, зокрема, А. Флієр зазначає, що «зростання інтересу до проблем культури та культурної регуляції колективного та особистого життя людей характерне для всієї світової науки останнього століття і пов'язане з численними історичними та соціально-культурними чинниками, а також розвитком самої методології пізнання, з включенням в орбіту міжнародного культурного життя народів «третього світу», зростанням процесів соціокультурного розвитку з регіональних до глобальних, становленням мультикультурної постіндустріальної цивілізації, зміною характеру взаємовідносин людської особистості з соціумом, пошуком засобів «культурної адаптації» людини у досягненнях техногенного світу й інформаційної цивілізації, руйнуванням багатьох основ традиційного життєвого укладу і картини світу людей, появою та поширенням феномену масової культури, зміною філософських парадигм у світогляді, зростанням «антропологічності» науки, перенесенням її інтересу з людини-продукту культури на людину-творця культури. Все це стимулювало розвиток в більшості країн світу комплексу культурно-антропологічних наук, що вивчають перералічені процеси».³²²

Традиційне розуміння *культури* як сукупності процесів, що відрізняються від природних, сформувалось у Новий час (хоча перший дефінітивний досвід у визначенні поняття відносять до I століття до н.е.). Культура втілює в собі цінності, які створювалися людьми в минулому та створюються сьогодні. При цьому культуру прийнято класифікувати на матеріальну (техніка, виробничий досвід, матеріальні цінності, створені в процесі виробництва) та духовну (створення, розподіл та споживання цінностей науки, мистецтва і літератури, освіти, філософії тощо). Прихильники іншого напрямку розглядають культуру як історично визначений рівень розвитку суспільства і людини, виражений у типах і формах організації життя та діяльності людей, а також у створених ними матеріальних і духовних цінностях. Подане поняття трактується також з точки зору розвитку людини, результатів і способів її праці, творчої енергії.

Загальну панораму наукових підходів до феномену культури доповнюють деякі вітчизняні підходи, зокрема: предметно-центричний, аксіологічний (О. Дробницький, Г. Френцев, Н. Чавчавадзе), де культура тлумачиться як предметний світ, узятий під кутом зору його людської значущості та цілісності; діяльнісно-технологічний (Е. Баллер, Ю. Вишневський, В. Давидович, М. Злобін, М. Каган, Е. Маркарян, В. Межуєв), де культура розглядається як специфічний для людей спосіб існування; евристичний (О. Арнольд, Ю. Вишневський, Л. Коган), що пов'язує культуру з характеристиками творчої діяльності людини, її продуктивним мисленням та діяльністю; інформаційно-семіотичний (Ю. Лотман), що розглядає культуру як сукупність знакових систем, за допомогою яких зберігається та передається від покоління до покоління соціальна інформація; сумативний (Е. Соколов), де в культурі виявляється сума різноманітних процесів і результатів діяльності людини.³²³ В. Межуєв вважає, що дійсним змістом культури є «розвиток самої людини».³²⁴

³²² Флієр А. Я. Избранные работы по теории культуры, с. 7

³²³ Каган М. С. Культура – философия – искусство: Диалоги, с. 33.

³²⁴ Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька: Навчальний посібник, с. 76.

Як суб'єкт культурної діяльності людина втягнена не тільки в процес суспільного відтворення, але й більший або менший мірі усвідомлено і цілеспрямовано – у процес самовиробництва, творення себе як цілісного та універсального індивіда. Якщо людина не є творцем, суб'єктом культури, то й саме засвоєння культурної спадщини стає непродуктивним, як на рівні індивідуального, так і суспільного буття. Тому сучасні дослідники всі більш артикульовано пов'язують становлення і розвиток культури особистості із самовдосконаленням останньої, визначаючи два боки культури, її діалектично взаємопов'язані та суперечні начала, але неможливі один без одного: зовнішній – матеріальні та духовні цінності та внутрішній – сама людина, свідома, цілеспрямована й активна, яка опановує своїм відношенням до світу й до себе самої.

М. Бахтін зазначає, що культура інтегрується в єдиному контексті життя і шукає виходу до культури особистості, й тому виступає мірою особистісного засвоєння культурної спадщини, індивідуальної діяльності суб'єкта. Її не можна тлумачити як суму знань, умінь, переконань, здібностей особистості, оскільки вони перебувають в тісному зв'язку між собою і становлять якісні та кількісні характеристики культурного розвитку людини.³²⁵ Отже, можна говорити про особистісну культуру, яку можна визначити як індивідуальну форму виявлення результатів культурного впливу суспільства на індивіда, духовне збагачення суб'єкта, прояв ступеня розвитку самої людини – творця культури.

І. Зязюн наголошував на тому, що тип культури водночас детермінує не лише певний тип людини (тип особистості), але й шляхи його досягнення, які втілюються у певних принципах освіти і виховання.³²⁶ В різні періоди життя людина засвоює різні пласти культури, бо вона володіє високим виховним і освітнім потенціалом та потужним фактором розвитку особистості, що визначає динаміку взаємовідношень культури і людини. Науковець доходить до висновку, що аналіз культури, як антропологічного феномену, демонструє її конгруентність людині.³²⁷

Саме таке розуміння сутності культури дозволяє прояснити її визначальну роль у професійній підготовці майбутніх учителів. У цьому контексті В. Лозова зазначає, що «людина, якій суспільство довірило виховання, повинна володіти високою педагогічною культурою, бути професіоналом і гуманістом, яка визнає унікальність, неповторність особистості студента».³²⁸ Т. Іванова, яка досліджує проблему професійної педагогічної культури, підкреслює, що «одним із показників високої культури особистості є культура самосвідомості, без якої неможливе формування міцних ціннісних орієнтацій особистості та нового мислення. Загальний рівень культури самосвідомості, певна єдність у розумінні цінностей створює передумови і для взаєморозуміння людей, які виступають в ролі вихователів та вихованців, визначає спільність критеріїв, за допомогою яких особистість оцінює себе, свої позитивні якості і недоліки, відповідно, на цьому ґрунті формуються стосунки у суспільстві, складається сприятливий клімат, який забезпечує атмосферу взаємної довіри і творчої діяльності».³²⁹

Звідси можна зробити висновок, що *культура вчителя*, стрижневою характеристикою якої є культура самопізнання, проявляється в усіх сферах життєдіяльності людини і представлена культурами спілкування, світосприйняття та самовираження, професійної праці та її організації. Світ культури професійної праці є величезним. За образним висловом В. Кортави, людина знаходиться перед обличчям культури у стані «внутрішньої недовершеності»,³³⁰ лише часткового залучення до культурних цінностей, що породжує в ній волевиявлення, прагнення до їх розуміння та споживання. Культура самосвідомості є духовною передумовою адекватного вільного вибору людиною свого образу життя, вчинків і

³²⁵ Бахтин М. М. К философии поступка, с. 202.

³²⁶ Зязюн І. А. Філософія педагогічної дії: [монографія], с. 28.

³²⁷ Зязюн І. А. Філософія педагогічної дії: [монографія], с. 28.

³²⁸ Лозова В. І. Теоретичні основи виховання і навчання: навч. посібник, с. 145.

³²⁹ Іванова Т. В. Культурологическая подготовка будущего учителя: [монография], с. 23.

³³⁰ Кортава В. В. К вопросу о ценностной детерминации сознания, с. 20.

дій у конкретних життєвих ситуаціях, визначеність у власній позиції при розв'язанні тих чи інших питань суспільного життя³³¹.

Оскільки культура є суспільною діяльністю (В. Межуєв), в якій відбувається становлення особистості, її формування можливе лише в діяльності й тільки через діяльність. За С. Рубінштейном, «суб'єкт у своїх діяннях, актах своєї творчої самодіяльності не тільки виявляється й проявляється, а він у них створюється і визначається. З того, що він робить, можна визначити те, чим він є: напрямком його діяльності можна визначити і сформулювати його самого».³³² Для педагогіки дане твердження є основоположним: через вибір й організацію педагогічної діяльності можна впливати на процес формування і розвиток особистості. Взаємодія особистості з навколишнім середовищем залежить не тільки від умов середовища, але і від природи того явища, на яке цей вплив зроблено. Ефект дії одного явища на інше опосередковується природою останнього.³³³

Враховуючи особливості функцій культури, які завжди проявляються в двох аспектах – соціальному і психологічному³³⁴, можна зробити висновок щодо актуальності діяльнісного підходу до розвитку культури вчителя. Перш за все, майбутній спеціаліст повинен бути включеним у соціально значущу діяльність, способи якої він засвоює упродовж життя. На думку психологів, необхідним є створення таких умов, при яких засвоєні в їх зовнішній формі способи діяльності в ході свого розвитку набувають форм внутрішніх індивідуальних процесів (інтерпсихічних). Саме так Л. Виготський формулює гіпотезу про інтеріоризацію соціальних форм діяльності в індивідуальні, підкреслюючи, що в процесі культурного розвитку «через інших ми стаємо самими собою, і це правило відноситься не тільки до конкретної особистості, але й, в цілому, до історії кожної окремої нації».³³⁵

Згідно з наведеною настановою, культура вчителя, й відповідно, педагогічна культура, синонімізована з нею, характеризує процес засвоєння соціальних цінностей, стан особистості, а також процес створення, в ході педагогічної діяльності, нових соціальних цінностей.

Наукове розроблення поняття педагогічної культури майбутніх учителів, проблематизоване навколо розглянутого нами концепту «культура», інтенсифікувалось останніми роками у сфері педагогічних досліджень. Так, Т. Сидоренко розкриває сутність та компоненти *педагогічної культури майбутнього вчителя*, розглядає роль навчальної діяльності як засобу її формування та дидактичні умови ефективності цього процесу.³³⁶ Науковцем доводиться, що педагогічна культура майбутнього вчителя є складною соціальною характеристикою його особистості, в якій відбилася його педагогічна позиція. Водночас вона є показником рівня духовного, морального, інтелектуального розвитку; знань, умінь, високого професіоналізму, професійно значущих якостей фахівця-освітянина, необхідних для успішного вирішення педагогічних завдань.³³⁷ Відповідно до запропонованого визначення педагогічної культури як системної характеристики особистості та діяльності вчителя розробляється й система компонентів, взаємопов'язаних і взаємозалежних у їх єдності, зокрема: потребнісно-мотиваційний, духовно-моральний, когнітивний і діяльнісно-практичний. Отже, зміст досліджуваного поняття в інтерпретації Т. Сидоренко, охоплює сфери пізнавальних інтересів, моральних, особистісно-педагогічних, професійно-педагогічних якостей особистості, загальної ерудиції та знань, педагогічних здібностей у формі нахилів тощо.

Шляхом логічного поєднання в єдиний змістовий простір педагогічної культури майбутнього вчителя і культури йде у побудові понятійного апарату свого дослідження В. Мішеченко, вважаючи, що «високе звання «учитель» набуває свого справжнього смислу

³³¹ Иванова Т. В. Культурологическая подготовка будущего учителя: [монография], с. 12-13.

³³² Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание, с. 94.

³³³ Там само, с. 315.

³³⁴ Выготский Л. С. Психология искусства, с. 145.

³³⁵ Там само, с. 144-146.

³³⁶ Сидоренко Т. Д. Дидактичні основи формування педагогічної культури майбутнього вчителя: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.09 «Теорія навчання», с. 3.

³³⁷ Там само, с. 8.

лише тоді, коли воно невіддільне від поняття культури».³³⁸ В такому ракурсі музична й культура школярів інтерпретується як важлива і невід’ємна частина їхньої духовної культури. Порівняно із аналізованими нами попередніми дослідженнями автор запобігає до більш широкого логічного ланцюжку робочих понять – культура, духовна культура, естетична культура, художня культура, музична культура, педагогічна культура, добираючись до базового поняття дисертації – «*музично-педагогічна культура вчителя*». Вона розглядається як система, в структурі якої містяться п’ять взаємозумовлених підсистем: мотиваційна, інформаційні, операційна, оцінна, комунікативна. В межах тематики нашого дослідження для нас важливе тлумачення музично-педагогічної культури як системи, в якій інтегруються музичні і педагогічні знання, уміння і навички, що матеріалізуються в музичному навчанні й вихованні дітей на основі художньо-педагогічного спілкування. Творчий потенціал вчителя реалізується на основі змісту, обсягу, якості, системності педагогічних і музичних знань та умінь.³³⁹

На підставі розглянутих досліджень можна констатувати, що формування *культури майбутнього вчителя* як інтегративного феномена дає можливість зреалізувати комплекс цінностей педагогічної підготовки. Так, професійні цінності як повне творче оволодіння своєю дійсністю характеризуються змістом, відмінним від етичних, як соціально-політичного, філософського, економічного стилю мислення; естетичних, як орієнтації на найкращі художні цінності; фізичних, як усвідомлено здорового способу життя.

На підставі здійсненої презентації кола понять, дотичних до проблеми педагогічної культури вчителя, можна спостерігати й індивідуалізацію розроблення складових змісту досліджуваного феномену, які ми надалі розглянемо детальніше.

Так, культура майбутнього вчителя представлена комплексом складових, поєднувальним чинником якого є *самосвідомість особистості* «як усвідомлене ставлення людини до своїх потреб і здібностей, інтенцій та мотивів поведінки, переживань й думок. До основи самосвідомості покладено здатність людини відрізнити себе від своєї життєдіяльності, що виникає у спілкуванні при формуванні первинних способів людського буття. Суб’єктивне переживання власного «Я» виражається у тому, що людина розуміє власну тотожність самому собі сьогодні, у минулому і майбутньому».³⁴⁰

Як найважливіший системотвірний елемент педагогічної культури Г. Різз визначає культуру *цілепокладання*, що виявляється в усвідомленні особистістю загальної стратегії педагогічного розвитку суспільства й активується при розробці соціокультурних програм нижчих рівнів. Носіями культури цілепокладання є педагогічні працівники усіх структурних підрозділів галузі освіти без винятку.³⁴¹

Наступним елементом системи педагогічної культури виступає культура *педагогічного знання*, яка презентує фундаментацію накопиченого галузевого досвіду, наявність наукових теорій та гіпотез, оволодіння вчителями-практиками комплексом складових культури педагога-фахівця.

Рівень *світоглядної культури вчителя*, як наступного системотворчого елементу, багато в чому визначається характером педагогічного процесу і результатами стосунків між наставником та учнями. Розмаїття форм світогляду детермінується історичними етапами розвитку педагогічної культури, впливає на типологічні характеристики об’єктів педагогічної діяльності й результати впливу на них.

Педагогічна культура конкретизується *культурою мислення*, що формується у майбутнього вчителя повсякденно, як у процесі життя індивіда, так і спеціальними засобами – вивченням комплексу філософських наук, зокрема, формальної логіки. До професійної

³³⁸ Мішеченко В. В. Формування музично-педагогічної культури майбутніх учителів початкових класів і музики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання музики і музичного виховання», с. 3.

³³⁹ Там само, с. 7.

³⁴⁰ Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии, с. 118.

³⁴¹ Ризз Г. И. Размышления о педагогической деятельности, культуре, мастерстве, с. 114.

підготовки вчителя безперечно входить формування навичок грамотного розмовного висловлювання й написання, але не менш важливим є завдання навчити педагога логічно мислити, розуміти сутність речей, процесів, пов'язувати явища між собою на глибинному рівні.

До змісту педагогічної культури входить *культура почуттів*. Виховання людини з багатоспектральним внутрішнім світом (здібності кохати, співчувати, пишатися, соромитися тощо), розвиток повнокровної гама високих переживань емоційно збагачують працю педагога, урізноманітнюють форми вербального контакту вихователя і школярів.³⁴² Культура почуттів охоплює й культуру спілкування вчителя з учнями, їх батьками, з людьми інших професій.

Дослідники проблеми педагогічного спілкування у сфері взаємовідносин вихователя і вихованців визначають важливість *педагогічного такту*.³⁴³ Не зменшуючи значущості педагогічного такту, підкреслимо, що такт педагога – це лише один з аспектів проблеми педагогічної культури майбутнього вчителя. Він знаходиться у *системі прийомів і методів професійно-педагогічного спілкування*, яка забезпечує реалізацію мети і завдань педагогічної діяльності та організовує, спрямовує соціально-психологічний вплив педагога на вихованців. Важливими компонентами спілкування вчені вважають міміку, позу, жести, рух, які зближують виступаючого та реципієнтів. Жест – явище самобутнє та індивідуальне, він є необхідною ознакою стилю спілкування вчителя, що вказує на його емоції, почуття, думки.

Н. Стрельнікова надає великого значення *педагогічній культурі спілкування вчителя з батьками учнів* шкіл, яка є сукупністю специфічних засобів, що визначають взаємодію педагога і батьків, спрямовану на досягнення позитивного результату у вихованні та розвитку дітей. Науковець виділяє основні критерії, які характеризують рівень педагогічної культури спілкування вчителя з батьками школярів: змістовий (знання особливостей сучасної сім'ї, її виховних можливостей; програма вивчення сім'ї, психолого-педагогічні умови педагогічної культури спілкування вчителя з батьками); емоційно-оцінний (прояв позитивного емоційного ставлення, розуміння цінності й значущості спілкування в процесі керівництва цілісним розвитком школяра); діяльнісний (функціональний бік виявлення педагогічної культури спілкування майбутніми вчителями: прояв педагогічного такту, соціальної перцепції, емпатії, сугестії, конкретності, доброзичливості тощо).³⁴⁴

Наступним елементом педагогічної культури є *організаційна культура*, яка дозволяє забезпечити процеси навчання і виховання у разі володіння педагогом навичками організатора та передачі їх вихованцям.

Г. Різз, розглядаючи структуру педагогічної культури, вказує на її *предметно-продуктивну* та *техніко-технологічну* складові.³⁴⁵ До першої науковець відносить всі досягнення суспільства у сфері педагогічної праці, до другої – методи, засоби, способи, за допомогою яких одержано позитивні результати. Оскільки жоден етап або діяльнісний цикл неможливо розмежувати, то будь-яке конкретне педагогічне явище виступає, з одного боку, як наслідок застосування певного методу, а з іншого – як спосіб одержання нового результату. Обидва різновиди педагогічних цінностей – результати і методи, технології їх одержання є різнозначними в культурогенному відношенні: педагогічна культура не може розвиватися в умовах недооцінки того чи іншого ракурсу.³⁴⁶

У педагогічній діяльності віддзеркалюються три форми культурної діяльності людини. Першою з них є культуротворча діяльність педагога, спрямована на розвиток особистості вихованців і, згідно з культурологічною термінологією, пов'язана з виробництвом матеріального результату. Друга форма охоплює суттєві сили людини, маючи за мету

³⁴² Болдырев Н. И. Методика воспитательной работы в школе: учеб. пособие для студ. пед. ин-тов, с. 115.

³⁴³ Скрипченко О. В. Загальна психологія: підручник для студ. вищ. навч. закл., с. 325.

³⁴⁴ Стрельнікова Н. М. Формування у студентів педвузів педагогічної культури спілкування з батьками учнів шкіл: Дис... канд. пед. наук: 13.00.04, с. 42.

³⁴⁵ Ризз Г. И. Размышления о педагогической деятельности, культуре, мастерстве, с. 114.

³⁴⁶ Там само, с. 115.

оволодіння культурним багатством людства. Розвиток людини, як особистості, неможливий без засвоєння нею накопичених людством культурних багатств. Третьою формою як концентратом людських сил є безпосередній, практичний, дійовий вияв людиною власної культури у бутті. В результаті оволодіння культурним багатством і цінностями людина стає культурно розвиненою, багатою. С. Горбенко відзначає, що «в умовах переходу до постіндустріальної цивілізації, основною рисою якої стає людиноцентризм, розширюється тенденція до парадигмального оформлення гуманістичної традиції у сфері освіти і виховання, тобто реалізації особистісно-орієнтованого навчання і виховання. Їх основними характеристиками є положення про цінності освіти (людина, культура, творчість) та про сутність освіти як діяльності, спрямованої на формування суб'єктності людини, діяльності, що передає і розвиває культуру».³⁴⁷ Отже, поширена сьогодні особистісна парадигма орієнтує освіту на формування цілісної особистості, людини культури.

Розглядаючи педагогічну культуру майбутнього вчителя, необхідно приділити увагу такому її важливому елементу як *педагогічна майстерність*, тому що саме майстерність, на думку В. Сластьоніна, залежить від високого рівня розвитку ряду професійних умінь. Науковець стверджує, що «теоретичні знання та засновані на них уміння – це головний, об'єктивний зміст педагогічної майстерності, єдиний і загальний для всіх учителів».³⁴⁸

Ефективним засобом підготовки вчителя до засвоєння способів соціально значущої культурної діяльності, їх інтеріоризації, розвитку відповідних їм особистісних якостей і професійних умінь, є *мистецтво*. Воно відіграє важливу роль у розвитку культури, має потужний поліфункціональний культуротворчий вплив на людину, що нерідко призводить до його ідентифікації з культурною галуззю діяльності людини взагалі. Створюючи світ «вторинної реальності», мистецтво стає для людини джерелом життєвого досвіду, усвідомленого з точки зору вищих духовних цінностей. Воно впливає на формування характеру людини, поширює норми і цінності, уявлення та знання, необхідні для повноцінного функціонування суспільства.

Вивчення *впливу мистецтва на формування культури майбутнього вчителя* широко представлено в роботах О. Рудницької, в яких зіставляються культура художнього сприйняття і педагогічна культура вчителя. Науковець вирізняла блок таких взаємопов'язаних інтегральних якостей як комунікативність, емпатія, креативність, рефлексія, і довела, що вони є багатоаспектними характеристиками як культури художнього сприйняття, так і педагогічної культури. Міждисциплінарна сутність цих якостей вплинула на визначення закономірностей розвитку педагогічної культури в її взаємозв'язку з формуванням культури художнього сприйняття.³⁴⁹

Особливу увагу науковець приділяла розвитку у майбутнього вчителя *здатності до рефлексії*, вважаючи, що «поза механізмами рефлексії неможливо зрозуміти сутність педагогічної культури».³⁵⁰ Завдяки рефлексії людина виділяє себе зі світу реальності як дещо відокремлене, як істоту, відмінну від навколишньої дійсності, яка осмислює й оцінює себе, своє життя, власні вчинки, думки, бажання, уявляє минуле, теперішнє, майбутнє.³⁵¹

На думку багатьох дослідників, спільним коренем, який уможливує зв'язки між культурою та мистецтвом, є творчість. Відомо, що всі види спілкування з мистецтвом передбачають творчу активність суб'єкта комунікації, яка знаходить свій вияв в особистісній інтерпретації твору, ідентифікації з художніми образами, можливості «занурюватись» до системи художнього мислення різних за стилем митців, епох тощо.

М. Злобін вважає, що «культура – це власне творча діяльність людини, як минула (зафіксована, «опредмечена»), так і теперішня, заснована на освоєнні розпредмечуваних

³⁴⁷ Концептуальні основи мистецької педагогіки у вищій школі. Колективна монографія, с. 108.

³⁴⁸ Сластенин В. А. Подготовка педагогических кадров: опыт, проблемы, перспективы, с. 8.

³⁴⁹ Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька: Навчальний посібник, с. 71.

³⁵⁰ Там само, с. 73.

³⁵¹ Там само.

цінностей».³⁵² Саме творчий фактор є найважливішим для характеристики *культури вчителя*, яку визначають і «міру творчого засвоєння й перетворення накопиченого людством культурного досвіду».³⁵³

Сутність *педагогічної творчості* полягає в тому, що педагогічна діяльність є процесом розв'язання незліченного ряду педагогічних завдань, підпорядкованих загальній меті формування особистості людини – її світогляду, свідомості, поведінки, культури. В цьому аспекті педагогічна творчість стає механізмом продуктивного перетворення особистості, адже творчість – це «завжди створення чогось нового як результату або оригінальних шляхів і методів його одержання».³⁵⁴ Тому новизна, перетворення і педагогічне бачення краси своєї праці є визначальними характеристиками творчості педагога. Можна стверджувати, що творчість в культурі вчителя є концентрованим показником його особистісно-діяльнісної сутності, зрілості, професіоналізму.

Відомо, що мистецтво тільки тоді виконує своє високе призначення, коли художні твори орієнтовані на цілісне і гармонійне виховання особистості, коли вони виступають реальною силою, що надає людині усвідомлення необхідності вдосконалення свого внутрішнього життя. Унікальність мистецтва визначається його гуманістичним змістом, укоріненням в основах людського буття. За словами В. Малахова, «мистецтво не просто надходить від людини, воно нікуди не уходить від неї».³⁵⁵

Таким чином, на підставі викладеного матеріалу щодо педагогічної культури як наукової проблеми; проведеної дискурсивної роботи з презентації даного поняття і кола дотичних до нього, структурних елементів досліджуваного феномену; декларації його міжпредметного характеру висуваємо, як базове визначення *педагогічної культури майбутніх учителів* наступне: це суб'єктивно обумовлена система цінностей, культуропедагогічних знань, норм поведінки, практично реалізованих у процесі культивування людини, що сприяють реалізації здібностей студентів, формують морально-світоглядні особистісні якості шляхом реалізації певних педагогічних умов професійної підготовки у закладах вищої освіти України, визначають вибір вірної стратегії культуропедагогічної ідентичності фахівців-освітян в майбутній професійній діяльності.

Література

1. Бахтин М. М. К философии поступка / М. М. Бахтин // Философия и социология науки и техники. Ежегодник 1984-1985. – М., 1986. – 242 с.
2. Болдырев Н. И. Методика воспитательной работы в школе : учеб. пособие для студ. пед. ин-тов / Н. И. Болдырев. – М.: Просвещение, 1974. – 223 с.
3. Борев Ю. Б. Эстетика / Ю. Б. Борев. – 4-е изд., доп. – М. : Политиздат, 1988. – 496 с.
4. Волков И. П. Учим творчеству: опыт работы учителя / И. П. Волков. – М.: Педагогика, 1988. – 96 с.
5. Выготский Л. С. Психология искусства / Л. С. Выготский. – М.: Педагогика, 1987. – 344 с.
6. Злобин Н. С. Народ и культура: Культура. Творчество. Человек / Н. С. Злобин, Э. А. Баллер. – М.: Мол.гвардия, 1970. – С. 31-48.
7. Зязюн І. А. Філософія педагогічної дії: [монографія] / І. А. Зязюн. – Черкаси: Вид. від. ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2008. – 608 с.
8. Иванова Т. В. Культурологическая подготовка будущего учителя: [монография] / Т. В. Иванова. – К.: ЦВП, 2005. – 282 с.
9. Каган М. С. Культура – философия – искусство: Диалоги / М. С. Каган, Т. В. Холостова. – М.: Знание, 1988. – 64 с.

³⁵² Злобин Н. С. Народ и культура : Культура. Творчество. Человек, с. 36.

³⁵³ Борев Ю. Б. Эстетика, с. 48.

³⁵⁴ Волков И. П. Учим творчеству: опыт работы учителя, с. 44.

³⁵⁵ Малахов В. А. Культура и человеческая деятельность, с. 4.

10. Концептуальні основи мистецької педагогіки у вищій школі. Колективна монографія / За заг. редакцією Т. В. Мартинюк, Н. В. Ігнатенко. – Мелітополь: Видавництво МДПУ ім. Б. Хмельницького, 2014. – 264 с.
11. Кортава В. В. К вопросу о ценностной детерминации сознания / В. В. Кортава; АН ГССР, Ин-т философии. – Тбилиси: Мецниереба, 1987. – 61 с.
12. Лозова В. І. Теоретичні основи виховання і навчання : навч. посібник / В. І. Лозова, Г. В. Троцько. – Харків: ОВС, 2002. – 400 с.
13. Малахов В. А. Культура и человеческая деятельность / В. А. Малахов.– К., 1984. – 359 с.
14. Межуев В. М. Культура и история / В. М. Межуев // Проблема культуры в философско-исторической теории марксизма. – М.: Политиздат, 1977. – 199 с.
15. Мішедченко В. В. Формування музично-педагогічної культури майбутніх учителів початкових класів і музики: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання музики і музичного виховання» / Мішедченко Валентина Василівна; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2002. – 19 с.
16. Ризз Г. И. Размышления о педагогической деятельности, культуре, мастерстве. – М.: Педагогика, № 4, 1995, С. 114-116.
17. Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание. – М.: Изд-во АН СССР, 1957. – 328 с.
18. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – М., 1946. – 704 с.
19. Рудницька О. П. Педагогіка: загальна та мистецька: Навчальний посібник. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2005. – 360 с.
20. Сидоренко Т. Д. Дидактичні основи формування педагогічної культури майбутнього вчителя: Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.09 «Теорія навчання» / Т. Д. Сидоренко. – Кривий Ріг, 2011. – 36 с.
21. Скрипченко О. В. Загальна психологія: підручник для студ. вищ. навч. закл. / О. В. Скрипченко, Л. В. Долинська, З. В. Огороднійчук, Т. М. Лисянська. – К.: Каравела, 2009. – 464 с.
22. Слостенин В. А. Подготовка педагогических кадров: опыт, проблемы, перспективы. // Формирование личности учителя, в системе высшего педагогического образования. М., 1981, – С. 3-11.
23. Стрельнікова Н. М. Формування у студентів педвузів педагогічної культури спілкування з батьками учнів шкіл: Дис... канд. пед. наук: 13.00.04 / АПН України. – К., 1996. – 179 л.
24. Флиер А. Я. Избранные работы по теории культуры / Флиер А. Я. – Москва: Согласие, Артем, 2014. – 560 с.

Part 3. MODERN ISSUES OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

3.1. INTRODUCTION OF PURCHASE MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS AND PARTNERSHIP RELATIONS WITH SUPPLIERS

3.1. ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЗАКУПІВЛЯМИ ТА ПАРТНЕРСЬКИМИ ВЗАЄМВІДНОСИНАМИ З ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

На сучасному етапі активізації розвитку цифрової економіки виникла необхідність розробки й реалізації дієвої стратегії управління закупівельною діяльністю та партнерськими взаємовідносинами з постачальниками матеріальних ресурсів з використанням інформаційно-комунікаційних технологій.

Це підтверджується результатами статистичного аналізу. За даними Державної служби статистики України, кількість підприємств, які використовували Інтернет для подання пропозицій у рамках електронної тендерної системи (електронна закупівля у самій системі, а не електронною поштою), зросла за 2011-2018 рр. у 3,2 раза, а їхня частка в загальній кількості підприємств, що мали доступ до мережі Інтернет, на 19,2 відсоткових пункти або з 8,6 до 27,8% (Рис. 1).

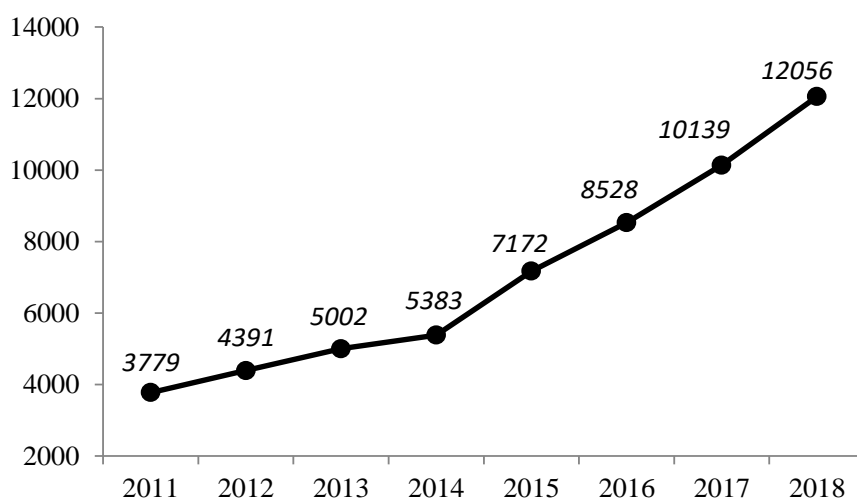


Рис. 1. Динаміка кількості підприємств, які використовували Інтернет для подання пропозицій у межах електронної тендерної системи (побудовано на основі^{356, 357})

За 2011-2018 рр. спостерігається тенденція збільшення кількості підприємств, які користувалися автоматизованим обміном даних для: відправлення замовлень постачальникам у 3 рази; отримання електронних рахунків-фактур – у 3,6 рази; одержання замовлень від клієнтів – у 2,8 рази; відправлення електронних рахунків-фактур – у 3,5 рази (Табл. 1).

Кількість підприємств, що здійснювали регулярний електронний обмін інформацією з постачальниками за напрямом «Рівень матеріально-технічного забезпечення, виробничі плани або прогноз попиту», зросла в 2018 р. порівняно з 2011 р. на 94,3%; «Розвиток доставки сировини» – на 101,7% (табл. 2).

³⁵⁶ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2011 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2012. С. 17.

³⁵⁷ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 17.

Таблиця 1. Цілі здійснення автоматизованого обміну даними

Цілі	Роки						
	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Відправлення замовлень постачальникам	13207	14840	21514	23500	27965	33278	39601
Отримання електронних рахунків-фактур	15132	17992	25792	29306	35900	43977	53872
Отримання замовлень від клієнтів	13005	14669	19703	22161	26283	31172	36969
Відправлення електронних рахунків-фактур	12447	15380	20983	23969	29314	35851	43846

Складено за даними^{358, 359}.

Таблиця 2. Напрями здійснення електронного обміну даними

Цілі	Роки						
	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Рівень МТЗ, виробничі плани або прогноз попиту</i>							
з постачальниками	4104	4508	4416	5676	6357	7120	7974
<i>Розвиток доставки сировини</i>							
з постачальниками	4697	5477	5231	6673	7500	8431	9476

Складено за даними^{360, 361}.

Кількість підприємств, у яких Інтернет використовувався для надсилання або отримання повідомлень електронною поштою, збільшилася за 2016-2018 рр. на 13,5%; для одержання інформації про товари та послуги – на 15,5%; для користування миттєвим обміном повідомленнями та електронною дошкою оголошень – на 20,4% (Табл. 3).

Таблиця 3. Напрями використання мережі Інтернет

Напрями	Роки		
	2016	2017	2018
Надсилання або отримання повідомлень електронною поштою	37659	38929	42733
Одержання інформації про товари та послуги	33298	34663	38468
Користування миттєвим обміном повідомленнями та електронною дошкою оголошень	17587	18704	21167

Складено за даними^{362, 363, 364}.

Кількість підприємств, у яких веб-сайт забезпечував постачання продукції та послуг у режимі онлайн, зросла за 2016-2018 рр. на 20,2%. За цей період спостерігалася тенденція збільшення кількості підприємств, де веб-сайт забезпечував можливості відвідувачів формувати замовлення продукції у режимі онлайн на 18,9%; спостереження за статусом розміщених замовлень – на 19,7%; персоналізоване інформаційне наповнення веб-сайту для постійних клієнтів – на 10,9% (Табл. 4).

Як показує аналіз, кількість підприємств, які застосовували соціальні медіа для співпраці з постачальниками, збільшилася за 2016-2018 рр. на 24,1% або з 6789 до 8427. За досліджуваний період кількість підприємств, що отримували замовлення на продаж

³⁵⁸ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2011 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2012. С. 18.

³⁵⁹ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 18.

³⁶⁰ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2011 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2012. С. 19.

³⁶¹ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 19.

³⁶² Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2016 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2017. С. 11.

³⁶³ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2017 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2018. С. 12.

³⁶⁴ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 11.

продукції через комп'ютерні мережі, скоротилася на 1,1%. Кількість підприємств, що здійснювали закупівлю товарів та послуг через комп'ютерні мережі, зросла на 34,1% (Табл. 5).

Таблиця 4. Можливості веб-сайту при використанні мережі Інтернет

Напрями	Роки		
	2016	2017	2018
Постачання продукції та послуг у режимі онлайн	2570	2774	3088
Можливість відвідувачів формувати замовлення продукції у режимі онлайн	4255	4457	5061
Спостереження за статусом розміщених замовлень	3791	4003	4537
Персоніфіковане інформаційне наповнення веб-сайту для постійних клієнтів	4118	4018	4565

Складено за даними^{365, 366, 367}.

Таблиця 5. Електронна торгівля через комп'ютерні мережі

Напрями	Роки		
	2016	2017	2018
Кількість підприємств, що отримували замовлення на продаж продукції через комп'ютерні мережі	2503	2596	2476
Кількість підприємств, що здійснювали закупівлю продукції через комп'ютерні мережі	7147	8168	9583

Складено за даними³⁶⁸.

У результаті дослідження встановлено, що з метою оптимізації бізнес-процесів і скорочення витрат на управління матеріально-технічним постачанням підприємств доцільно впроваджувати інформаційну систему SRM (Supplier Relationship Management System – Управління взаємовідносинами з постачальниками), яка взаємодіє й інтегрується з комплексом різних логістичних інформаційних технологій (Рис. 2).

Поняття SRM уперше з'явилося в 1983 р., коли консультант McKinsey П. Краліч (Peter Kraljic) призвав корпоративних замовників стати більш проактивними в управлінні поставками. Фахівець стверджував, що замовниками мають прагнути зрозуміти вплив товарних груп на ризики і рівень рентабельності компанії-партнера та розробляти стратегії управління взаємовідносинами з постачальниками.

Інформаційна система SRM є важливим інструментом для підприємств, який визначає ключові товарні категорії поставок і створює стратегії для інтелектуального управління цими категоріями. Це діяльність підприємства, яку спрямовано на підвищення рівня управління закупівельною діяльністю, розроблення стратегії взаємодії з головними постачальниками, оптимізацію бізнес-процесів і наступний аналіз результатів (Рис. 3).

При сегментуванні постачальників слід здійснювати співвідношення постачальників з рентабельністю та ризиками компанії-партнера. Варто приділяти особливу увагу поєднанню однотипних потреб у єдиний глобальний контракт, а також полегшенню пошуку необхідної продукції. Для цього застосовуються платформи електронних аукціонів (електронні торговельні майданчики, де множина постачальників конкурують на онлайн-аукціонах знижуючи ціну, що дає для замовника можливість задля скорочення витрат на закупівлі матеріальних ресурсів).

³⁶⁵ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2016 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2017. С. 12.

³⁶⁶ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2017 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2018. С. 12.

³⁶⁷ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 12.

³⁶⁸ Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України за 2018 рік: стат. бюлетень. Київ: Державна служба статистики України, 2019. С. 20.

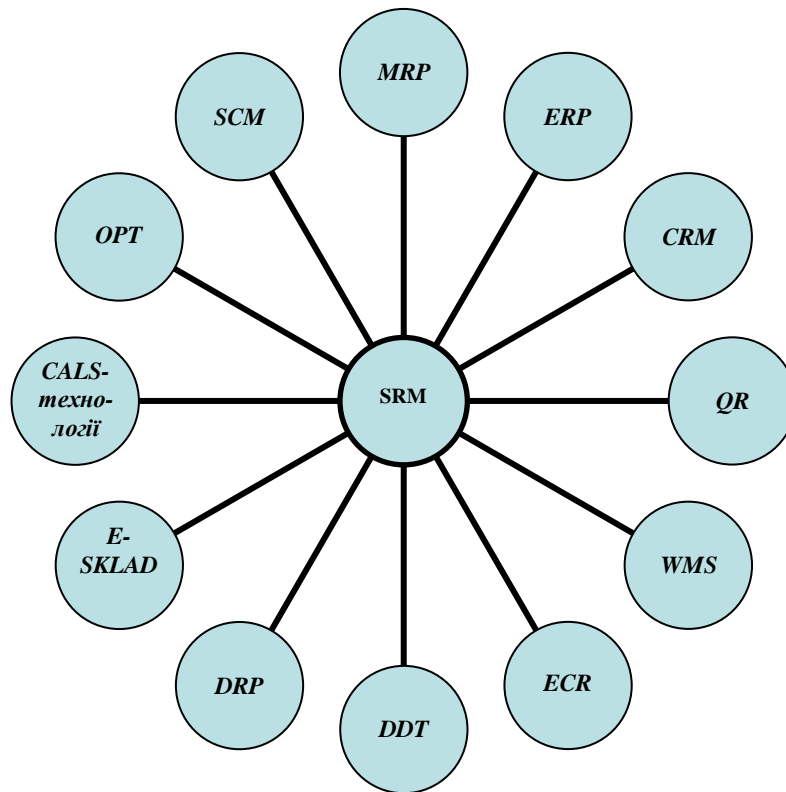


Рис. 2. Інтеграція SRM-системи з різними інформаційними технологіями у логістичній діяльності підприємств (побудовами авторами на основі^{369, 370, 371, 372, 373, 374})

Сегментація постачальників може здійснюватися в автоматизованому режимі на підставі розрахунків персональних критеріїв за результатами збору й класифікації максимально доступної інформації. Усі відомості про постачальників надаються у табличній формі, щоб співробітники мали змогу швидко й легко знайти необхідні їм інформаційні дані. Важливим моментом визнано визначення ключових постачальників, від взаємовідносин з якими залежить рівень рентабельності та ризиків підприємства.

Мета постачальника полягає, як правило, не в зниженні ціни, а у розумінні мотивації замовника. За думку П. Краліча, для замовника головним є максимізація прибутковості та скорочення рівня ризиків. При цьому стратегія постачальника як стратегічного партнера потребує, щоб обидві сторони проявляли довіру та шукали можливість для створення більшої цінності від співпраці.

Мистецтво стратегічного управління взаємовідносинами з постачальниками – це пошук можливостей для інновацій або у розвитку продукту, або у поліпшенні процесу, а також відмова від практики постійного скорочення витрат на організацію закупівельної діяльності.

SRM-система потребує, щоб замовники принципово змінювали свої погляди, розуміли можливості альтернативної динаміки партнерства.

³⁶⁹ Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент / за ред. В. С. Пономаренка. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2010. 440 с.

³⁷⁰ Кислий В. М., Біловодська О. А., Олефіренко О. М., Смоляник О. М. Логістика: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 360 с.

³⁷¹ Посилкіна О. В., Сагайдак-Нікітюк Р. В., Загорій Г. В. та ін. Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва: монографія / за заг. ред. О. В. Посилкіної. Харків: Нац. фармацевтичний ун-т, 2011. 772 с.

³⁷² Пацула Н. М., Сагайдак-Нікітюк Р. В. Огляд ринку сучасних програмних продуктів, спрямованих на вирішення логістичних завдань. Логістика: проблеми и рішення. 2012. № 6 (43). С. 60-70.

³⁷³ Економіка логістики / за заг. ред. Є. В. Крикавського, О. А. Похильченко. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2014. 640 с.

³⁷⁴ Григорак М. Ю. Інтелектуалізація ринку логістичних послуг: концепції, методологія, компетентність: монографія. Київ: Сік Груп Україна, 2017. 516 с.

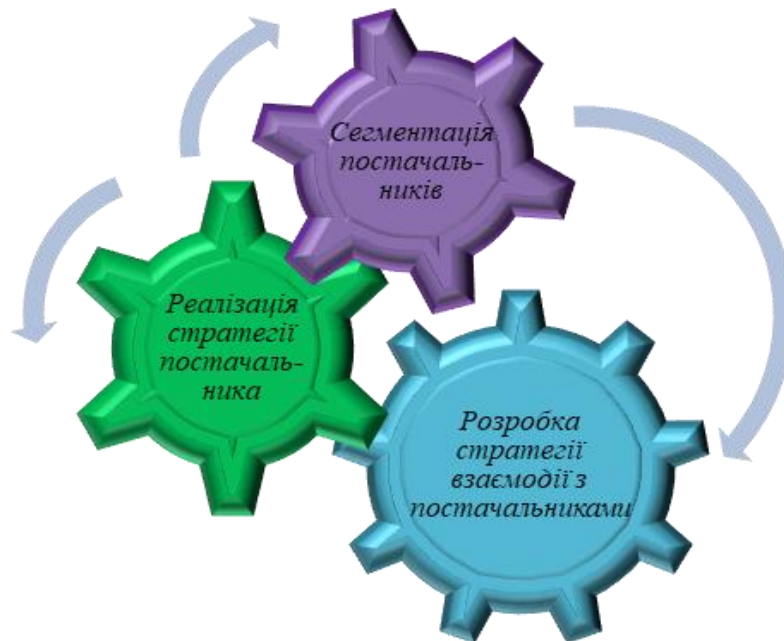


Рис. 3. Складові інформаційної системи SRM (побудовано авторами)

З іншої сторони, стратегічні партнери вимагають багато уваги з боку своїх замовників. Партнери завжди мають бути в курсі планів один одного. Це може включати надання конфіденційної комерційної інформації партнеру, щоб він зміг підготуватися і планувати дії відповідно до довгострокової стратегії свого замовника.

До сучасних інструментів, які застосовуються на різних етапах процесу управління поставками та взаємовідносинами з постачальниками, можна вказати iTender SRM (Рис. 4).

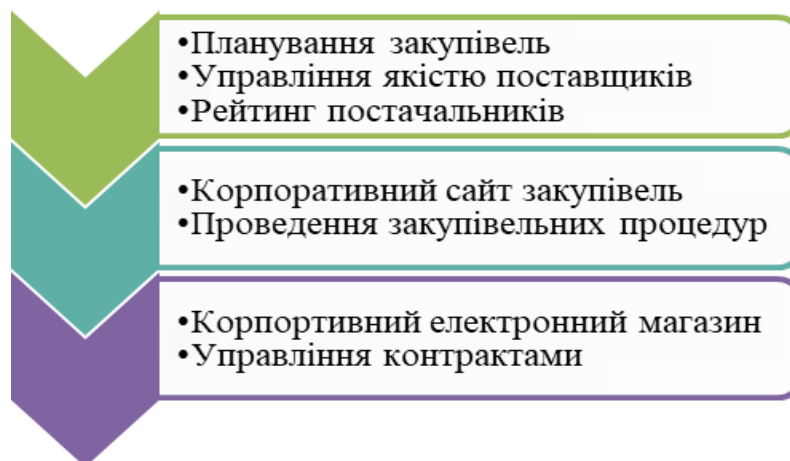


Рис. 4. Основні модулі інформаційної системи iTender SRM (побудовано авторами)

Планування містить збір потреб; узгодження й корегування плану закупівель; автоматизацію формування поставок. Системний підхід до планування закупівельної діяльності дозволяє автоматизувати формування річної програми закупівель, виходячи із потреб структурних підрозділів; корегувати план закупівель шляхом своєчасного внесення й узгодження потрібних змін; автоматизувати процес формування, розміщення та здійснення закупівельних процедур. Час на планування й узгодження закупівель скорочується як мінімум удвічі.

Модуль «Управління якістю постачальників» забезпечує підвищення якості продукції й послуг; дотримання договірних термінів поставок продукції, виконання робіт і надання послуг; скорочення ризиків невиконання і неналежного виконання зобов'язань; стимулювання постачальників до підвищення якості; зниження вартості продукції через

досягнення достатнього рівня конкуренції за ключовими торгівельними групами; зменшення накладних витрат.

Рейтинг постачальників являє собою модуль, який розроблено задля оптимізації ризиків укладання договорів з недобросовісним постачальником і, як наслідок, мінімізація ймовірності неналежного виконання цих договорів. Для цього за спеціальною методикою оцінки впливу факту на репутацію контрагента розраховується індекс ділової репутації, який у подальшому може враховуватися в процесі здійснення закупівельних процедур.

Електронний каталог – це модуль, що дозволяє постачальникам оперативно аналізувати потреби потенційних замовників і співвідносити їх зі своїми можливостями. Дане рішення представляє єдину базу позицій, що закупуються, куди вноситься накопичена у SRM-системі інформація про специфікацію тієї чи іншої продукції. Каталог може інтегруватися з модулем «Планування закупівель» і з інтернет-магазинами, завдяки чому співробітники підрозділів отримують можливість самостійного оформлення потреб у матеріалах і послугах за допомогою так званого «закупівельного кошика».

Корпоративний електронний магазин забезпечує автоматизацію процесів проведення невеликих закупівель через скорочення накладних витрат і зниження трудоемкості процесів. Цей портал працює за моделлю електронного магазину, де відібрані постачальники розміщують прайс-листи і одержують замовлення з спрощеною схемою. Керівник відділу закупівель (матеріально-технічного постачання, логістики і т.п.) можуть контролювати закупівлі малих обсягів підрозділів без участі в процесі збору й затвердження потреб, а також розподіляти бюджети невеликих закупівель на всіх рівнях.

Управління договорами дозволяє забезпечити чітку взаємодію учасників, документувати процес, виконувати зобов'язання сторін відповідно до умов договору, накопичення досвіду виконання договорів і знань про контрагентів.

Модуль «Фінанс» (контроль взаєморозрахунків з постачальниками) призначено для оптимізації роботи замовника та його постачальників у межах процесів, пов'язаних із забезпеченням участі в торгах і виконанням контракту.

Модуль «Звітність» агрегує аналітичну інформацію з інших модулів SRM-системи, охоплюючи всі необхідні етапи закупівельної діяльності та дозволяючи отримати актуальну інформацію у звітах.

Реалізація iTender SRM у практичній діяльності підприємств дозволить:

- знизити трудовитрати на організацію закупівельних процедур у результаті спрощення управління процесом закупівель, відсутності впливу «людського чинника» і втрат даних за рахунок автоматизації документообігу й основних тендерних процедур. При застосуванні даної системи потрібно у 2-3 рази меншої кількості людино-часів;

- усунення корупційних чинників – усі закупівлі стають прозорими; це призводить до підвищення рівня конкурентоспроможності компанії через зміцнення її авторитету у контрагентів;

- найкращі умови поставок – вибір електронного способу проведення комерційних закупівель може знизити вартість поставки продукції приблизно на 7-40%;

- зменшення залежності від діючих постачальників за рахунок залучення нових;

- здійснення закупівель за різними варіантами – при матеріально-технічному забезпеченні, як і у будь-якому виді економічної діяльності, діє правило Парето: 80% підвищення ефективності закупівель можна досягти, оптимізуючи підходи до постачання за 20% товарних груп.

У цілому впровадження SRM-системи сприятиме одержанню ефекту:

$$E = \sum_{i=1}^n x_i$$

де x_1 – створення єдиної інформаційної бази постачальників;

x_2 – зниження витрат шляхом поєднання всіх потреб компанії;

x_3 – скорочення закупівельного циклу і, як наслідок, зменшення логістичного циклу компанії;

- x_4 – оптимізація трудовитрат;
- x_5 – залучення додаткових джерел сировини;
- x_6 – підвищення лояльності вже залучених постачальників;
- x_7 – створення можливостей для ґрунтового аналізу потреб, виділення часу для узгодження й укладання контрактів;
- x_8 – залучення постачальників у внутрішні бізнес-процеси компанії;
- x_9 – можливість управляти ланцюгами поставок;
- x_{10} – підвищення прозорості процесу закупівель;
- x_{11} – зростання економії на закупівлях і реінвестування фінансових ресурсів у розвиток інфраструктури;
- x_{12} – підвищення ступеня контролю за витратами;
- x_{13} – зростання швидкості документообігу.

Отже, виходячи з вищевикладеного можна дійти висновку щодо доцільності застосування у практиці підприємств SRM-системи як ефективного інструменту управління закупівельною діяльністю та партнерськими взаємовідносинами з постачальниками. До ключових переваг цієї інформаційної системи можна віднести: скорочення циклів від визначення потреби до відправлення замовлення постачальнику на 72%; зниження витрат на процедури узгодження замовлень з постачальниками на 13% за рахунок використання електронної взаємодії; зменшення рівня запасів матеріальних ресурсів на 25% та витрат на їхнє зберігання – на 9%; підвищення ефективності й прибутковості постачальників у результаті скорочення на 70% циклу продажів і на 50% необхідних для виробництва продукції трудових витрат³⁷⁵. Наприклад, у корпорації «Marathon Oil» за допомогою інформаційної системи SRM відпрацьовується приблизно 800 замовлень на тиждень, при тому що до її впровадження за аналогічний період оброблялося лише 50-75 замовлень на поставку.

Використання інформаційної системи «Управління взаємовідносинами з постачальниками» дозволяє не лише удосконалювати стратегію вибору постачальників і скорочувати час циклів постачання, бюджети закупівель і вартість матеріальних ресурсів, а також оптимізувати витрати на організацію логістичної діяльності та тривалість виробничого циклу, розробляти дієву логістичну систему підприємств.

Література

1. Beresford, A. K. C., Pettit, S. J., Whittaker, W. (2005). Improving supply chain performance through quality management in a global distribution environment. *International Journal of Services and Operations Management*, vol. 1, no. 1, pp. 75-89. DOI: 10.1504/IJSOM.2005.006319.
2. Blaik, P. (2010). *Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarzadzania*. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
3. Dźwigoł, H., Dźwigoł-Barosz, M. (2018). Scientific research methodology in management sciences. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, vol. 2, no. 25, pp. 424-437.
4. Dźwigoł, H. (2019). Research methods and techniques in new management trends: research results. *Virtual Economics*, vol. 2 (1), pp. 31-48. DOI: [https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01\(2\)](https://doi.org/10.34021/ve.2019.02.01(2)).
5. Gunasekaran, A. (2005). Editorial: New service and manufacturing environments: challenges for operations management researchers and practitioners. *International Journal of Services and Operations Management*, vol. 1, no. 1, pp. 1-6. DOI: 10.1504/IJSOM.2005.006313.

³⁷⁵ Трифонова О. В., Трушкіна Н. В. Удосконалення управління взаємовідносинами з постачальниками з використанням інформаційних технологій. Статистичні методи та інформаційні технології аналізу соціально-економічного розвитку: зб. текстів доповідей за матеріалами XIX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 23 травня 2019 р.). Хмельницький: Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, 2019. С. 61-64.

6. Huemer, L. (2006). Supply Management: Value creation, coordination and positioning in supply relationships. *Long Range Planning*, vol. 39, no. 2, pp. 133-153. DOI: 10.1016/j.lrp.2006.04.005.
7. Kotler, P., Keller, K. L. (2014). *Marketing Management*. 14th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
8. Kwilinski, A. (2018). Mechanism of modernization of industrial sphere of industrial enterprise in accordance with requirements of the information economy. *Marketing and Management of Innovations*, vol. 4, pp. 116-128. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-11>.
9. Kwilinski, A. (2018). Mechanism for assessing the competitiveness of an industrial enterprise in the information economy. *Research Papers in Economics and Finance*, vol. 3(1), pp. 7-16. DOI: <https://doi.org/10.18559/ref.2018.1.1>.
10. Kwilinski, A. (2019). Implementation of Blockchain Technology in Accounting Sphere. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, vol. 23 (SI2), pp. 1-6.
11. Tryfonova, O., Trushkina, N. (2019). Application of information technologies in logistic activities of enterprises. *Conceptual aspects management of competitiveness the economic entities: collective monograph / Edited by M. Bezpartochnyi, I. Britchenko*. In 2 Vol.; Higher School of Social and Economic. Przeworsk: WSSG, vol. 1, pp. 161-172.
12. Tryfonova, O., Trushkina, N. (2019). E-commerce as an effective form of organization of logistics activities of enterprises [Електронна торгівля як ефективна форма організації логістичної діяльності підприємств]. *Modern Technologies in Economy and Management: collective scientific monograph / Edited by O. Nestorenko, T. Pokusa; The Academy of Management and Administration in Opole*. Opole: Publishing House WSZiA w Opole, pp. 397-406.
13. Баррат, К., Уайтхед, М. (2008). Покупки для бизнеса. Что такое снабжение и управление поставками. Москва: Олимп-Бизнес.
14. Бауэрсокс, Д. Дж., Клосс, Д. Дж. (2017). Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. Москва: Олимп-Бизнес.
15. Григорак, М. Ю. (2017). Интеллектуализация рынка логистических услуг: концепции, методология, компетентность: монография. Київ: Сік Груп Україна.
16. Кислий, В. М., Біловодська, О. А., Олефіренко, О. М., Смоляник, О. М. (2010). Логістика: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури.
17. Крикавський, Є. В., Похильченко, О. А. (2014). Економіка логістики. Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка».
18. Мэрфи, П. Р., Вуд, Д. Ф. (2017). Современная логистика. 8-е изд. Москва: ООО «И. Д. Вильямс».
19. Пакула, Н. М., Сагайдак-Нікітюк, Р. В. (2012). Обзор рынка современных программных продуктов, направленных на решение логистических задач. *Логистика: проблемы и решения*, № 6 (43), С. 60-70.
20. Пономаренко, В. С., Таньков, К. М., Лепейко, Т. І. (2010). Логістичний менеджмент / за ред. В. С. Пономаренка. Харків: ВД «ІНЖЕК».
21. Посилкіна, О. В., Сагайдак-Нікітюк, Р. В., Загорій, Г. В. та ін. (2011). Логістичний менеджмент фармацевтичного виробництва: монографія / за заг. ред. О. В. Посилкіної. Харків: Нац. фармацевтичний ун-т.
22. Трифонова, О. В., Трушкіна, Н. В. (2019). Удосконалення управління взаємовідносинами з постачальниками з використанням інформаційних технологій. *Статистичні методи та інформаційні технології аналізу соціально-економічного розвитку: зб. текстів доповідей за матеріалами XIX Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Хмельницький, 23 травня 2019 р.)*. Хмельницький: Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, С. 61-64.
23. Шрайбфедер, Дж. (2006). Эффективное управление запасами. Москва: Альпина Бизнес Букс.

3.2. EVALUATION OF MARKETING ACTIVITY OF TRADING ENTERPRISES

3.2. ОЦІНЮВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ АКТИВНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Основна задача маркетингу – задовольнити потреби споживачів. Для її вирішення виробляти та постійно забезпечувати споживачів новітніми, якісними, функціональними товарами вже не достатньо. Сучасні торговельні підприємства знаходяться в постійному пошуку удосконалення різноманітних механізмів, які б забезпечували йому отримання прибутку та стійкі конкурентні переваги. Одним із таких механізмів – є маркетингова активність, постійне оцінювання якої, є важливим і складним завданням, оскільки при своєчасному виявленні критичних локацій, з'являється можливість вчасно на них зреагувати та запровадити комплекс дій, які не тільки дозволять їх усунути, а й допоможуть покращити економічні показники діяльності торговельного підприємства. Від того, на скільки комплексно будуть обрані елементи оцінки, залежить результативність проведення оцінювання маркетингової активності, що забезпечить торговельному підприємству прийняття відповідних управлінських рішень при формуванні стратегії розвитку або при її корегуванні. Це підтверджує доцільність даного напряму дослідження та розроблення нових науково-методологічних підходів щодо оцінювання маркетингової активності торговельних підприємств.

При аналізі наукової літератури було з'ясовано, що науковці розглядають оцінювання маркетингової активності за допомогою різних методик, що вказує на невирішеність даного питання через такі причини: по-перше, не визначено єдиного підходу щодо переліку складових оціночних показників – це негативно впливає на результативність процесу оцінювання, по друге, більшість авторів процес оцінювання розглядає з позиції маркетингової діяльності підприємства в цілому, не беручи до уваги його особливості, що ускладнює прийняття управлінських рішень відносно розвитку діяльності цих підприємств. Так, було виявлено, що, автори Т. Г. Белова та О. Ф. Крайнюченко пропонують оцінювати *маркетингову активність за допомогою експертних оцінок, шляхом добутку вагового коефіцієнта та відповідної оцінки показника, далі визначаються значення, які підсумовуються. Сумарна оцінка, на думку авторів методу, характеризує рівень маркетингової активності досліджуваного підприємства.*³⁷⁶ Науковці Н. К. Моїсеєва та М. В. Конишева *розглядають маркетингову активність як функцію чотирьох змінних: маркетингових витрат, маркетингового потенціалу, якості стратегії конкуренції підприємства та якості комплексу маркетингу.*³⁷⁷ Л. В. Соколова та Г. М. Верясова пропонують *оцінювати маркетингову активність підприємств на основі розрахунку інтегрального показника.*³⁷⁸ Методика С. С. Яременко передбачає *порівняння оцінок сучасного значення та фактичних оцінок, які автор називає «коефіцієнтом пріоритету», за якими і розраховується маркетингова активність.*³⁷⁹

Метою дослідження є опрацювання методологічного підходу до оцінювання маркетингової активності торговельних підприємств на основі методу аналізу ієрархій Т. Сааті.

Неодноразово доведено, що сучасні торговельні підприємства є складними економічними системами відкритого типу, які вільно обмінюються з оточуючим бізнес-середовищем ресурсами та інформацією, що стає причиною ускладнення процесу оцінювання діяльності їх структурних підрозділів та господарської діяльності загалом. Так, проблема посилюється тим, що багато показників мають різні джерела походження, частоту виникнення, різні вимірники, що також обтяжує процедуру їх оцінювання. Як наслідок,

³⁷⁶ Методичні підходи до визначення маркетингової активності підприємства, с. 30.

³⁷⁷ Маркетинговые технологии в обеспечении деловой активности организации. с. 22.

³⁷⁸ Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки маркетингової активності підприємства, с. 1019.

³⁷⁹ Маркетингова комунікаційна активність промислового підприємства, с. 443-446.

постає питання розробки більш потужного підходу, використання якого на практиці надасть можливість оцінити всі взаємозв'язки між ними та визначити їх активність.

При виборі методу оцінювання маркетингової активності на торговельних підприємствах, наша увага зосередилася на одному інструментарії аналітичного забезпечення процесів – методі аналізу ієрархій, запропонованого Томасом Сааті. Його використання уможлиблює побудову та вирішення багатокритеріальних задач і вибору оптимальних рішень шляхом розрахунку відповідних альтернатив за рівнем їх пріоритетності згідно з визначеними критеріями. *Суть методу полягає у визначенні власного вектора з найбільшим значенням на основі попарного порівняння досліджуваних характеристик.*³⁸⁰

Маркетингову активність торговельних підприємств пропонуємо розглядати через систему показників відповідно до класичних елементів комплексу маркетингу: товарну активність, цінову активність, збутову активність, комунікаційну активність. Також згідно з вимогами сучасного ведення бізнесу, базовий маркетинговий інструментарії доцільно доповнити актуальними на сьогоднішній день маркетинговими складовими такими, як: іміджева активність, що є показником відповідного сприйняття споживачами торговельного підприємства; активність он-лайн продажів, які дозволяють торговельному підприємству бути поряд зі своїм споживачем у будь-який час та у будь-якому місці, а також трейд-маркетингова активність, котра характеризується ефективною активізацією продажів в ланках просування товарів від виробника до кінцевого споживача. Кожній обраній складовій належать відповідні елементи, які дозволять забезпечити необхідний рівень активності або виявлять недостатній їх рівень. Слід зазначити, що деякі елементи можуть належати до кількох складових і виконувати різні форми активності. Наприклад, елемент асортимент товарів належить до складових: «Товарна активність» і «Іміджева активність». В «Товарній активності» асортимент товару забезпечує конкурентоспроможність торговельному підприємству за рахунок своїх особливостей: властивостей, якості, марки, упакування, супутніх послуг та ін., тоді як в «Іміджевій активності», асортимент товару – це враження та емоції, який він викликає у споживача, впливаючи тим самим, на вибір товару та торговельного підприємства. На Рис. 1 наведено показники маркетингової активності та її складових.

Для досягнення поставленої мети та апробації обраного методу щодо оцінювання маркетингової активності були обрані групи торговельних підприємств із наступними характеристиками.

1. Перша група торговельних підприємств (група X) має широкий асортимент, який розраховано для середнього цінового сегмента, активно просуває товари власного виробництва, має постійно діючі акційні пропозиції, товарний асортимент відрізняється співвідношенням «ціна-якість». Магазины розташовані у шаговій доступності споживачів, поряд із методом торгівлі самообслуговування активно використовує продаж товарів он-лайн.

2. Друга група торговельних підприємств (група Y) має широкий асортимент, працює переважно у ціновому сегменті «luxury», пропонує товари відомих марок за допомогою продавців-консультантів та використовує продаж товарів он-лайн, знаходиться у великих торговельних центрах, товарний асортимент має переважно співвідношення «ціна-імідж».

3. Третя група торговельних підприємств (група Z) працює в ціновому сегменті «середній», «середній мінус», відрізняється широким різноманітним асортиментом із переважно низькою якістю товарів, знаходяться на шляху руху покупців, використовує метод торгівлі-самообслуговування, а також продаж товарів он-лайн.

Порядок застосування методу аналізу ієрархій для оцінювання маркетингової активності складається з перерахованих нижче етапів.

³⁸⁰ Аналитическое планирование. Организация систем и связь, с. 20.

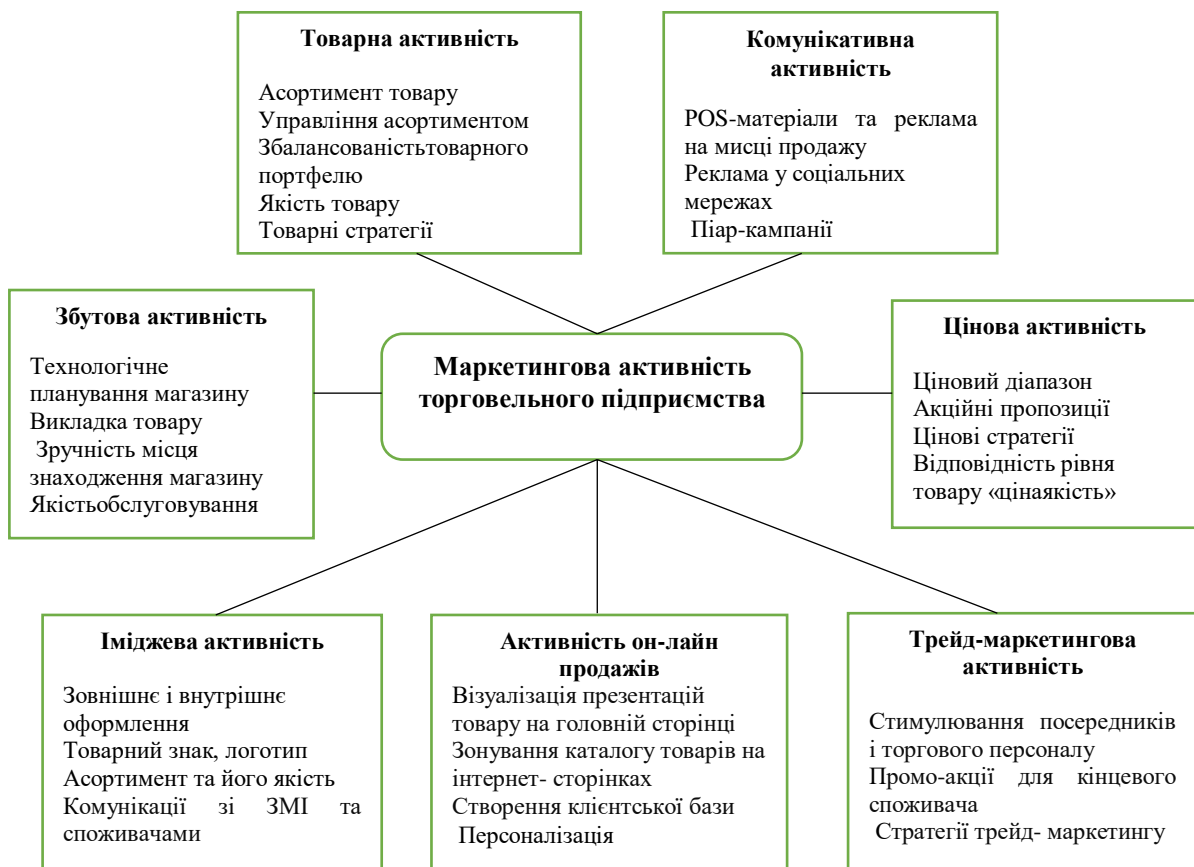


Рис. 1. Складові маркетингової активності торговельних підприємств

На першому етапі формується ієрархічне представлення досліджуваної проблеми, в межах якої визначаються критерії та їх субкритерії, що потребують свого подальшого дослідження. У нашому випадку – це домінуюча ієрархія, яка є повною, оскільки кожен елемент заданого рівня функціонує, як критерій для всіх елементів, які є нижчими за своїми рангами та представлена чотирма рівнями.³⁸¹

I рівень – це безпосереднє ієрархічне представлення мети дослідження – оцінювання маркетингової активності.

II рівень – сім показників (критеріїв), які уточнюють мету: товарна активність, цінова активність, збутова активність, комунікаційна активність, іміджева активність, активність он-лайн продажів, трейд-маркетингова активність.

III рівень – субкритерії, які повинні бути оцінені по відношенню до другого рівня критеріїв (Табл. 1).

За правилами побудови ієрархії, для кожного критерію потрібно визначити субкритерії, які є найменшими структурними одиницями, і мають бути присвоєні відповідні бали, а на підставі отриманих балів різних субкритеріїв у системі розраховується бал відповідного основного критерія більш високого рівня³⁸², де встановлено:

1. Субкритерії – товарної активності, з урахуванням відношення до неї ролі та місця: асортименту товару, управління асортиментом, збалансованості товарного портфелю, якості товару та товарних стратегій.

2. Субкритерії – цінової активності з урахуванням відношення до неї: цінового діапазону, цінових стратегій, акційних пропозицій, відповідності співвідношення товару «ціна – якість».

3. Субкритерії – збутової активності з урахуванням відношення до неї: технологічного планування магазину, викладки товару, зручності місця знаходження, якості обслуговування.

³⁸¹ Принятие решений. Метод анализа иерархий

³⁸² Принятие решений. Метод анализа иерархий

4. Субкритерії – комунікаційної активності з урахуванням відношення до неї: POS-матеріалів та реклами на місці продажу, реклами у соціальних мережах, піар-кампаній.

5. Субкритерії – іміджевої активності з урахуванням відношення до неї: зовнішнього та внутрішнього оформлення, товарного знаку та логотипу, асортименту та його якості, комунікацій зі ЗМІ та споживачами.

6. Субкритерії – активності он-лайн продажів з урахуванням відношення до неї: візуалізації презентацій товару на головній сторінці, зонування каталогу товарів на інтернет-сторінках, створення клієнтської бази, персоналізації.

7. Субкритерії – трейд-маркетингової активності з урахуванням відношення до неї: стимулювання посередників і торгового персоналу, промо-акцій для кінцевого споживача, стратегій трейд- маркетингу.

Таблиця 1. Критерії II та субкритерії III рівня маркетингової активності

№	Критерії рівня II	Позначка	Субкритерії III рівня	Позначка
1	Товарна активність	ТА	Асортимент товару	АТ
			Управління асортиментом	УА
			Збалансованість товарного портфелю	ЗТП
			Якість товару	ЯТ
			Товарні стратегії	ТС
2	Цінова активність	ЦА	Ціновий діапазон	ЦД
			Акційні пропозиції	АП
			Цінові стратегії	ЦС
			Відповідність рівня товару «ціна-якість»	ЦЯ
3	Збутова активність	ЗА	Технологічне планування магазину	ТП
			Викладка товару	ВТ
			Зручність місця знаходження магазину	ЗЗ
			Якість обслуговування	ЯО
4	Комунікаційна активність	КА	POS-матеріали та реклама на місці продажу	Р
			Реклама у соціальних мережах	МР
			Піар-кампанії	ПР
5	Іміджева активність	ІА	Зовнішнє і внутрішнє оформлення	ЗВ
			Товарний знак, логотип	Л
			Асортимент та його якість	АЯ
			Комунікації зі ЗМІ та споживачами	КС
6	Активність он-лайн продажів	АО	Візуалізація презентацій товару на головній сторінці	В
			Зонування каталогу товарів на інтернет- сторінках	І
			Створення клієнтської бази	КБ
			Персоналізація	П
7	Трейд-маркетингова активність	ТМ	Стимулювання посередників і торгового персоналу	СП
			Промо-акції для кінцевого споживача	ПА
			Стратегії трейд- маркетингу	СТМ

Джерело: розроблено автором

IV рівень – критерії, які повинні бути оцінені по відношенню до третього рівня. У нашому випадку – це обрані для дослідження за наведеними характеристиками торговельні підприємства.

Відповідно до закону ієрархічної нерівності, елементи нижчого рівня ієрархії потрібно порівняти попарно по відношенню до елементів наступного рівня, закінчуючи вершиною ієрархії.³⁸³ Для наочності та більшого розуміння проблеми зведемо декомпозицію задачі в наступну ієрархію (Рис. 2).

На другому етапі встановлюється пріоритетність критеріїв та оцінюється кожна з альтернатив за обраними критеріями, визначається найбільш важлива поміж них. Для вирішення цього питання було задіяно групу експертів – фахівців із досліджуваних груп торговельних підприємств для того, щоб вони здійснили відповідні попарні порівняння

³⁸³ Аналитическое планирование. Организация систем, с. 26.

залежних критеріїв. Так, для правильності поєднання ієрархічної декомпозиції до багатокритеріальних проблем їм було запропоновано шкалу відносної важливості Т. Сааті. Відповідну матрицю попарних порівнянь за визначеними критеріями наведено у Табл. 1.

На *третьому етапі* обчислюються компоненти власного вектора (\bar{u}) локальних пріоритетів, які формуються з групи попарних порівнянь і відображають відносний вплив великої кількості елементів на елемент, що примикає зверху рівня³⁸⁴, та розраховуються за формулами (1-2):

$$\bar{u}_i = \sqrt[n]{\prod_{j=1}^n a_{ij}} \quad i = \overline{1, n}; \quad (1)$$

\bar{u}_i – власний вектор i -го локального пріоритету; a_{ij} – i -елемент j -го стовбця матриці попарних порівнянь; n – кількість порівнюємих елементів

$$u = \bar{u}_i / \sum_{i=1}^n \bar{u}_i \quad i = \overline{1, n}; \quad (2)$$

Таблиця 2. Шкала відносної важливості Т. Сааті

№	Інтенсивність відносної важливості (бали)	Визначення	Пояснення
1	1	Рівна важливість	Рівний вклад двох видів діяльності на мету
2	3	Помірна перевага одного над другим	Досвід та судження надають невелику перевагу одному виду діяльності над другим
3	5	Істотна або велика перевага	Досвід та судження надають велику перевагу одному виду діяльності над другим
4	7	Значна перевага	Одному виду діяльності дається настільки сильна перевага, що воно стає практично значним
5	9	Дуже сильна перевага	Очевидність переваги одного виду діяльності над іншим підтверджується найбільш сильно
6	2,4,6,8	Проміжне рішення між двома сусідніми судженнями	Застосовуються у компромісних випадках
7	Зворотні величини наведених вище чисел	Якщо при порівнянні одного виду діяльності з другим отримане одне з вище зазначених чисел (наприклад 3), то при порівнянні другого виду діяльності з першим отримаємо зворотню величину (тобто 1/3)	

Джерело: Саати Т., 1991³⁸⁵

При порівнянні аналізованих елементів у ієрархічній моделі дуже важливо враховувати узгодженість між парними порівняннями матриці. Для цього на четвертому етапі, розраховують індекс узгодженості, який і вказує на ступінь порушень узгодженості. При оцінці ступеня узгодженості II рівня – уточнення мети – потрібно знайти міру оцінки ступеня (індекс) відхилення від узгодженості щодо правильності суджень експертів, для визначення якого будемо користуватися даними Табл. 3. Індекс узгодженості (IU) та його відношення (BV) розраховуються за формулами (3-4)³⁸⁶:

$$IU = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1}; \quad (3)$$

$$BV = \frac{IU}{n}; \quad (4)$$

де n – кількість порівнюваних елементів; λ_{\max} – сума власних векторів розглядаємих локальних пріоритетів.

³⁸⁴ Там само, с. 37.

³⁸⁵ Аналитическое планирование. Организация систем, с. 52.

³⁸⁶ Аналитическое планирование. Организация систем, с. 39.

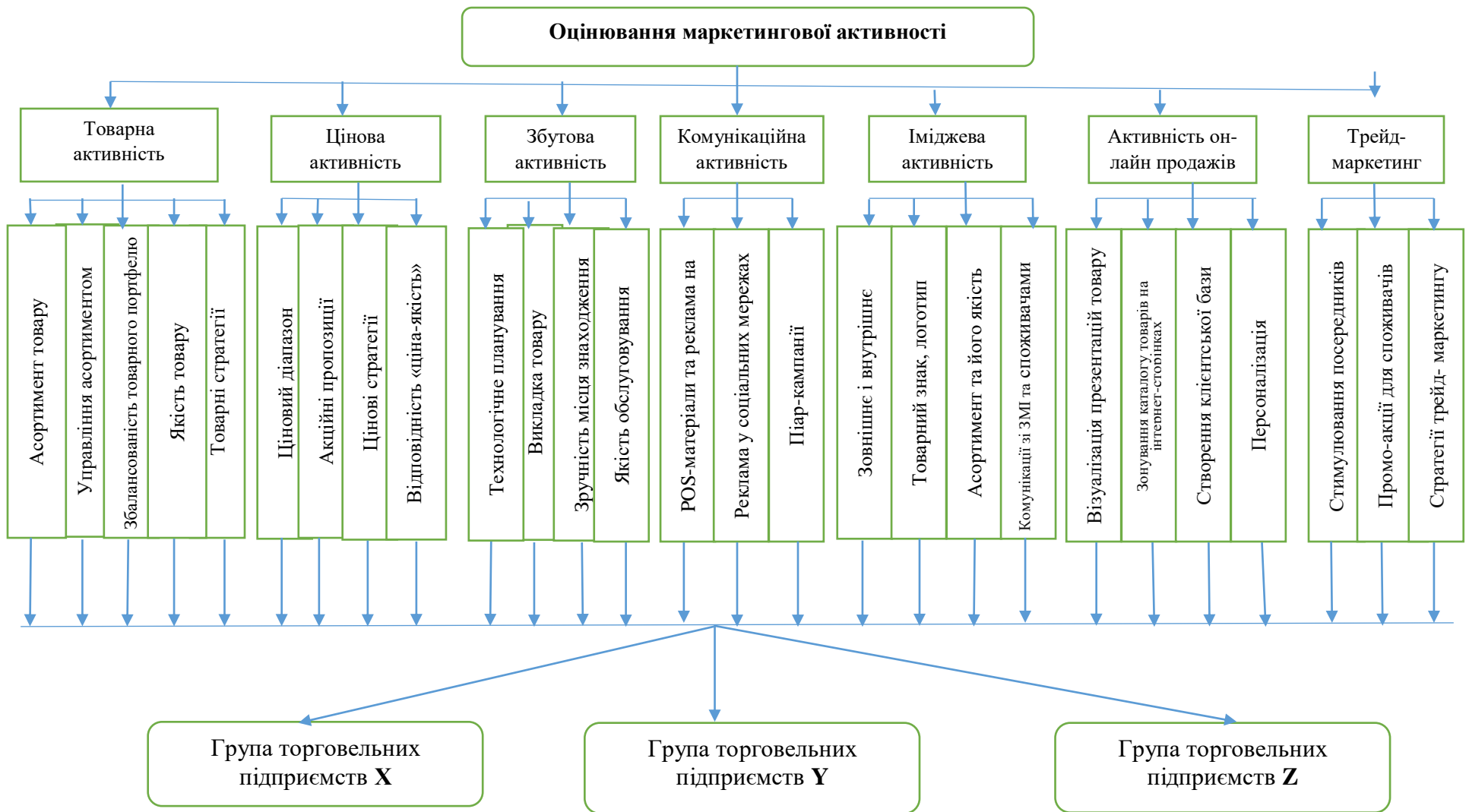


Рис. 2. Ієрархічна структура оцінювання маркетингової активності торговельних підприємств

Випадкове узгодження, розроблене Національною лабораторією Окриджу, це середнє значення для матриці порядку від 1 до 15 на базі 100 випадкових вибірок (Табл. 3).

Таблиця 3. Середні відношення узгодженості для випадкових матриць різного порядку

№	Матриця	Порядок матриці										
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	Розмір матриці											
2	Випадкова узгодженість	0	0	0,53	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	

Джерело: Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий, с.39

На *n'*ятому етапі здійснюємо розрахунок усіх субкритеріїв III рівня, який впливає на кожен верхній елемент – критерію рівня II, до якого він (субкритерій) примикає, при чому, елементи будь-якого рівня порівнюються один з одним відповідно до рівня і характеру їх впливу.³⁸⁷

Наступним, шостим етапом, є застосування принципу синтезу, завдяки якому визначаємо глобальні пріоритети елементів III рівня. Це дає глобальний, пріоритет того елемента, який потім використовується для зважування локальних пріоритетів елементів, порівнюваних по відношенню до нього як до критерію і розташованих рівнем нижче. Процедура триває до самого нижнього рівня³⁸⁸ і розраховується за формулою:

$$Z_i = V_{ij} U_i; \quad (5)$$

де V_{ij} – локальний пріоритет (ваговий коефіцієнт) i -го елемента рівня III по відношенню до j -го елемента – критерію рівня II, U_i – локальний пріоритет i -го елемента.

На сьомому етапі визначається локальні пріоритети елементів рівня IV відносно елементів – критеріїв рівня III та будується матриця локальних пріоритетів для досліджуваних груп торговельних підприємств.

На восьмому етапі розраховуємо граничний відносний пріоритет критеріїв оцінювання. Після проведених розрахунків було отримано пріоритети двох типів: ті, що показують вплив одного елемента на будь-який інший елемент у системі, відомі як відносні пріоритети, а також абсолютний пріоритет будь-якого елемента безвідносно до того, на які елементи він впливає. У загальному випадку отримано граничні значення цих пріоритетів. Їх обчислення показало, до чого можуть привести існуючі тенденції, якщо немає змін в уподобаннях, які впливають на пріоритети.³⁸⁹

Перелічені дії надають змогу визначити комплексний показник маркетингової активності (КПМА) досліджуваних груп торговельних підприємств, використовуючи формулу:

$$КПМА = \sum_{i=1}^n W_{ij} Z_i; \quad (6)$$

де n – кількість досліджуваних показників, W_{ij} – бальна оцінка локального пріоритету i -го елемента рівня IV по відношенню до j -го елемента критерія рівня III; Z_i – глобальний пріоритет i -го елемента критерія рівня III.

Згідно з розрахунком виконання етапів 2 – 5, будемо відповідні таблиці.

Дев'ятий етап – інтерпретація та аналіз отриманих результатів оцінювання маркетингової активності досліджуваних груп торговельних підприємств.

³⁸⁷ Там само, с. 43

³⁸⁸ Там само, с. 40.

³⁸⁹ Там само, с.193.

При виконанні обчислень у межах використовуваного методу ієрархій, для знаходження оптимального рішення щодо системи управління мерчандайзингом було застосовано інструментарій програмного забезпечення Microsoft Excel.

Згідно із запропонованим переліком послідовних дій, для оцінювання маркетингової активності досліджуваних груп торговельних підприємств у частині розрахунку локальних пріоритетів II рівня, які уточнюють загальну мету проблеми визначено, що найвпливовішим елементом є «Цінова активність» зі значенням на рівні 0,2205 (Табл. 4). Це вказує, що торговельні підприємства найбільшу увагу приділяють ціновій активності – коли ціна та акційні пропозиції повинні відповідати очікуванню основної категорії споживачів. Також важливим елементом II рівня встановлено елемент «активність он-лайн продажів» з пріоритетністю 0,1791. Прерогатива елемента пояснюється тим, що сучасний ритм життя споживачів відрізняється швидкістю, тому все більше торговельних підприємств поряд із продажем товарів оф-лайн переходять в он-лайн режим, наближуючи таким чином до них свій асортимент.

Таблиця 4. Локальні пріоритети для елементів II рівня

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	ТА	ЦА	ЗА	КА	ІА	АО	ТМ	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	ТА	1	1/3	5	8	1/7	1/4	3	1,04773606	0,14376139
2	ЦА	3	1	4	5	7	1/5	1/3	1,6073606	0,22054828
3	ЗА	1/5	1/4	1	3	7	1/3	1/5	0,68295244	0,0937089
4	КА	1/8	1/5	0,3	1	5	7	3	0,98520187	0,13518098
5	ІА	7	1/7	1/7	1/5	1	9	1/4	0,67177495	0,09217522
6	АО	4	5	3	1/7	1/9	1	7	1,30564253	0,17914911
7	ТМ	1/3	3	5	1/3	4	1/7	1	0,987353	0,13547614
	ІУ= 0,048 ВУ=0,036	Λmax =7,28802144								

Примітки: ТА – товарна активність; ЦА – цінова активність; ЗА – збутова активність;

КА – комунікативна активність; ІА – іміджева активність;

АО – активність он-лайн продажів; ТМ – трейд-маркетингова активність

Джерело: розраховано автором

Відповідно до результатів побудови таблиці середньої узгодженості для випадкових матриць сьомого порядку, яке становить 0,046 (Табл. 3), що є меншим від встановленої похибки відхилень (0,10). Таким чином, є підстава вважати дане судження прийнятним.

У результаті аналізу II рівня критерію «Товарна активність» і його субкритеріїв (Табл. 1), згідно з проведеними розрахунками визначено, що найвпливовішим елементом із локальним пріоритетом на рівні 0,229 є активність елемента «товарні стратегії» (Табл. 5). Найменшим за пріоритетом в отриманій матриці виявилась складова «управління асортиментом».

Таблиця 5. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Товарна активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	АТ	УА	ЗТП	ЯТ	ТС	Власний вектор	Локальний пріоритет	
1	АТ	1	1/3	9	3	1/5	1,12248757	0,22240319	
2	УА	3	1	2	1/3	1/9	0,73724456	0,14607337	
3	ЗТП	1/9	1/2	1	5	3	0,96225636	0,1906559	
4	ЯТ	1/3	3	1/5	1	7	1,06746255	0,21150085	
5	ТС	5	9	1/3	1/7	1	1,157633	0,2293667	
		ІУ= 0,012 ВУ= 0,01						Λmax =	5,04708403

АТ – асортимент товару; УА – управління асортиментом; ЗТП – збалансованість товарного портфелю;

ЯТ – якість товару, ТС – товарні стратегії

Джерело: розраховано автором

Розрахунок відношення узгодженості матриці попарних порівнянь для елементів рівня III за критерієм «Товарна активність» становить 0,01, це менше від значення 0,10, що дозволяє прийняти дану оцінку.

Далі, у результаті аналізу II рівня критерію «Цінова активність» і його відповідних субкритеріїв (Табл. 6) було встановлено наступні відповідності. Найбільш впливовим за пріоритетністю, на думку експертів, виявився елемент «цінові стратегії», з оцінкою 0,338.

Таблиця 6. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Цінова активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	ЦД	АП	ЦС	ЦЯ	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	ЦД	1	7	5	1/9	1,40076468	0,3308277
2	АП	1/7	1	1/3	5	0,69327094	0,1637343
3	ЦС	1/5	3	1	7	1,43156912	0,33810299
4	ЦЯ	9	1/5	1/7	1	0,70851677	0,16733501
IU= 0,078 VU= 0,087		Λmax			4,23412151		

ЦД – ціновий діапазон; АП – акційні пропозиції; ЦС – цінові стратегії;

ЦЯ – відповідність рівня товару «ціна якість»

Джерело: розраховано автором

Найнижчим пріоритетом в побудованій матриці порівнянь визначено елемент «акційні пропозиції», які хоча і приваблюють споживачів, але для торговельного підприємства не завжди складають вигідний варіант збуту в отриманні прибутку.

Розрахунок відношення узгодженості матриці попарних порівнянь для елементів рівня III за критерієм «Цінова активність» становить 0,087, що менше від значення 0,10, і дозволяє вважати дану оцінку прийнятною.

При аналізі II рівня критерію «Збутова активність» і його відповідних субкритеріїв (Табл. 7) експерти визначили найвпливовішим – елемент «зручність місця знаходження» з оцінкою 0,353 балів. На їх думку, саме зручність місця знаходження забезпечує належний потік відвідування споживачами торговельних підприємств. Найменш вагомим, на думку експертів, виявився елемент «якість обслуговування», що цілком зрозуміло, оскільки більшість сучасних торговельних підприємств надають перевагу методу продажу–самообслуговування, де обслуговування споживачів здійснюється переважно у місцях розрахунку. Встановлено, що даний показник відповідає нормі, оскільки дорівнює значенню 0,086, що менше 0,10, і, надає підстави вважати таке судження прийнятним.

Таблиця 7. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Збутова активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	ТП	ВТ	ЗЗ	ЯО	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	ТП	1	3	1/5	5	1,31607401	0,31107276
2	ВТ	1/3	1	3	1/3	0,75602696	0,1786977
3	ЗЗ	1/3	1/3	1	3	1,49159631	0,35255994
4	ЯО	1/5	3	1/3	1	0,66706215	0,1576696
IU= 0,077 VU= 0,086		Λmax			4,23075943		

ТП – технологічне планування магазину; ВТ – викладка товару;

ЗЗ – зручність місця знаходження магазину; ЯО – якість обслуговування

Джерело: розраховано автором

У результаті аналізу II рівня критерію «Комунікативна активність» і його відповідних субкритеріїв (Табл. 8) було встановлено наступні відповідності. Найбільш впливовим за пріоритетністю, на думку експертів, виявився елемент «POS-матеріали та реклама на місці продажу», з оцінкою 0,365. Це вказує на важливість правильного розташування відповідних POS-матеріалів для привертання уваги споживачів до товарних пропозицій, що полегшує їм пошук та впливає на вибір товару. Найнижчим за пріоритетністю – елемент «реклама у

соціальних мережах». Розрахунок узгодженості даного елемента становить 0,02, що свідчить про його відповідність нормі.

Таблиця 8. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Комунікативна активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	P	MP	PP	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	P	1	4	1/3	1,09696131	0,36538861
2	MP	1/4	1	3	0,9085603	0,30263381
3	PP	3	1/3	1	0,99665549	0,33197758
	$\Gamma Y = 0,011$ $\text{BY} = 0,02$	Λ_{\max}			3,0021771	

*P – POS-матеріали та реклама на місці продажу; MP – реклама у соціальних мережах; PP – піар-кампанії
Джерело: розраховано автором*

Згідно з аналізом II рівня критерію «Іміджева активність» і його відповідних субкритеріїв (Табл. 9), визначено, що найвпливовішим елементом є «зовнішнє і внутрішнє оформлення», з локальним пріоритетом на рівні 0,351. На думку експертів, зазначений елемент впливає загальну атмосферу продажу, оскільки відомо, що сучасний споживач приймає рішення по купівлю емоційно. Відповідно до результатів побудови таблиці середньої узгодженості для випадкових матриць третього порядку, яке становить 0,09 (Табл. 3), є меншим від встановленої похибки відхилень (0,10), що надає підстави вважати дане судження прийнятним.

Таблиця 9. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Іміджева активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	ЗВ	Л	АЯ	КС	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	ЗВ	1	5	7	1/7	1,4878153	0,35089794
2	Л	1/5	1	5	3	1,31607401	0,31039314
3	АЯ	1/7	1/5	1	5	0,61169088	0,14426594
4	КС	7	1/3	1/5	1	0,82444273	0,19444299
	$\Gamma Y = 0,08$ $\text{BY} = 0,09$	Λ_{\max}			4,24002293		

*ЗВ – зовнішнє і внутрішнє оформлення; Л – товарний знак, логотип;
АЯ – асортимент та його якість; КС – комунікації зі ЗМІ та споживачами
Джерело: розраховано автором*

При аналізі II рівня критерію «Активність он-лайн продажів» і його відповідних субкритеріїв (Табл. 10) експерти визначили найвпливовішим – елемент «візуалізація презентацій товару на головній сторінці» з оцінкою 0,345 балів. На їх думку, саме візуалізація сайту здатна залучити увагу споживачів у будь-якому зручному для них місті, розширити межі присутності торговельного підприємства та, як наслідок, збільшити прибуток. Найменш вагомим, на думку експертів, виявився елемент «зонування каталогу товарів на інтернет- сторінках».

Таблиця 10. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Активність он-лайн продажів»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	В	І	КБ	П	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	В	1	3	0,2	7	1,431569123	0,345012419
2	І	0,33	1	3	0,33	0,756026961	0,182204747
3	КБ	5	0,33	1	0,2	0,757928931	0,182663128
4	П	0,14	3	5	1	1,203801344	0,290119706
	$\Gamma Y = 0,05$ $\text{BY} = 0,06$	Λ_{\max}			4,14932636		

*В – візуалізація презентацій товару на головній сторінці ; І – зонування каталогу товарів на інтернет- сторінках; КБ – створення клієнтської бази; П – персоналізація.
Джерело: розраховано автором*

Встановлено, що даний показник відповідає нормі прийнятої узгодженості, оскільки дорівнює значенню 0,06, що менше 0,10, і, надає підстави вважати таке судження прийнятим.

У результаті аналізу II рівня критерію «Трейд-маркетингова активність» і його субкритеріїв (Табл. 11), згідно з проведеними розрахунками визначено, що найвпливовішим елементом із локальним пріоритетом на рівні 0,365 є «стратегії трейд-маркетингу». Розрахунок узгодженості даного елемента становить 0,02, що свідчить про його відповідність нормі.

Таблиця 11. Локальні пріоритети III рівня за критерієм «Трейд-маркетингова активність»

№	Назва елементів, що порівнюються на II-му рівні ієрархічної моделі	СП	ПА	СТМ	Власний вектор	Локальний пріоритет
1	СП	1	0,33	3	0,996655493	0,331977582
2	ПА	3	1	0,25	0,908560296	0,302633811
3	СТМ	0,33	4	1	1,09696131	0,365388608
		$I_U = 0,011$	$V_U = 0,02$	Λ_{max}	3,0021771	

СП – стимулювання посередників і торгового персоналу; ПА – промо-акції для кінцевого споживача;

СТМ – стратегії трейд-маркетингу

Джерело: розраховано автором

Для узагальнення отриманих локальних пріоритетів оцінювання маркетингової активності необхідно розрахувати підпорядкованість критеріїв III рівня із застосуванням принципу синтезу (формула 5). Отримані результати наведено в Табл. 12.

Таблиця 12. Глобальні пріоритети параметрів III рівня

Критерії	V_{ij}	U_i	Z_i
Товарна активність			
Асортимент товару	0,14376139	0,22240319	0,031973
Управління асортиментом	0,14376139	0,14607337	0,021
Збалансованість товарного портфелю	0,14376139	0,1906559	0,027409
Якість товару	0,14376139	0,21150085	0,030406
Товарні стратегії	0,14376139	0,2293667	0,032974
Цінова активність			
Ціновий діапазон	0,22054828	0,3308277	0,072963
Акційні пропозиції	0,22054828	0,1637343	0,036111
Цінові стратегії	0,22054828	0,33810299	0,074568
Відповідність рівня товару «ціна-якість»	0,22054828	0,16733501	0,036905
Збутова активність			
Технологічне планування магазину	0,0937089	0,31107276	0,02915
Викладка товару	0,0937089	0,1786977	0,016746
Зручність місця знаходження магазину	0,0937089	0,35255994	0,033038
Якість обслуговування	0,0937089	0,1576696	0,014775
Комунікативна активність			
POS-матеріали та реклама на місці продажу	0,13518098	0,36538861	0,049394
Реклама у соціальних мережах	0,13518098	0,30263381	0,04091
Піар-кампанії	0,13518098	0,33197758	0,044877
Іміджева активність			
Зовнішнє і внутрішнє оформлення	0,09217522	0,35089794	0,032344
Товарний знак, логотип	0,09217522	0,31039314	0,028611
Асортимент та його якість	0,09217522	0,14426594	0,013298
Комунікації зі ЗМІ та споживачами	0,09217522	0,19444299	0,017923
Активність он-лайн продажів			
Візуалізація презентацій товару на головній сторінці	0,17914911	0,345012419	0,061809
Зонування каталогу товарів на інтернет- сторінках	0,17914911	0,182204747	0,032642
Створення клієнтської бази	0,17914911	0,182663128	0,032724
Персоналізація	0,17914911	0,290119706	0,051975
Трейд-маркетингова активність			
Стимулювання посередників і торгового персоналу	0,13547614	0,331977582	0,044975
Промо-акції для кінцевого споживача	0,13547614	0,302633811	0,041
Стратегії трейд- маркетингу	0,13547614	0,365388608	0,049501

Джерело: розраховано автором

Згідно з отриманими даними в результаті розрахунку рівня вагомості критеріїв глобальних пріоритетів оцінювання маркетингової активності, визначено, що найбільш вагомішою є складова «Цінова активність» з критеріями «цінові стратегії» та «ціновий діапазон» з оцінками 0,074568 та 0,072963 відповідно. Також пріоритетним напрямком в оцінюванні маркетингової активності зазначено критерій «візуалізація презентацій товару на головній сторінці» з оцінкою 0,061809. Найнижчою оцінкою на рівні 0,013298 зазначено елемент «асортимент та його якість». Отже, отримані судження надали можливості визначити вагомість кожного елемента, що дозволило з більшою достовірністю оцінити складові маркетингової активності.

Наступним етапом ієрархічного представлення досліджуваних елементів застосування принципу синтезу, завдяки якому визначено глобальні пріоритети елементів IV рівня. Згідно з декомпозицією задачі (Рис. 2), це досліджувані групи торговельних підприємств, діяльність яких і потрібно оцінити відповідно до поставленої мети. Виконані попередні етапи надають змогу знайти локальні пріоритети окремо для кожної групи досліджуваних торговельних підприємств (елементи IV рівня) відносно кожного субкритерію оцінювання маркетингової активності (елементи критерію II рівня та їх субкритеріїв III рівня), до яких відносяться: «Товарна активність» (Табл. 13), «Цінова активність» (Табл. 14), «Збутова активність» (Табл. 15), «Комунікаційна активність» (Табл. 16), «Іміджева активність» (Табл. 17), «Активність он-лайн продажів» (Табл. 18), «Трейд-маркетингова активність» (Табл. 19).

Таблиця 13. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня «Товарна активність»

АТ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi1	УА	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi2
X	1	7	1/5	1,119	0,366	X	1	4	1/5	0,928	0,301
Y	1/7	1	3	0,7489	0,245	Y	1/4	1	2	0,7937	0,258
Z	5	1/3	1	1,185	0,388	Z	5	1/2	1	1,357	0,441
IY=0,027 VY=0,045 $\Lambda_{max}=3,053$						IY=0,04 VY=0,04 $\Lambda_{max}=3,079$					
ЗТП	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi3	ЯТ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi4
X	1	5	1/6	0,941	0,309	X	1	1/7	6	0,944	0,312
Y	1/5	1	3	0,8434	0,277	Y	7	1	1/4	1,2051	0,398
Z	6	1/3	1	1,260	0,414	Z	1/6	4	1	0,879	0,290
IY=0,022 VY=0,037 $\Lambda_{max}=3,044$						IY=0,014 VY=0,02 $\Lambda_{max}=3,028$					
ТС	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi5						
X	1	9	1/6	1,152296	0,38251741						
Y	1/9	1	7	0,916566	0,30426428						
Z	6	1/7	1	0,943539	0,31321832						
IY=0,006 VY=0,012 $\Lambda_{max}=3,012399794$											

АТ – асортимент товару; УА – управління асортиментом; ЗТП – збалансованість товарного портфелю; ЯТ – якість товару ТС – товарні стратегії. Джерело: розраховано автором

Таблиця 14. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня «Цінова активність»

ЦД	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi6	АП	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi7
X	1	1/9	7	0,91656565	0,29539202	X	1	3	1/9	0,69104232	0,22341841
Y	9	1	1/3	1,43742596	0,46325559	Y	1/3	1	7	1,32191641	0,42738405
Z	1/7	3	1	0,74888724	0,24135239	Z	1/7		1	1,0800823	0,34919753
IY=0,05 VY=0,09 $\Lambda_{max}=3,102879$						IY=0,047 VY=0,09 $\Lambda_{max}=3,093041$					
ЦС	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi8	ЦЯ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi9
X	1	7	1/5	1,11868894	0,37066092	X	1	5	1/3	1,18166575	0,38252151
Y	1/7	1	9	1,0800823	0,35786918	Y	1/5	1	9	1,2164404	0,39377855
Z	5	1/9	1	0,81932127	0,2714699	Z	3	1/9	1	0,69104232	0,22369994
IY=0,009 VY=0,017 $\Lambda_{max}=3,0180925$						IY=0,045 VY=0,08 $\Lambda_{max}=3,08915$					

ЦД – ціновий діапазон; АП – акційні пропозиції; ЦС – цінові стратегії; ЦЯ – відповідність рівня товару «ціна якість». Джерело: розраховано автором

Таблиця 15. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня «Збутова активність»

ТП	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi10	BT	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi11
X	1	3	1/5	0,843	0,274	X	1	1/7	9	1,0800823	0,35786918
Y	1/3	1	2	0,8732	0,284	Y	7	1	1/5	1,11868894	0,37066092
Z	5	1/2	1	1,357	0,42	Z	1/9	5	11	0,81932127	0,2714699
IU= 0, 074 VU=0,06 $\Lambda_{max}=3,074$						IU= 0,009 VU=0,017 $\Lambda_{max}=3,018093$					
33	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi12	YO	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi13
X	1	5	1/5	1	0,32940662	X	1	9	1/5	1,2164404	0,40267349
Y	1/5	1	9	1,2164404	0,40070352	Y	1/9	1	7	0,91656565	0,30340713
Z	5	1/9	1	0,8193213	0,26988985	Z	5	1/7	1	0,887904	0,29391938
IU= 0,018 VU=0,033 $\Lambda_{max}=3,03576$						IU= 0,01 VU=0,02 $\Lambda_{max}=3,02091$					

ТП – технологічне планування магазину; BT – викладка товару;

33 – зручність місця знаходження магазину; YO – якість обслуговування

Джерело: розраховано автором

Таблиця 16. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня «Комунікативна активність»

P	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi14	MP	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi15
X	1	5	1/6	0,941	0,309	X	1	7	1/5	1,119	0,366
Y	1/5	1	3	0,8434	0,277	Y	1/7	1	3	0,7489	0,245
Z	6	1/3	1	1,260	0,414	Z	5	1/3	1	1,185	0,388
IU= 0,02 VU=0,037 $\Lambda_{max}=3,044$						IU= 0,027 VU=0,045 $\Lambda_{max}=3,053$					
PP	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi16						
X	1	1/7	5	0,887904	0,2908059						
Y	7	1	1/3	1,3219164	0,43295344						
Z	1/5	3	1	0,8434327	0,27624067						
IU= 0,027 VU=0,05 $\Lambda_{max}=3,053253$											

P – POS-матеріали та реклама на місці продажу; MP – реклама у соціальних мережах; PP – Піар-кампанії

Джерело: розраховано автором

Таблиця 17. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня «Іміджева активність»

3B	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi17	L	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi18
X	1	3	1/9	0,69104232	0,22341841	X	1	1/5	9	1,2164404	0,40267349
Y	1/3	1	7	1,32191641	0,42738405	Y	5	1	1/7	0,887904	0,29391938
Z	9	1/7	1	1,0800823	0,34919753	Z	1/9	7	1	0,91656565	0,30340713
IU= 0,047 VU=0,09 $\Lambda_{max}=3,09304$						IU= 0,01 VU=0,02 $\Lambda_{max}=3,02091$					
AЯ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi19	KC	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi20
X	1	3	1/7	0,74888724	0,24559784	X	1	7	1/4	1,20507113	0,39868475
Y	1/3	1	5	1,18166575	0,38752771	Y	1/7	1	7	0,99328839	0,32861872
Z	7	1/5	1	1,11868894	0,36687445	Z	4	1/7	1	0,82425706	0,27269653
IU= 0,025 VU=0,05 $\Lambda_{max}=3,04924$						IU= 0,01 VU=0,05 $\Lambda_{max}=3,02262$					

3B – зовнішнє і внутрішнє оформлення; L – товарний знак, логотип;

AЯ – асортимент та його якість; KC – комунікації зі ЗМІ та споживачами

Джерело: розраховано автором

Таблиця 18. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня
«Активність он-лайн продажів»

В	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi21	I	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi22
X	1	9	1/3	1,43742596	0,46365889	X	1	5	1/5	1	0,33260239
Y	1/9	1	5	0,81932127	0,26428185	Y	1/5	1	7	1,11868894	0,37207862
Z	3	0,2	1	0,84343267	0,27205927	Z	5	1/7	1	0,887904	0,29531899
IU= 0,05 VU=0,09 Λmax=3,100179						IU= 0, VU=0,0 Λmax=3,0066					
КБ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi23	П	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi24
X	1	5	1/7	0,887904	0,29391938	X	1	1/9	3	0,69336127	0,22367965
Y	1/5	1	9	1,2164404	0,40267349	Y	9	1	0,14	1,0800823	0,34843658
Z	7	1/9	1	0,91656565	0,30340713	Z	1/3	7	1	1,3263524	0,42788377
IU= 0,01 VU=0,02 Λmax=3,02091						IU= 0,05 VU=0,09 Λmax=3,09979					

В – візуалізація презентацій товару на головній сторінці ; *I* – зонування каталогу товарів на інтернет-сторінках; *КБ* – створення клієнтської бази; *П* – персоналізація.

Джерело: розраховано автором

Таблиця 19. Локальні пріоритети елементів IV рівня відносно елемента критерію III рівня
«Трейд-маркетингова активність»

СТ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi25	ПА	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi26
X	1	5	1/7	0,887904	0,2908059	X	1	1/3	7	1,32191641	0,43094833
Y	1/5	1	3	0,84343267	0,27624067	Y	3	1	1/3	0,99665549	0,32491239
Z	7	1/3	1	1,32191641	0,43295344	Z	1/7	3	1	0,74888724	0,24413927
IU= 0,03 VU=0,05 Λmax=3,05325						IU= 0,34 VU=0,06 Λmax=3,06746					
СТМ	X	Y	Z	Власний вектор	Локальний пріоритет, Wi27						
X	1	7	1/5	1,11868894	0,37066092						
Y	1/7	1	9	1,0800823	0,35786918						
Z	5	1/9	1	0,81932127	0,2714699						
IU= 0,009 VU=0,017 Λmax=3,018093											

СП – стимулювання посередників і торгового персоналу; *ПА* – промо-акції для кінцевого споживача;

СТМ – стратегії трейд-маркетингу

Джерело: розраховано автором

Відповідно до восьмого етапу, було застосовано принцип синтезу для отримання граничного значення пріоритетів – комплексного показника маркетингової активності для досліджуваних груп торговельних підприємств, використовуючи формулу 6.

При розрахунку комплексного показника оцінювання маркетингової активності для досліджуваних груп торговельних підприємств були отримані такі результати (Табл. 20).

Отримані дані вказують, що вищий комплексний показник маркетингової активності зазначено у групі торговельних підприємств X з оцінкою 0,38116. Перевагу, порівняно з групами підприємств Y, Z, отримано завдяки високим показникам критеріїв: «Цінова активність» (0,119349 балів), за рахунок правильно встановленого «цінового діапазону», який відповідає вимогам основній категорії споживачів; «Активність он-лайн продажів» (0,060812 балів), завдяки найвищому результату серед досліджуваних груп торговельних підприємств складовій «візуалізації презентацій товару на головній сторінці», а також показникам критерію – «Трейд-маркетингова активність» (0,049124 балів) – сучасній технології активізації збуту, яка спрямована на підвищення ефективності взаємодії всіх суб'єктів у дистриб'юторському ланцюгу від виробника до споживача. Але, незважаючи на перевагу у зазначених позиціях, групі торговельних підприємств X, слід приділити увагу таким критеріям, як: «Комунікативна активність» та «Іміджева активність», посилення ролі яких, забезпечить групі збільшення показників економічної діяльності та укріплення конкурентних позицій на ринку.

Таблиця 20. Комплексний показник маркетингової активності досліджуваних груп торговельних підприємств

Критерії	КПМА гр.Х	КПМА гр.У	КПМА гр.З
Товарна активність			
Асортимент товару	0,011702	0,007833	0,012406
Управління асортиментом	0,006321	0,005418	0,009261
Збалансованість товарного портфелю	0,008469	0,007592	0,011347
Якість товару	0,009487	0,012102	0,008818
Товарні стратегії	0,012629	0,010034	0,010321
Сума критеріїв	0,048608	0,042979	0,052152
Цінова активність			
Ціновий діапазон	0,069483	0,033804	0,017584
Акційні пропозиції	0,008067	0,015434	0,012603
Цінові стратегії	0,027665	0,026695	0,020208
Відповідність рівня товару «ціна-якість»	0,014135	0,014541	0,008267
Сума критеріїв	0,119349	0,090474	0,058661
Збутова активність			
Технологічне планування магазину	0,007987	0,008279	0,012243
Викладка товару	0,005995	0,006213	0,004538
Зручність місця знаходження магазину	0,01087	0,013248	0,00892
Якість обслуговування	0,005954	0,004477	0,004344
Сума критеріїв	0,030806	0,032216	0,030045
Комунікативна активність			
POS-матеріали та реклама на місці продажу	0,015263	0,038033	0,020449
Реклама у соціальних мережах	0,014973	0,010023	0,015873
Піар-кампанії	0,013059	0,019432	0,012386
Сума критеріїв	0,043295	0,067488	0,048708
Іміджева активність			
Зовнішнє і внутрішнє оформлення	0,007213	0,013811	0,011288
Товарний знак, логотип	0,01153	0,008412	0,008669
Асортимент та його якість	0,003271	0,00516	0,00488
Комунікації ЗМІ та споживачами	0,007151	0,005897	0,004893
Сума критеріїв	0,029166	0,033279	0,029731
Активність он-лайн продажів			
Візуалізація презентацій товару на головній сторінці	0,028679	0,016318	0,016812
Зонування каталогу товарів на інтернет-сторінках	0,01087	0,012143	0,009629
Створення клієнтської бази	0,009621	0,013188	0,009915
Персоналізація	0,011642	0,018087	0,022245
Сума критеріїв	0,060812	0,067488	0,058602
Трейд-маркетингова активність			
Стимулювання посередників і торгового персоналу	0,013088	0,012413	0,019474
Промо-акції для кінцевого споживача	0,017671	0,013325	0,010004
Стратегії трейд-маркетингу	0,018365	0,017672	0,013415
Сума критеріїв	0,049124	0,04341	0,042893
Комплексний показник маркетингової активності	0,38116	0,377334	0,348741

Джерело: розраховано автором

Групі торговельних підприємств У щонайбільше слід приділити увагу показникам «Товарної активності», оскільки низька активність комплексу елементів товарної складової може спричинити втрату клієнтської бази та значне зниження прибутку у фізичних магазинах. Разом з тим, розрахункові показники категорії «Активність он-лайн продажів» засвідчили найвищий результат серед груп досліджуваних торговельних підприємств (0,067488 балів). Це вказує на те, що група У вдало користується інформацією про вподобання он-лайн споживачів при виборі товару он-лайн, періодичність купівель, загальну ціну купівлі, суму середнього чеку та ін., що забезпечує вчасне реагування на зміни попиту он-лайн споживачів, та збільшує кількісні та якісні показники он-лайн продажів.

Згідно з проведеним аналізом ієрархій, група торговельних підприємств Z відрізняється загально низьким комплексним показником маркетингової активності. Для поліпшення

результативності показників маркетингової активності доцільним буде особливо зосередити увагу на складових «Цінова активність», «Комунікативна активність» та «Трейд-маркетингова активність».

Отже, проведене оцінювання маркетингової активності досліджуваних груп торговельних підприємств із застосуванням методу ієрархій Т. Саати, надало можливості комплексно вирішити такі задачі:

- ієрархічно представити досліджувану проблему для розуміння важливості визначених критеріїв та їх субкритеріїв, що потребують дослідження;
- визначити вагомість кожного елемента, що дозволило з більшою достовірністю оцінити складові маркетингової активності;
- отримати комплексну аргументовану оцінку маркетингової активності досліджуваних груп торговельних підприємств;
- розкрити сильні та зрозуміти слабкі сторони в маркетингової активності для своєчасної розробки заходів їх покращення;
- отримані судження можуть враховуватися при формуванні стратегії розвитку торговельних підприємств або при її коригуванні.

Література

1. Белова Т. Г., Крайнюченко О. Ф., Гаврилова Т. В. Методичні підходи до визначення маркетингової активності підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. № 12. Ч. 1. С. 29-32.
2. Моисеева Н. К. Маркетинговые технологии в обеспечении деловой активности организации. *Проблемы теории и практики управления*. 2002. № 6. С. 22-34.
3. Соколова, Л. В., Верясова Г. М. Удосконалення науково-методичного підходу до оцінки маркетингової активності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2016. № 7. С. 1017-1022.
4. Яременко С. С. Маркетингова комунікаційна активність промислового підприємства. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2012. № 1 (5). Т. 2. С. 441-448.
5. Саати Т., Керне К. Аналитическое планирование. Организация систем / пер. с англ. Москва: Радио и связь, 1991. 224 с.
6. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. Москва: Радио и связь, 1993. 278 с.

3.3. INFORMATION TECHNOLOGIES AND DIGITALIZATION IN LOGISTICS

3.3. ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ В ЛОГІСТИЦІ

Постановка проблеми. Сьогодні державна політика найуспішніших країн світу спрямована на розвиток цифрової економіки у галузях реального сектора економіки. Цифрова економіка дає змогу створювати якісно нові моделі бізнесу, торгівлі, логістики, виробництва, змінює формат освіти, охорони здоров'я, державного управління, комунікацій між людьми, а, отже, задає нову парадигму розвитку держави, економіки і всього суспільства.

Розвиток електронної комерції і зростаючі вимоги до постачання – багатоканальність, оперативність, прозорість, точність – стимулюють рітейлерів і логістичних операторів до підвищення ефективності процесів та упровадження інноваційних технологій. Доводиться освоювати актуальні канали та формати доставки, аналізувати великі дані, автоматизувати процеси, упроваджувати блокчейн і роботів. Логістична галузь стає одним із драйверів цифровізації.

Використання інформаційних технологій в діяльності логістичних підприємств, забезпечує вагомі переваги у порівнянні із конкурентами, а тому перспективність розвитку цифровізації в діяльності підприємств із використанням сучасних інформаційних технологій є цілком очевидною. Упровадження елементів цифровізації в діяльність підприємств сфери логістики може значно підвищити ефективність їх діяльності.

Інформаційно-технологічний прогрес, на сьогодні, є не тільки одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування логістичного ринку, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Тому інформаційним технологіям та питанням упровадження елементів цифровізації, які завдяки своїм унікальним властивостям сприяють динамічному розвитку усіх секторів логістики, має бути приділена пріоритетна увага. Зазначені аспекти обумовлюють актуальність дослідження та окреслили його мету.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велика кількість науковців займаються науковими дослідженнями в сфері інформаційних технологій, серед вітчизняних дослідників слід відзначити праці Богоявленського О. В., Гряділь І. І., Гурова В. В., Дергачової В. В., Заплатинського В. М., Кожухівської Р. Б., Пілюшенко В. Л.; зарубіжних – Дж. МакКінзі, Л. Дваєра, П. Сміта та інших. Проте питання особливостей використання інформаційних технологій у сфері логістики наразі недостатньо висвітлено в освітній та фаховій літературі. Тому це обумовлює актуальність проблематики дослідження і потребує подальших теоретико-методологічних розвідок.

Мета статті полягає у дослідженні ключових аспектів упровадження системи інформаційних технологій та визначенні основних принципів реалізації елементів цифровізації у сфері логістики.

Методичною основою дослідження слугували платформенна концепція розвитку цифрової економіки, порівняльно-науковий аналіз, синтез даних та методика узагальнення.

Результати дослідження. В останні роки еволюційно-революційний характер розвитку економіки пов'язаний з появою проривних технологій і цифровізацією. За умов інтеграції процесів глобалізації економіки інформаційні технології відіграють важливу роль у діяльності як окремих учасників економічного процесу, так і функціонуванні економічних систем. Використання інформаційних технологій сприяло бурхливому розвитку міжнародних фінансових інститутів, виходу підприємств у глобальне віртуальне середовище, розвитку електронного бізнесу, появи нових галузей економіки, у тому числі на міжнародній арені³⁹⁰.

³⁹⁰ Дергачова В. В., Скибіна О. О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: монографія. Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. 215 с.

Інформаційно-технічний прогрес є не тільки одним з головних факторів забезпечення ефективного функціонування ринку, але й найважливішою умовою процесу його стійкого розвитку. Тому інформаційним технологіям, які, завдяки своїм унікальним властивостям, сприяють динамічному розвитку усіх секторів ринку, має бути приділена пріоритетна увага³⁹¹. Виробники зобов'язані орієнтуватися на думку індивідуумів (споживачів) для того, щоб залишатися конкурентними як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку і підтримувати лояльність кожного споживача. Саме із цього погляду використання інформаційних технологій та систем цифровізації економічних процесів є одними з найбільш ефективних інструментів господарської діяльності, зокрема у сфері логістики.

Термін «цифрова економіка» нами розуміється як фреймова економіка уже готових, заданих рішень, що швидко адаптуються до потреб споживачів. Характерною рисою цифрової економіки є необхідність з'єднання «великих даних» із потребами клієнтів та можливість її використання в роботі інтерфейсів (мова спілкування з клієнтом) з метою розширення сегментів потенційної клієнтури.

Поняття потреби є ключовим в цифровій економіці. Найважливішим завданням цифровізації потреб є створення системи управління відносинами з клієнтами, які є частиною процесу створення цифрового клієнтського сервісу.

Формування системи цифрової логістики має відбуватися на основі реалізації клієнтоорієнтованого механізму розвитку економічних систем, зокрема на принципах цифрової взаємодії та потоків даних, необхідних для отримання мережевого ефекту при вирішенні оперативних і стратегічних завдань. Необхідною умовою роботи системи цифрової логістики є розвиток техніко-технологічної основи, що включає в себе транспортні засоби, технічні пристрої, лінійні комунікації, автоматизацію операцій.

Іншим завданням системи цифрової логістики є забезпечення клієнтського сервісу цифрового рівня. При цьому під «цифровим сервісом» розуміються умови, при яких клієнт отримує індивідуалізовану послугу за ціною масового виробництва (характерна риса відкритої економіки), тобто персоніфікація продуктів і транспортно-логістичних сервісів в умовах масового виробництва³⁹². Розвиток цифрового сервісу сприятиме активізації взаємодії між платформами, розвиток яких є ключовою умовою формування системи цифрового транспорту і логістики.

Говорячи про клієнтський рівень в системі цифрового сервісу, слід зазначити, що процес взаємодії техніко-технологічних елементів повинен органічно поєднуватися із вже існуючою системою обслуговування користувачів та допомагати їм у задоволенні їх індивідуальних потреб. Завданнями такої взаємодії є:

- автоматизація окремих операцій (завантаження, розвантаження, пакування, зважування та видача вантажу);
- автоматизація бізнес-процесів (складування, постачання);
- взаємодія водіїв автотранспорту між собою;
- збір та обробка даних;
- забезпечення інформаційного сервісу;
- інтеграція та обмін прикладними програмними продуктами;
- автоматизоване навчання працівників.

Наявність різних контролюючих пристроїв, пов'язаних єдиною глобальною інформаційною мережею, та їх використання в транспортно-логістичній системі призведе до покращення процесу постачання послуги до кінцевого споживача.

Представники компанії BBC World Service в своїй доповіді «Digital planet» констатують, що світ вже сьогодні переживає цифрову епоху. Показниками подібної

³⁹¹ Кожухівська Р. Б. Реалізація принципів стратегії Інтернет-комунікацій та Інтернет-засобів. *Журнал європейської економіки*, 2017. Вип. 9 (3). С. 270-278.

³⁹² Богоявленский О. В. Маркетинговые усилия с применением современных информационных технологий и повышение эффективности деятельности предприятий *Ринкова трансформація економіки*. Харків, 2005. Вип. 9. С. 210-216.

трансформації є: кількість користувачів мережі Інтернет, частка користувачів смартфонів (60% громадян Європи), збільшення кількості користувачів порталів державних послуг (40 млн. чол.)³⁹³. Це створює у користувачів передумови до формування «звички до цифри», коли людина відчуває себе комфортно в умовах електронного середовища. За таких умов завдання оператора логістичного ринку зводиться до вибору заданого алгоритму дій із бібліотеки стандартизованих рішень. При цьому можливість оперувати рішеннями створюється завдяки цифровізації логістичних ланцюжків (в залежності від типу вантажу, виду транспорту), їх адаптації до параметрів клієнтської підсистеми. Це дасть можливість не тільки вивчити поведінку клієнта в минулому, а й побудувати точну прогнозну модель формування його потреб в майбутньому. Як наслідок, потреби зможуть трансформувати способи спільного використання послуг, і, завдяки цьому, зменшувати логістичні ресурси.

Досліджуючи клієнтську систему зазначимо, що підвищення рівня цифрового сервісу полягає у необхідності спрощення користувальницького доступу до послуг, візуалізації потреб користувача, його навчання, надання клієнтської підтримки в режимі 24/7, поширення мобільних клієнтських сервісів, переходу від моделі фіксованої послуги до «послуги за вимогою», покращення рівня якості користувальницького інтерфейсу. Це пояснюється тим, що економічно активною стає нова когорта користувачів, що сформувалася в умовах «цифрової» епохи.

У свою чергу завдання із формування умов ефективного середовища функціонування цифрової логістики полягають у створенні необхідних умов і можливостей, що забезпечуватимуть взаємодію між клієнтом та оператором логістичних послуг. Подібна робота відбувається на основі взаємодії інформаційних платформ, наявного транспортно-територіального базису та топографічних особливостей конкретної місцевості, регіону.

Прикладом платформеного рішення є сервіс з пошуку та підбору вантажоперевізників і організації мультимодальних перевезень. При розробці платформених рішень підвищується ефективність використання масивів даних для створення нових сервісів і оптимізації логістики. Якщо окремі програми і сервіси дають змогу поліпшити якийсь певний бізнес-процес, то платформа здатна вирішити відразу декілька завдань.

Платформи дають змогу інтегрувати бізнес-процеси учасників логістичного ланцюга, об'єднувати виробників із споживачами, управляти складськими запасами і надавати інші послуги. Цифрова трансформація не тільки змінює окремі логістичні підприємства, але і стає предметом діалогу між державними органами, відомствами і бізнесом.

Разом з тим слід зауважити, що платформізація системи цифрової логістики вимагає забезпечення низки умов організаційного, правового, соціального характеру. Як показало дослідження досвіду сфери побудови цифрової логістики³⁹⁴³⁹⁵³⁹⁶³⁹⁷, процес створення даної структури зводиться до концепції створення національних центрів розвитку. Дана концепція ґрунтується на концентрації знань, практичного досвіду, технологій та компетенцій у поєднанні з тісною взаємодією держави та населення. Зокрема, важливою є роль держави у врегулюванні процесів взаємодії економічних суб'єктів, створення умов «цифрової довіри». Думку громадськості також слід враховувати, адже із автоматизацією ряду операцій виникають явища безробіття навіть серед фахівців високої кваліфікації. У зв'язку з цим гостро постає питання підготовки нового рівня логістів, експедиторів, інженерів з логістики тощо.

Сьогодні трендовими є такі рішення, які спрямовані на прискорення постачання товарів – одного з ключових завдань роздрібної торгівлі. Для офлайн-ритейлера при доставці

³⁹³ *BBC World Service. Official website.* [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3cswhd5>.

³⁹⁴ Гуров В. В. Інтернет для бізнеса. Москва: Електроінформ, 2007. 217 с.

³⁹⁵ Гряділь І. І., Гряділь С. І. Нові інформаційні технології. Ужгород: Закарпаття, 2011. 58 с.

³⁹⁶ Заплатинський В. М. Internet-сучасна інформаційна технологія для маркетингу. Маркетинг та логістика в системі менеджменту. Львів, 2015. С. 181-182.

³⁹⁷ Пілюшенко В. Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. Донецький держ. ун-т управління. Донецьк: ДонДУУ, 2005. 205 с.

товарів з декількох різних складів, як власних, так і орендованих, або безпосередньо від декількох постачальників, вигідною є консолідація всіх товарів на одному складі (або розподільчому центрі) з подальшим розвезенням до мережових магазинів. У такому випадку, застосовуючи сучасні технології, можна відстежувати і своєчасно поповнювати запаси продукції.

Прискорити процес доставки дає змогу крос-докінг – сукупність операцій з перевантаження і розподілу товарів із великовагових автомобілів в малотоннажні для доставки до магазинів. Прискорення відбувається за рахунок оперативної комплектації замовлень без зберігання на складі.

У випадку із роботою Інтернет-магазину постачання найчастіше здійснюється зі складу на адресу, вказану клієнтом, і оперативність виконання такого замовлення є конкурентною перевагою. Тоді актуальною є передача всієї логістики одному 3PL-оператору за принципом фулфілмента – від отримання та обробки замовлення до постачання клієнту. Таке рішення зменшує час виконання окремих операцій, в результаті чого покупець отримує товар значно швидше.

Наразі стає все більш виразною необхідність автоматизації процесів управління. Наприклад, типова проблема e-commerce-рітейлерів полягає у відсутності інформації про залишки товарів на складах протягом дня у всього ланцюга постачання, що загрожує збоями в формуванні замовлень. Вирішення цієї проблеми можливе за допомогою автоматизації процесу контролю запасів у межах ланцюга постачання. Прикладом інтеграції в управлінні ланцюгами постачання став проект компанії Amazon.com, що вийшла на ринок транспортно-логістичних послуг для e-commerce. Компанією було створено торговельний електронний сайт EasyXpress³⁹⁸ який розвиває інфраструктуру для постачання замовлень з Інтернет-магазинів до пунктів видачі та автоматизованих локерів (поштоматів), які розташовані у відділеннях «Укрпошти» та «Нової пошти».

Автоматизований процес переважає над працею вручну за двома основними показниками: продуктивність і точність. При праці вручну кінцева продуктивність дуже залежить і від кількості людей, зайнятих в процесі, і від їх кваліфікації: більше людей, вища кваліфікація – вища продуктивність. Але проста математика тут не завжди спрацьовує: людей може бути утричі більше, а продуктивність при цьому може збільшитися лише у півтора рази.

Інший показник – точність: кількість помилок, яку роблять люди, обробляючи посилки руками і збираючи замовлення вручну, у рази вище, аніж при автоматизованому обробленні. Ініціаторами повної автоматизації складських процесів повинні бути великі підприємства, оскільки роботизація дозволяє отримати швидку і помітну вигоду тільки при великих масштабах. При невеликому потоці оброблюваних вантажів збір вручну буде дешевшим і ефективнішим.

Склади рітейлерів мають досить високий рівень автоматизації як з точки зору обладнання, так і з точки зору систем управління. Це пояснюється особливостями роздрібною торгівлі, для якої характерними є одиничний підбір товару, висока інтенсивність зберігання, ASN-приймання, штучний облік продукції через необхідність введення обов'язкового маркування окремих категорій товарів.

Рітейлери, як правило, автоматизують всі основні складські операції – приймання, розміщення, внутрішні переміщення, перерахунок, планування замовлень, відбір, поповнення зони відбору, упаковку, навантаження та розвантаження автотранспорту. Але на більш глибокі рівні – застосування математичних методів для моделювання складу, впровадження систем моніторингу, повна роботизація – виходять поки не всі.

Транспортні інформаційні системи та процеси автоматизації складу можна розділити на кілька рівнів:

³⁹⁸ EasyXpress. *Official website*. [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://easyxpress.com.ua/content/amazon>.

- упровадження простих облікових систем (як правило, рітейлери застосовують ERP або WMS);
- застосування математичних методів для побудови моделі складу і складських процесів;
- системи моніторингу та трекінгу;
- роботизація складу.

Упровадження облікових систем передбачає роботу в напівручному режимі: працівник вносить до системи певну інформацію, яка поширюється іншими інформаційними системами відповідно до закладених правил і налагоджених бізнес-процесів. На даному рівні автоматизації актуальною є інтеграція WMS-систем із високотехнологічним обладнанням, зокрема системою оптимізації навантаження палет, системою вимірювання велогабаритних характеристик вантажу, системою відео спостереження тощо.

В оптимізації та автоматизації складських процесів окрім систем класу WMS можуть використовуватися системи або модулі оптимізації окремих процесів внутрішньоскладської логістики: система укладання кошів на палеті, вимірювання габаритних характеристик вантажу, низькорівневі (рівень управління на рівні контролерів обладнання) системи управління класів WCS і MES.

Використання математичних методів для побудови моделі складу і складських процесів дає змогу створювати ідеальну картину складу, предиктивно дивитися на процеси, не тільки внутрішні, а й зовнішні – складський двір, вантажні потоки між складами, перевезення з центрального хабу на локальні склади тощо.

Системи моніторингу та трекінгу дають змогу оцифрувати пересування об'єктів (вантажі, навантажувачі, люди) в межах складу в режимі реального часу, порівняти ідеальну математичну модель із реальними процесами та оцінити, наскільки вони реалізуються в рамках складеної моделі.

Процес автоматизації складу на основі використання роботизованих елементів передбачає відсутність ручної праці, це й роботи-візки, які здатні переміщувати палети територією складу, це й системи, що працюють з поверховістю стелажів тощо. Роботизація – світова тенденція, спричинена необхідністю прискорення логістичних процесів і підвищення точності управління товарними запасами. Є особливо актуальною для сегмента e-commerce.

Сьогодні на логістичному ринку України вже працюють великі e-commerce рітейлери, які активно займаються автоматизацією своїх процесів. Зокрема слід виокремити онлайн-магазин Lamoda, в якому автоматизовано усі основні операційно-логістичні процеси.

Інтернет-магазин Lamoda було створено за підтримки Rocket Internet, європейського «інкубатора» Інтернет-стартапів. Керівниками є чотири його засновники – Домінік Пікер (Dominik Picker), Флоріан Янсен (Florian Jansen), Буркхард Біндер (Burkhard Binder) і Нільсон Тонзен (Niels Tonsen). Lamoda є провідним онлайн-рітейлером одягу, взуття, аксесуарів, парфумерії та товарів для дому. Протягом двох років з моменту запуску, проект Lamoda став одним з провідних гравців ринку fashion онлайн-рітейлу.

Компанія прагне забезпечити клієнтам найкращий вибір модних брендів. Lamoda пропонує безкоштовну доставку, примірку перед покупкою і можливість повернення протягом 365 днів. На складі компанії Lamoda зберігається і обслуговується понад 8 млн. товарів, в зміну виходить понад 300 операторів, які обробляють товар, що надходить з різних країн світу, і збирають замовлення для користувачів Росії, України, Білорусії і Казахстану³⁹⁹. При таких масштабах бізнес вимагає бездоганної автоматизації.

Отже, розвиток та упровадження цифрових та інформаційних технологій є запорукою підвищення економічної активності підприємств. Це сприятливо позначається на економіці усієї країни. Цифрова логістика сприяє підвищенню швидкості циркуляції економіки, підвищенню рівня клієнтського сервісу, якості життя населення країни, зниження транспортної компоненти в структурі товарів і послуг господарської складової країни.

³⁹⁹ Lamoda. *Official website*. [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://rb.ru/company/lamoda/>.

Висновки. В умовах посилення конкуренції здатність до інноваційних змін стає новим фактором розвитку логістичної інфраструктури та ефективним способом подолання кризових тенденцій. А цифрові технології у сфері логістики є саме тією інноваційною складовою.

Цифровізація логістики, як однієї з галузей, використання сучасних інформаційно-технічних засобів, програм дає змогу підвищити ефективність функціонування транспортного комплексу, забезпечити високу якість послуг. Глобальний рух в напрямку цифровізації трансформує логістичну галузь. «Цифра» змінює канали руху товарів, формати постачання і процеси управління. Підприємства, що вкладаються в цифрові технології, стають лідерами логістичної сфери. Тим підприємствам, які ще недостатньо активно використовують в своїх логістичних процесах цифрові технології, безумовно, слід переглянути процеси управління, інакше лідируючі позиції в сучасному мінливому світі буде важко завоювати.

Тренд на цифровізацію логістичної сфери автоматично задає нові стандарти для всіх учасників ринку. Програмні продукти стають зручнішими, простішими і швидшими, процедура замовлення транспорту – більш прозорою, а контроль за її виконанням спрощується. Попереду на нас чекають масштабні зміни, а тому можна впевнено прогнозувати швидкий перехід всіх учасників логістичного ринку на цифровий формат роботи.

Література

1. *BBC World Service. Official website.* [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://www.bbc.co.uk/programmes/w3cswhd5>.
2. *EasyXpress. Official website.* [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://easyxpress.com.ua/content/amazon>.
3. *Lamoda. Official website.* [online]. [Cited 03. 04. 2020.] Available online: <https://rb.ru/company/lamoda/>.
4. Богоявленский О. В. Маркетинговые усилия с применением современных информационных технологий и повышение эффективности деятельности предприятий *Ринкова трансформація економіки*. Харків, 2005. Вип. 9. С. 210-216.
5. Гряділь І. І., Гряділь С. І. Нові інформаційні технології. Ужгород: Закарпаття, 2011. 58 с.
6. Гуров В. В. Интернет для бизнеса. Москва: Электроинформ, 2007. 217 с.
7. Дергачова В. В., Скибіна О. О. Глобалізація бізнесу та інтернет-маркетинг: перспективи і проблеми: монографія. Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. Донецьк, 2007. 215 с.
8. Заплатинський В. М. Internet-сучасна інформаційна технологія для маркетингу. Маркетинг та логістика в системі менеджменту. Львів, 2015. С. 181-182.
9. Кожухівська Р. Б. Реалізація принципів стратегії Інтернет-комунікацій та Інтернет-засобів. *Журнал європейської економіки*, 2017. Вип. 9 (3). С. 270-278.
10. Пілюшенко В. Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. Донецький держ. ун-т управління. Донецьк: ДонДУУ, 2005. 205 с.

3.4. USING A VALUE APPROACH FOR MANAGING INNOVATIVE PROJECTS

3.4. ВИКОРИСТАННЯ ЦІННІСНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ПРОЕКТАМИ

Вступ. Сучасний стан розвитку економіки України вказує на високий науково-технічний потенціал українських розробок. Однак це стосується в основному галузі ІТ, проте як в інших галузях пропозиції значно скромніші.⁴⁰⁰

Системно розглядаючи питання підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, структурні реформи, розвиток інформаційної інфраструктури та ін., пов'язані з подальшим розвитком інновацій в Україні, можна зробити висновок про те, що урядовці приділяють меншу увагу вибору пріоритетів інноваційного розвитку, кредитуванню інновацій, стимулюванню їх створювачів. Б. А. Малицький⁴⁰¹ концентрується на аспектах впливу стану інновацій на національну безпеку. Такими загрозами він вважає хронічне недофінансування досліджень і розробок, скорочення чисельності дослідників, застарілість дослідно-експериментальної бази наукових досліджень та ін. Водночас проблеми, визначені нами вище, розглянуті в його роботі недостатньо докладно.

З одного боку, на сьогодні відсутня державна структура з розвитку інноваційної діяльності, на відміну від попередніх Державного фонду та відповідного агентства. В Україні фактично немає організації, яка б займалась аналізом інноваційно-інвестиційної діяльності в підприємницькому секторі та її підтримкою. Але й самі підприємці не завжди націлюються на інновації, живуть сьогоднішнім днем, не замислюючись про майбутнє. В результаті навіть успішні на сьогодні машинобудівні підприємства в перспективі можуть втратити попит на ринку.

З іншого боку, існують та достатньо апробовані спеціальні методології управління інноваційними програмами на основі проектного підходу⁴⁰². Зокрема це стосується методологій управління інноваційними проектами та програмами⁴⁰³. Суть їх полягає у використанні ціннісного підходу до управління інноваціями через проектну діяльність. Однак сучасні схеми інноваційної діяльності щодо управління фінансуванням інновацій там не розглядаються.

Таким чином, постає наукове завдання розвитку існуючих методологій управління проектами щодо створення інвестиційних інструментів підтримки інноваційних проектів та програм на основі ціннісного підходу.

Оскільки інноваційні проекти охоплюють різні галузі знань і використовують різні технології, слід включати в процес моніторингу та аналізу стану усіх елементів проекту, компонентів продукту, а також, враховувати виникаючі взаємозв'язки між компонентами і елементами системи управління.

Така постановка задачі ускладнюється також тим, що інформаційні середовища підтримки реалізації інноваційних проектів швидко змінюються, що значним чином впливає на ризик вдалого завершення таких проектів. Це робить вирішення даного завдання технічно достатньо складним.

⁴⁰⁰ Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. Наука та наукознавство. 2018. № 2 (100). С. 29-44.

⁴⁰¹ Малицький Б. А. Наука, технологии, инновации и национальная безопасность: теоретические и прикладные вопросы. Макаров: КЖТ София, 2014. 58 с.

⁴⁰² A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK®). 6th edition. Delaware, Pennsylvania, Newton Square 19073-3299, USA: Project Management Institute Four Campus Boulevard, 2017. 762 p.

⁴⁰³ Бушуев С. Д., Бушуев Д. А., Ярошенко Р. Ф. Деформація поля компетенцій в інноваційних проектах. Вісник НТУ «ХП». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. Харків: НТУ «ХП». 2017. № 2 (1224). С. 3-7.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання удосконалення інноваційної діяльності в Україні розглядалися у роботах таких вчених як: Войтко С. В., Моїсеєнко Т. Є.⁴⁰⁴, Цеслів О. В.⁴⁰⁵, Крейдич І. М.⁴⁰⁶, Череп А. В., Васильєва С. І.⁴⁰⁷.

Однак питання використання проектного підходу там було повністю відсутнім, що не дозволяло застосування дієвих інструментів щодо досягнення визначених результатів.

Дослідження, пов'язані з використанням ціннісного підходу для інноваційних проектів проводилися такими вченими як: Бушуєв С. Д.⁴⁰⁸, Ярошенко Ф. А.⁴⁰⁹, Ципес Г. Л.⁴¹⁰ та інші. При цьому підтримка координації проектів вивчалася в публікаціях українських учених, таких як Колеснікова К. В.⁴¹¹, Морозов В. В.^{412,413,414}, Тімінський О. Г.⁴¹⁵, та іноземних вчених – Нонака І., Такеучи Х.⁴¹⁶, Тернер Р.⁴¹⁷, Мілошевич Д.⁴¹⁸, Том ДеМарко⁴¹⁹ та інших.

Але проблеми реалізації інноваційного співробітництва з точки зору максимізації прибутку всіх зацікавлених сторін щодо збільшення їх ціннісної зацікавленості є ще недостатньо досліджені і потребують нових розробок і удосконалень.

Зазначені питання є актуальними та становлять сутність досліджень цієї роботи.

Метою статті є проведення аналізу стану інновацій та пошук шляхів підвищення ефективності та результативності їх впровадження та застосування шляхом використання ціннісного підходу.

Методи дослідження включають положення теорії ефективності суспільного виробництва, економічного аналізу, порівняння, фінансування, проектного управління та управління інноваційними програмами на основі методології Р2М.

⁴⁰⁴ Войтко С. В., Моїсеєнко Т. Є. Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності підприємств: монографія. Київ: Альфа Реклама, 2014. 160 с.

⁴⁰⁵ Цеслів О. В. Промислові кластери, як засіб прискорення темпів впровадження інноваційних технологій. Вісник КНУТД. Серія: Економіка та управління підприємствами. Київ: КНУТД. 2015. №2 (85). С. 132-138.

⁴⁰⁶ Крейдич І. М., Бояринова К. О., Ляшенко О. О. Передумови та проблеми застосування резервів активізації інноваційної діяльності підприємства. Інноваційна економіка. 2013. № 11. С. 47-50.

⁴⁰⁷ Череп А. В., Васильєва С. І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2010. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=134> (дата звернення 10. 12. 2019).

⁴⁰⁸ Бушуєв С. Д., Криворучко О. В., Цюцюра М. І. Застосування моделі «Нова башта Р2М» в управлінні проектами розвитку освіти. Управління розвитком складних систем. 2014. № 17. С. 5-11.

⁴⁰⁹ Ярошенко Ф. А., Бушуєв С. Д., Танака Х. Управління інноваційними проектами та програмами на основі системи знань Р2М: Монографія. Київ: Саммит-Книга, 2012. 272 с.

⁴¹⁰ Ципес Г. Л. Управление инновационными проектами. URL: <https://www.coursera.org/learn/innovacionnyue-proekty> (дата звернення 10. 12. 2019).

⁴¹¹ Kolesnikova K., Olekh T. & other. Development of the Markovian model for the life cycle of a project's benefits. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2018. 5/4 (95), pp. 30-39.

⁴¹² Morozov V., Steshenko G., Kolomiiets A., "Learning Through Practice" in IT Management Projects Master Program Implementation Approach, Proceedings of the 9th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS), Vol. 2, 21-23 September, Bucharest, Romania, pp. 935-939, 2017.

⁴¹³ Morozov V. V., Kalnichenko O. V., Bronin S. V. Development of The Model of The Proactive Approach in Creation of Distributed Information Systems. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2017. № 43/2 (94). pp. 6-15.

⁴¹⁴ V. Morozov, O. Kalnichenko, M. Proskurin, O. Mezentseva, "Investigation of Forecasting Methods the State of Complex IT-Projects With Using Deep Learning Neural Networks", Published in the book "Lecture notes in computational intelligence and decision making" (series "Advances in intelligent systems and computing"), vol. 1020, 2020, pp. 261-280.

⁴¹⁵ Timinsky O., Voitenko O., Achkasov I. Competence-based knowledge management in project oriented organisations in bi-adaptive context. Proceedings of the IEEE 14th International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (17-20 September, Lviv). Lviv, 2019, pp. 111-115.

⁴¹⁶ Nonaka I., Takeuchi H. The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press, 2011. 304 p.

⁴¹⁷ Turner R., "Guide to project-based management", tran. from English, Moskow: Grebennikov Publishing House, 2007. 552 p.

⁴¹⁸ Milosevic D. Z. A set of tools for project management / Trans. from English Mamontova E. V. Moscow: IT Co.; DMK Press, 2006. 729 p.

⁴¹⁹ DeMarco T., Lister T. Waltzing with bears. Risk management in software development projects. Moscow: Izd. "Company p.m.Office", 2005. 196 p.

Результати дослідження. Запропоновано комплексний системний підхід до визначення стану інноваційної діяльності, побудовано математичні моделі та проведено їх аналіз.

Для вирішення вказаних проблем авторами проведено дослідження причин невдач при реалізації інноваційних проєктів, проаналізовано статистичний матеріал щодо впровадження інновацій за їх типами на підприємствах ІТ, запропоновано математичну модель, що дозволяє обрати найбільш вдалий варіант інноваційного підприємництва з точки зору максимізації загального прибутку для зацікавлених сторін.

Виклад основного матеріалу. За даними досліджень проведеними Harvard Business Review⁴²⁰ 72% нових товарів, що з'явилися на ринку за останні п'ять років, зазнали невдачі (не змогли принести очікуваний прибуток). Дане дослідження стосується і стартапів, і великих підприємств з кожної розглянутої галузі.

До основних причини невдач виведення нових продуктів на ринок належать⁴²¹: неадекватний маркетинговий аналіз споживача і його потреб – 24%, низька якість продукту – 16%, недостатність маркетингової стратегії – 14%, більші, ніж очікувалося, витрати – 10%, конкуренція – 9%, невірний час запуску на ринок – 8%, технологічні та виробничі проблеми – 6%. Варто відзначити, що до основних причин неефективного виведення інновації на ринок є також помилки у монетизації продукту, такі як: наявність у продукті зайвих функцій, за які майбутні споживачі не бажають платити; занижена ціна інновації, що призводить до перевищення попиту над пропозицією та втрати виробником прибутку; відсутність використання наявних ідей (патентів) компанії через не відповідність основному напрямку діяльності; створення інновацій, які не потрібні споживач⁴²².

Керівництво зі збору та аналізу даних з інновацій OsloManual⁴²³ виділяє чотири типи інновацій: продуктову, процесну, маркетингову та організаційну. Продуктова інновація є впровадження товару або послуги, які є новими або значно поліпшеними за частиною їх властивостей або способів використання. Сюди включаються значні удосконалення в технічних характеристиках, компонентах і матеріалах, у вбудованому програмному забезпеченні, в ступені дружності по відношенню до користувача або в інших функціональних характеристиках. Організаційна інновація є впровадження нового організаційного методу в діловій практиці фірми, в організації робочих місць або зовнішніх зв'язках.

Аналіз даних щодо впровадження інновацій у галузі ІТ свідчить, що лише 22% таких підприємств в Україні впроваджують інновації⁴²⁴ (Рис. 1).

Основним джерелом фінансування (77%) інноваційної діяльності є власні кошти підприємств. Тільки 12,8% компаній проводили співпрацю з інноваційними партнерами з інших країн. За результатами проведеної діяльності у 2017 р. було отримано лише 11 патентів на винахід та 75 патентів на корисну модель. Розподіл за типами інновацій даних підприємств наведено на Рис.1.

Таким чином, враховуючи вищенаведене актуальним є впровадження нових підходів щодо реалізації інноваційних проєктів на вітчизняних підприємствах. Автори вважають доречним використання ціннісного підходу до реалізації інноваційних проєктів в галузі ІТ, коли проєкт розглядається як спосіб максимізації цінності і визначається за Р2М як

⁴²⁰ Sarah G. C. The Silent Killer of New Products: Lazy Pricing. Harvard Business Review. September 9, 2014. URL: <https://hbr.org/2014/09/the-silentkiller-of-new-products-lazy-pricing/> <https://hbr.org/2014/09/the-silent-killer-of-new-products-lazy-pricing/> (дата звернення 10. 12. 2019).

⁴²¹ Cooper R. Winning at new products: creative value through innovation. Basic Books, 2017. 448 p.

⁴²² Ramanujam M., Tacke G. Monetizing Innovation: How Smart Companies Design the Product Around the Price. Wiley, 2016. 245 p.

⁴²³ Oslo Manual: Guidelines for Collecting and interpreting Innovation Data, 3th edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, OECD/Eurostat, 2005. 164 p.

⁴²⁴ Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Статистичний збірник. Київ: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2018. 178 с.

«зобов'язання створити цінність, що базується на місії проекту, що має бути виконана у визначений період, в рамках узгодженого часу, ресурсів, і умов експлуатації»⁴²⁵.

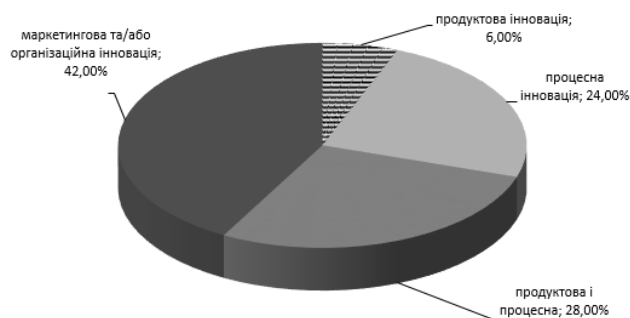


Рис. 1. Розподіл підприємств ІТ за типами інновацій, 2017 р.

Сьогодні, у світі, де знання поширюються стрімко, компанії не можуть дозволити собі покладатися тільки на свої власні дослідження, вони повинні розглянути можливість купівлі ліцензій на використання патентів у інших компаній, розглянути можливість інтеграції з іншими компаніями для проведення та реалізації інноваційної діяльності. Парадигма відкритих інновацій⁴²⁶ полягає у наступному: компанії можуть і повинні використовувати зовнішні ідеї так само, як і внутрішні ідеї; внутрішні винаходи, які не використовуються в бізнесі повинні бути «витягнуті» з компанії, наприклад, через ліцензування, спільні підприємства, відділення підприємств; межі між фірмою і її оточенням стали більш проникними і, відповідно, інновації можуть легко переходити всередину і назовні (Рис. 2).

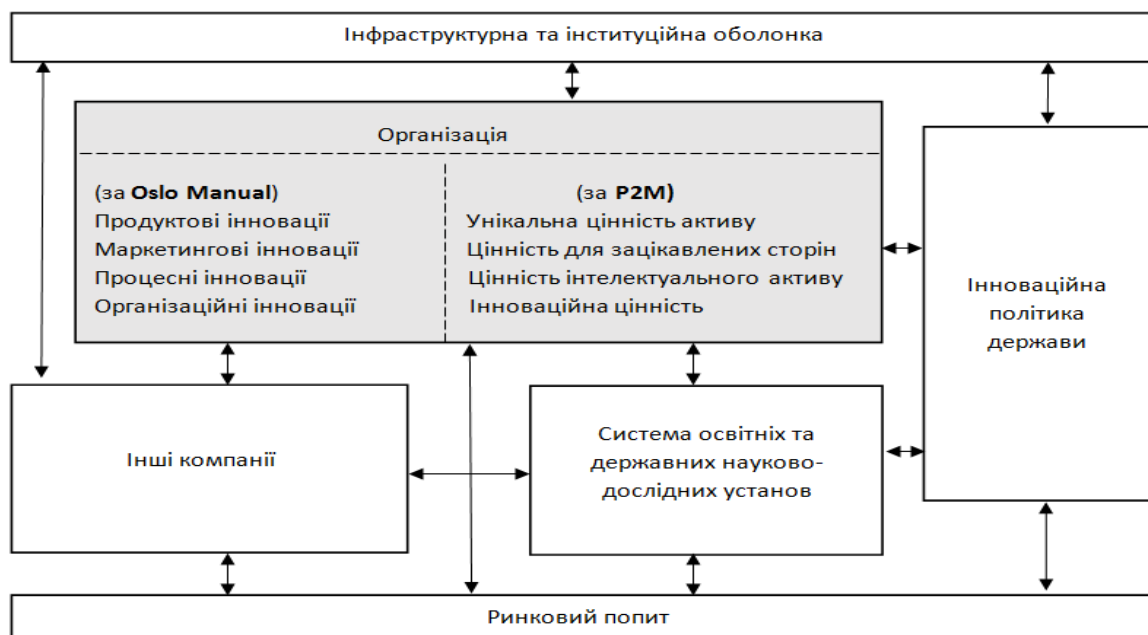


Рис. 2. Схема взаємодії підприємства з зовнішнім оточенням при реалізації інноваційних проектів

Розробка математичної моделі управління інноваційним проектом. Розглянемо яким чином можна оцінити чи буде прибутковим інноваційне об'єднання для кожної з зацікавлених сторін. З точки зору теорії управління для оцінки ефективності капіталовкладень бізнес, що реалізує інноваційний проект може бути представлено як показано на Рис.3.

⁴²⁵ A Guidebook of Program & Project Management for Enterprise Innovation (International Edition), 2017. 427 p.

⁴²⁶ Chesbrough H. W. Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, Massachusetts: Harvardbusinessschoolpress, 2003. 245 p.

На вході до інноваційного співробітництва знаходиться множинний вектор управлінських дій, який трансформується в невизначеній внутрішній системі, на вихід вже подається у вигляді векторе стану або результату функціонування бізнесу⁴²⁷.

Однією з форм співробітництва для створення інноваційної продукції є франчайзинг. За даною формою співробітництва франчайзер (власник патенту на винахід, корисну модель, ноу-хау) передає франчайзі право на виробництво продукції (організації бізнесу) в рамках ліцензії на об'єкти інтелектуальної власності. Розглянемо, які параметри повинні бути розраховані для прийняття рішення про реалізацію співробітництва.

Приймаючи рішення про ведення бізнесу на основі договору франчайзингу обидві сторони виходять, перш за все, з принципу раціональності.

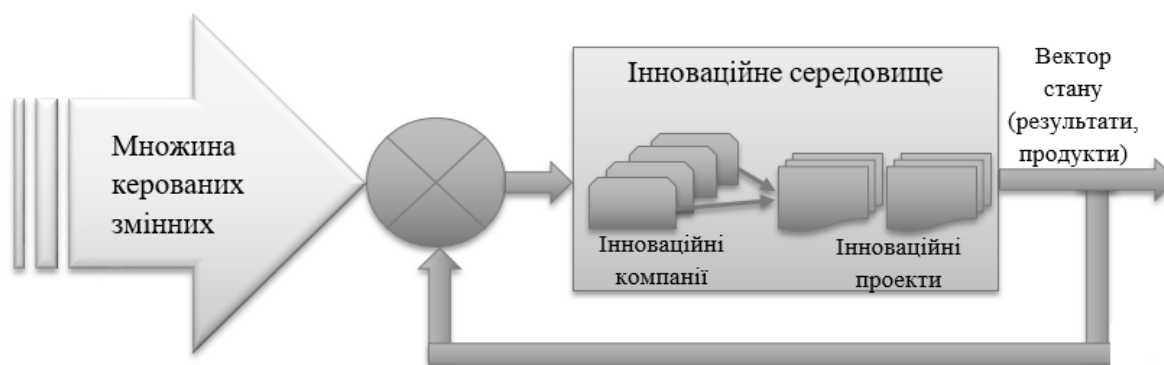


Рис. 3. Схематичне зображення інноваційного об'єднання

Позначимо дохід за певний період самостійного підприємства і франчайзі через NP та NP_f відповідно. Відобразимо витрати даних підприємств за аналогічний період через E та E_f (в тому числі роялті). Початкові інвестиції (чи інвестиції для модернізації виробництва) позначимо через I та I_f (в тому числі паушальний платіж). Ставку дисконтування позначимо через d , а термін реалізації проекту через T . Тоді, чиста приведена вартість для самостійного підприємства і франчайзі буде розраховуватися за формулами (1) та (2)⁴²⁸.

Однією з форм співробітництва для створення інноваційної продукції є франчайзинг. За даною формою співробітництва франчайзер (власник патенту на винахід, корисну модель, ноу-хау) передає франчайзі право на виробництво продукції (організації бізнесу) в рамках ліцензії на об'єкти інтелектуальної власності. Розглянемо, які параметри повинні бути розраховані для прийняття рішення про реалізацію співробітництва.

Приймаючи рішення про ведення бізнесу на основі договору франчайзингу обидві сторони виходять, перш за все, з принципу раціональності.

Позначимо дохід за певний період самостійного підприємства і франчайзі через NP та NP_f відповідно. Відобразимо витрати даних підприємств за аналогічний період через E та E_f (в тому числі роялті). Початкові інвестиції (чи інвестиції для модернізації виробництва) позначимо через I та I_f (в тому числі паушальний платіж). Ставку дисконтування позначимо через d , а термін реалізації проекту через T . Тоді, чиста приведена вартість для самостійного підприємства і франчайзі буде розраховуватися за формулами (1) та (2).

$$NPV = \sum_{t=1}^T \frac{NP - E - I}{(1+d)^t}, \quad (1)$$

$$NPV_f = \sum_{t=1}^T \frac{NP_f - E_f - I_f}{(1+d)^t}, \quad (2)$$

⁴²⁷ Беленец П. С., Ембулаев В. Н., Латкин А. П. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг / ред. Латкина А. П. Владивосток: ВГУЭС, 2016. 168 с.

⁴²⁸ Коломиец А. С. Моделирование оптимального распределения прибыли франчайзинговой системы. Экономика и предпринимательство. 2014. Ч. 1, № 4. С. 856-860.

Після проведення розрахунків можливі три варіанти розвитку подій для потенційного франчайзі:

$NPV > NPV_f$ – купівля франшизи не є раціональною;

$NPV < NPV_f$ – необхідно купувати франшизу;

$NPV = NPV_f$ – рішення необхідно приймати з врахуванням додаткових факторів.

Аналогічно позначимо дохід, витрати та початкові інвестиції підприємства (потенційного франчайзера) і франчайзера через NP_p, E_p, I_p та NP_{fr}, E_{fr}, I_{fr} .

Тоді, принцип раціональності утворення франчайзингової системи загалом можна описати формулою (3).

$$NP - E - I + NP_p - E_p - I_p < NP_{fr} - E_{fr} - I_{fr} + NP_{fr} - E_{fr} - I_{fr}, \quad (3)$$

Тільки при виконанні даної нерівності можливе створення такої системи. Це означає, що прибуток, який отримують франчайзі і франчайзер разом при реалізації інноваційного співробітництва має бути більшим ніж прибуток, який би вони отримали при самостійній роботі.

При прийнятті рішення щодо створення системи франчайзер має, перш за все, оцінити співвідношення витрат на її реалізацію з потенційним рівнем доходу, який вона принесе, а також проаналізувати альтернативні шляхи вкладення коштів. Проводячи даний аналіз необхідно врахувати кошти, що вкладе франчайзер для створення і підтримки життєздатності системи, вступний внесок франчайзі у вигляді франшизи, а також періодичні платежі (роялті).

Використовуючи показник чистої приведеної вартості можна розрахувати доцільність створення системи на основі договору франчайзингу визначивши майбутню вартість поточних грошових потоків. Після підготовки прогнозу руху грошових коштів та розрахунку грошових надходжень, що залишаються в розпорядженні інвесторів, прогнозовані майбутні грошові потоки приводяться до дати оцінки шляхом дисконтування з урахуванням прибутковості капіталу і ризику.

Дохід франчайзера можна описати за допомогою формули (4).

$$M\{NPV_{fr}(D)\} = -I_0 + Z + \sum_{j=1}^n \left[Fr + \sum_{t=1}^T \frac{CF_t}{(1+i+d)^t} \right] = -I_0 + Z + \sum_{j=1}^n \left[Fr + \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p R_0(pD - M_1)f(D)dD - M_0}{(1+i+d)^t} \right] \quad (4)$$

де I_0 – інвестиції вкладені франчайзером для створення системи; Z – прибуток від інших видів діяльності; n – кількість франчайзі; Fr – вартість франшизи; CF_t – грошовий потік відповідного періоду; i – рівень інфляції; d – норма прибутку (ставка дисконтування); R_0 – роялті; M_1 – витрати, що сплачує франчайзі (у фонд страхування, реклами, підвищення кваліфікації тощо); M_0 – собівартість витрат на утримання фонду страхування, розміщення реклами, підвищення кваліфікації, що сплачує франчайзер; p – максимальна виробнича потужність; $f(D)$ – закон розподілу попиту на продукцію; T – кількість періодів; r – прибуток від реалізації одиниці продукції; D – попит на продукцію.

Інвестиції внесені франчайзером для створення системи включають: розробку проекту, документації, навчальних програм, brandbook, системи комунікації, звітності, моніторингу та контролю; створення експертної комісії, відділу навчання та підвищення кваліфікації франчайзі, відділу юридичної допомоги, системи захисту прав інтелектуальної власності; запуск пілотного проекту; інші фінансові витрати.

На початковому етапі крім витрат франчайзер отримує прибуток у вигляді франшизи, що сплачують франчайзі. Логічним є припущення, що $Fr \geq \frac{I_0}{n}$. Проте, плата за користування франшизою залежить також від попиту і пропозиції.

Формат сплати роялті може відрізнятися залежно від договору між франчайзером і франчайзі. Це може бути класична форма сплати роялті щоперіоду як процент від отриманого

прибутку так і повна його відсутність. В першому випадку франчайзі може вдатися до цілеспрямованого зниження прибутку у звітності для зменшення платежів, що має бути попереджено франчайзером шляхом використання ефективної форми контролю і відбору потенційних франчайзі. Коли роялті відсутнє це може означати, що прибуток франчайзера вже закладено в продукт, який купує франчайзі. Проте ситуація з відсутністю платежів не завжди корисна насамперед для франчайзі, оскільки не отримуючи прибутку після сплати франшизи франчайзер може бути менше зацікавлений у допомозі франчайзі.

Крім первинного внеску і систематичних платежів франчайзі можуть сплачувати платежі у фонд страхування, рекламних заходів, за оренду устаткування, купівлю сировини тощо. Тривалість періодів розраховується відповідно до терміну договору.

Отже, грошовий потік відповідного періоду для франчайзера складається з грошових відрахувань франчайзі (роялті), за виключенням витрат на підтримку життєздатності системи і сплати податків, а також, якщо франчайзер володіє власною виробничою системою, доходів та витрат, що вона генерує. Всі розрахунки здійснюються по прогнозним значенням та постійним контролем виконання плану.

Розраховуючи ефект від використання франчайзингу для франчайзі можна використати формулу (5).

$$M\{NPV_f(D)\} = -Fr + L + \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p (ЧП - R_o) f(D) dD + A - M_1}{(1+i+r)^t} + \sum_{j=1}^N C_p \sum_{t=1}^T \frac{CF_p + A - M_{1p} - R_{op}}{(1+i+r)^p}, \quad (5)$$

де ЧП – чистий прибуток франчайзі;

L – ліквідаційна вартість обладнання на кінець дії договору;

A – амортизаційні відрахування;

C_p – ймовірність продовження франчайзингової угоди на наступний період.

Для аналізу закономірностей стохастичного попиту на продукцію оцінку статистичних характеристик оцінимо за допомогою нормального закону, щільність розподілу якого записана у формулі (6).

$$f(D) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \exp\left[-\frac{(D-M)^2}{2\sigma^2}\right], \quad (6)$$

де M – математичне очікування; σ – стандартне або середньоквадратичне відхилення.

Таким чином, знаючи закон розподілу попиту на продукцію можна оцінити математичне сподівання величини прибутку, підставивши формулу (6) у (4) та (5) отримуємо формули (7) та (8).

$$M\{NPV_f(D)\} = -I_0 + Z + \sum_{j=1}^n \left[Fr + \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p R_0 \cdot (rD - M_1) \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \exp\left[-\frac{(D-M)^2}{2\sigma^2}\right] dD - M_0}{(1+i+d)^t} \right] \quad (7)$$

$$M\{NPV_f(D)\} = -I_0 + Z + \sum_{j=1}^n \left[Fr + \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p R_0 \cdot (rD - M_1) \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} \exp\left[-\frac{(D-M)^2}{2\sigma^2}\right] dD - M_0}{(1+i+d)^t} \right] \quad (8)$$

Математичне сподівання прибутку описуємо, як функцію попиту:

а) для франчайзера (NPV_{FR}) вона буде виглядати як(9):

$$NPV_{Fr} = -I_0 + Z + \sum_{j=1}^n (Fr + \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p R_0(r \cdot D - M_1(r \cdot D)) \cdot f(D) dD - \sum_{k=1}^n (n \cdot M_0)}{(1+d)^t}) \quad (9)$$

б) для франчизи (NPV_f) функція буде виглядати як(10):

$$NPV_f = -F_r + L + \sum_{j=1}^n \sum_{t=1}^T \frac{\int_0^p (r \cdot D - M_1(r \cdot D)) \cdot f(D) dD - \int_0^p R_0 \cdot (r \cdot D) \cdot f(D) dD}{(1+d)^t} \quad (10)$$

Проте враховуючи те, що ця форма співробітництва має бути вигідною для обох сторін, необхідно знайти ту кількість учасників, що максимізує їх прибуток. Грошовий потік від діяльності франчайзі може зростати, однак зважаючи на те, що з його зростанням збільшуються й платежі франчайзеру, прибуток може зростати повільніше ніж грошовий потік. Беручи до уваги необхідність пошуку оптимального значення для всієї системи загалом, а не для окремого її учасника потрібно знайти таке оптимальне значення кількості франчайзі, яке приведе до максимізації прибутку обох сторін при одночасному виконанні вимоги до мінімізації їх витрат. Для вирішення поставленого завдання можна використати сучасний апарат теорії оптимізації та знайти оптимальну множину Парето. Запишемо модель таким чином:

$$\begin{aligned} F_1 &= E\{NPV_{fr}(D)\} \rightarrow \max, \\ F_2 &= \sum_{i=0}^n M_0 + \sum_{i=0}^n M_1 \rightarrow \min, \\ \text{при } 0 < n &\leq N \quad (11) \\ I &\leq I_{\max} \\ \phi(\bar{x}, \lambda_1, \lambda_2) &= -0,1(M_1 + M_0) + 0,2(M_1 + M_2) \rightarrow \max \end{aligned}$$

Перші дві умови забезпечують максимізацію прибутку учасників, при мінімізації їх витрат. Максимальний прибуток системи обмежується значенням I_{\max} . Використовуючи метод суперцілі, будемо функцію згортки (при нормальному законі розподілу попиту на продукцію). Розв'язавши це рівняння, отримуємо значення оптимальної кількості франчайзі за допомогою знаходження множини ефективних розв'язків – множини Парето.

Висновки. Проаналізовано причини невдач з виведення нових продуктів на ринок, а також стан інноваційної діяльності вітчизняних ІТ-підприємств. Виділено типи інновацій, за якими здійснюється інноваційна діяльність на таких підприємствах. Даний аналіз свідчить про актуальність введення нових підходів управління, зокрема ціннісного. Запропоновано комплексний системний підхід до визначення стану інноваційної діяльності, побудовано математичні моделі та проведено їх аналіз. Попередній аналіз свідчить про збільшення ефективності проведення інноваційної діяльності при використанні проектного системного підходу.

Автори вважають за доцільне проведення подальших досліджень за даним напрямом, а саме виділення інших форм реалізації співробітництва для проведення інноваційної діяльності ІТ-підприємств, побудови математичних моделей таких форм взаємодії та проведення їх аналізу.

Література

1. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. Наука та наукознавство. 2018. № 2 (100). С. 29-44.
2. Малицкий Б. А. Наука, технологии, инновации и национальная безопасность: теоретические и прикладные вопросы. Макаров: КЖТ София, 2014. 58 с.

3. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK®). 6th edition. Delaware, Pennsylvania, Newton Square 19073-3299, USA: Project Management Institute Four Campus Boulevard, 2017. 762 p.
4. Бушуєв С. Д., Бушуєв Д. А., Ярошенко Р. Ф. Деформація поля компетенцій в інноваційних проектах. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Стратегічне управління, управління портфелями, програмами та проектами. Харків: НТУ «ХПІ». 2017. № 2 (1224). С. 3–7.
5. Войтко С. В., Моїсєнко Т. Є Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності підприємств: монографія. Київ: Альфа Реклама, 2014. 160 с.
6. Цеслів О. В. Промислові кластери, як засіб прискорення темпів впровадження інноваційних технологій. Вісник КНУТД. Серія: Економіка та управління підприємствами. Київ: КНУТД. 2015. № 2 (85). С. 132-138.
7. Крейдич І. М., Бояринова К. О., Ляшенко О. О. Передумови та проблеми застосування резервів активізації інноваційної діяльності підприємства. Інноваційна економіка. 2013. № 11. С. 47-50.
8. Череп А. В., Васильєва С. І. Розвиток інноваційної діяльності в Україні в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2010. № 2. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=134> (дата звернення 10. 12. 2019).
9. Бушуєв С. Д., Криворучко О. В., Цюцюра М. І. Застосування моделі «Нова башта P2M» в управлінні проектами розвитку освіти. Управління розвитком складних систем. 2014. № 17. С. 5-11.
10. Ярошенко Ф. А., Бушуєв С. Д., Танака Х. Управління інноваційними проектами та програмами на основі системи знань P2M: Монографія. Київ: Саммит-Книга, 2012. 272 с.
11. Ципес Г. Л. Управление инновационными проектами. URL: <https://www.coursera.org/learn/innovacionnyye-proekty> (дата звернення 10. 12. 2019).
12. Kolesnikova K., Olekh T. & other. Development of the Markovian model for the life cycle of a project's benefits. Eastern-European journal of enterprise technologies. 2018. 5/4 (95), pp. 30-39.
13. Morozov V., Steshenko G., Kolomiets A., "Learning Through Practice" in IT Management Projects Master Program Implementation Approach, Proceedings of the 9th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications (IDAACS), Vol. 2, 21-23 September, Bucharest, Romania, pp. 935-939, 2017.
14. Morozov V. V., Kalnichenko O. V., Bronin S. V. Development of The Model of The Proactive Approach in Creation of Distributed Information Systems. Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2017. № 43/2 (94), pp. 6-15.
15. V. Morozov, O. Kalnichenko, M. Proskurin, O. Mezentseva, "Investigation of Forecasting Methods the State of Complex IT-Projects With Using Deep Learning Neural Networks", Published in the book "Lecture notes in computational intelligence and decision making" (series "Advances in intelligent systems and computing"), vol. 1020, 2020, pp. 261-280.
16. Timinsky O., Voitenko O., Achkasov I. Competence-based knowledge management in project oriented organisations in bi-adaptive context. Proceedings of the IEEE 14th International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (17-20 September, Lviv). Lviv, 2019, pp. 111-115.
17. Nonaka I., Takeuchi H. The Knowledge-creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation. Oxford University Press, 2011. 304 p.
18. Turner R., "Guide to project-based management", tran. from English, Moskow: Grebennikov Publishing House, 2007. 552 p.
19. Milosevic D. Z. A set of tools for project management / Trans. from English Mamontova E. V. Moscow: IT Co.; DMK Press, 2006. 729 p.
20. DeMarco T., Lister T. Waltzing with bears. Risk management in software development projects. Moscow: Izd. "Company p.m.Office", 2005. 196 p.

21. Sarah G. C. The Silent Killer of New Products: Lazy Pricing. Harvard Business Review. September 9, 2014. URL: <https://hbr.org/2014/09/the-silentkiller-of-new-products-lazy-pricing/> (дата звернення 10. 12. 2019).
22. Cooper R. Winning at new products. Basic Books, 2017, 448 p.
23. Ramanujam M., Tacke G. Monetizing Innovation: How Smart Companies Design the Product Around the Price. Wiley, 2016. 245 p.
24. Oslo Manual: Guidelines for Collecting and interpreting Innovation Data, 3th edition. The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg, OECD/Eurostat, 2005. 164 p.
25. Наукова та інноваційна діяльність в Україні / Статистичний збірник. Київ: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держкомстату України», 2018. 178 с.
26. A Guidebook of Program & Project Management for Enterprise Innovation (International Edition), 2017. 427 p.
27. Chesbrough H. W. Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston, Massachusetts: Harvard business school press, 2003. 245 p.
28. Беленец П. С., Ембулаев В. Н., Латкин А. П. Использование франчайзинга в предпринимательской деятельности как основа повышения эффективности продаж товаров и услуг / ред. Латкина А. П. Владивосток: ВГУЭС, 2016. 168 с.
29. Коломиец А. С. Моделирование оптимального распределения прибыли франчайзинговой системы. Экономика и предпринимательство. 2014. Ч. 1, № 4. С. 856-860.

3.5. METHODS OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES AT THE TOURIST INDUSTRY ENTERPRISES

3.5. МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Вступна частина. На сьогодні у світовому співтоваристві відбуваються глобальні зміни, зумовлені проникненням у всі сфери життя інформаційних технологій. Звертають увагу в цій тенденції і на туризм як сферу економіки, діяльності та зайнятості населення.

Розглядаючи сутність інформаційних технологій, ми маємо на увазі, насамперед, використання внутрішньої інформаційної системи підприємства (інтранет) та мережі Інтернет для зв'язку з постачальниками послуг і продажу турпродуктів на туристичному ринку. Об'єднання інтранет та екстранет-систем в єдине бізнес-середовище перетворює бізнес-процеси на електронні служби

Нині більшість українських туристичних підприємств автоматизовані. Однак лише найефективніші інформаційні технології мають забезпечити таку внутрішньоофісну діяльність і комунікації між окремими суб'єктами туристичного ринку в логістичному ланцюжку «туроператор – постачальник послуг – турагент – споживач», які дають шанс виграти у боротьбі з конкурентами за споживача, оскільки дозволяють останньому самому (або за допомогою агента з подорожей) отримати бажане швидко та з найменшими витратами.

Логістика відіграє визначну роль в ефективній організації та управлінні туризмом, в якій функціонують такі основні суб'єкти, як споживач – турагент – туроператор – постачальник послуг – власник рекреаційно-туристичних ресурсів; у ній важливо правильно спланувати, розумно управляти й оперативно контролювати наскрізний туристопотік, а також матеріальні, інформаційні та фінансові потоки, що обслуговують його та забезпечують процес формування та реалізації туру відповідно до інтересів та вимог споживача. Отже, туризм потребує логістики, а логістика неможлива без інформації та технологій роботи з цією інформацією, тобто інформаційних технологій.

Ефективність діяльності підприємства, в тому числі туристичної галузі, визначається якістю прийнятих управлінських рішень, а також тим, наскільки вдало організовано рух інформаційних потоків усередині підприємства та в зовнішньому середовищі. Вирішення проблеми раціональної організації руху інформаційних потоків неможливе без створення на підприємстві дієвої інформаційно-комунікаційної системи, яка б забезпечувала неперервний процес збирання, оброблення, передавання та зберігання інформації, необхідної для вироблення управлінських рішень в усіх ланках, що беруть участь в управлінні підприємством.⁴²⁹

Проблематикою інформаційного забезпечення логістичного управління є відсутність інформації, найчастіше підприємства зазнають краху через несвоєчасність або недостовірність отриманої інформації. Недолік своєчасної інформації призводить до нагромадження матеріалів, оскільки непевність споживача, як і непевність постачальника туристичних послуг, викликає бажання підстрахуватися. Наступною проблемою добре налагоджених логістичних інформаційних систем є слабкий розвиток комунікаційних мереж за структурою і технічним рівнем, а також відсутність інформаційної взаємодії між постачальниками-виробниками і покупцями-споживачами туристичного продукту.

Результати дослідження. Існує багато підходів до визначення поняття ефективності управління. Узагальнення різних підходів дало можливість наступне: ефективність управління – це результативність функціонування системи і процесу управління як взаємодії керуючої і керованої систем, що забезпечує досягнення цілей підприємства; яка визначається

⁴²⁹ Ипатов Ю. Экономическая эффективность инвестиций в ИТ: оптимальный метод оценки / Ю. Ипатов, Ю. Цыгалов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [-http://www.russianenterprisesolutions.com/reviews/](http://www.russianenterprisesolutions.com/reviews/).

співвідношенням ефекту від реалізації різноманітних інвестицій в систему управління підприємством з розміром витрат, необхідних для їх впровадження.

Отже, забезпечення ефективності управління вимагає концентрації уваги керівників підприємств як на внутрішньому стані справ, так і на змінах, що відбуваються у навколишньому середовищі. Для забезпечення врахування можливостей та погроз підприємства повинні використовувати концепцію стратегічного управління.⁴³⁰

Ефективність – це оціночний критерій діяльності колективу працівників у будь-якій сфері, включаючи управління. Тому забезпечення високої ефективності управління є складовою частиною загальної проблеми підвищення економічної ефективності виробництва. Визначають її на основі загальних методологічних принципів, прийнятих в економіці.

Управлінська праця відноситься до найбільш складних видів людської діяльності, і її оцінка не завжди може бути проведена прямим шляхом через відсутність формалізованих результатів, кількісної оцінки окремих видів виконуваної роботи. Тому для виміру її ефективності часто застосовуються непрямі методи.

Критерієм оцінки є ефективність управлінської праці:

$$E_y = \frac{\text{ефект (результат)}}{\text{витрати управлінської праці}} \quad (1)$$

При цьому потрібно пам'ятати, що результат управлінської праці виражається не тільки економічним, але і соціальним ефектом. Що ж стосується витрат, то вони являють собою живу й уречевлену управлінську працю.

На практиці при оцінці ефективності праці широко застосовуване поняття "економічна ефективність" і воно є більш вузьким поняттям, тому що являє собою тільки економію живої й уречевленої праці, яка одержується в сфері управління матеріальним виробництвом за рахунок оптимізації і раціоналізації управлінської діяльності.

Критерієм оцінки ефективності праці є також соціальна ефективність, що через відсутність кількісних вимірників визначається головним чином якісними показниками. Критерій же економічної ефективності управлінської праці дає можливість кількісно вимірити ефективність праці в апараті управління. Тому він знайшов більше практичне застосування.

Для визначення ефективності праці управлінського персоналу необхідно встановити критерії і показники, за якими проводиться оцінка.

Під критеріями розуміють найбільш загальну кількісну характеристику результатів управлінської праці. Для визначення економічної ефективності управлінської праці використовуються різні способи: за показниками підприємства, організації і функціонуванню праці управлінського персоналу, обсягу переданої інформації; за якістю і швидкістю прийнятих рішень; за виконанням функцій управлінських ланок.⁴³¹

До показників, що характеризують працю в сфері управління, відносяться: зниження трудомісткості обробки управлінської інформації; скорочення управлінського персоналу, термінів обробки інформації; скорочення втрат робочого часу управлінського персоналу за рахунок поліпшення організації праці; механізації й автоматизації трудомістких операцій у сфері управління. Це показники кількісні. Такі показники в сфері управління, як підвищення кваліфікації управлінського персоналу, якості роботи, поліпшення умов праці, обґрунтованість управлінських рішень, культура управління й інші, взагалі не вимірюються чи вимірюються неповно.

⁴³⁰ Басовский А. Л. Формирование системы критериев и показателей оценки эффективности инвестиций в новые информационные технологии: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / А. Л. Басовский.-Орел,2004. – 181 с. Информационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kstudent.narod.ru/miemp/it.doc>.

⁴³¹ Плескач В. Л. Інформаційні технології та системи / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – К.: Книга, 2004. – 519 с.

Кількісні показники у сфері впливу управлінської праці на виробництво: приріст прибутку; збільшення обсягів реалізації продукції; зростання продуктивності праці; зниження фондомісткості; збільшення фондівіддачі; прискорення оборотності оборотних коштів; збільшення рентабельності виробництва; зменшення невиробничих витрат; зниження трудомісткості продукції; зменшення обсягів незавершеного виробництва; зниження собівартості продукції; економія заробітної плати; зменшення втрат робочого часу; підвищення культури виробництва; підвищення рівня організаційної роботи; поліпшення умов праці; підвищення якості продукції; підвищення кваліфікації виробничого персоналу; зростання технічного рівня оснащення виробництва.⁴³²

В результаті вдосконалення системи управління підприємства дістають економічний і соціальний ефект: збільшується обсяг і підвищується виробництво, забезпечується ритмічна робота підприємств, досягається економія живої і уречевленої праці, підвищується якість продукції, полегшується і змінюється характер праці, зростає задоволеність працею, скорочується плінність кадрів. Проте не всі елементи економічного і соціального ефекту мають кількісний вираз. Це ускладнює оцінку ефективності управління. При цьому слід враховувати не тільки кількісні, а й якісні показники.

Існують різні підходи до визначення ефективності управління.

Розраховують синтетичні показники ефективності управління (коефіцієнт оперативності, надійності тощо).

Фактичні дані порівнюють з нормативними, плановими або з показниками за попередні роки (нормативи чисельності апарату управління, продуктивність, економічність управління тощо).

Застосовують якісну оцінку ефективності за допомогою експертів.

Застосовують емпіричні формули для розрахунку показників, що характеризують ефективність управління.⁴³³

При визначенні ефективності управління обчислюють абсолютну і порівняну ефективність витрат на управління. Абсолютна ефективність виражається загальною величиною ефекту, одержаного в результаті здійснення заходів удосконалення системи управління виробництвом. Порівняльна ефективність показує, наскільки один варіант ефективніший за інший, проєктований або діючий.

Залежно від характеру розроблених заходів об'єктом оцінки ефективності управління можуть бути: управління в цілому (система, організація, методи), його структура, рівень використання управлінської праці, ефективність роботи кожного структурного підрозділу.

Для оцінки ефективності управління використовують трудові, вартісні, інформаційні, технічні (технологічні) показники. Найбільш загальні із них – оперативність роботи апарату управління, надійність і оптимальність систем управління.

Надійність системи управління виявляється у безпосередньому її функціонуванні, яке забезпечує досягнення цілей виробництва. Показники надійності системи такі: безвідмовність (безперервне збереженні працездатності), готовність (ефективне збереження працездатності), відновлюваність (швидке усунення збоїв у роботі і відтворення здатності функціонувати у заданому режимі).⁴³⁴

На практиці висока надійність управлінської системи підприємництва (об'єднання) забезпечується при науково обґрунтованій структурі управління та інформаційної системи, раціональній технології процесів управління, правильному підборі і розстановці кадрів, ефективному стилі управління тощо.

⁴³² Информационные системы и технологии: приложения в экономике и управлении. Кн. 6 / Под ред. Ю. Г. Лысенко. – Донецк: Юго-Восток. Лтд, 2004. – 377 с.

⁴³³ Оліфіров О. В. Контролінг інформаційної системи підприємства / О. В. Оліфіров. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. – 325 с.

⁴³⁴ Годин В. В. Управление информационными ресурсами: 17 модульная программа для менеджеров "Управление развитием организации". Модуль 17 / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 352 с.

Оптимальність системи управління характеризується рівнем застосування сучасних економіко-математичних методів для розробки управлінських рішень, обґрунтованістю співвідношення централізації і децентралізації управління, керованістю підприємства та ін. Керованість підприємства або структурного підрозділу показує рівень забезпечення заданої організаційної стійкості підприємства (цеху, бригади) і своєчасність переведення його з одного кількісного (якісного) стану в інший, що відповідає поставленій меті.

До показників соціальної ефективності управління належать:

- 1) стан трудової дисципліни;
- 2) оперативність і якість виконання рішень;
- 3) виконання апаратом управління завдань, пов'язаних з підвищенням культури спілкування з працівниками підприємства.

Деякі з цих показників можуть бути розраховані кількісно. Наприклад, стан трудової дисципліни можна визначити коефіцієнтом трудової дисципліни, який розраховують як відношення робочого часу до загального фонду корисного часу.

Для оцінки таких аспектів ефективності управління, як виконання системою соціальних завдань, необхідний комплексний підхід. По-перше, мають враховуватись основні показники виробничо-господарської і фінансової діяльності. По-друге, слід брати до уваги обсяг виробничо-господарської діяльності. По-третє, однією з важливих складових частин соціального аспекту управління є оцінка якості праці, а також діючих комплексних систем управління якістю продукції, праці та послуг. Підвищення ефективності управління забезпечується за рахунок удосконалення систем управління на усіх рівнях.

Напрямами підвищення ефективності управління є наступні:

- ефективність застосування на практиці різних методів управлінського впливу, передусім економічних;
- підвищення кваліфікації управлінських кадрів;
- широке впровадження наукової організації праці управлінських працівників;
- механізація і автоматизація управління праці;
- впровадження прогресивної технології управління.

Серед питань, вирішення яких сьогодні вимагає організація господарської діяльності туристичних підприємств в умовах ринку, слід виділити проблему формування і оцінки ефективної системи управління з урахуванням змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

Необхідно відзначити, що формування системи управління на вітчизняних підприємствах спирається більше на досвід, аналогію, стандартні рішення і інтуїцію, чим на строгу методологію і методіку, що базується на наукових методах і принципах менеджменту і маркетингу. Такий підхід приводить до негативних явищ і не обернених процесів, що негативно позначаються на ефективності системи управління підприємством.

Під ефективністю системи управління слід розуміти результат її функціонування, що забезпечує підприємству досягнення поставлених цілей при найменших витратах на управління в умовах конкуренції.⁴³⁵

Виходячи з даного визначення, аналіз економічної ефективності припускає обчислення абсолютної і порівняльної ефективності витрат виробництва. Абсолютна ефективність, що розраховується по кожному аналізованому об'єкту, характеризує загальну величину ефекту, який отримується в результаті вдосконалення системи управління виробництвом. А порівняльна ефективність дає можливість визначити переваги одного варіанту порівняно з іншим, а також ступінь наближення вибраного варіанту до оптимального.

У найбільш загальному вигляді ефективністю системи управління є відношення ефекту, отриманого в результаті її вдосконалення, до виробничих витрат.

Тому головним завданням економічного аналізу на підприємствах є виявлення ефекту, який повинен визначатися, перш за все тим, в якій ступені система управління виробництвом сприяє досягненню головних цілей організації. В зв'язку з цим результати вдосконалення

⁴³⁵ Мельниченко С. В. Оцінка ефективності застосування інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств // Економічні науки: Науковий Вісник. – 2009. – Випуск II (34). – С. 223-232.

системи управління виробництвом повинні відбиватися в економії всіх видів ресурсів, підвищенні якості продукції, зміні характеру і культури праці. Нажаль, не всім з вищезазначених елементів економічного і соціального ефекту може бути дана натуральна або вартісна оцінка. Тому при визначенні ефективності системи управління підприємствами разом з кількісними показниками необхідно враховувати і ряд якісних.

Для визначення ефективності, необхідно вибрати критерій, відповідно до якого можна судити, ефективна система управління підприємства чи ні, якщо так, то в якій ступені. Для кількісного виразу ефективності критерій повинен бути охарактеризований певним числовим виразом і відповідати оцінюваному явищу, бути універсальним і простим в застосуванні, давати однозначну і повну оцінку.

Так, при оцінці відносної важливості функцій всієї системи управління підприємства, процедура виконується в наступному порядку. Оцінка значущості функцій управління ведеться послідовно по всіх рівнях системи управління підприємством, зверху донизу. Для зовнішніх функцій управління при оцінці їх значущості первинним є розподіл вимог споживачів відносно показників якості, ціни, задоволення потреб, дизайну, тощо. Тобто функції управління, які сприяють задоволенню найбільш важливих вимог, мають відповідно високу значущість.

З урахуванням вказаних вимог, до показників, що характеризують систему управління, можна віднести:

- коефіцієнт ритмічності виробництва (K1);
- коефіцієнт економічності апарату управління (K2);
- коефіцієнт якості виконання управлінських функцій (K3);
- коефіцієнт оперативності роботи апарату управління (K4);
- коефіцієнт стабільності кадрів (K5).

Разом із загальними критеріями ефективності, необхідно виявити також і індивідуальні критерії, які допомагали б на різних стадіях проектування системи управління визначати найбільш ефективні напрями розробки і впровадження заходів щодо її вдосконалення.

До таких показників можна віднести наступні:

- коефіцієнт використання робочого часу (K6);
- коефіцієнт використання кваліфікації (K7);
- коефіцієнт умов праці (K8).

При цьому всі вищевикладені показники повинні не виключати, а доповнювати один одного.

Так рівень якості здійснення функцій управління можна визначити таким чином:

$$g_i = (K1+K2+K3+K4+K5+K6+K7+K8)/8 \quad (2)$$

Відносні витрати на здійснення *i*-ої функції управління можна визначити наступним чином:

$$Z_i = (C_i * 100) : C_{заг} \quad (3),$$

де C_i – витрати на здійснення *i*-тої функції, грн., $C_{заг}$ – загальна собівартість головної функції, грн.

Так як, у загальному вигляді ефективністю управління є відношення ефекту, отриманого в результаті її вдосконалення, до виробничих витрат, то відносні витрати на здійснення *i*-ої функції управління зіставляються із відносною значимістю функцій управління, яка визначається групою управлінських працівників за допомогою методів експертних оцінок і визначаються наступним чином:

$$z_i = Z_i / P_i \quad (4),$$

де Z_i – відносні витрати на здійснення i -ої функції, виражені в балах, визначаються таким чином; P_i – відносна значимість функцій управління, що виконуються у рамках господарської діяльності.

У загальному випадку функції з співвідношенням «витрати – значущість», де $z_i > 1$, можна вважати несприятливими. Таким чином, проаналізувавши всі функції управління і визначивши ті функції по яких $z_i > 1$, можна мінімізувати і усунути усі зайві, функціонально невиправдані витрати.

Заходи щодо удосконалення управління виробництвом дозволяють скоротити апарат управління шляхом поліпшення його організаційної структури, збільшити обсяг виробництва. За цими напрямками варто визначати основні показники економічної ефективності раціоналізації систем управління виробництвом: річний економічний ефект; зростання продуктивності праці; строк окупності додаткових витрат капітальних вкладень.

Сучасні науковці для оптимізації і кількісної оцінки ефективності застосування інформаційних технологій визначають часткові критерії їх ефективності:⁴³⁶

– функціональні – характеризують ступінь досягнення бажаних характеристик інформаційного процесу, які необхідні користувачу, а саме: об'ємно-часові (швидкість передання даних, обсяг пам'яті для зберігання інформації та ін.); характеристики надійності (вірогідність правильного передання або перетворення інформації тощо); ступінь досягнення основного кінцевого результату інформаційного процесу (якість сформованої графічної або текстової інформації та ін.);

– ресурсні – характеризують кількість і якість різних ресурсів, які необхідні для реалізації цієї інформаційної технології, а саме: матеріальні ресурси (устаткування); енергетичні (витрати енергії); людські (чисельність і рівень підготовки персоналу); часові (кількість часу); інформаційні (склад даних і знань).

Варто зазначити, що поряд із частковими виділяють і загальний критерій ефективності інформаційних технологій. Академіки В. Афанасьєв та П. Кузнецов запропонували використовувати як такий критерій економії соціального часу, оскільки будь-яка економія в кінцевому рахунку зводиться до економії часу. Ефективними для туристичних підприємств є ті інформаційні технології, які дозволяють зекономити найбільшу кількість часу, вивільняючи його для інших цілей. Наприклад, використання суб'єктами туристичної діяльності інформаційно-пошукових систем, які розв'язують основну в туризмі проблему – втрату часу і клієнтів. Створення єдиної системи, де тури всіх туроператорів представлені в єдиному вигляді, діють єдині правила підбору і бронювання турів, вигідно не тільки для туристів і турагенств, але і для туроператорів саме стосовно економії часу.

Учені визначають кількісні та якісні показники застосування інформаційних технологій у діяльності підприємств. Так, В. Плескач, Ю. Рогушина, Н. Кустова вважають, що аналізуючи інформаційні технології, доцільно застосовувати критерій відношення між витратами і тим, як задовольняються інформаційні потреби користувачів:

$$K = W - Z \quad (5),$$

де W – вартісна оцінка задоволення інформаційних потреб користувачів; Z – витрати на розроблення і функціонування технології обробки даних:

$$Z = Z_r + E + Z_e + Z_m \quad (6),$$

де Z_r – одноразові витрати на розроблення, налагодження, впровадження технології, купівлю обладнання, навчання персоналу; E – коефіцієнт ефективності капітальних вкладень; Z_e – експлуатаційні витрати, пов'язані з роботою щодо обраної технології; Z_m – витрати на адаптацію обраної технології.

⁴³⁶ Маркіна І. А. Системний підхід до ефективності управління підприємством. // Вісник ДонДУЕТ. Сер. ек-ні науки. – 2000, № 8. – С. 104-110.

Важливим є показник функціональної повноти (F), який показує відношення області автоматизованої обробки інформації (Qa) до області обробки інформації для функціонування всієї системи управління Qi:

$$F = Q_a / Q_i \quad (7),$$

Однією із характеристик якості інформаційних технологій є показник надійності. Функціональна надійність відображає здатність ІТ реалізувати функції програмно-технічного забезпечення, а адаптивна – це властивість ІТ реалізувати свої функції під час змін у допустимих межах при проектуванні:⁴³⁷

$$K_{ab} = t_b / (t_b + t_{bn}) \quad (8),$$

де t_b – середній час між відмовами; t_{bn} – середній час відновлення після відмов.

Показник своєчасності обробки інформації (Kcb), як вважає Ю.Лисенко, визначається за формулою:

$$K_{cb} = N_t / (N_t + N\Delta t) \quad (9),$$

де N_t – кількість значень показників, розроблених у межах ІТ протягом певного часу; $N\Delta t$ – кількість значень показників, отриманих за межами планового терміну їх представлення.

Інформаційна технологія здебільшого реалізується в межах інформаційної системи. Економічна оцінка інформаційної системи повинна спиратися на її вплив на співвідношення очікуваного вільного грошового потоку і середньозваженої вартості капіталу. Такий підхід, як зазначає О. Оліфіров, вимагає аналізу трьох факторів:

- грошового потоку, пов'язаного з експлуатацією інформаційної системи;
- витрат капіталу на її впровадження;
- вплив інформаційної системи на грошову оцінку ризику діяльності підприємства в цілому.

В. Годін і І. Корнеєв зазначають, що основними умовами та критеріями визначення сукупної вартості володіння інформаційною системою є:

- рішення про інвестиції в ІТ приймаються згідно з економічною діяльністю, обумовленою вигодою, ризиком і витратами;
- зростання витрат веде до пропорційного підвищення ефективності роботи працівників;
- надмірна економія збільшує час простоїв і кількість звертань за технічною підтримкою;
- зазвичай оцінюються середні витрати організації для конкретного середовища порівняно із середньогалузевими на одного клієнта.

Оцінка сукупної вартості володіння інформаційною системою розраховується за формулою:

$$TCO = PR + KP1 + KP2 \quad (10),$$

де PR – прямі витрати; KP1 – непрямі витрати першої групи (плановий та позанормативний час непрацездатності); KP2 – непрямі витрати другої групи (зменшення продуктивного часу роботи в результаті вимушеного самонавчання).

При цьому

$$PR = PR1 + PR2 + PR3 + PR4 + PR5 + PR6 + PR7 + PR8 \quad (11),$$

⁴³⁷ Тищенко А. Н., Кизим Н. А., Догадайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2005. – 144 с.

де відповідно ПРі: капітальні витрати; витрати на управління; на технічну підтримку апаратного і програмного забезпечення; витрати на розробку програмного забезпечення власними силами; витрати на аутсорсинг; витрати на відрядження; на послуги зв'язку; інші.

Загальні витрати (капітальні і поточні) на інформаційні технології складаються з витрат на розроблення (у разі розроблення ІТ власними силами підприємства), придбання, впровадження та експлуатацію ІТ.

Стандартом СоВіТ визначено показники, які характеризують ресурси інформаційних систем та інформаційних технологій, а саме:

- дієвість – критерій досягнення цілей бізнесу;
- ефективність – критерій визначення доречності і відповідності інформації завданням бізнесу;
- технічний рівень – критерій відповідності стандартам і інструкціям;
- безпека – захист інформації;
- цілісність – точність і повнота інформації;
- придатність – доступність інформації необхідним бізнес-процесам;
- погодженість – виконання законів, інструкцій і домовленостей, що впливають на бізнес-процеси, тобто зовнішні вимоги до бізнесу;
- надійність – відповідність інформації, наданої керівництву підприємства, здійснення відповідного управління фінансуванням і узгодженість посадових обов'язків.

За умови дотримання критеріїв визначених стандартом результати впровадження інформаційних технологій у діяльність туристичних підприємств стануть функцією від таких чинників:

$$I = f(y_1, y_2, y_3, y_4, y_5, y_6, y_7, y_8, y_9, y_{10}) \quad (12),$$

де y_1 – функціональна надійність ІТ; y_2 – адаптивна надійність ІТ; y_3 – своєчасність обробки інформації; y_4 – цілісність; y_5 – придатність; y_6 – безпека; y_7 – погодженість; y_8 – дієвість; y_9 – функціональна повнота; y_{10} – ефективність.

Урахування впливу вищезазначених чинників на процес впровадження інформаційних технологій (ІТ) дозволить підприємствам забезпечити ефективне їх використання.

Важливим у визначенні ефективності застосування інформаційних технологій є оцінка економічного ефекту та економічної ефективності. Для цього розраховуються показники: чистого приведенного доходу; індекс дохідності або рентабельності; термін окупності та внутрішня норма дохідності.

Чистий приведений дохід визначається за формулою:

$$NPV = \sum_{i=0}^n \frac{P_i - Z_i}{(1 + p)^i} > 0 \quad (13),$$

де NPV – чистий приведений дохід; P_i – результати, отримані в i -му періоді; Z_i – затрати, отримані в i -му періоді; p – норма дисконту; n – кількість років життєвого циклу ІС.

Нульовий період дозволяє врахувати передпроектні вкладення. Результати від впровадження інформаційної системи в i -му періоді проявляються як приріст доходу підприємства за період життєвого циклу ІС у результаті зниження собівартості туристичного продукту і збільшення обсягів його реалізації. Затрати від впровадження інформаційної системи в i -му періоді розраховуються як сума капітальних і поточних витрат.

Індекс дохідності (PI) визначається як відношення приведених результатів до приведених витрат і повинен бути більший або дорівнювати одиниці:

$$PI = \frac{\sum_{i=0}^n P_i (1+p)^{-i}}{\sum_{i=0}^n Z_i (1+p)^{-i}} \geq 1 \quad (14),$$

Внутрішня норма дохідності (IRR) розраховується як ставка процента, при якій проект є беззбитковим і повинна бути більше норми дисконту:

$$\frac{\sum_{i=0}^n P_i - Z_i}{(1+IRR)^i} = 0 \quad (15),$$

Термін окупності (Т) має бути більший за період життєвого циклу ІТ:

$$T = \frac{\sum_{i=0}^n Z_i (1+p)^{-i} - \sum_{i=0}^m P_i (1+p)^{-i}}{P_{m+1} (1+p)^{-(m+1)}} + m \leq T_{ж.ц.} \quad (16),$$

де m – номер розрахункового року.

Ю. Лисенко пропонує розраховувати річний економічний ефект (Е) за формулою:

$$E = (31 - 32) * A2 \quad (17),$$

де 31, 32 – приведені витрати, відповідно базового і нового варіантів інформаційної системи; A2 – річний обсяг робіт (послуг), які виконуються в розрахунковому році за новим варіантом інформаційної системи, в натуральних одиницях.

Приведені витрати при цьому визначаються за формулою:

$$Z_i = C_i + E_n * K_i \quad (18),$$

де Z_i – приведені витрати базового і нового варіантів інформаційної системи ($i = 1, 2$); C_i – поточні витрати, грн.; E_n – нормативний коефіцієнт економічної ефективності капітальних вкладень; K_i – одноразові витрати, пов'язані зі створенням і використанням інформаційної системи.

Інтегральний економічний ефект (ЕТ) визначається як:

$$ET = PT - ZT \quad (19),$$

де PT – вартісна оцінка результатів за розрахунковий період, грн.; ZT – вартісна оцінка витрат за розрахунковий період, грн.; T – розрахунковий період.

$$PT = \sum_{t=tn}^{tk} Ptat, \quad ZT = \sum_{t=tn}^{tk} Ztat, \quad at = (1 + E_n)^{tp-t} \quad (20),$$

де PT – вартісна оцінка результатів у t-му році розрахункового періоду, грн.; Zt – вартісна оцінка витрат у t-му році розрахункового періоду, грн.; a_t – коефіцієнт приведених різночасових витрат і результатів.

У практичній діяльності процес зіставлення витрат на нові інформаційні технології і отриманих від їх експлуатації фінансових результатів є дуже складним. Тому відомий економіст П. Вейл рекомендує підприємствам розподілити всі проекти на чотири групи залежно від їх мети. Перша – спрямована на скорочення витрат, друга – на оптимізацію інформаційних потоків, третя – на оптимізацію інфраструктури (розширення постачальників, удосконалення системи збуту тощо), четверта – створення конкурентних переваг. Відповідно до мети застосування ІТ і повинні бути здійснені необхідні розрахунки ефективності їх застосування.

Висновки. Отже, вищезазначені показники є методологічною основою оцінки ефективності впровадження інформаційних технологій на підприємствах туристичної галузі. Впровадження та експлуатація інформаційних технологій у діяльності складових туристичної інфраструктури сприяють підвищенню: інформованості про стан системи управління, зниження трудомісткості робіт на всіх стадіях створення, просування і реалізації туристичного продукту; продуктивності праці, скорочення строків виконання замовлень; якості управлінських рішень; збільшенню обсягів реалізації туристичного продукту; покращенню соціально-психологічного клімату в колективах та інтелектуального потенціалу.

Література

1. Ипатов Ю. Экономическая эффективность инвестиций в ИТ: оптимальный метод оценки / Ю. Ипатов, Ю. Цыгалов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russianenterprisesolutions.com/reviews/>.
2. Басовский А. Л. Формирование системы критериев и показателей оценки эффективности инвестиций в новые информационные технологии: Дис. канд. экон. наук: 08.00.05 / А. Л. Басовский. – Орел, 2004. – 181 с. Информационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kstudent.narod.ru/miemp/it.doc>.
3. Плескач В. Л. Інформаційні технології та системи / В. Л. Плескач, Ю. В. Рогушина, Н. П. Кустова. – К.: Книга, 2004. – 519 с.
4. Информационные системы и технологии: приложения в экономике и управлении. Кн. 6 / Под ред. Ю. Г. Лысенко. – Донецк: Юго-Восток, Лтд, 2004. – 377 с.
5. Оліфіров О. В. Контролінг інформаційної системи підприємства / О. В. Оліфіров. – Донецьк: ДонДУЕТ ім. М. Туган-Барановського, 2003. – 325 с.
6. Годин В. В. Управление информационными ресурсами: 17 модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 17 / В. В. Годин, И. К. Корнеев. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 352 с.
7. Мельниченко С. В. Оцінка ефективності застосування інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств // Економічні науки: Науковий Вісник. – 2009. – Випуск II (34). – С. 223-232.
8. Маркіна І. А. Системний підхід до ефективності управління підприємством. // Вісник ДонДУЕТ. Сер. ек-ні науки. – 2000, № 8 – С. 104-110.
9. Лафта Дж. К. Эффективность менеджмента организации / Лафта Дж. К. Учебное пособие. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 320 с.
10. Тищенко А. Н., Кизим Н. А., Догадайло Я. В. Экономическая результативность деятельности предприятий: Монография. – Х.: ИД «ИНЖЭК», 2005. – 144 с.

3.6. ECONOMY DIGITALIZATION AS A GEO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS VECTOR AND A FACTOR OF INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT

3.6. ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ ЯК ВЕКТОР ГЕОЕКОНОМІЧНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ТА ФАКТОР РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

Останнім часом проблеми цифровізації стають центральною проблемою багатьох досліджень у царині економічної науки, зачіпаючи не тільки процеси локальної ділової активності, тобто бізнес-процесів окремих компаній, але й переходячи на вищий рівень регіонального економічного розвитку, побудови національних моделей цифровізації економіки.

Почнемо, перш за все, з того, що визначимось з основних концептом таких трансформацій – основою цифрової економіки є рух даних, їх генерування, акумуляції і використання. Причому власне останній елемент стає активом, монетизація якого відбувається лише у разі повторного та багаторазового використання.

Процеси цифровізації сьогодні все більше і більше ставлять на порядок денний питання про невідворотні зміни сучасних економічних механізмів. Це, в першу чергу, зумовлено трендами цифровізації самого простору життєдіяльності суспільства, адже розширюється мережа користувачів Інтернет. Частка населення, що має доступ до мережі Інтернет, у 1990 році у світі в цілому становила 0,05% і до 2017 року зросла до 48,57%. Подекуди ця частка нині становить 75-80% – це країни Європи та Північної Америки⁴³⁸.

Двополярність світу, що існувала після Другої світової війни, полягала в протистоянні країн соціалістичного табору країнам «вільного світу», охоплювала і країни третього світу, економічний розвиток яких в запалі «холодної війни» ігнорувався як незначимий для боротьби за світове панування. Л. М. Батурін вказує, що із її закінченням з'явилася така світогосподарська система, де «відносини між країнами багато в чому визначаються показниками торгівлі та інвестицій. <...> замість традиційної сили все частіше стали використовувати політико-економічні методи»⁴³⁹. Проте, нині світ розвивається за іншими закономірностями, які зумовлені сучасними економічними трансформаціями з притаманними їм специфічними рисами, викликами і гео економічними ризиками. Це зумовлює актуальність представленого дослідження, логіка якого прикладена на Рисунку 1.

Глобалізація трансформує просторовий вимір міжнародних економічних відносин у зв'язку з тим, що на противагу класично вимірюваним координатам економічного простору (географічні координати меж регіонів, країн, міст, розміщення ресурсів та торгових шляхів), приходять координати складно уявні – віртуальні. Адже *віртуалізація суспільних, економічних, політичних, культурних та інших процесів*, на нашу думку, є гео економічною трансформацією, яка визначає формат сучасної економічної взаємодії, її площину, обсяги. Як вказують Д.Г. Лук'яненко та Т.О. Галахова, «безпрецедентна за масштабами і динамікою економічна глобалізація, розвиваючись у руслі науково-технологічного прогресу на засадах інформатизації ведення бізнес-діяльності за мережевим принципом, характеризується інноватизацією, інтелектуалізацією та креативізацією»⁴⁴⁰. Вони відводять цим процесам виключну роль у формуванні нової парадигми «глобального розвитку із новітньою композицією факторів конкурентоспроможності, коли її основою стає людський та інтелектуальний капітал»⁴⁴¹. Тому сучасні економічні відносини, в тому числі і

⁴³⁸ Individuals using the Internet (% of population) / World Bank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>.

⁴³⁹ Батурин Л. М. Экономическая дипломатия в мировой политике: история и современность // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2014. Т. 14. № 3.

⁴⁴⁰ Лук'яненко Д. Г., Галахова Т. О. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2016. № 23 (3). С. 12-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2016_23%283%29_4.

⁴⁴¹ Там само.

у сфері міжнародної торгівлі товарами і послугами, характеризується багатовекторністю та багатовимірністю простору економічної взаємодії, а сама міжнародна торгівля посилює своє значення як процесу перерозподілу факторів виробництва, що визначає площину конкурентоспроможності національних економік.

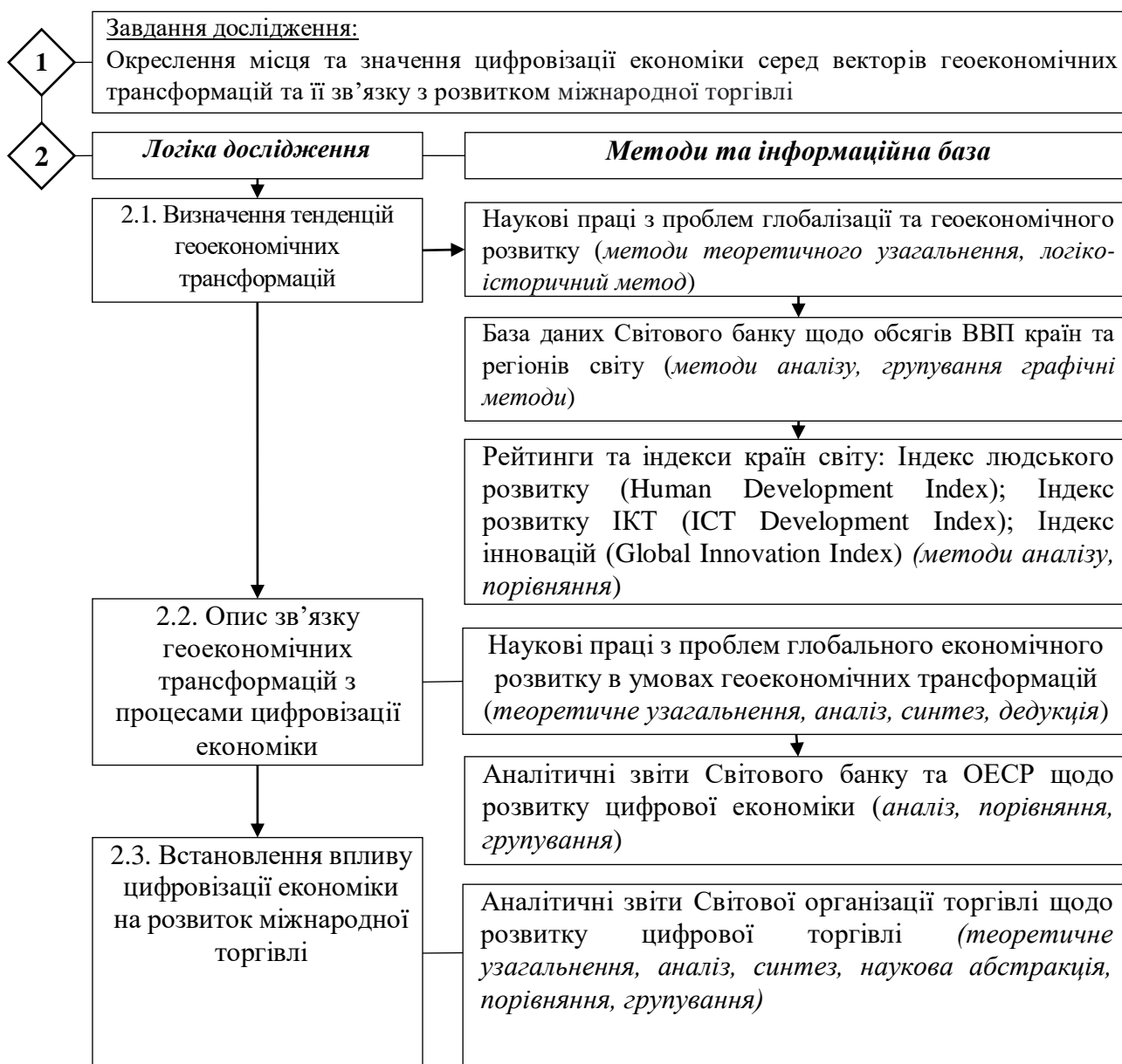


Рис. 1. Логіко-методологічна схема дослідження зв'язку гео економічних трансформацій з цифровізацією економіки та її впливу на міжнародну торгівлю

При цьому розвиток сфери інформації та телекомунікацій нині багато в чому зумовлює спроможність країн отримувати переваги у міжнародній торгівлі. Зокрема, за словами Ю. В. Макогон та Т. С. Медведкіна, «поява всесвітньої інформаційної павутини докорінно змінює світову систему комунікацій, виводить на принципово новий рівень можливості обміну і передачі інформації і стає фундаментом формування шостого, поки ще гіпотетичного, технологічного укладу, який буде ґрунтуватися на синтезі комп'ютерних технологій з нанотехнологіями та біотехнологіями»⁴⁴².

⁴⁴² Макогон Ю. В., Медведкин Т. С. Международный трансфер знаний в условиях глобализации мировой экономики // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій. 2012. Т. 20, вип. 1. С. 10-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumi_2012_20_1_4.

Білорус О. Г., використовуючи поняття технотронної економічної системи, вказує: «Як відомо, сучасний процес глобалізації покликаний до життя завершенням епохи індустріальної економіки «фабричних труб» і переходу до інформаційно-інтелектуальної технотронної економіки. Технотронна економічна система – це новий суспільно-технологічний спосіб виробництва, базований на утвердженні планетарного статусу людини та людства як реального суб'єкта виробництва і економіки, а не як об'єкта виробництва та ресурсу для експлуатації»⁴⁴³. Розвиток ІКТ означає динамічність економічних процесів, високу продуктивність, високий рівень оплати праці, що сприяє інвестиціям в новітні технології, розробки та інновації. Тараненко І. В., провівши аналіз трьох груп країн, встановила, що на перший план розвитку конкурентоспроможності країн виходить забезпечення «зайнятості в знаннєво-інтенсивній сфері, навчання робітників на підприємствах, здійснення та фінансування НДДКР бізнес-сектором»⁴⁴⁴.

На думку Ю. І. Чентукова, «характер сучасного соціально-економічного розвитку окремих країн і людської цивілізації в цілому, особливості міжнародної конкуренції на ринках товарів і послуг свідчать про те, що необхідною складовою стійкого економічного розвитку відтепер є зростання інтелектуального потенціалу і науково-технологічні інновації»⁴⁴⁵. Така модель економічного розвитку тісно пов'язана з формуванням міцного базису конкурентоспроможності країни на ринках товарів та послуг, особливо високотехнологічних. Разом з тим, за словами І. В. Тараненко, «прискорення інноваційного розвитку в умовах системної глобалізації інноваційної сфери <...> створює умови для розробки і виробництва нових продуктів для задоволення різноманітних споживачьких потреб»⁴⁴⁶. Дану тенденцію можна спостерігати якраз на прикладі нових індустріальних країн.

Проте не тільки ширші споживачькі потреби задовольняються новітніми товарами та послугами. Перш за все, вони створюють матеріально-технічний базис сучасних процесів суспільного відтворення. Чентуков Ю. І. висловлює думку про те, що «інформація і комунікації формують (разом з транспортом) особливу систему інфраструктури світового виробництва, роль і значення якої в забезпеченні функціонування світового виробництва продовжує зростати»⁴⁴⁷. Зокрема, підвищення мобільності ресурсів та інноваційний розвиток, посилений розвитком ІКТ, сприяє їх швидкому перерозподілу між іншими регіонами світу для забезпечення більшої продуктивності їх використання. Це є частиною геоекономічних стратегій розвитку країн та регіонів в контексті забезпечення їх готовності до виробництва майбутнього та досягнення цілей стійкого розвитку.

Геоекономічні трансформації виявляються і в **структурних змінах у національних економіках та світовому господарстві у зв'язку з бурхливим науково-технічним розвитком та активізацією інновацій**. Так, дієва реалізація геоекономічної стратегії стає можливою виключно за умов достатньо диверсифікованої структури економіки, яка здатна забезпечити адаптивність країн до нестабільних умов світових ринків товарів та послуг. Проте, формально судити про розвиток економіки базуючись виключно на структурному співвідношенні секторів економіки у ВВП є помилковим, адже важливою є продуктивність

⁴⁴³ Білорус О. Г. Транзитивні країни у світосистемі постіндустріального глобалізму (Частина 2) [Електронний ресурс] / О. Г. Білорус // Економічний часопис-XXI. – 2013. – № 9-10 (1). – С. 3-6. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_9-10\(1\)_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_9-10(1)_2).

⁴⁴⁴ Тараненко І. В. Моделювання впливу інноваційного потенціалу на конкурентоспроможність країн в глобальному середовищі // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2013. №. 114 (2). С. 121-131. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/66/49>.

⁴⁴⁵ Чентуков Ю. І. Особливості формування глобального інноваційного простору // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 18 (спец. вип.). С. 274-279. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2012_18.

⁴⁴⁶ Тараненко І. В. Модифікація глобалізаційно-інноваційної моделі світової економіки на засадах сталого розвитку: нові виміри конкурентоспроможності // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. 2013. №. 1. С. 172-185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ever_2013_1_27.

⁴⁴⁷ Чентуков Ю. І. Особливості формування глобального інноваційного простору // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 18 (спец. вип.). С. 274-279. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2012_18.

праці у цих секторах, рівень технологічної оснащеності та складності готового продукту. Крім того, слід брати до уваги і розвиток фінансового сектору країни, адже через фінансовий капітал здійснюється фінансування реального сектору економіки. У зв'язку з цим слід згадати працю Л. Дактор (L. Ductor) та Д. Гречиної (D. Grechyna), які наголошують на перерозподільчих зв'язках між фінансовим і реальними секторами. «Якщо фінансування – пишуть вони, – перерозподіляється на ризикові інвестиції, технологічний прогрес в продуктивному секторі може розширити продуктивну здатність економіки та створює попит на основні фонди з боку більш ефективних фірм»⁴⁴⁸. З цього приводу варто привести слова Ю. І. Чентукова: «У результаті розвитку НТП сама праця концентрується в технологічних сферах виробництва, а капітал, який раніше розглядався виключно як упредметнена вартість і результат попередніх стадій відтворення, на даний час набуває якісно нових рис, оскільки капітал своєрідно переноситься в сферу знань, інформаційних технологій»⁴⁴⁹. Погоджуємось з наведеними думками та вважаємо, що структурна перебудова економіки з орієнтацією на формування економіки знань та забезпечення високо продуктивної зайнятості не тільки стабілізує економіку та знизить ймовірність системних криз, а й виведе на новий якісний рівень економічне зростання країн.

Як вказують Р. О. Заблоцька та О. В. Шовкопляс, «багато країн, що розвиваються, стурбовані тим, що основна частина вигод від лібералізації торгівлі дістанеться індустріально розвиненим країнам. Це відчуття ґрунтується на очевидному факті, що багато секторів послуг є наукоємкими, вимагають висококваліфікованої робочої сили, величезного фізичного капіталу або всього вищезгаданого відразу. Це означає, що індустріально розвинені країни отримують порівняльну перевагу і домінуватимуть у всіх сферах торгівлі після лібералізації»⁴⁵⁰. В цьому разі цифровізація економіки покладається в основу нарощення конкурентних переваг через впровадження засобів Індустрії 4.0. На думку С. Сардака, М. Корнеєва, А. Сімахової та О. Більської, до нинішніх глобальних тенденцій, серед інших, відносяться і «загострення конкуренції, активізація інноваційної та інвестиційної діяльності, <...> поглиблення міжнародного поділу праці в сферах спеціалізації та співробітництва у виробництві»⁴⁵¹. При цьому змінювана галузева структура визначає і трансформацію попиту виробників товарів та послуг на ресурси (природні, енергетичні та трудові), а це, у свою чергу, визначає перерозподіл цих ресурсів у світі та, відповідно, їх потоки. Зауважимо, що симетрії у ефективності використання капіталу і його надвисока віддача у новітніх секторах економіки часто спричиняють дисбаланси у попиті як на фізичні ресурси, так і на об'єкти інтелектуальної власності, а також – найголовніше – на інформаційні ресурси. Саме дані в умовах цифровізації економіки здатні генерувати «левоу частку» доданої вартості, сприяти інноваційній перебудові суспільства та потенційно створювати комплексну інформаційну екосистему.

Цікавий погляд на закономірності геоекономічних трансформацій розкрито у праці Р. Фок'є (R. Fouquet) та С. Бродберрі (S. Broadberry) (2015), які дослідили генезис економічного розвитку Європи протягом семи століть до Промислової революції. Дослідники зробили висновок, що промислова революція не була подією, ізольованою у

⁴⁴⁸ Ductor, L., & Grechyna, D. (2015). Financial development, real sector, and economic growth. *International Review of Economics & Finance*, 37, 393-405. doi:10.1016/j.iref.2015.01.001 URL: http://eprints.mdx.ac.uk/19388/1/DuctorGrechyna_051114.pdf, с. 2.

⁴⁴⁹ Чентуков Ю. І. Особливості формування глобального інноваційного простору // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 18 (спец. вип.). С. 274-279. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2012_18.

⁴⁵⁰ Заблоцька Р. О., Шовкопляс О. В. Порівняльні переваги слаборозвинутих країн світу в міжнародній торгівлі послугами за Способом 4 // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2011. Вип. 101 (2). С. 46-52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_101\(2\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_101(2)_8).

⁴⁵¹ Sardak S. et al. Global factors which influence the directions of social development. 2017. URL: https://businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/9597/PPM_2017_03cont2_Sardak.pdf, с. 328.

Великій Британії, а була фазою тривалішого процесу економічної трансформації в Європі⁴⁵². Вони наголошують на тому, що розуміння трансформацій, які передували бурхливому економічному розвитку на тлі Промислової революції дають можливість проаналізувати ризики обмеженого зростання у індустріальних економіках, а також шляхи стимулювання «нової промислової революції».

Ресурси та фактори економічного зростання в цілому орієнтовані на досягнення країною конкурентних переваг на світових ринках. Одні країни можуть досягнути це через зниження собівартості товарів (переважно сировинних) – тут значною перевагою країни є дешева робоча сила та субсидії виробникам. Для інших країн стратегічно важливою є інноваційність продукції, з якою виробники країни виходять на ринки.

Проте, зайняти цю нішу є питанням тривалої структурної перебудови економіки, осилити яку здатні країни з міцним інституційним базисом та людським розвитком. А інвестиційна привабливість стає похідною, по-перше, від ресурсів країни (ми маємо брати до уваги наявність та якість природних і людських ресурсів), а по-друге, досвіду та спроможності їх ефективного використання. Зокрема, А. С. Філіпенко вказує, що «<...> індустріально розвинуті країни концентрують свої зусилля і ресурси на виробництві капіталомісткої, високотехнологічної продукції; нові індустріальні країни випускають товари, що вимагають затрат кваліфікованої праці і сучасних технологій 4-5-го технологічних циклів; найменш розвинуті країни роблять акцент на виготовленні трудомістких виробів та сировини. Такий вартісний ланцюг зумовлює можливість вилучення найбільших обсягів доданої вартості розвинутими державами і створення там надлишкових капіталів та їх експорту в інші країни і регіони світу»⁴⁵³. Припускаємо, що цілі вказаних країн у використанні різних категорій ресурсів та продуктивності виробничих процесів також будуть різні. Тому при окресленні вимірів цифровізації економіки слід зважати на різний рівень економічного розвитку країн та типи їх соціально-економічних систем.

Найбільші переваги та потенціал цифровізації національної економіки, звісно, матимуть розвинені країни. Вони зараз переживають промислову революцію, яка призводить до побудови Індустрії 4.0, характеристиками якої є формування цифрових ланцюгів постачання, створення цифрових продуктів та послуг, цифрова трансформація бізнес-моделей компаній. Проте, за даними аналітичного агентства Statista, яке узагальнило прогнози Deloitte та PwC, вже у 2030 році, тобто лише через 10 років, світ увійде у стадію Індустрії 5.0 – повної цифрової екосистеми. Їй будуть притаманні віртуальні користувацькі інтерфейси та віртуалізовані процеси, гнучкі віртуальні та інтегровані мережі постачання, повністю пов'язані екосистеми⁴⁵⁴.

На думку авторів монографії «Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку», «для України особливе значення смарт-промисловості визначається і тією обставиною, що її традиційна індустрія наразі перебуває у кризовому стані, а нова «розумна» промисловість не отримала належної уваги з боку держави. У розробленому плані пріоритетних дій уряду в економіці України на період до 2020 р. смарт-промисловість <...>, на відміну від планів дій США, Китаю, країн ядра ЄС та інших індустріальних лідерів, взагалі не розглядається, тим більше як національна стратегічна інвестиція»⁴⁵⁵. Тому, якщо оцінити рівень технологічного оснащення вітчизняних виробничих компаній, а також рівень впровадження інновацій, то слід констатувати: наша держава досі знаходиться в Індустрії 3.0 (так називається етап промислової революції, який полягає

⁴⁵² Fouquet, R., & Broadberry, S. (2015). Seven centuries of European economic growth and decline. *Journal of Economic Perspectives*, 29 (4), 227-44. doi=10.1257/jep.29.4.227 URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdf/10.1257/jep.29.4.227>, с. 229.

⁴⁵³ Філіпенко А. С. Глобальний поділ праці на початку XXI ст // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2012. Вип. 110 (1). С. 51-53. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110\(1\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110(1)_16).

⁴⁵⁴ In-depth: Industry 4.0: Statista Digital Market Outlook / Statista. August 2019. URL: <https://www.statista.com/study/66974/in-depth-industry-40/>

⁴⁵⁵ Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія / [В. П. Вишневський, О. В. Вієцька, О. М. Гаркушенко, С. І. Князев, О. В. Лях, В. Д. Чекіна, Д. Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В. П. Вишневського; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 192 с., с. 9.

переважно у застосуванні ІТ, використанні електроніки та промислових роботів для підвищення рівня автоматизації виробничих процесів). Цей процес тривав у розвинених країнах з 1970 по 2010 рік.

Але асиметрії у рівні цифровізації багато в чому стираються з розвитком електронної комерції, адже вона базується на доступі користувачів до мережі Інтернет. Сьогодні товари, що продаються на онлайн-платформах, у результаті сягають усіх куточків світу. При цьому ми говоримо про роздрібну торгівлю, адже обсяг такого придбання товару може не перевищувати \$1. І все частіше в практику нашого щоденного споживання входить придбання товару з іншого кінця світу на протигагу до товарів, які продаються в сусідньому магазині. Чи впливає це на міжнародну торгівлю? Звісно, адже ці товари не просто формують експорт окремо взятих країн (не секрет, що лідером у цьому є Китай), проте і знижують рівень потенційних фіскальних надходжень, оминаючи процеси імпортного митного очищення. А до того ж матеріальні потоки цих товарів більш активно використовують складську та логістичну інфраструктуру тощо. Якраз ці аспекти і дають поштовх до певних протекціоністських міркувань при розробці зовнішньоторговельної політики.

Крім розвинених країн світу, окремо слід звернути увагу на:

1) нові індустріальні країни (НІК) з високим рівнем індустріального розвитку та інновацій. Вони побудували економіки якісно нового рівня зі значними конкурентними перевагами. Зокрема, Макао та Сінгапур за показником ВВП (на душу населення) зайняли, відповідно, 3 та 10 місця у світі^{456,457}, а за показником номінального ВВП до п'ятнадцяти країн-лідерів увійшли Індія, Бразилія, Південна Корея, Мексика (7, 9, 11 та 15 місця, відповідно). Також інноваційністю розвитку можна пояснити високі показники розвитку інформаційно-комп'ютерних технологій у Південній Кореї та Гонконгу (1 та 9 місця⁴⁵⁸), а також Сінгапур та Гонконг за показником Індексу людського розвитку посіли 6 та 12 місця⁴⁵⁹;

2) нафтодобувні країни характеризуються надзвичайно високими показниками ВВП (на душу населення), хоча і такими ж високими показниками соціальної нерівності та бідності. За даними Всесвітнього економічного форуму, Катар, Бруней, Кувейт, ОАЕ та Саудівська Аравія посідають, відповідно, 1, 5, 6, 9 та 13 місця у світі за показником ВВП (на душу населення)⁴⁶⁰. Проте, економіки цих країн є сировинними, а значні національні доходи генеровані високими цінами на нафту та нафтопродукти, тому вважаємо, що їх економіка не буде готова до викликів цифровізації економіки в найближчому майбутньому.

Тенденції цифровізації міжнародної економіки нині не можна ігнорувати ані національним урядам при виборі гео економічної стратегії, ані наднаціональним утворенням та міжнародним організаціям при побудові системи інструментарію регуляторного впливу на міжнародні економічні процеси.

В умовах, коли загальним трендом міжнародної торгівлі стає побудова глобальних ланцюгів вартості (global value chains), активізація процесів цифровізації суттєво скорочує рівень витрат на обслуговування процесів управління виробничими процесами, управління ресурсами, адже логіка міжнародної виробничої кооперації зосереджується на відмінностях у вартості ресурсів у різних країнах та регіонах.

Крім того, зростає трансфер технологій, що уможливлює використання переваг технологічно розвинених країн при розширенні виробничих процесів у менш розвинених країнах. Тут йдеться про ресурсно-технологічне забезпечення самих виробничих процесів. В цілому ж в цих умовах переваги від розвитку зовнішньої торгівлі країни отримуватимуть нерівномірно, адже ще більше посилюються дисбаланси створення доданої вартості –

⁴⁵⁶ Tasch B. These are the wealthiest countries in the world // World Economic Forum, 08/03/2017, URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/03/these-are-the-wealthiest-countries-in-the-world>.

⁴⁵⁷ GDP per capita (current US\$) / World Bank. URL: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>.

⁴⁵⁸ ICT Development Index 2018 / ITU. URL: <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2018/>.

⁴⁵⁹ Human Development Data (1990-2015) / UNITEDNATIONSDEVELOPMENTPROGRAMME, URL: <http://hdr.undp.org/en/data#>.

⁴⁶⁰ Tasch B. These are the wealthiest countries in the world // World Economic Forum, 08/03/2017, URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/03/these-are-the-wealthiest-countries-in-the-world>.

матеріальні блага створюватимуться переважно в країнах з низькими цінами на ресурси, а вигоди від провадження цифрової торгівлі отримуватимуть країни з високо розвиненими інформаційними та телекомунікаційними технологіями.

У світі зростає комплементарність товарної торгівлі та торгівлі послугами, зокрема цифровими, адже з розвитком Інтернету речей, фізичні товари та обладнання супроводжуються послугами цифрової інтеграції та обслуговування функціонування.

Відзначимо, що новим «товаром» у цих умовах стають дані. Цифрова взаємодія як така породжує гігантські масиви даних. І хоча вони у цифровому потоці не є упорядкованими, разом з тим, дозволяють глобальним трейдерам бачити закономірності торгівлі та споживання у реальному часі, прогнозувати економічні процеси заздалегідь, ухвалювати рішення про реакцію на прогнозовані ризики та виклики глобального економічного середовища.

Відходячи від класичних моделей факторів виробництва, ми схилиємося до того, що найближчим часом компанії, що володіють та використовують дані, не маючи інших значних факторів створення відчутних матеріальних благ, будуть капіталізовані в десятки, а може, й у сотні разів більше. Сьогодні цифрові торговельні платформи створюють нечувані раніше обсяги торговельної виручки за день. Проте, це тільки вершина айсберга цифрової економічної взаємодії. Адже у використанні платформ електронної комерції для людей стає не тільки звичним, але в умовах вірусної пандемії – життєво необхідним. Наприклад, ще до розгортання глобального карантину у 2018 році найбільший сегмент електронної комерції з доходами 534,1 млрд. дол. США належав модній індустрії, а найбільшу частку доходу у ній (47%) мав Китай. Другим величезним сегментом стала торгівля електронікою та медіа 405,6 млрд. дол. США)⁴⁶¹. Але не тільки розширюється асортимент торгованих на міжнародних цифрових платформах товарів та послуг. Передусім змінюється їх природа, зростає обсяг суто цифрових послуг, які не мають фізичного аналогу, взаємопов'язуються та урізноманітнюються форми цифрового бізнесу, щодня з'являються нові цифрові платформи та сервіси.

Іншою стороною бізнес-процесів підприємств в умовах цифровізації – є стирання кордонів для розширення свого товарного ринку. Сучасні цифрові торгові платформи дозволяють реалізувати маркетингові політики одночасно та глобально. При цьому така можливість з'являється не тільки у великих промислових чи торговельних компаній, проте і у представників малого та середнього бізнесу. І закономірним у цьому аспекті є прагнення компаній до трансформації власних бізнес-моделей, адаптивних до цифрових викликів сьогодення, серед яких роботизація, кіберзагрози, потреби розвитку нових цифрових компетенцій персоналу, необхідність інвестицій у сучасні технології та моделі обробки BigData.

Так, цифровізація суттєво збільшує масштаби діяльності компаній, адже стає простіше виходити на зарубіжні ринки через засоби електронної комерції, хоча все ще компанії потребують продуманої маркетингової стратегії, спроектованих ланцюгів товарних поставок та їх логістичного забезпечення. Трансформується та цифровізується система міжнародних маркетингових комунікацій. За даними аналітичного порталу Statista, у 2016 році компаніями було витрачено 60 дол. США на здійснення цифрової реклами (в розрахунку на кожного інтернет користувача). Для порівняння, у 2010 році ця сума була меншою у півтори рази та становила 39 дол. США. Цифрова модель просування товарів дозволяє майже глобально розширити потенційне охоплення споживачів навіть представникам малого та середнього бізнесу. Їм на допомогу приходять саме онлайн-платформи, адже дозволяють скоротити витрати на підтримку функціонування відокремленого сайту.

Дані стають не лише засобом (фактором) виробництва у традиційному формулюванні. Це актив, що створюють численні компанії, які збирають дані не тільки про онлайн-активність користувачів Інтернет та їх споживацькі смаки, а й вимірюють численні явища в усьому світі, формуючи бази даних, що налічують мільярди записів. Це стає можливим з

⁴⁶¹ eCommerce Report 2019. Statista Digital Market Outlook / Statista. URL: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/>

поширенням хмарних сервісів та Інтернету речей (IoT). Однак, монетизувати ці активи можуть не всі компанії. А тільки ті, що мають бачення та стратегію трансформації звичних уявлень про світ та економічну поведінку агентів.

З іншого боку, розглядаючи дані як актив, необхідно наголосити на їх значенні для створення кваліфікованих інформаційних послуг, адже в інформаційному суспільстві, або як його називають «постіндустріальному», понад дві третини національного ВВП генерується саме у сфері послуг. Для одних країн це може бути транспорт чи туризм, які також певною мірою долучаються до процесів цифровізації. Але переважно мова йде про інформаційні, фінансові, страхові, телекомунікаційні, консалтингові, інжинірингові та інші послуги, для яких інформація є наріжним каменем їх бізнес-моделі. Все частіше на міжнародних ринках більшу цінність мають не товари чи послуги, а їх компіляція – поєднання якісного товару з не менш якісною послугою, спроможною підвищити та максимізувати лояльність клієнта.

Цікавим є те, що цифрові послуги знаходяться під пильною увагою фіскального адміністрування, причому на рівні органів Європейського Союзу. Як зазначає Ольга Соловйова, партнер «SKGROUП», «у березні 2018 р. Європейська Комісія запропонувала дві пропозиції директив у сфері digital economy: SDP-Directive (Significant Digital Presence) та DST-Directive (Digital Services Tax), яка встановлює податок на цифрові послуги (DST) на доходи, отримані від певної цифрової ділової діяльності. Новий податок включає збір у розмірі 3% на інтернет-рекламу, на оплату продавця/покупця, що здійснюється через посередників і торгових марок, а також на продаж даних користувача»⁴⁶². Зауважимо, що враховуючи обсяги таких послуг у найбільш розвинених та потужних економіках світу, фіскальне значення оподаткування таких послуг важко переоцінити.

З точки зору регуляторного впливу надзвичайної актуальності набуває розробка організаційно-методичних питань вимірювання обсягів цифрової торгівлі, адже ідентифікувати обсяги товарних потоків, створених засобами електронної комерції, на практиці складно, як і оцінити митну вартість таких товарів, обсяги втрачених фіскальних надходжень. В цьому аспекті рух товарів, що придбаються фізичними особами для власного споживання, може досить безконтрольно наповнити внутрішній ринок споживчими товарами, переважно набагато нижчими за вартістю. Проте, в даному разі типові для такої ситуації та передбачені СОТ антидемпінгові заходи не можуть бути застосовані, а довести шкоду місцевим виробникам стає практично неможливо.

Таким чином, цифровізація економіки стає новим викликом традиційним підходам компаній до побудови бізнес-моделей, але й одночасно можливістю трансформуватися у якісно нову структуру, здатну конкурувати в абсолютно іншій площині формування цінності. Разом з тим, для урядів країн – це перевірка на міцність, тест на те, наскільки країна готова увійти у новий формат міжнародної економічної співпраці, наскільки її значення у міжнародному поділі праці посиляться, а також наскільки вона зможе диверсифікувати ризики, що притаманні для неї як гравця традиційного галузевого ринку.

Хоча і для системи наднаціонального регулювання процесів міжнародної торгівлі укріплення цифрової економіки стає ще одним приводом замислитися про доречність модернізації усталених механізмів регуляторного впливу міжнародних організацій, в тому числі СОТ та тих, які входять для структури ООН. Адже світ не стає на місці та рухається до нової реальності, у якій старі методи та інструменти регулювання міжнародних економічних відносин мають відповідати вимогам часу.

⁴⁶² Соловйова О. Податок на цифрові послуги: міжнародний аспект // Юридична газета online. 2018. № 51-52 (653-654). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/mizhnarodne-pravo-investiciyi/podatok-na-cifrovi-poslugi-mizhnarodniy-aspekt.html>.

Література

1. Ductor, L., & Grechyna, D. (2015). Financial development, real sector, and economic growth. *International Review of Economics & Finance*, 37, 393-405. doi:10.1016/j.iref.2015.01.001 URL: http://eprints.mdx.ac.uk/19388/1/DuctorGrechyna_051114.pdf.
2. eCommerce Report 2019. Statista Digital Market Outlook / Statista. URL: <https://www.statista.com/study/42335/ecommerce-report/>.
3. Fouquet, R., & Broadberry, S. (2015). Seven centuries of European economic growth and decline. *Journal of Economic Perspectives*, 29(4), 227-44. doi=10.1257/jep.29.4.227 URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdf/10.1257/jep.29.4.227>.
4. GDP per capita (current US\$) / World Bank. URL: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD>.
5. Human Development Data (1990-2015) / United Nations Development Programme, URL: <http://hdr.undp.org/en/data#>.
6. ICT Development Index 2018 / ITU. URL: <http://www.itu.int/net4/ITU-D/idi/2018/>.
7. In-depth: Industry 4.0: Statista Digital Market Outlook / Statista. August 2019. URL: <https://www.statista.com/study/66974/in-depth-industry-40/>.
8. Individuals using the Internet (% of population) / WorldBank. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS>.
9. Sardak S. et al. Global factors which influence the directions of social development. 2017. URL: https://businessperspectives.org/images/pdf/applications/publishing/templates/article/assets/9597/PPM_2017_03cont2_Sardak.pdf.
10. Tasch B. These are the wealthiest countries in the world // World Economic Forum, 08/03/2017, URL: <https://www.weforum.org/agenda/2017/03/these-are-the-wealthiest-countries-in-the-world>.
11. Батурич Л. М. Экономическая дипломатия в мировой политике: история и современность // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2014. Т. 14. №. 3.
12. Білорус О. Г. Транзитивні країни у світосистемі постіндустріального глобалізму (Частина 2) [Електронний ресурс] / О. Г. Білорус // Економічний часопис-XXI. – 2013. – № 9-10(1). – С. 3-6. – URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_9-10\(1\)_2](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_9-10(1)_2).
13. Заблоцька Р. О., Шовкопляс О. В. Порівняльні переваги слаборозвинутих країн світу в міжнародній торгівлі послугами за Способом 4 // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2011. Вип. 101 (2). С. 46-52. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_101\(2\)_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2011_101(2)_8).
14. Лук'яненко Д. Г., Галахова Т. О. Феномен креативізації глобальної економіки і менеджменту // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2016. №. 23 (3). С. 12-21. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2016_23%283%29_4.
15. Макогон Ю. В., Медведкин Т. С. Международный трансфер знаний в условиях глобализации мировой экономики // Вісник Дніпропетровського університету. Сер.: Менеджмент інновацій. 2012. Т. 20, вип. 1. С. 10-19. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdumi_2012_20_1_4.
16. Смарт-промисловість в епоху цифрової економіки: перспективи, напрями і механізми розвитку: монографія / [В. П. Вишневецький, О. В. Вієцька, О. М. Гаркушенко, С. І. Князев, О. В. Лях, В. Д. Чекіна, Д. Ю. Череватський]; за ред. акад. НАН України В. П. Вишневецького; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Київ, 2018. – 192 с.
17. Соловійова О. Податок на цифрові послуги: міжнародний аспект // Юридична газета online. 2018. № 51-52 (653-654). URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/mizhnarodne-pravo-investiciyi/podatok-na-cifrovi-poslugi-mizhnarodniy-aspekt.html>.
18. Тараненко І. В. Моделювання впливу інноваційного потенціалу на конкурентоспроможність країн в глобальному середовищі // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2013. №. 114 (2). С. 121-131. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/viewFile/66/49>.

19. Тараненко І. В. Модифікація глобалізаційно-інноваційної моделі світової економіки на засадах сталого розвитку: нові виміри конкурентоспроможності // Європейський вектор економічного розвитку. Економічні науки. 2013. №. 1. С. 172-185. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ever_2013_1_27.
20. Філіпенко А. С. Глобальний поділ праці на початку XXI ст. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. 2012. Вип. 110 (1). С. 51-53. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110\(1\)_16](http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmv_2012_110(1)_16).
21. Чентуков Ю. І. Особливості формування глобального інноваційного простору // Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2012. Вип. 18 (спец. вип.). С. 274-279. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvdau_2012_18.

3.7. QUALITY CRITERIA TREE AS THE MAIN METHOD OF QUALIMETRY

3.7. ДЕРЕВО КРИТЕРІЇВ ЯКОСТІ ЯК ОСНОВНИЙ МЕТОД КВАЛІМЕТРІЇ

Вступ. Нині при оцінюванні якості продукції все більшого значення набувають багатокритеріальні оцінки виділених критеріїв, які в багатьох випадках забезпечують отримання більш достовірної інформації.⁴⁶³ Кінцевою метою завжди є забезпечення високої якості продукції. Це означає, що в ролі узагальненого критерію може виступати якість виробу, а в ролі часткових критеріїв – показники, що характеризують властивості продукції.

Завдання багатокритеріальної оптимізації (БКО) передбачає звернення до завдань дослідження операцій в тому випадку, коли виконуються основні вимоги⁴⁶⁴:

- критерії незалежні;
- задано напрямком поліпшення значень критеріїв.

У деяких випадках доцільно аналізувати якість за структурними рівнями. Метою декомпозиції системи критеріїв якості при цьому буде встановлення показників якості (властивостей) і їх кількісних значень (діапазонів варіювання) для кожного структурного рівня від мікро- до макrorівня.⁴⁶⁵ Декомпозицію системи критеріїв якості проводять на кожному виділеному структурному рівні. Однак, перелік показників якості на кожному новому рівні доповнюються специфічними властивостями. При цьому слід враховувати, що обов'язковою умовою декомпозиції є виявлення цілісно-нецілісних властивостей шляхом «цілісного» розбиття системи, тобто, отримані після декомпозиції частини можуть утворювати єдине ціле – це є заключним етапом декомпозиції системи критеріїв якості.⁴⁶⁶

У дослідженні представлено методика складання дерева критеріїв якості при загальному оцінюванні якості.

Класифікація методів кваліметрії. Підвищення рівня якості продукції залежить від задоволення потреб замовників. Відповідність рівня якості продукції потребам споживачів обчислюється за допомогою експертних вимірювань.

В даний час існує велика кількість підходів, що сприяють підвищенню рівня якості та конкурентоспроможності підприємств. Розглянемо найпоширенішими з них.

1. Системи контролю – це порівняння запланованих показників з фактичними, і відповідно аналіз отриманих відхилень при їх наявності. Завданням Системи контролю – є розробка плану і згідно даного плану, досягнення цілі. Метою Системи контролю є інформаційна підтримка управлінських рішень для підвищення їх якості. Якість управлінського рішення – це безліч рішень здатних задовольнити вимоги споживачів.⁴⁶⁷

2. BSC – це методологія заснована на перекладі стратегій в конкретні цілі щодо розвитку підприємства. BSC заснована на таких основних напрямках, як клієнти, фінанси, внутрішні процеси та навчання. За даним напрямком з'являється можливість ефективної

⁴⁶³ Логанина, В. И. Обеспечение качества и повышение конкурентоспособности строительной продукции [Текст]: монография / В. И. Логанина, Л. В. Макарова, Р. В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2014; Горбашко, Е. А. Управление качеством [Текст]: учебник для бакалавров / Е. А. Горбашко. – 2-ое издание исправленное и дополненное. – М: Издательство Юрайт, 2016. – 463 с.; Пухматов, Д. В. Методика определения конкурентоспособности предприятий [Текст] / Д. В. Пухматов / Известия Иркутской государственной экономической академии. – № 5 – 2013; Макарова, Л. В. Кваліметрія і управління якістю [Текст]: учебно-метод. пособие / Л. В. Макарова, Р. В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2010.

⁴⁶⁴ Романова И. К. Постановка задачи управления фронтом Парето и ее решение в анализе и синтезе оптимальных систем // Наука и образование: научное издание МГТУ им. Н. Э. Баумана. – 2015. – № 8. – С. 140-165.

⁴⁶⁵ Данилов, А. М. Строительные материалы как системы / А. М. Данилов, Е. В. Королев, И. А. Гарькина // Строительные материалы. – 2006. – № 7. – С. 55-57.

⁴⁶⁶ Дегтярев, Ю. И. Системный анализ и исследование операций / Ю. И. Дегтярев. – М.: Высшая школа, 1996. – 334 с.

⁴⁶⁷ Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. – John Wiley & Sons, 2013; Metzger A. et al. Comparing and combining predictive business process monitoring techniques // IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems. – 2015. – Т. 45. – № 2. – С. 276-290.

оцінки діяльності підприємства. При досягненні розроблених цілей необхідним є надання результатів у вигляді кількісних показників.⁴⁶⁸

3. У СМЯ з метою підвищення якості застосовують Оцінку задоволеності споживачів, яка є обов'язковою за вимогами ISO 9001: 2008. Вихідними даними при аналізі є дані, отримані через лінію «Зворотній зв'язок зі споживачами», при аналізі в основному використовуються індекс задоволеності споживачів і кваліметричні способи оцінки якості.⁴⁶⁹

Існує велика кількість методів кваліметрії, що слугують ефективними інструментами оцінки якості продукції. Умовно їх можна класифікувати за точністю вимірювань з точки зору похибок (Рис. 1).



Рис. 1. Класифікація методів оцінки якості продукції

Однак, незалежно від того, наскільки точний метод оцінки якості буде обрано, необхідним є проведення декомпозиції критеріїв якості досліджуваних об'єктів.

Принципи побудови дерева критеріїв якості.

Класифікація властивостей. Для визначення узагальненого критерію якості, необхідним є проведення декомпозиції властивостей. Для цього доречно скористатися зручним інструментом кваліметрії – деревом властивостей. Побудова дерева властивостей є важливим етапом алгоритму розробки методики оцінювання якості. Це зумовлено рядом причин. Перш за все, при неправильному виконанні складових його операцій результати оцінювання якості, отримані за допомогою некоректно побудованого дерева, можуть виявитися зовсім невірними.⁴⁷⁰ При чому помилка, яка виникає, може проявлятися за будь-якою шкалою, в якій будуть виражатися значення показника якості.⁴⁷¹

Будь-які властивості можна класифікувати за складністю⁴⁷²:

- складні властивості (ті, що можна ділити на більш прості);
- прості властивості (поділ яких на більш прості неможливий);

⁴⁶⁸ Wiśniewska M., Szczepańska K. A. Quality management frameworks implementation in Polish local governments // Total Quality Management & Business Excellence. – 2014. – Т. 25. – № 3-4. – С. 352-366; Hasnine M. N., Chayon M. K. H., Rahman M. M. A Cost Effective Approach to Develop Mid-size Enterprise Software Adopted the Waterfall Model // World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering. – 2015. – Т. 9. – № 5. – С. 1182-1191.

⁴⁶⁹ Nanda V. Quality management system handbook for product development companies. – CRC Press, 2016.

106. ISO 90017; Heras-Saizarbitoria I., Boiral O. ISO 9001 and ISO 14001: towards a research agenda on management system standards // International Journal of Management Reviews. – 2013. – Т. 15. – № 1. – С. 47-65.

⁴⁷⁰ Кваліметрія для всіх: Учеб. пособие / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин, В. В. Садовов. – М.: ИД Информ Знание, 2012. – 165 с.

⁴⁷¹ Dill D. D., Soo M. Academic Quality, League Tables, and Public Policy: A Cross-National Analysis of University Ranking Systems // Higher Education. 2005. Vol. 49. P. 495-533

⁴⁷² Кваліметрія для всіх: Учеб. пособие / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин, В. В. Садовов. – М.: ИД Информ Знание, 2012. – 165 с.

– квазіпрості (властивості, які можна ділити на більш прості, але це не є доречним, або поділ властивостей не призведе до спрощення).

Крім того, існує поняття «група властивостей» – сукупність менш складних властивостей, на яку безпосередньо розкладається складна властивість.⁴⁷³

З іншого боку, властивості можна умовно розділити на узгоджені, нейтральні та суперечливі. До узгоджених критеріїв можна віднести той випадок, коли поліпшення показника якості одного критерію призводить до поліпшення показника якості іншого. У цьому випадку для того, щоб поліпшити загальну якість виробу достатньо поліпшити показники якості одного з критеріїв.

Нейтральні критерії – це ті критерії, значення показників якості яких не впливають один на одного. Забезпечення якості виробу досягається шляхом поліпшення показників якості кожного з нейтральних критеріїв.

Особливим випадком являються суперечливі критерії – при поліпшенні одного з них, інший показник погіршується. У цьому випадку рішення щодо поліпшення якості продукції можливим стає лише за умови компромісу.

Таким чином, для встановлення узагальненого критерію якості необхідно проводити оптимізацію системи за всіма критеріями, у тому числі суперечливими. Однак оптимізація системи по одному з критеріїв практично виключає можливість оптимізації за іншими критеріями.⁴⁷⁴ Тому важливо знайти узгоджений оптимум для всіх використовуваних критеріїв.⁴⁷⁵ При цьому множина конкуруючих рішень повинна відображатися в матрицю векторних оцінок. Якщо векторна оптимізація здійснюється з використанням узагальненого критерію, то необхідним є проходження ряду процедур.⁴⁷⁶

Вибір компромісного рішення. Необхідним є врахування того факту, що оцінювання узагальненого критерію якості ускладнюється через відмінності одиниць, в яких виражаються значення параметрів.

Для того, щоб вибрати найкраще технічне рішення, потрібно спочатку дати оцінку отриманим варіантам, потім ці оцінки порівняти, і тільки після цього вибрати варіант з найвищою оцінкою. Порівнювати варіанти найчастіше доводиться за багатьма ознаками, тобто користуватися декількома шкалами.⁴⁷⁷

Причому за однією шкалою кращими виявляються одні варіанти, за іншою – інші. Ознаки, використовувані для порівняння, нерівнозначні: одні більш важливі, інші – менш, деякі – суперечливі. В якості критеріїв вибираються ознаки, що відповідають найбільш важливим цілям проектування.⁴⁷⁸ Одночасно досягнення оптимуму за всіма критеріями практично неможливо. Компромісні рішення можуть прийматися на основі зрівняння критеріїв чи вибору головного, більш важливого. Слід також враховувати успадкування властивостей від вихідного стану до макрорівня.

Побудова дерева показників якості. У теорії забезпечення якості товарів та кваліметрії для визначення критеріїв якості прийнято використовувати зручний інструмент – дерево властивостей та дерево показників якостей. Розбиття за таким принципом дає можливість

⁴⁷³ Dill D. D., Soo M. Academic Quality, League Tables, and Public Policy: A Cross-National Analysis of University Ranking Systems // Higher Education. 2005. Vol. 49. P. 495-533.

⁴⁷⁴ Garry G. Azgaldov, Alexander V. Kostin. Applied Qualimetry: Its Origins, Errors and Misconceptions // Benchmarking: An International Journal, Vol. 18, Iss. 3, 2011, pp. 428-444.

⁴⁷⁵ Houston D. Rethinking Quality and Improvement in Higher Education // Quality Assurance in Education. 2008. Vol. 16. No.1. P. 61-79.

⁴⁷⁶ IREG-Ranking Audit. Purpose, Criteria and Procedure // IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence. 2011. URL: http://www.ireg-observatory.org/pdf/IREG_audit.pdf.

⁴⁷⁷ Кравчук И. С., Тихоглаз Ю. С., Занг Н. Ч. Математическая модель и алгоритм управления качеством в кластерных системах сбора и обработки информации. – Системы управления и информационные технологии, 2008, 1.2 (31), – с. 299-303.

⁴⁷⁸ Кравчук И. С., Тихоглаз Ю. С., Ву Тхи Тует Ланг. Эволюционная стратегия управления в задачах распознавания образов // Системы управления и информационные технологии, 2008, 2.3 (32). – С. 358-360.

визначення узагальненого критерію якості та встановлення коефіцієнтів вагомості кожного з показників.

Дерево властивостей наноматеріалу в значній мірі є аналогом дерева показників (що є метою реалізації алгоритму кваліметричного аналізу на етапі визначення узагальненого критерію якості). У дереві властивостей якість як найбільш складна властивість розглядається як стовбур дерева, зазвичай умовно вважається розташованим на нульовому ярусі дерева⁴⁷⁹ Ця складна властивість декомпонується на наступному ярусі на менш складні властивості, кожна з яких, в свою чергу, ділиться на ще менш складні властивості і т.д. Властивості нижчого, $(k - 1)$ -го ярусу є узагальнюючими для відповідних властивостей подальшого, k -го ярусу ($k = 1, 2, \dots, m$, де m – номер найвищого (останнього) ярусу дерева властивостей) (Рис. 2).⁴⁸⁰

При побудові дерева властивостей/якості матеріалу необхідним є врахування загальних принципів побудов дерев властивостей. Висота дерева зумовлюється розбиттям властивостей – дерево необхідно будувати до тих пір, поки не залишаться лише прості чи квазіпрості властивості. Необхідно дотримуватися принципу незалежності по перевазі властивостей в групі. Повнота врахування особливостей застосування об'єкта повинна враховуватися першочергово.

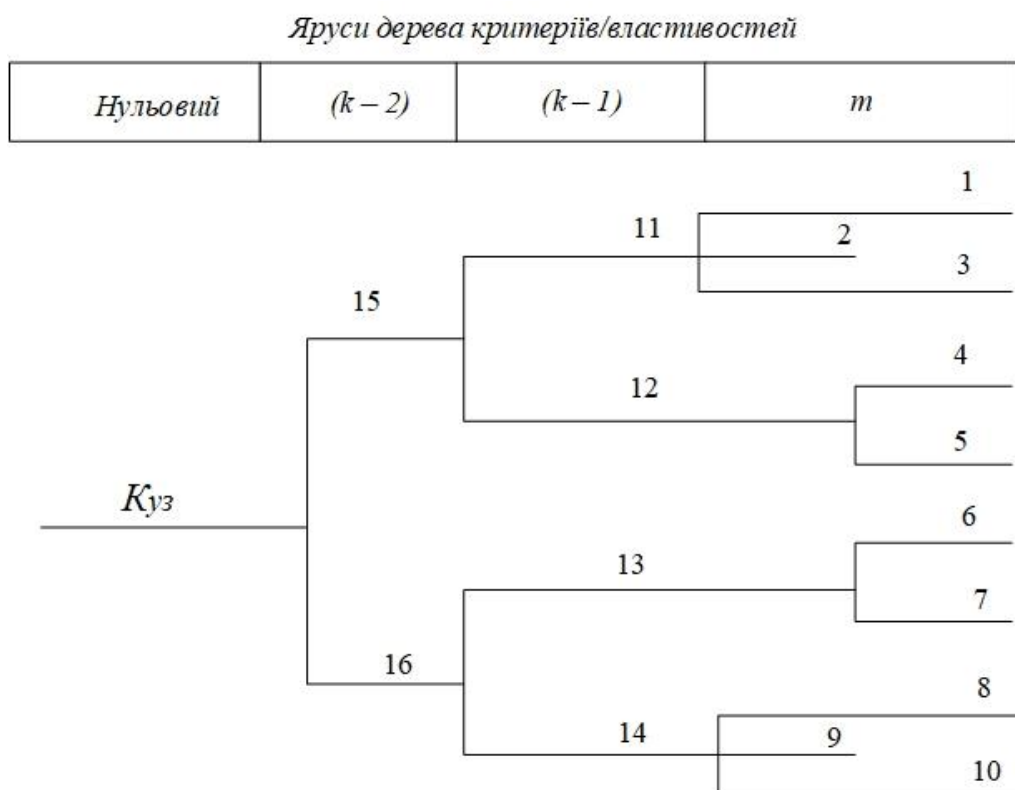


Рис. 2. Загальна схема декомпозиції (по ярусам дерева) критеріїв якості більш складних на часткові і нумерація критеріїв

При побудові дерева властивостей доцільним є розбиття на загальні властивості та специфічні. Цей поділ є умовним, ряд властивостей можна розглядати в обох групах одночасно. Тим не менш, ранжування за таким принципом є необхідним для визначення

⁴⁷⁹ Кравчук И. С., Тихоглаз Ю. С., Занг Н. Ч. Математическая модель и алгоритм управления качеством в кластерных системах сбора и обработки информации. – Системы управления и информационные технологии, 2008, 1.2 (31), – с. 299-303; Технологии углеродных материалов и структур в нанотехнологиях: учебное пособие / Под ред. Е. Н. Ивашова. – М.: МИРЭА, 2015. – 163 с.

⁴⁸⁰ Кваліметрія для всіх: Учеб. посібник / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин, В. В. Садовов. – М.: ИД Информ Знание, 2012.– 165 с.

специфіки кожної окремої групи та розуміння її ролі для промислового виробництва. Таким чином, специфічні властивості можна назвати частковими.

Для подальшого розбиття властивостей на більш прості (елементарні) необхідно проводити аналіз кожної гілки складеного дерева.

Висновки. Таким чином, у представленому дослідженні показано доцільність застосування дерева критеріїв якості для оцінювання рівня якості. Цей метод є універсальним і може застосовуватися при оцінюванні явищ, подій, товарів, послуг тощо. Основною специфікою методу є розбиття на більш прості показники, що складають яруси дерева. Це дозволяє всебічно та повно оцінити показники якості та наявні альтернативи.

Застосування методу дерева критеріїв якості є доречним у економічних, соціальних, політичних, освітніх, технологічних процесах. Універсальність та простота цього методу дозволяє йому залишатися основним методом кваліметрії.

Література

1. Логанина, В. И. Обеспечение качества и повышение конкурентоспособности строительной продукции [Текст]: монография / В. И. Логанина, Л. В. Макарова, Р. В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2014.

2. Горбашко, Е. А. Управление качеством [Текст]: учебник для бакалавров / Е. А. Горбашко. – 2-ое издание исправленное и дополненное. – М: Издательство Юрайт, 2016. – 463 с.

3. Пухматеров, Д. В. Методика определения конкурентоспособности предприятий [Текст] / Д. В. Пухматеров / Известия Иркутской государственной экономической академии. – № 5 – 2013.

4. Макарова, Л. В. Кваліметрія і управління якістю [Текст]: учебно-метод. пособие / Л. В. Макарова, Р. В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2010.

5. Романова И. К. Постановка задачи управления фронтом Парето и ее решение в анализе и синтезе оптимальных систем // Наука и образование: научное издание МГТУ им. Н. Э. Баумана. – 2015. – № 8. – С. 140-165.

6. Данилов, А. М. Строительные материалы как системы / А. М. Данилов, Е. В. Королев, И. А. Гарькина // Строительные материалы. – 2006. – № 7. – С. 55-57.

7. Дегтярев, Ю. И. Системный анализ и исследование операций / Ю. И. Дегтярев. – М.: Высшая школа, 1996. – 334 с.

8. Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. – John Wiley & Sons, 2013.

9. Metzger A. et al. Comparing and combining predictive business process monitoring techniques // IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics: Systems. – 2015. – Т. 45. – № 2. – С. 276-290.

10. Wiśniewska M., Szczepańska K. A. Quality management frameworks implementation in Polish local governments // Total Quality Management & Business Excellence. – 2014. – Т. 25. – № 3-4. – С. 352-366.

11. Hasnine M. N., Chayon M. K. H., Rahman M. M. A Cost Effective Approach to Develop Mid-size Enterprise Software Adopted the Waterfall Model // World Academy of Science, Engineering and Technology, International Journal of Computer, Electrical, Automation, Control and Information Engineering. – 2015. – Т. 9. – № 5. – С. 1182-1191.

12. Nanda V. Quality management system handbook for product development companies. – CRC Press, 2016. 106. ISO 90017.

13. Heras-Saizarbitoria I., Boiral O. ISO 9001 and ISO 14001: towards a research agenda on management system standards // International Journal of Management Reviews. – 2013. – Т. 15. – № 1. – С. 47-65.

14. Кваліметрія для всіх: Учеб. пособие / Г. Г. Азгальдов, А. В. Костин, В. В. Садовов. – М.: ИД Информ Знание, 2012.– 165 с.

15. Dill D. D., Soo M. Academic Quality, League Tables, and Public Policy: A Cross-National Analysis of University Ranking Systems // Higher Education. 2005. Vol. 49. P. 495-533.
16. Garry G. Azgaldov, Alexander V. Kostin. Applied Qualimetry: Its Origins, Errors and Misconceptions // Benchmarking: An International Journal, Vol. 18, Iss. 3, 2011, pp. 428-444.
17. Houston D. Rethinking Quality and Improvement in Higher Education // Quality Assurance in Education. 2008. Vol. 16. No.1. P. 61-79.
18. IREG-Ranking Audit. Purpose, Criteria and Procedure // IREG Observatory on Academic Ranking and Excellence. 2011. URL: http://www.ireg-observatory.org/pdf/IREG_audit.pdf.
19. Кравчук И. С., Тихоглаз Ю. С., Занг Н. Ч. Математическая модель и алгоритм управления качеством в кластерных системах сбора и обработки информации. – Системы управления и информационные технологии, 2008, 1.2 (31), – с. 299-303.
20. Кравчук И. С., Тихоглаз Ю. С., Ву Тхи Туэт Ланг. Эволюционная стратегия управления в задачах распознавания образов // Системы управления и информационные технологии, 2008, 2.3 (32). – С. 358-360.
21. Технологии углеродных материалов и структур в нанотехнологиях: учебное пособие / Под ред. Е. Н. Ивашова. – М.: МИРЭА, 2015. – 163 с.

3.8. DIGITAL TRANSFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS (REGIONS) OF UKRAINE

3.8. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ (РЕГІОНІВ) УКРАЇНИ

Сьогодні вже не виникає сумніву щодо актуальності та необхідності впровадження цифровізації та цифрової трансформації у економіку соціально-економічних систем. Саме цифрові трансформації визначають шлях подальшого розвитку будь-якої соціально-економічної системи, під якою у даному дослідженні будемо розуміти – регіон. Трансформація цифрового «життя» регіону безпосередньо пов'язана з його устроєм, політикою, економічною та соціальною системами.

Дану наукову проблему вивчали багато авторів, серед яких: Д. Бел⁴⁸¹, П. Друкер⁴⁸², К. Еванс⁴⁸³, А. Тофлер⁴⁸⁴, К. Кларк⁴⁸⁵, М. Шрейдж⁴⁸⁶, Н. Колін⁴⁸⁷. Сучасним українським авторами, які досліджували питання цифровізації, є такі: С. Коляденко⁴⁸⁸, Л. Федулова⁴⁸⁹, В. Ляшенко⁴⁹⁰, Т. Юдина⁴⁹¹, Н. Краус⁴⁹² та інші.

Метою даної роботи є дослідження теоретичних основ, проблем та шляхів впровадження цифрової трансформації соціально-економічних систем (регіонів).

Дана мета дозволила сформулювати такі завдання:

- визначити понятійно-категоріальний апарат цифрової трансформації соціально-економічних систем;
- дослідити проблеми щодо впровадження цифровізації та цифрової трансформації регіонів;
- розглянути основні процеси, що задіяні у цифровій трансформації соціально-економічних систем;
- проаналізувати принципи цифрової трансформації у регіоні;
- сформулювати вигоди від цифрової трансформації як на рівні суб'єктів господарювання, так і самих соціально-економічних систем;
- охарактеризувати цифрові платформи та їх переваги.

Цифровізація усіх економічних процесів в соціально-економічній системі (регіоні) дозволяє суб'єктам господарювання більш ефективно здійснювати конкурентну боротьбу, відповідати усім викликам сьогодення та йти уперед за технологічними змінами. Це повинно відповідати потребам споживачів, на задоволення яких і націлені усі суб'єкти господарювання.

⁴⁸¹ Bell D. *The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting*. New York: Basic Books, 1999.

⁴⁸² Drucker P. *Post-Capitalist Society*. New York: HarperCollins, 1993.

⁴⁸³ Evans C. *The Mighty Micro: The Impact of the Computer Revolution*. Gollancz, 1979.

⁴⁸⁴ Toffler A. *The Third Wave*. Collins, 1980.

⁴⁸⁵ Clarck C. *Conditions of economic progress*. 3-d ed. London: The Macmillian Co. – New York: St. Martin's press, 1957. 236 p.

⁴⁸⁶ Schrage M. *Rethinking the Value of Customers in a Digital Economy*, 2016. Retrieved from: <http://sloanreview.mit.edu/article/rethinking-thevalue-ofcustomers-in-a-digital-economy>.

⁴⁸⁷ Colin N. *The digital economy*. 2015. № 26. p. 1-12. URL: https://www.cairn-int.info/article-E_NCAE_026_-0001--the-digital-economy.htm.

⁴⁸⁸ Коляденко С. В. *Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світ*. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105-112.

⁴⁸⁹ Федулова Л. І. *Цифрова трансформація (цифровізація) регіонів України*. Аналітична записка. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/4ba4c1b4-cefe-4f27-b58b-3aee7c8cf152.pdf>.

⁴⁹⁰ Ляшенко В. І. *Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія*. Ін-т економіки пром-сті. К., 2018. 252 с.

⁴⁹¹ Юдина Т. Н. *Цифровая экономика сквозь призму философии хозяйства и политической экономии*. Философия хозяйства. 2017. № 1. С. 193-201.

⁴⁹² Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. *Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку*. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf.

Сучасне визначення цифровізації дозволяє зрозуміти її як оціфрування усіх інформаційних та матеріальних ресурсів, а також створення мережевих платформ задля взаємодії усіх учасників, з метою отримання бажаного результату в жорстких умовах оточуючого середовища та з використанням різних засобів автоматизації.

Цифрова трансформація – це перехід на нові технології, засоби, системи та електронно-комунікаційний обмін між ними, а також створення цифрового простору та інфраструктури. Тобто, цифрова трансформація суб'єктів господарювання регіону робить їх «цифровими підприємствами», що працюють за новими економічними, соціальними та управлінськими принципами, які цифрові технології самі по собі реалізувати не можуть.

Інфраструктура цифрової економіки – це базис для моделювання та організації бізнес-процесів на основі цифровізації, зниження ризиків та перепон на шляху цифрової трансформації, розвиток соціальних мереж, набуття цифрових навичок суспільства.

На жаль, сьогодні існує ряд проблем впровадження цифрової трансформації, як на рівні суб'єктів господарювання, так і на рівні регіонів, а саме:

- відсутність державних, регіональних та місцевих програм і стратегій цифрового розвитку;
- недосконалість механізмів впровадження цифрової трансформації у суспільне життя;
- нерозвинена цифрова інфраструктура;
- низька мотивація суб'єктів господарювання щодо здійснення «цифрових» змін;
- відсутність інституціональної підтримки цифрової трансформації;
- низький рівень інформованості та обізнаності суспільства;
- низька інвестиційна активність;
- недосконалість податкового законодавства щодо впровадження цифрової трансформації (пільги, податкові канікули, тощо).

Однак, у вересні 2019 року було створено Міністерство цифрової трансформації України та Комітет цифрової трансформації України у ВР, а також прийнято низку законодавчих актів:

- Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України 2018-2020 роки⁴⁹³;
- Цифрова ЗеУкраїна: план розвитку digital-економіки⁴⁹⁴;
- Дорожня карта цифрової економіки⁴⁹⁵;
- Цифрова адженда України – 2020⁴⁹⁶;
- Проект Закону про розвиток цифрової економіки⁴⁹⁷.

У Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України 2018-2020 роки розглянуто наступні напрями:

- нормативно-організаційне, нормативно-методичне забезпечення;
- розвиток сучасних напрямів цифрової економіки;
- експорт цифрових технологій;
- впровадження цифрового розвитку в усі сфери життєдіяльності суспільства;
- мотивація до розвитку цифрових навичок суспільства;
- цифрова інфраструктура.

Розглядаючи цифрову трансформацію соціально-економічної системи (регіону) вважаємо, що під нею слід розуміти впровадження сучасних цифрових технологій в будь-які бізнес-процеси, які здійснюють суб'єкти господарювання даного регіону через товарні ринки.

⁴⁹³ Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України 2018-2020 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.

⁴⁹⁴ Цифрова ЗеУкраїна: план розвитку digital-економіки. <https://ukraine.org.ua/ua/news/cifrova-zeukraina-plan-rozvitku-digital-ekonomiki>.

⁴⁹⁵ Дорожня карта цифрової економіки. URL: <https://www.euointegration.com.ua/rus/experts/2016/10/12/7055753/>.

⁴⁹⁶ Цифрова адженда України – 2020. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.

⁴⁹⁷ Проект Закону про розвиток цифрової економіки. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63316.

А під самою трансформацією слід розуміти поетапну, послідовну, усвідомлену перебудову.

Слід підкреслити, що розуміння поняття «цифрова трансформація» має на увазі внесення змін у такі процеси суб'єктів господарювання регіонів (рис. 1):

- технології;
- бізнес-процеси;
- сервіси;
- продукти;
- процес управління організацією;
- підходи при прийнятті управлінських рішень;
- бізнес-задачі, тощо.



Рис. 1. Складові процесів, які зазнають змін при здійсненні цифрової трансформації

Розглядаючи дані процеси, які є рушійними важелями усіх суб'єктів господарювання, вважаємо, що цифрова трансформація включає такі вектори розвитку:

- формування бізнес-задачі;
- наявність даних;
- операційна діяльність;
- технології;
- розробка стратегії, яка безпосередньо пов'язана із цифровою трансформацією або йде «пліч-о-пліч».

Ми вже, відмічали, що будь-які зміни та трансформації у діяльності суб'єктів ринку здійснюються під впливом змін у потребах споживачів. Змінюються фактори впливу, змінюються процеси, суб'єкти адаптуються до нових умов господарювання, одним з яких і є цифровізація. Суб'єкти господарювання також отримують набір важливих конкурентних переваг та стають більш стійкими до викликів зовнішнього оточення.

Тому вважаємо, що цифрова трансформація - це зміна мислення, бачення бізнесу, нові умови господарювання, нова якість та нові сервіси.

Безумовно, що сама цифрова трансформація здійснюється на основі практичного досвіду, наукових положень, загальних правил, обставин та вимог. Тому, подальші шляхи впровадження цифрових змін повинні базуватись на ряді принципів:

- адаптивність (врахування швидкості змін цифрових технологій);
- безпечність (захист даних, кібербезпека);
- доступність (безперервний, вільний доступ до знань, інформації);
- комплексність (інституціональна підтримка цифрової трансформації);
- гармонійність (гармонійний розвиток традиційної та «цифрової» економік);

- надійність (формування бізнес-платформ на основі норм, нормативів, правил, положень та стандартів);
- структурованість (маневреність інформаційними ресурсами та потоками);
- оптимізаційність (заходи з підвищення результативності залучення суб'єктів ринку до цифрової трансформації);
- реакційність (перехід до новітніх цифрових технологій);
- незалежність (свобода вибору, пошуку, передачі інформації);
- інтегрованість (залучення у цифрову трансформацію суб'єктів усіх рівнів: державних, регіональних, місцевих та локальних);
- адаптивність (мотивація усіх суб'єктів - учасників цифрової трансформації);
- розвиненість (наявність цифрової інфраструктури);
- стимулювання (мотивація суб'єктів господарювання щодо цифрової трансформації);
- стратегування (постійне прогнозування можливих змін зовнішнього середовища, зміна структури економіки відповідно зовнішнім змінам).

Тобто, принципи цифрової трансформації включають закони, акти, положення щодо цифрової трансформації.

Ще однією, не менш важливою з перепон на шляху цифрової трансформації є «цифрова безграмотність». Деякі суб'єкти господарювання здійснюють опір, не до кінця розуміючи вигоди, які можна отримати від цифрової трансформації, а саме (Рис. 2):

- нові можливості для отримання додаткових прибутків (нові способи отримання прибутку, підвищення продажів);
- оптимізація бізнес-процесів (автоматизація усіх процесів, враховуючі проміжні етапи);
- більша впізнаваність бренду чи торгової марки (підвищення іміджу серед споживачів та інших суб'єктів ринку);
- створення додаткової інфраструктури обслуговування (задоволення будь-яких потреб замовників та споживачів);
- лояльність з боку місцевих органів влади (прозорість ведення бізнесу, сплати податків, доброчинність ведення бізнесу).

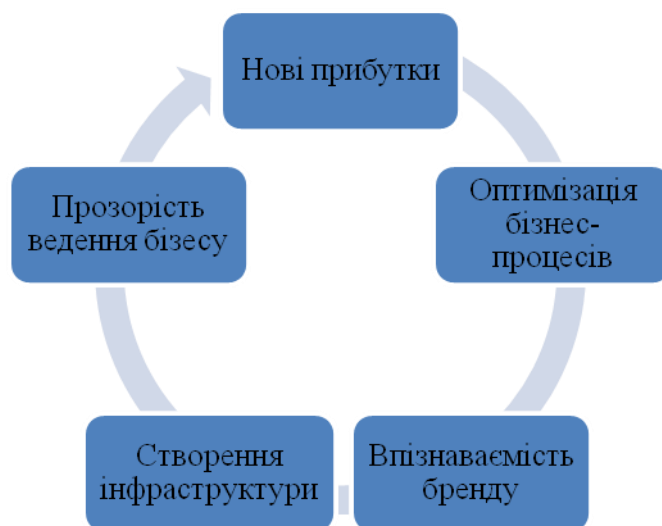


Рис. 2. Вигоди суб'єктів господарювання від цифрової трансформації

Позитивний ефект від цифрової трансформації може бути не тільки на рівні суб'єкту господарювання, але і держави, регіону. Так, на рівні соціально-економічної системи (регіону) вигоди можуть бути такі (Рис. 3).

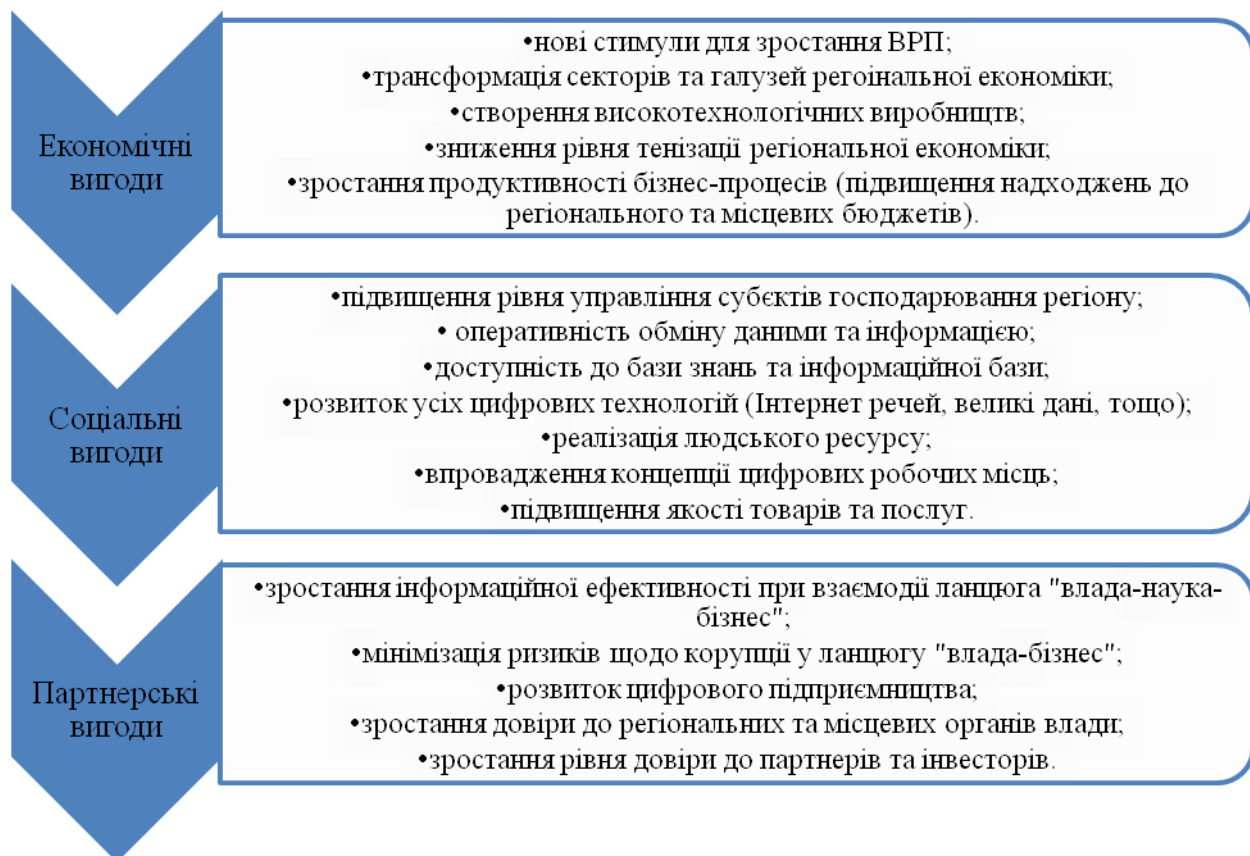


Рис. 3. Вигоди соціально-економічної системи (регіону) від цифрової трансформації

Отже, враховуючі вище сказане, вважаємо, що від впровадження цифрових трансформацій соціально-економічних систем (регіонів) можливо отримати такі ефекти:

- розвиток трудового потенціалу;
- зростання людського капіталу;
- підвищення трудової мобільності та ділової активності;
- підвищення інвестиційної активності в регіоні;
- зростання якості трудового життя;
- зростання життя населення;
- саморозвиток соціально-економічної системи (регіону).

У ході цифрової трансформації безумовно необхідно впроваджувати технології, які найбільш адаптовані та ефективні для кожного окремого виду діяльності, галузі та підгалузі. Так, найбільш поширеними є такі (Рис. 4):

- Інтернет речей;
- Великі дані (зберігання та обробка даних);
- Штучний інтелект;
- Система розподіленого реєстру (блокчейн);
- Робототехніка;
- Віртуальна та доповнена реальність;
- Соціальність (залучення більшої кількості та різних груп користувачів);
- Мобільність (отримання інформації з будь-якого місця);
- Хмарні рішення (спосіб збереження даних), тощо.

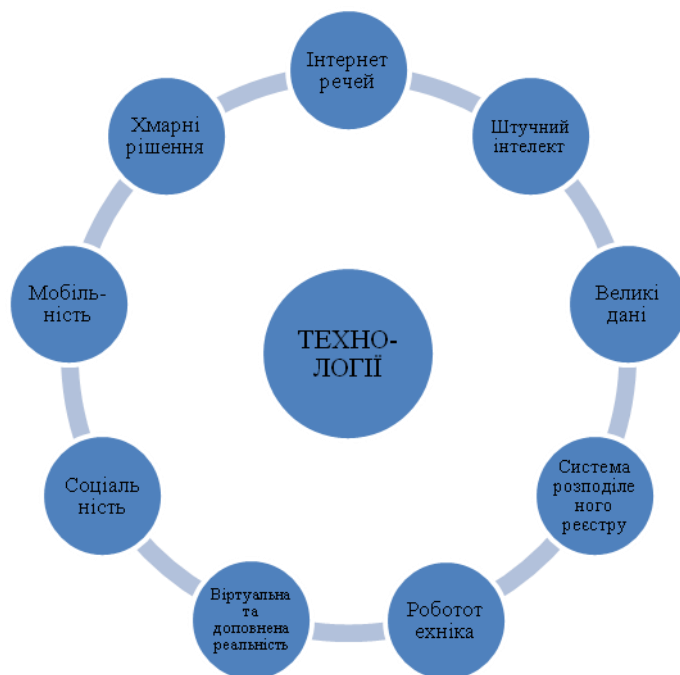


Рис. 4. Технології цифрової трансформації

Оскільки, метою нашої роботи є дослідження цифрових змін у соціально-економічних системах вважаємо необхідним розглянути шляхи цифрової трансформації у регіонах (Рис.5).



Рис. 5. Шляхи цифрової трансформації у соціально-економічних системах (регіоні)

Отже, цифрова трансформація соціально-економічної системи (регіону) – це зміна концепції, світогляду, сутності функціонування соціально-економічних систем шляхом зміни матеріальних і інформаційних ресурсів у цифрові, систематизація та накопичення даних у мережевих системах задля досягнення довгострокового, конкурентоспроможного становища в умовах цифровізації.

Цифрова економіка створює основу для диверсифікації видів господарської діяльності та напрямів бізнесу. Тобто, цифрова трансформація дозволяє регіональній економіці перейти на більш високий рівень розвитку.

Проаналізуємо існуючі підходи до цифрової трансформації соціально-економічних систем (регіонів):

- процесний – соціально-економічна система уявляє собою ланцюг створення доданої вартості від зародження ідеї про створення товару до його реалізації та післяпродажного обслуговування;
- технологічний – вибір технологій, які дозволяють прискорити цифрову трансформацію;
- відтворювальний – відтворення матеріальних благ (ресурсно-сировинної бази, робочої сили, виробничих відносин, тощо);
- галузевий – вивчення взаємозв'язків соціально-економічних систем (регіонів) та їх суб'єктів.

У ході даного дослідження впливає, що враховуючі теоретично-методологічний базис цифрової трансформації, слід описати сучасні концепції цифрової трансформації, а саме:

1. Цифрові платформи (бізнес-модель, яка функціонує в цифровій економіці, під якою розуміють надання більшої кількості сервісів та найбільш високої якості).

2. Кіберфізичні системи. Інтернет речей (єдиний простір обчислювальний ресурсів та фізичних процесів, які зайняті у ланцюгу створення доданої вартості).

3. «Індустрія 4.0» (Четверта промислова революція: роботизація, блокчейн, моделювання, прогнозування, великі дані, Інтернет речей, кібербезпека, хмарні обчислення, адаптивне виробництво, доповнена та віртуальна реальність, інтеграційна система, моделювання, збереження даних). Складовою «Індустрії 4.0» є створення інфраструктури на основі таких типів інтеграції: горизонтальна, наскрізна – по всій структурі бізнес-моделі, вертикальна – виробничий ланцюг суб'єкта господарювання).

4. Цифрова трансформація. Вумна «фабрика» (максимальна автоматизація усіх ланок, НДДКР).

5. Перехід до цифрового суспільства «Суспільство 5.0» (зменшення нерівності інформаційних платформ та промислових виробників, подальший розвиток науки і техніки у гармонізації зі усіма членами соціуму, рішення соціальних проблем за допомогою інтеграції фізичного та кіберпростору та високих технологій, здійснюючи життя людини більш повноцінним, а інновації – безпечними та екологічними)⁴⁹⁸.

В останні роки основні положення цифровізації та цифрової трансформації розглядають на рівні суб'єктів підприємництва, але не достатньо уваги приділяється цим трансформаціям на рівні регіонів. Ми вважаємо, що саме регіональні «цифрові» зміни дозволять досягти високих темпів зростання як усіх суб'єктів ринку, так і територіальних утворень, що призведе до реалізації мети - самозабезпечення та саморозвитку регіонів.

Цифрова трансформація суб'єктів господарювання регіону це насамперед зміна моделі господарювання «планування-організація-контроль» на здійснення експериментів, отримання винаходів, впровадження «цифрової» освіти, тощо.

Будь які зміни (трансформації), і тому числі цифрові повинні здійснюватись у рамках структурної політики регіону та підтримувати життєдіяльність ланцюга "влада-наука-бізнес". Усе вище сказане повинно здійснюватись враховуючи закони системного, комплексного та ситуаційного підходів, завдяки яким регіональна економічна система є складною, структурованою та сталою. Тобто, подальші цифрові трансформації соціально-економічної системи (регіону) повинні враховувати такі елементи:

- мета трансформацій на рівні регіону (забезпечення зростання регіональної економіки шляхом гармонізації її структури);
- принципи трансформації (на основі методів трансформації визначаються інструменти впливу на цифрову структуру регіональної економіки);
- система регіональних факторів трансформації (фактори внутрішнього та зовнішнього середовища);
- напрями трансформацій (інтеграційні, соціальні, модернізаційні, галузеві, кластерні).

⁴⁹⁸ Суспільство 5.0 – новий етап глобалізації. URL:<https://matrix-info.com/suspilstvo-5-0-novuj-etap-globalizatsiy/>

При цьому здійснення цифрової трансформації повинно здійснюватись на основі чітко визначених підходів:

- ресурсно-орієнтований (ядром даного підходу є технології як основа цифрової економіки, а додатковими елементами стають також інформаційні та людські ресурси);
- поточковий (потоки інформації і даних, трансформації в технологічних процесах);
- структурний (складовими цифрової економіки стають мережеві технології);
- бізнес-орієнтований (нові моделі бізнесу та підприємницької діяльності, наприклад: мережевий бізнес, електронна торгівля, електронна логістика, цифрові платформи);
- системно-ситуаційний (необхідність адаптації до викликів зовнішнього оточення).

Згідно системно-ситуаційного підходу соціально-економічна система (регіон) має складну та неоднорідну структуру, яка повинно швидко трансформуватись в умовах сучасних викликів. Саме, такий підхід відповідає вимогам цифрової трансформації та вирішує мету – забезпечення зростання регіональної економіки та підвищення ефективності основних економічних процесів.

Здійснюючи дане дослідження, вважаємо, що необхідною умовою цифрової трансформації соціально-економічної системи (регіону) є розвиток цифрових платформ, які представляють собою наступне (Рис. 6).

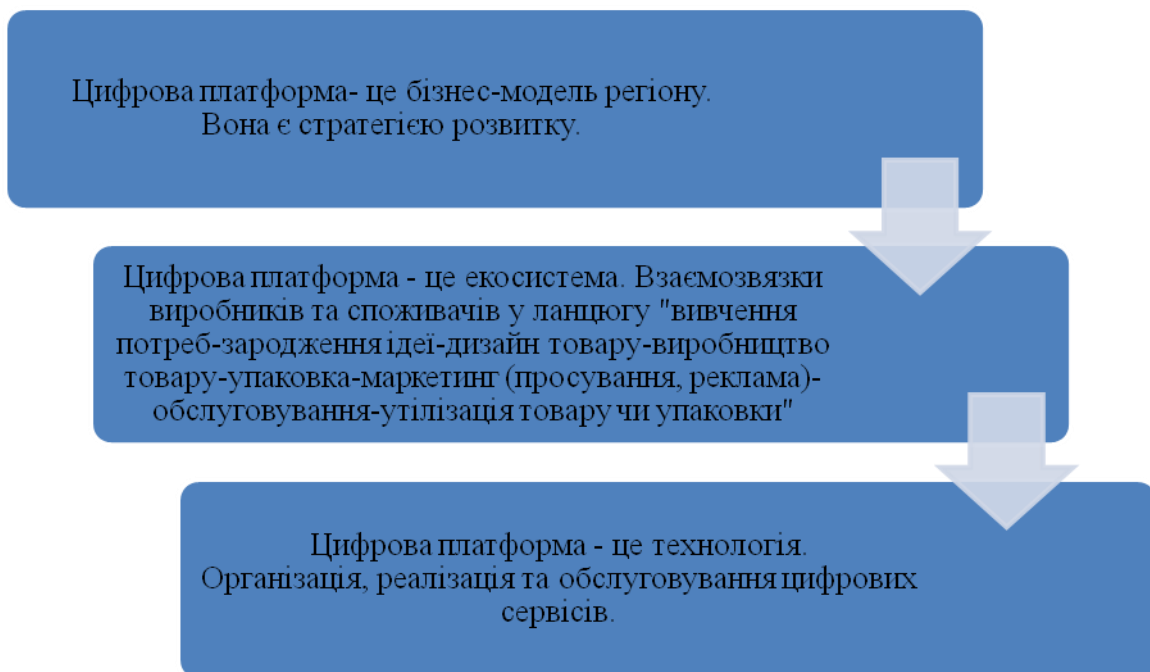


Рис. 6. Поняття цифрових платформ

Отже, під цифровою платформою можна розуміти бізнес-модель, яка заснована на новітніх технологіях та об'єднанні інтересів виробників та кінцевих споживачів (без посередників). Крім того, у цій бізнес-моделі важливим є обмін інформацією, даними, знаннями та об'єднання суб'єктів господарювання, які зацікавлені у співпраці.

По всьому світу спостерігається значне зростання цифрових платформ, які розповсюджуються за усіма галузями економіки. Безумовно вони мають ряд переваг:

По-перше, цифрові платформи стимулюють інновації (нові бізнес-моделі, управлінські та організаційні інновації, нові товари та послуги, нові сервіси).

По-друге, створення споживчої цінності (підвищення якості товарів та послуг, збільшення пропозиції для кінцевого споживача, зручність, вибір кращих цін, розподіл ресурсів, прозорість ринку).

По-третє, більша відкритість ринків (створення умов для виходу нових гравців на ринок, розширення експорту, рівновага попиту та пропозиції на ринку, маркетингові заходи).

По-четверте, зменшення часу та витрат (інформаційних, логістичних, комунікаційних, витрат).

По-п'яте, підвищення добробуту населення регіону (стандартизація, довіра до регіональних та місцевих органів влади, ефективне використання новітніх знань та технологій).

По-шосте, самозабезпечення та саморозвиток соціально-економічної системи (регіону), (відновлення ресурсно-сировинної бази, відтворення людського капіталу та його прирощення).

З'являються різні цифрові платформи і разом з ними суб'єкти господарювання розробляють власні стратегії, які відповідають за цифровий перехід та цифрову трансформацію. При чому, є більш адаптовані до цього процесу види стратегій (Рис. 7).

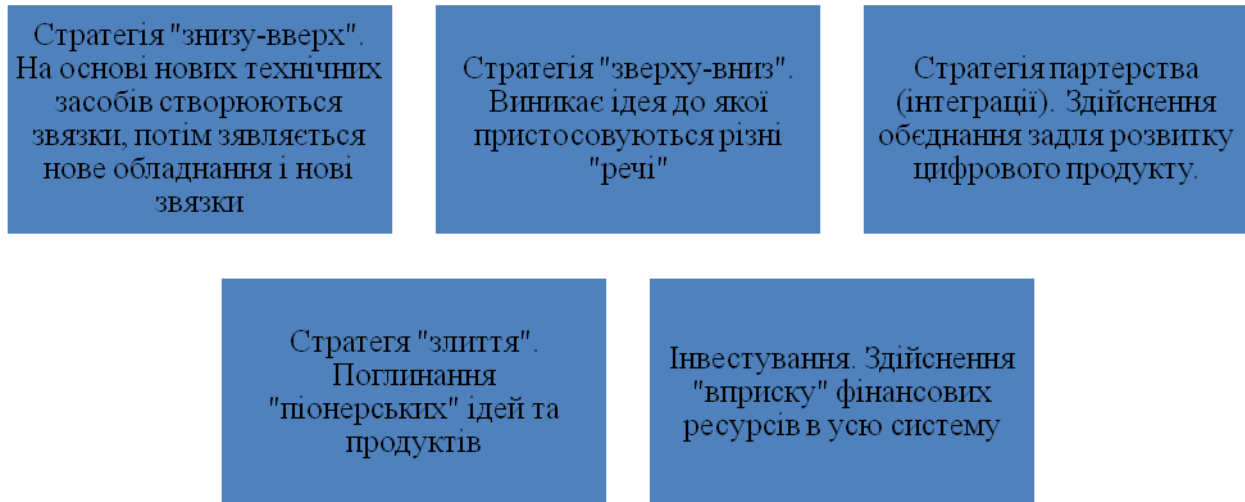


Рис. 7. Види стратегій, які адаптовані до цифрової трансформації соціально-економічної системи (регіону) та його суб'єктів

Для реалізації визначених стратегій необхідним є розвиненість інфраструктури передачі даних, технічне обслуговування, програмне забезпечення, кваліфіковані кадри.

Інструментами стимулювання розвитку цифрових платформ у соціально-економічних системах (регіонах) є: балансування стандартів; розробка системи захисту даних, сприяння електронному бізнесу, електронній торгівлі та електронній логістиці у міжрегіональному співробітництві, спрощення обміну даними, підвищення іміджу регіону з позиції інвесторів, розвиток інфраструктури.

Висновки. Цифрова трансформація соціально-економічних систем повинна бути головним пріоритетним розвитком держави, що без сумніву впливає на економічний розвиток та підвищення конкурентоспроможності регіонів.

Отже, основними шляхами цифрової трансформації соціально-економічних систем (регіонів) є такі: Інтернет речей, роботизація, хмарні технології, наскрізна автоматизація управлінських процесів, без паперові технології, цифрове проектування та моделювання, технології нарощування матеріалу (3Д-прінтер), мобільні технології, технологія промислової аналітики, електронна торгівля, цифрове робоче місце, 100% утилізація та переробка, тощо.

Основним напрямком цифрової трансформації є цифрові платформи, які забезпечують проникнення суб'єктів господарювання регіонів у різні галузі економіки.

Література

1. Bell D. The Coming of Post-Industrial Society: A Venture in Social Forecasting. New York: Basic Books, 1999.
2. Drucker P. Post-Capitalist Society. New York: HarperCollins, 1993.
3. Evans C. The Mighty Micro: The Impact of the Computer Revolution. Gollancz, 1979.

4. Toffler A. The Third Wave. Collins, 1980.
5. Clarck C. Conditions of economic progress. 3-d ed. London: The Macmillian Co. – New York: St. Martin's press, 1957. 236 p.
6. Schrage M. Rethinking the Value of Customers in a Digital Economy, 2016. Retrieved from: <http://sloanreview.mit.edu/article/rethinking-thevalue-ofcustomers-in-a-digital-economy>.
7. Colin N. The digital economy. 2015. № 26. p. 1-12. URL: https://www.cairn-int.info/article-E_NCAE_026_-0001--the-digital-economy.htm.
8. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світ. Економіка. Фінанси. Менеджмент. 2016. № 6. С. 105-112.
9. Федулова Л. І. Цифрова трансформація (цифровізація) регіонів України. Аналітична записка. URL: <http://academy.gov.ua/pages/dop/198/files/4ba4c1b4-cefe-4f27-b58b-3aee7c8cf152.pdf>.
10. Ляшенко В. І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. Ін-т економіки пром-сті. К., 2018. 252 с.
11. Юдина Т. Н. Цифровая экономика сквозь призму философии хозяйства и политической экономии. Философия хозяйства. 2017. № 1. С. 193-201.
12. Краус Н. М., Голобородько О. П., Краус К. М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. Ефективна економіка. 2018. №1. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf.
13. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України 2018-2020 роки. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80>.
14. Цифрова ЗеУкраїна: план розвитку digital-економіки. <https://eukraine.org.ua/ua/news/cifrova-zeukraina-plan-rozvitku-digital-ekonomiki>.
15. Дорожня карта цифрової економіки. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/rus/experts/2016/10/12/7055753/>.
16. Цифрова адженда України – 2020. URL: <https://uccr.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922.pdf>.
17. Проект Закону про розвиток цифрової економіки. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=63316.
18. Суспільство 5.0 – новий етап глобалізації. URL: <https://matrix-info.com/suspilstvo-5-0-novuj-etap-globalizatsiyi/>.

ANNOTATION

Part 1. SOCIAL AND HUMANITARIAN ASPECTS OF DIGITAL SOCIETY BECOMING

1.1. Yuliia Karachun. FUNCTIONAL ASPECT OF COMPOUND TERM-NOUNS IN ENGLISH TEXTS ON ELECTRICAL ENGINEERING

The study focuses on research of functional aspect of compound term-nouns in English texts on electrical engineering. The main common functions performed by compound term-nouns in scientific and technical texts on electrical engineering are identified and analyzed, among which are nominative, the essence of which is to name certain concepts, processes and phenomena in the analyzed field; refinement is responsible for a clear, accurate, correct interpretation of the value of the compound term-nouns; communicative, lies in the ability of compound term-nouns to provide the transmission of maximum scientific information at a minimal amount to public; sense of word-building function is in the ability of compound term-nouns to be the base for the formation of new terminological units; syntactic function is based on the syntactic approach by which the compound term-noun is the result of the transformation of deployed syntactic constructions or word combinations; text-building function of compound term-nouns is realized in their ability to be a building material, a significant content component of the compositional organization of scientific and technical texts; function of the compound term-nouns to perform a compressive function is based on the need of the society to express certain concepts in a concise, economical and rational form for the transmission of large amount of information; under pragmatic function we mean special use of the compound term-noun by addresser taking into account age, profession, social status etc.

1.2. Maksym Borozenets. SOCIO-HUMANITARIAN DIMENSIONS OF THE QUALITY OF URBAN PUBLIC TRANSPORT SERVICES IN THE CONTEXT OF THE EMERGING DIGITAL ECONOMY AND INFORMATION SOCIETY

The study has substantiated the social and humanitarian dimensions of quality of public transport services in the conditions of digital economy and information society formation, namely, it has been proved that the person, who stands for the highest value of society, receives the proper quality of services only if the dynamics are predicted. Given the need for a combination of subjective and objective factors that shape the expected quality, we envisage the principles of generalizing an indicator of the quality of public transit services. The obtained integral quality index, expressed in relative units of measure, is considered to be an independent variable or factoring feature in the experimental logistic relationship between the satisfaction index and the integral quality of service indicator.

1.3. Oksana Voznyuk, Anna Shayner. GLOBAL INFORMATIZATION OF HIGHER TECHNICAL EDUCATION AS A COMPONENT OF HUMANIZATION OF PROFESSIONAL CULTURE

The current state of informatization of society and informatization of education is analyzed. The need to humanize the professional culture of the future specialist as a consequence of the development of information educational technologies has been established. There is a correlation between informatics in higher technical education and the need to improve professional skills. The influence of the development of information technologies on changes in the professional culture of specialists in the technical field is determined. The analysis of scientific and pedagogical literature

is carried out in accordance with the topic of the research. The concepts of "informatization of higher technical education", "humanization", "professional culture" are covered. Informatization as a global process and its peculiarities in the educational space is investigated. The specifics of education informatization are studied. The elements of professional culture of a specialist are highlighted. The most characteristic features of the professional culture of a specialist are outlined. The emphasis is on identifying the essence of informatization and analyzing its definitions. The features of humanization of higher technical education are considered. The place of informatization in the system of humanistic values has been clarified.

1.4. Olha Zhvava. FEATURES OF STUDYING UKRAINIAN LANGUAGE AS FOREIGN BY INDIAN STUDENTS OF THE ENGLISH FORM STUDY

In the article the author made an attempt to point out the main difficulties teachers of Ukrainian as a foreign language face. Listed types of speech activity, as well the most important problems are thematic divergence of educational program of Ukrainian as a foreign language and those of -manuals and textbooks on the subject, maintaining skills of Ukrainian language norm and typology of mistakes the learners make while studying English. Some examples of dialogues and a presentation snippet that can be used in the learning process are given.

1.5. Dmytro Zhvavyi. SOME ASPECTS OF STUDYING POWER FITNESS BY STUDENTS OF SPECIALTY "PHYSICAL CULTURE AND SPORTS"

In the article the author made an attempt to point out the main difficulties by physical education teachers in the training of qualified fitness trainers during the educational process. The tasks for future specialists are outlined. The classification of fitness programs is mentioned. Some kinds of power fitness are considered, as bodybuilding, crossfit, shaping, superstrong, pump aerobics.

1.6. Nataliia Ivasyshyna. DEVELOPMENT OF COMMUNICATION MANAGEMENT IN TOURISM

The article describes the communication processes in tourism industry and the main stages in the development of communication theory. The specificity and the main functions of communicative management in tourism are analyzed. The communicative management essence is revealed as a factor in improving the economic systems management. The situational model of communication management is proposed. In order to increase the effectiveness of internal communication in groups and in the organization as a whole, communication networks are constructed, the features of which depend on the nature of the tasks being solved and the management style. In order to increase the internal communication effectiveness in groups and in organization entirely communication networks are constructed, the features of which depend on the tasks being solved and its management style.

1.7. Raisa Kozhukhivska. USE OF INTERNET TECHNOLOGIES IN THE MARKETING ACTIVITIES OF THE TOURISM ENTERPRISES

With the increasing role of non-price forms of competition and the rapid development of information technologies, an effective communication system becomes a key factor in ensuring the competitiveness of tourism industry enterprises, both domestic and international markets. In the context of competition, there is a growing requirement to improve the mechanism of promotion of tourist services, which necessitates the search for the most effective tools of communicative influence on the market and consumers.

The article investigates and analyzes theoretical provisions and practical aspects of using the Internet and Internet-technologies in tourism, identifies the advantages and disadvantages of using Internet technologies in the marketing activities of tourism enterprises.

1.8. Hanna Matkovska. SPECIFICS OF REPRESENTING CHARACTER'S VOICE IN THE ENGLISH MODERNIST TEXT

The article delves into the linguistic specifics of characters' voice representation in the English literary fiction. The case-study of the novel "Orlando. A Biography" by Virginia Woolf reveals the peculiar nature of convergence of the linguistic means expressing characters' voice. The narrator's and character's discourses intertwine constituting the literary narrative texts. Being subordinate to the narrator's discourse, characters' speech is represented by a variety of linguistic means, classified according to the degree of merging into narration, ranging from purely diegetic forms (narrative reports of speech / thought / writing) to mimetic ones (direct speech / thought / writing). Having taken into account a variety of media, employed in the process of communication in the narrative, the characters' speech is divided into three subcategories, namely speech proper, thought and writing.

1.9. Anna Nabok. REVITALIZING ANCIENT PATHOS IN ENGLISH INTERNET MEDIA DISCOURSE (BASED ON MATERIALS OF BBC NEWS TEXTS)

The article is focused on the research of ancient pathos as a means of influence being rethought in English Internet media discourse. The influence of media on the life and views of modern society provokes the revival of rhetorical pathos through bringing forward author's views in the news stories. It has been proven that news texts as the most common type of media discourse verbalize the appeal to pathos at the level of news articles, being structured according to the evaluative strategy and the tactics, which are subordinate to it. The analysis of English Internet news texts enables us to single out nominative units representing author's subjective perspective and world construal in the aspect of evaluation.

1.10. Yurii Otrosh, Andrii Kovalov, Albina Haponova. INVESTIGATION OF THE STRENGTH OF STEEL REINFORCEMENT OF OPERATED STRUCTURES BY THE METHOD OF "THREAD CUT"

The problem of operation of structures, structures and machines, which are faced by all countries, is of particular importance for Ukraine because of the difficult economic and financial situation. Particular attention is paid to the issues of managing the operational reliability and durability of facilities by determining their technical condition and residual life. As a result of anthropogenic accidents or catastrophes, an emergency situation arises which causes a sudden loss of life or damage to people. The determination of the strength of the structures used is proposed based on the results of the survey, followed by the results obtained to simulate the technical condition of the PC and check the calculation of structures. Assessment and prediction of the technical condition of structures of structures is performed on the basis of the data obtained from the survey data on the characteristics of the materials and structures used. The method of local destruction of the "thread cut" is analyzed, the stress of the deformed state of the thread turns is modelled.

1.11. Larysa Radkevych. DIGITAL BRANDING AS THE BASIC CONSTRUCTION OF CREATING THE HUMANITY OF THE BRAND

The paper substantiates the scientific and methodical approach to the formation of the digital branding system. This is due to the reactive spread of the practice of using branding theory in digital marketing, increasing the dominance of Internet communications in building a brand. The change of the paradigm of investment in business development in favor of investing in a brand is substantiated.

1.12. Tetiana Sergiienko. FEATURES OF FORMATION OF INFORMATION SOCIETY IN UKRAINE IN THE CONDITIONS OF HYBRID PEACE AND WAR

In this study, on the basis of the analysis of scientific literature, both domestic and foreign researchers, the analysis of the peculiarities of development of modern information society is conducted. The definition of the conceptual and categorical apparatus of «information society» is given. It is substantiated that with the use of information technologies in modern conditions the consciousness of society is manipulated. Methods of manipulative influence on consciousness of modern society are considered. It has been proved that mass communications and their influence on political processes are decisive in the management of modern society. In this case, the mass media are the direct carriers of any information. Communication in modern society is understood as the transmission of various data and messages that have direct information impact and psychological compulsion.

1.13. Yana Topolnyk. DEVELOPMENT OF INFORMATIVE ASSISTANCE THAT FEATURES OF ESTABLISHING THE PRIMARY MEDIUM OF NOW HAVING A PURCHASE OF VISIT

The article is devoted to the problem of information society development in Ukraine. It shows the urgency and necessity of formation of competent specialists who are fluent in information technologies and expediently use them in carrying out scientific research. The author analyzed the main provisions of the state documents on the development of the information society and creation of the digital economy in Ukraine. The article describes the key directions and requirements for informatization of national higher education. It is emphasized that the implementation of these requirements will ensure the effectiveness of the educational process.

1.14. Tetiana Sharhun, Andrii Potseluiko, Antonina Muntian. INFLUENCE OF INFORMATION-COMMUNICATION TECHNOLOGIES DEVELOPMENT ON HUMANITARIAN EDUCATION

In the article the main tendencies of information-communication technologies influence on humanitarian education on the basis of scientific sources analysis are investigated. It is found out that informatization is a link between humanitarian and natural science disciplines. It is shown that the new information environment conforms to the urgent needs of humanitarian education and may be used in the educational process. The important influence of information technologies on the development of individual and distance education and self-education in particular, and through them on the activation of a personal oriented approach introduction is marked. It is indicated that the basic principles of personal oriented studying are its individualization and differentiation. It is established that computer competence is one of the information culture components of the educational process participants.

Part 2. PSYCHOLOGICAL AND EDUCATIONAL ASPECTS OF THE DIGITAL SOCIETY DEVELOPMENT

2.1. Oleksandr Nepsha, Larysa Prokhorova, Svitlana Hryshko, Valentina Ivanova, Tatyana Zavyalova. HIGHER EDUCATION IN AN INFORMATION SOCIETY ENVIRONMENT

The main characteristic of the information society is that the majority of the population is involved in the production of knowledge. The educational level of the person plays a significant role, as the information society places high demands on both the educational level of each individual and the institute of education as a whole. Higher education is a necessary prerequisite for raising the social status and obtaining the personality of the desired place in the modern society. Thus, the centre of social organization, the main social institution is the higher school as a centre of production, processing and accumulation of knowledge. It should be noted that in the information

society, when information becomes of higher value and the information culture of a person – the determining factor of professional activity, requirements to the higher education system change, there is a significant increase in its status.

2.2. Svitlana Tiutiunnykova, Oksana Berveno. PRIORITY CHANGES IN THE EDUCATION SPHERE IN THE CONDITIONS OF DIGITAL TRANSFORMATION

The main directions of deployment and the features of the new technological revolution form the challenges of the modern education system. An effective answer to these challenges concerns the transformation of both the substantive and structural components of the education system, the search for new forms and methods of training. Digital literacy is becoming a key factor in the adaptation of man and society to new realities. Today it is not enough to identify emerging problems, it is important to find ways to solve them, it is moving from existing knowledge to new knowledge through awareness of ignorance. Only an advanced education that integrates scientific, technical and humanitarian knowledge can solve such a problem.

2.3. Natalia Afanasieva, Natalia Mirshavka. PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF EMOTIONAL STRESS CORRECTION

The article presents a meaningful and thorough analysis of the problem of stress, mechanisms of correction of its negative consequences and the formation of stress resistance of a specialist who performs activities in special and extreme conditions. The results of an empirical study of the level of emotional stress in rescuers with different work experience are analyzed. It has been proven that the increase in professional experience is related to the increase in emotional burnout, anxiety, asthenia, phobias and autonomic disorders; there is a significant increase in neuro-psychic tension and severity of asthenic conditions; decrease in interest in professional activity, other people, life in general; a significant decrease in emotional tone and an increase in overall tension. To overcome the negative effects of emotional stress and the formation of stress resistance was developed and tested program of psychological training, psych technology which helped to remove emotional tension, the development and stabilization of internal harmony, the correction of emotional and behavioral professional stereotypes, mood and mood.

2.4. Inna Borkovska. PERSONAL DEVELOPMENT OF THE LAW STUDENTS IN THE INFORMATION SOCIETY

The article is devoted to the analysis of the problems connected with the Internet as a driving force in the development of the information society, where information exchange of participants of public relations as "citizens of the world" is carried out. The proposed article defines the role of social networks in contemporary communication among students and provides their main benefits. Besides, "media behavior" and "Internet behavior" of a person in the conditions of information society are considered. Attention is paid to the specificity of e-learning, which is connected with the concept of continuous education. The importance of continuing education for law professionals is outlined. The research paper contains a practical analysis of the importance of the Internet in the education and self-education of law students. Comparative statistics is presented for first, second and third year law students who participated in a survey on the importance of the Internet in their studies and development.

2.5. Anna Kolchyhina, Yuliia Bilotserkivska. THE PROBLEM OF BULLYING IN THE MODERN INFORMATION SOCIETY

The article analyzes and generalizes views on the phenomenon of bullying in the scientific researches of the present, methods of studying and analyzing this problem, methods of combating and counteracting bullying. The individually-psychological features of adolescents who are prone and inclined to bullying have been empirically investigated. Conclusions have been made regarding self-esteem, aggression, conflict, anxiety of the modern teenager, defining the prospect of further research and providing psychological recommendations on counteracting bullying in the modern information society.

2.6. Olha Lunhol, Liudmyla Sukhovirska, Polina Kovalenko, Vasyl Bolilyi. MODERN TRENDS IN DISTANCE LEARNING IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

The article is devoted to the study of the introduction of distance learning in educational institutions in general, and in higher medical education institutions in particular. Approaches to creation and ways of realization of distance learning in the works of domestic and foreign scientists are analyzed. The authors of the article describe the pedagogical experience of implementing distance learning at Donetsk National Medical University. The algorithms, features and examples of using the site of the educational institution, the site of the Department "DNMU Resource Center for Medical Physics and Informatics", YouTube channel, educational project "Naurok" (For a lesson), the online platform LearningApps.org, Quizizz and Kahoot services, Telegram messenger, a Google Classroom educational online tool are described. The authors of the article also focus on the problematic issues of distance learning.

2.7. Tetiana Miier, Larysa Holodiuk. SOCIAL, ADMINISTRATIVE AND EDUCATIONAL DIMENSIONS OF THE “HUMAN – SUBJECT OF ECONOMIC LIFE” PHENOMENON UNDER CONDITIONS OF INFORMATION SOCIETY TRANSITION TO A NEW LEVEL OF DEVELOPMENT

The information society transition to a new level of development in the triad of genesis processes of "incipience – formation – development" causes a lot of changes: the formation of a knowledge society; intensive development of the information space by using the resources of the active information space, the inactive information space of the future and the inactive information space of the past; formation of person's purpose as labor potential and human capital. These changes actualize the processes of formation and development of the human as subject of economic life. Consideration of these processes in the social, administrative and educational dimensions makes it possible to single out a number of dominant features of the present – it is the growing dominant role of computer communication; management focusing on combining the interests of individuals with the interests of the organization and its strategic goals is important; engaging social management as human resource management; personal development of human; formation and development of ICT competence in the system of continuous education.

2.8. Iryna Ostopolets, Tetiana Ulianova, Iryna Kurilchenko. MENTAL DEPRIVATION IN QUARANTINE AND INSULATION CONDITIONS IN CONNECTION WITH COVID-19

The article deals with the essence of mental deprivation, its varieties, levels of development, forms and manifestations. The influence of isolation and mental deprivation on the state of health, well-being, physical and psychological health, communication and human life in general is presented. The issues faced by people in the quarantine period while in isolation are highlighted. Some aspects of the adaptive mechanism for self-organization and prevention of conflicts and depressive states have been identified.

2.9. Svitlana Parfilova, Olha Shapovalova, Yevdokiia Kharkova, Olena Gavriilo. PEDAGOGICAL MODELING OF JUNIOR SCHOOLCHILDREN'S COGNITIVE MOTIVATION FORMATION

The article is devoted to consideration of a number of conceptual provisions related to modelling of junior schoolchildren's cognitive motivation formation in the process of educational and search activities. The methodological basis is theories of scientific cognition and personality development. The elements of the structural-logical model include components of cognitive motivation, organization of educational and search activities and pedagogical conditions for the formation of pupils' cognitive motivation, directly related to its effectiveness. The prospects for further scientific research are related to the extension of the age range of the studied contingent and to the coverage of other subject areas.

2.10. Yurii Smakovskii. THE ESSENCE OF "CULTURE" AND "PEDAGOGICAL CULTURE" IN THE CONTEXT OF MODERN TRAINING OF FUTURE TEACHERS

The article deals with the problem of “culture” and “pedagogical culture” of future teachers in modern society. The content of concepts and different approaches to their interpretation are considered. The role of culture in the professional training of future teachers is determined. Theoretical approaches to the nature and content of pedagogical culture are analyzed. Emphasis is placed on the structure of pedagogical culture and its characteristic features. The components of pedagogical culture are interconnected and interdependent in unity. Teaching culture is presented as one of the specialized types of general personality culture. The important role and influence of art on shaping the culture of the future teacher is outlined.

Part 3. MODERN ISSUES OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

3.1. Maria Grygorak, Nataliia Trushkina. INTRODUCTION OF PURCHASE MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS AND PARTNERSHIP RELATIONS WITH SUPPLIERS

In today's dynamic development of the digital economy, the problem of using digital technologies as a tool for managing the logistics of enterprises, including managing relationships with suppliers, is actualized. The study found that in order to optimize business processes and reduce the cost of logistics in the activities of enterprises it is advisable to implement an information system SRM, the essence of which is to constantly analyze the procurement activity, improve the efficiency of suppliers, support the negotiations with potential suppliers, contract management, the use of tools to choose the best supplier to meet the needs of the company in material resources.

3.2. Oksana Dankeieva. EVALUATION OF MARKETING ACTIVITY OF TRADING ENTERPRISES

The work is devoted to research aspects of the application of the analytic hierarchy process for evaluating marketing activity of commercial enterprises. Presented and the explained of components and elements of the marketing activity of commercial enterprises. The complex index and a comprehensive score of marketing activity of the studied groups of trading enterprises are calculated. Strengths and weaknesses in marketing activity of the studied groups of trading enterprises are revealed. The algorithm for solving the problem is implemented using the tools of the MS Excel software application.

3.3. Liliia Kustrich. INFORMATION TECHNOLOGIES AND DIGITALIZATION IN LOGISTICS

Global processes of globalization and integration lead to the increased use of information technologies in the activities of enterprises, particularly logistics. Informatization and digitalization of logistics makes it possible to increase the efficiency of operation of the transport complex to provide high quality services.

During the study were identified key aspects of the implementation of the information technology system and outlined the basic principles for implementing the elements of digitalization in the field of logistics. It was stated that the formation of the digital logistics system should be based on the implementation of a client-oriented mechanism of economic systems development, in particular on the principles of digital interaction and data flows necessary for obtaining network effect in solving operational and strategic tasks. It is stated that the prerequisite for the operation of the digital logistics system is the development of a technical and technological basis, which includes vehicles, technical devices, linear communications and automation of operations.

3.4. Viktor Morozov, Anna Kolomiets. USING A VALUE APPROACH FOR MANAGING INNOVATIVE PROJECTS

The issues of applying the knowledge system for managing innovative projects and programs to stimulate and improve innovation activity in Ukraine are studied. The main directions of innovation activity of domestic enterprises, the reasons for failures to bring new products to the market are identified and analyzed. The types of innovation by which innovative activity is carried out at such enterprises are highlighted. The issues of development and application of new models to the innovative projects management based on the value approach are considered. For this purpose, it is proposed to use the model of scientific cooperation on the basis of franchising in terms of value-maximizing for all project and program stakeholders, which is based on a comprehensive systematic approach to determine the state of activity in the innovation project.

3.5. Alina Pylchenko. METHODS OF ASSESSMENT OF THE EFFICIENCY OF USE OF INFORMATION TECHNOLOGIES AT THE TOURIST INDUSTRY ENTERPRISES

The article describes the main aspects and analyzes the existing methods of evaluating the effectiveness of enterprise activity management.

A number of actions are proposed to determine the evaluation of the efficiency of the enterprise information system, taking into account the specificity of the tourism business.

3.6. Svitlana Svirko, Kateryna Shymanska. ECONOMY DIGITALIZATION AS A GEO-ECONOMIC TRANSFORMATIONS VECTOR AND A FACTOR OF INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT

This study focuses on defining the place and significance of economy digitizing as a vector of geo-economic transformation and its relation to the international trade development. The geo-economic transformation vectors include the virtualization of social, economic, political, cultural and other human being spheres, as well as structural changes in domestic economies and the world economy in connection with rapid scientific and technological development and innovations. The trends of digital economy development are described and its influence on the international trade development trends is determined.

3.7. Yana Suchikova, Olena Taranukha, Magdalena Wierzbik-Strońska. QUALITY CRITERIA TREE AS THE MAIN METHOD OF QUALIMETRY

The article analyzes the basic method of qualimetry in assessing the quality level – the method of constructing of quality criteria tree. It is shown that this method is universal and can be used in evaluating phenomena, events, goods, services, etc. The main specificity of the method is the breakdown into simpler indices that make up the layers of the tree. This allows us to fully evaluate the quality metrics and alternatives available.

The application of the method of quality criteria tree is appropriate in economic, social, political, educational, technological processes. The versatility and simplicity of this method allows it to remain the main method of qualimetry.

3.8. Iryna Topalova. DIGITAL TRANSFORMATION OF SOCIO-ECONOMIC SYSTEMS (REGIONS) OF UKRAINE

The essence of digital transformation of socio-economic systems is revealed in the article. The conceptual categorical apparatus has given; identified a number of problems that impeded the rapid digital transformation of both business entities and regions as socio-economic systems; identified processes involved in digital transformation; the principles of digital transformation in the region has analyzed; outlines the benefits of digital transformation, both at the level of business entities and the socio-economic systems themselves; digital platforms have been characterized and their benefits identified.

ABOUT THE AUTHORS

Part 1. SOCIAL AND HUMANITARIAN ASPECTS OF DIGITAL SOCIETY BECOMING

1.1. Yuliia Karachun – PhD in Philology, Teacher, National Technical University of Ukraine „Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute“, Kyiv, Ukraine

1.2. Maksym Borozenets – Postgraduate Student, National Academy of Public Administration under the President of Ukraine, Kyiv, Ukraine

1.3. Oksana Voznyuk – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Lviv Branch of Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lviv, Ukraine

Anna Shayner – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Lviv Polytechnic National University, Lviv, Ukraine

1.4. Olha Zhvava – Associate Professor, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolayiv, Ukraine

1.5. Dmytro Zhvavyi – Lecturer, Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolayiv, Ukraine

1.6. Nataliia Ivasyshyna – PhD in Economics, Associate Professor, National Transport University, Kyiv, Ukraine

1.7. Raisa Kozhukhivska – PhD in Economics, Associate Professor, Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine

1.8. Hanna Matkovska – PhD in Philology, Senior Lecturer, National Technical University of Ukraine ‘Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute’, Kyiv, Ukraine

1.9. Anna Nabok – PhD in Philology, Associate Professor, Academy of the State Penitentiary Service, Chernihiv, Ukraine

1.10. Yurii Otrosh – PhD of Technical Sciences, Associate Professor, National University of Civil Defence of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

Andrii Kovalov – PhD of Technical Sciences, Senior Research Associate, Cherkasy Institute of Fire Safety named after Chernobyl Heroes of National University of Civil Defence of Ukraine, Cherkasy, Ukraine

Albina Haponova – Cadet, National University of Civil Defence of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

1.11. Larysa Radkevych – PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Polytechnic University, Odesa, Ukraine

1.12. Tetiana Sergiienko – PhD of Political Science, Associate Professor, National University «Zaporizhzhia Polytechnic», Zaporizhzhia, Ukraine

1.13. Yana Topolnyk – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Donbass State Pedagogical University, Slovyansk, Ukraine

1.14. Tetiana Sharhun – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Lviv Branch of Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lviv, Ukraine

Andrii Potseluiiko – PhD of Philosophy, Associate Professor, Lviv Branch of Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Lviv, Ukraine

Antonina Muntian – PhD in Philology, Associate Professor, Dnipro National University of Railway Transport named after Academician V. Lazaryan, Dnipro, Ukraine

Part 2. PSYCHOLOGICAL AND EDUCATIONAL ASPECTS OF THE DIGITAL SOCIETY DEVELOPMENT

2.1. Oleksandr Nepsha – Senior Lecturer, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

Larysa Prokhorova – PhD of Geological Sciences, Associate Professor, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

Svitlana Hryshko – PhD of Geographical Sciences, Associate Professor, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

Valentina Ivanova – Senior Lecturer, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

Tatyana Zavyalova – Senior Lecturer, Bogdan Khmelnytsky Melitopol State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine

2.2. Svitlana Tiutiunnykova – Doctor in Economics, Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine

Oksana Berveno – Doctor in Economics, Associate Professor, O. M. Beketov National University of Urban Economy, Kharkiv, Ukraine

2.3. Natalia Afanasieva – Doctor in Psychology, Associate Professor, National University of Civil Defence of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

Natalia Mirshavka – Magister, National University of Civil Defence of Ukraine, Kharkiv, Ukraine

2.4. Inna Borkovska – PhD in Philology, Senior Lecturer, National Technical University of Ukraine “Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”, Kyiv, Ukraine

2.5. Anna Kolchyhina – PhD in Psychology, Associate Professor, Ukrainian Engineering-Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine

Yuliia Bilotserkivska – PhD in Psychology, Associate Professor, Ukrainian Engineering-Pedagogics Academy, Kharkiv, Ukraine

2.6. Olha Lunhol – PhD of Pedagogical Sciences, Senior Lecturer, Donetsk National Medical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

Liudmyla Sukhovirska – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Donetsk National Medical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

Polina Kovalenko – Assistant, Donetsk National Medical University, Medical and Diagnostic Center of MRI ELIT LLC, Kropyvnytskyi, Ukraine

Vasyl Bolilyi – PhD of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University, Kropyvnytskyi, Ukraine

2.7. Tetiana Miier – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, Ukraine

Larysa Holodiuk – Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Municipal Institution “Kirovograd Regional IN-Service Teacher Training Institute named after Vasyl Sukhomlynsky”, Kropyvnytskyi, Ukraine

2.8. Iryna Ostopolets – PhD in Psychology, Associate Professor, Donbass State Pedagogical University, Slovyansk, Ukraine

Tetiana Ulianova – PhD in Psychology, Lecturer, South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky, Odesa, Ukraine

Iryna Kurilchenko – PhD of Biological Sciences, Associate Professor, Donbass State Pedagogical University, Slovyansk, Ukraine

2.9. Svitlana Parfilova – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine

Olha Shapovalova – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine

Yevdokiia Kharkova – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine

Olena Gavriilo – PhD of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Sumy State Pedagogical University named after A. S. Makarenko, Sumy, Ukraine

2.10. Yurii Smakovskii – PhD of Pedagogical Sciences, Berdyansk State Pedagogical University, Berdyansk, Ukraine

Part 3. MODERN ISSUES OF THE DIGITAL ECONOMY DEVELOPMENT

3.1. Maria Grygorak – Doctor in Economics, Associate Professor, National Aviation University, Kyiv, Ukraine

Nataliia Trushkina – Senior Research Fellow, Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

3.2. Oksana Dankeieva – PhD in Economics, Senior Lecturer, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky, Krivyi Rih, Ukraine

3.3. Liliia Kustrich – Doctor in Economics, Professor, Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine

3.4. Viktor Morozov – PhD of Technical Sciences, Professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Anna Kolomietc – PhD in Economics, Assistant Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

3.5. Alina Pylchenko – Degree Applicant, Assistant, National Transport University, Kyiv, Ukraine

3.6. Svitlana Svirko – Doctor in Economics, Professor, Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, Ukraine


Kateryna Shymanska – Doctor in Economics, Associate Professor, Zhytomyr Polytechnic State University, Zhytomyr, Ukraine

3.7. Yana Suchikova – DSc, Associate Professor, Berdyansk State Pedagogical University, Berdyansk, Ukraine

Olena Taranukha – PhD in Economics, National Transport University, Kyiv, Ukraine

Magdalena Wierzbik-Strońska – Master, Katowice School of Technology, Katowice, Poland

3.8. Iryna Topalova – PhD in Economics, Associate Professor, Senior Research Fellow, Institute of Market Problems and Economic and Environmental Research of NAS of Ukraine, Odesa, Ukraine



ISBN 978-83-957298-1-2