



# Education, Law, Business

Collection of scientific articles



Submitted for review in  
Conference Proceedings Citation Index -  
Social Sciences & Humanities (CPCI-SSH)



Cartero Publishing House  
Madrid, Spain  
2019

**Cartero Publishing House, Madrid, Spain****Education, Law, Business****Reviewers:*****Andrej Udovč,***

*Doctor of Economic Sciences, Professor of Economics, Head of the chair for agrometeorology, agricultural land management, economics and rural development  
Biotechnical faculty, Univerza v Ljubljani (Slovenia)*

***Nedelea Alexandru-Mircea,***

*Associate Professor Ph.D at Stefan cel Mare University of Suceava (Romania)*

**Science editor:*****Drobyazko S.I.***

*Ph.D. in Economics, Associate Professor,  
Doctor of Science, honoris causa, Professor of RANH*

**Education, Law, Business:** Collection of scientific articles. - Cartero Publishing House, Madrid, Spain, 2019. - 200 p.

**ISBN 978-84-854922-0-5**

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, candidates and doctors of sciences, research workers and practitioners from Europe, Russia, Ukraine and other countries. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern economy and state structure. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern economic science development.

**ISBN 978-84-854922-0-5**

© 2019 Copyright by Cartero Publishing House

© 2019 Authors of the articles

## CONTENT

<b>NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT .....</b>	<b>6</b>
<b>Belov Alexandr.</b> CURRENT TRENDS IN UKRAINE R&D.....	6
<b>Laptiev Viacheslav.</b> INTEGRATED ASSESSMENT OF THE HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT LEVEL .....	10
<b>Suhovey A.F., Golova I.M.</b> THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE INNOVATION COMPONENT OF THE ECONOMY IN THE REGIONS OF RUSSIA.....	13
<b>Shevtsova Hanna, Maslosh Olha.</b> INVESTMENT ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF MODERN CHEMICAL PRODUCTION .....	17
<b>WORLD ECONOMY.....</b>	<b>20</b>
<b>Kwilinski A., Trushkina N.</b> INFORMATIONAL ECONOMY IN THE GLOBAL DIGITAL ENVIRONMENT: TRENDS AND DEVELOPMENT PRIORITIES .....	20
<b>ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT .....</b>	<b>24</b>
<b>Ivan Mičić, Ivana Mičić, Marko Mičić.</b> MANAGING INFORMATION IN BUSINESS .....	24
<b>Lilyana Stankova.</b> DEVELOPMENT OF A SYSTEM FOR MOTIVATING PROJECT MEMBERS.....	28
<b>Goryachuk Valeriy, Nazarenko Julia.</b> CRITICAL ANALYSIS OF THE POSSIBILITY OF USE OF THE VALUE ADDED INTELLECTUAL COEFFICIENT FOR EVALUATION OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE.....	31
<b>Mammadova Z.Q.</b> FORMALIZATION OF THE STRATEGY OF PRODUCTION ASSORTMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	35
<b>Philip Stoyanov.</b> METHODS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF SYSTEM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY THE FORM OF ASSESSMENT OF PARAMETERS.....	40
<b>Savitskyi Andrii.</b> METHODS, MATRIX AND MODELS OF MANAGEMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISE'S EXPORT ORIENTATION PLANNING.....	43
<b>Lyubov Striy, Stankevich Irina, Hikmet Alizade, Babayev Rizwan, Oktay Rustamov.</b> NEW TYPES OF ACTIVITY OF ENTERPRISES OF TELECOMMUNICATIONS.....	47
<b>PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY .....</b>	<b>52</b>
<b>Jelena Markovic, Jasmina Stojiljkovic.</b> TESTING QUALITY LEVEL PARAMETERS IN VILLAGES IN THE CITY OF VRANJE.....	52
<b>ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT .....</b>	<b>58</b>
<b>Lybomir Terziev.</b> SPECIFIC CHARACTERISTICS OF THE CONTRACTING AUTHORITIES OF PUBLIC PROCUREMENT IN THE REPUBLIC OF BULGARIA .....	58
<b>ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES .....</b>	<b>63</b>
<b>Ryabenko G.M., Tabunshchyk O.M., Samoilova E.K., Tarasova K.S., Ruddy A.A.</b> DEFINITION OF THE LEVEL OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES .....	63
<b>STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE ...</b>	<b>67</b>
<b>Remzi Keco, Gentjan Mehmeti, Ilir Tomorri, Ilir Kapaj.</b> MEASURING THE PERCEPTION OF THE PUBLIC SECTOR PERFORMANCE .....	67

<b>Yuriy Arsenyev, Tatjana Davydova. SECURITY ISSUES IN THE IMPLEMENTATION OF THE SOCIAL RIGHTS OF MAN AND OF THE CITIZEN OF RUSSIA.....</b>	<b>72</b>
<b>Zhivilo E.O. ENSURING THE DEVELOPMENT OF THE STATE STRATEGY OF MILITARY SECURITY CYBERSPACE OF UKRAINE .....</b>	<b>76</b>
<b>TOURISM ECONOMY .....</b>	<b>82</b>
<b>Petruk Tetyana. INCREASING PROFITABILITY IN HOTEL BUSINESS: FLAT RATES FORMULATION.....</b>	<b>82</b>
<b>MANAGEMENT .....</b>	<b>84</b>
<b>Lilyana Stankova. IDENTIFICATION OF THE RISK FACTORS THAT AFFECT THE SUCCESS OF PROJECTS, FINANCED UNDER EU OPERATIONAL PROGRAMMES .....</b>	<b>84</b>
<b>Tsvetana Stoyanova, Philip Stoyanov. THE FEMALE LEADER - CHALLENGES AND DISTINCTIVE QUALITIES IN THE MANAGEMENT STYLE.....</b>	<b>89</b>
<b>Breus Svitlana, Kharchenko Tetiana. STRATEGIC SOLUTIONS IN RISK AND UNCERTAINTIES CONDITIONS .....</b>	<b>95</b>
<b>Kvasko A.V. FEATURES OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF MEDIA ENTERPRISES .....</b>	<b>99</b>
<b>Kolomina O.B. MOTIVATION PERSONNEL IN MODERN ORGANIZATIONS.....</b>	<b>103</b>
<b>Liudmyla Kudyrko, Liliia Samsonova. IMPORT SUBSTITUTION IN MODERN STRATEGIES OF COUNTRIES' ECONOMIC DEVELOPMENT .....</b>	<b>105</b>
<b>Martynyuk Olena. NEOTERIC CONCEPTS OF BUSINESS MANAGEMENT DEVELOPMENT .....</b>	<b>109</b>
<b>MARKETING .....</b>	<b>114</b>
<b>Hajjeva N. A., Ismayilov V. A., Ilyasov A. R., Mamedov X. B. PRACTICE OF MARKETING IN COMMERCIAL BANKS OF AZERBAIJAN REPUBLIC .....</b>	<b>114</b>
<b>Ivelina Kulova. INBOUND MARKETING AND BUSINESS DEVELOPMENT .....</b>	<b>119</b>
<b>Dobryanska Victoriya, Titarenko Lybov. AN ANALYSIS OF THE WORLD-WIDE EXPERIENCE OF USING NEWSJACKING TO ENHANCE BRAND RECOGNITION .....</b>	<b>124</b>
<b>Olga Mohylevska, Andrei Filipovski. CORE MARKETING COMPETENCIES OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE .....</b>	<b>128</b>
<b>PSYCHOLOGY, PEDAGOGY, EDUCATION, PHILOSOHY AND PHILOLOGY .....</b>	<b>132</b>
<b>Marin Paunov. GENERAL SOCIAL TRUST AND DIMENSIONS OF CULTURES .....</b>	<b>132</b>
<b>Hohol Anna. THE PROBLEM OF FORMING VOCAL AND CHORAL SKILLS OF PRIMARY SCHOOL PUPILS' CHORAL EDUCATION.....</b>	<b>145</b>
<b>Zyryanova N.I. TRAINING OF TEACHERS OF VOCATIONAL TRAINING IN MODERN CONDITIONS.....</b>	<b>150</b>
<b>Kravets N. P. RESEARCH METHOD AT THE LESSONS OF UKRAINIAN LITERATURE... AS A MEANS OF CORRECTION OF THE STUDENTS ' PERSONALITY WITH INTELLECTUAL DISABILITIES.....</b>	<b>153</b>
<b>Kravchenko O.I. PEDAGOGICAL PRINCIPLES WITHIN THE STRUCTURE OF FORMING INFORMATION AND COMMUNICATION CULTURE IN FUTURE OFFICERS .....</b>	<b>158</b>
<b>Pet'ko Lyudmila, Kupyna Diana. INTRODUCING THE UNIQUE BEAUTY OF AMORPHOFALLUS TITANIUM AT UNIVERSITY ENGLISH LESSONS .....</b>	<b>162</b>
<b>Svitlana Tolochko, Oksana Voitovska. INFORMATISATION OF THE METHODOICAL SYSTEM OF INSTITUTION OF POSTGRADUATE EDUCATION.....</b>	<b>168</b>
<b>Turashbek Y. BORROWING FOREIGN LANGUAGE WORDS IN RUSSIAN LANGUAGE . (IN FIELD OF HEALTHY LIFESTYLE).....</b>	<b>172</b>

---

<b>Turchynova Ganna.</b> TRAINING TEACHERS OF NATURAL SCIENCES IN THE CONTEXT OF THE NEW UKRAINIAN SCHOOL.....	175
<b>Chupina I. P.</b> THE EXPANSION OF EDUCATIONAL SPACE DUE TO THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ENVIRONMENT .....	179
<b>SOCIOLOGY AND POLITICAL SCIENCE.....</b>	<b>183</b>
<b>Bezruk Oleksandr, Panasenko Hanna.</b> PROBLEMS OF THE CONTROL OF LOW INTENSITY CONFLICTS: THE FACTOR OF THE NEGOTIATIONS .....	183
<b>Georgi Manolov.</b> THE BRAND IN POLITICAL ADVERTISING.....	189

## NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT

**Belov Alexandr**

Ph.D.

*Poltava University of Economics and Trade (Ukraine, Poltava)*

### CURRENT TRENDS IN UKRAINE R&D

**Бєлов О.В.**

канд. ек. наук

*Полтавський університет економіки і торгівлі*

### СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО СЕКТОРУ В УКРАЇНІ

***Abstract.** The article deals with the current trends that determine the crisis situation in Ukraine R&D.*

***Key words:** scientific and technical potential, strategic development, R&D.*

***Анотація.** У статті розглянуто сучасні тенденції, що визначають кризовий стан науково-технічного сектору України.*

***Ключові слова:** Науково-технічний потенціал, стратегічний розвиток, науково-дослідні роботи.*

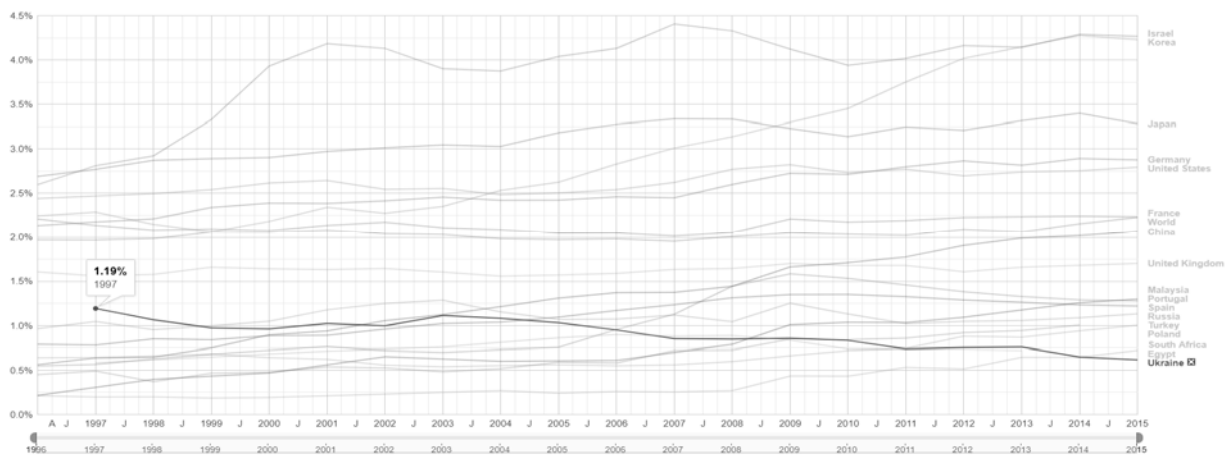
**Вступ.** В сучасному постіндустріальному суспільстві наука виступає головною виробничою силою економіки знань, яка формується у постіндустріальному суспільстві розвинених країн ЄС. Від її стану і розвитку залежить рівень конкурентоздатності країни. Стратегічні цілі ЄС передбачають інтенсивний розвиток інновацій, науки і освіти. В ЄС неухильно, протягом останніх тридцяти років збільшується обсяг фінансування НДДКР, зростає кількість науковців, підвищується престижність професії науковця. Для України, яка має на меті увійти до ЄС, вкрай необхідно синхронізувати ці процеси, оскільки всі роки незалежності в країні спостерігаються зворотні тенденції щодо розвитку науки. Слабкість науково-технічного потенціалу буде досить великою перешкодою не тільки для приєднання України до Європейського Союзу, але й для забезпечення національного стратегічного розвитку країни в цілому. Адже задекларовані стратегічні цілі України з «підвищення рівня ВВП на душу населення у два рази» [1], не можливо досягнути без міцного науково-технічного потенціалу країни, який зараз перебуває у кризовому стані.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемами розвитку науки в Україні займалися багато вітчизняних вчених. Серед останніх публікацій, в яких відображується стан фінансування української науки можна відмітити роботи Лебеди Т. [2], Кужелева М. [3], Совсун І. [4]. За останній період ситуація зберігає тенденцію до прискореного погіршення і поглиблення кризових явищ у сфері вітчизняної науки.

**Мета статті** визначення сучасних тенденцій розвитку науково-технічного сектору економіки України.

**Виклад основного матеріалу.** У 1991 році Україна мала значний науковий потенціал, який давав підстави прогнозувати, що науково-технологічний розвиток її економіки відбуватиметься значно швидше, ніж в інших постсоціалістичних країнах. У вітчизняній науці трудилися 449,8 тис. працівників основної діяльності та 295,0 тис. дослідників. За науковим потенціалом Україна була на рівні Франції, Німеччини та інших розвинутих країн Європи. За наукоємністю ВВП також цілком відповідала європейським стандартам. Зараз наука України перебуває у складній кризовій ситуації.

По-перше, зниження обсягів фінансування НДДКР на протязі усіх 28 років незалежності, в той час, коли в інших країнах спостерігається протилежна тенденція, незважаючи на світову кризу 2007-2009 років. На рис. 1 видно, що Україну випереджають за цим показником навіть такі країни як Туреччина, Єгипет і Південна Африканська Республіка. Рівень відставання від країн Європейського Союзу, куди прагне увійти Україна, становить 500%-700%. Ці дані даються Світовим Банком тільки на 2015 рік, за останні три роки ситуація в Україні значно погіршилася (майже у 2 рази). Таке відставання за рівнем фінансового забезпечення наукової діяльності по відношенню до таких країн як Німеччина, Франція, Великобританія зараз становить 1000-1400% у відносному вимірі, як відсоток від ВВП. У абсолютному вимірі цей розрив значно більший.



**Рис. 1. Динаміка витрат на НДДКР (дослідження і розробки) у % від ВВП, за даними світового банку**

По-друге, зменшення кількості і обсягів фінансування державних цільових програм. Державні цільові програми як інструмент державного управління використовується для виконання довгострокових завдань, вирішення яких неможливе засобами територіального чи галузевого управління й потребує державної підтримки, координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування. Оскільки науково-технічний потенціал являю собою ядро довгострокового розвитку і забезпечення інноваційних процесів в економіці України, то саме державні цільові програми направлені на забезпечення реалізації важливих довгострокових завдань. Але їх кількість поступово зменшується, а рівень фактичного фінансування не перевищує 30%, проблеми не вирішуються і це ускладнює подальший розвиток держави. Кількість програм науково-

технічного розвитку у 2017 року – всього 3, обсяг її фінансування склав 9% від загального фактичного фінансування, яке само по собі складає 17,5% від потрібного.

По-третє, відбувається значне зменшення кількості дослідників, задіяних у НДДКР. Так, згідно даних Державної служби статистики кількість працівників, яка брала участь у виконанні наукових досліджень за 7 років з 2010 по 2017 знизилась майже у два рази з 182 484 до 94 274 осіб. Кількість вчених з науковими ступенями, задіяних у виконанні наукових досліджень зменшилась у 1,7 разів з 11 974 до 6 942 (докторів наук) і у 2,4 рази з 46 685 до 19 219 кандидатів наук (докторів філософії за новими правилами). Темпи зменшення кількості науковців, задіяних у виконанні НДДКР представлені у таблиці 1. Вони мають катастрофічний характер.

Таблиця 1

**Темпи зменшення участі працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок за категоріями**

	Кількість працівників - усього	У тому числі				
		з них мають науковий ступінь		дослідники	техніки	допоміжний персонал
		доктора наук	доктора філософії (кандидати наук)			
2010	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2011	96%	98%	99%	98%	86%	97%
2012	90%	93%	90%	91%	77%	93%
2013	85%	93%	88%	87%	71%	89%
2014	75%	83%	79%	76%	61%	78%
2015	67%	80%	70%	67%	56%	74%
2016	54%	59%	43%	48%	50%	85%
2017	52%	58%	41%	44%	45%	90%

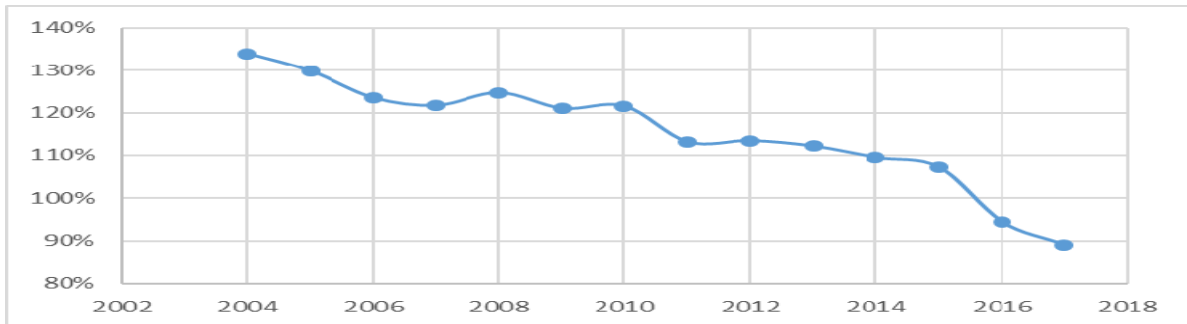
*Розраховано автором за [6]*

По-четверте, спостерігається погіршення структури виконавців НДДКР за секторами економіки. Як зазначається в [6] більше половини загальної кількості докторів наук та докторів філософії (кандидатів наук), які здійснювали наукові дослідження і розробки, працювали в організаціях державного сектору економіки, 36,1% – вищої освіти, 5,4% – підприємницького сектору. Малий відсоток (5,4%) науковців задіяних у підприємницькому секторі є індикатором відсутності розвитку інноваційних наукоємних підприємств в Україні, які б потребували відповідну кількість науковців для забезпечення обслуговування виробництв 5-го і 6-го технологічних укладів. Оскільки більша частина вітчизняних підприємницьких структур працює в межах 3-го і 4-го технологічних укладів, їм достатньо звичайних фахівців, зважаючи на відсутність потреби у нових дослідженнях. Дана стагнація застарілих технологій поглиблює проблему низької конкурентоздатності вітчизняної економіки.

По-п'яте, відбувається зниження престижу наукової праці в Україні, про що свідчить низький рівень оплати праці науковців по відношенню до середньої заробітної плати в країні (рис.2.). За останні 15 років він знизився з



130% від рівня середньої заробітної плати по країні до 89%, тобто спостерігається тенденція до зниження рівня оплати висококваліфікованої праці на рівні середньо кваліфікованої з подальшим його зниженням.



**Рис. 2.** Рівень оплати праці науковців, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок (відношення оплати їх праці до середньої заробітної плати в країні за цей період), у %. *Розраховано автором за [6, 8]*

**Висновок.** Державна політика в Україні направлена на згортання науково-технічного сектору, як «неприбуткового», про що свідчать визначені вище тенденції. Це, в свою чергу, обумовлює неможливість забезпечення високої конкурентоспроможності країни, досягнення нею стратегічних цілей і інтеграції у ЄС.

#### Література:

1. Лебеда Т.Б. Стан фінансування наукових та науково-технічних робіт в Україні: статистичний розріз /Т.Б. Лебеда // Проблеми науки. 2012. – 12. Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/51121/01-Lebeda.pdf?sequence=1> .
2. Кужелев М.О. Сучасний стан фінансування української науки: проблеми та перспективи/ М.О. Кужелев// Науковий вісник Херсонського державного університету Серія Економічні науки. –Випуск 13. Частина 3. 2015 – С.129-131. Режим доступу: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_13/116.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_13/116.pdf) .
3. «Майбутнє української науки: місія (не) можлива?» Експертні дебати /Шляхи розвитку української науки Інформаційно-аналітичний бюлетень Додаток до журналу «Україна: події, факти, коментарі» № 6 (144). – 2018. – С.109. . Режим доступу <http://nbuviar.gov.ua/images/nauka/2018/6.pdf> .
4. Стан виконання державних цільових програм у 2017 році. <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=090685c7-1fd1-4b71-86f1-7852d30315c1&title=StanVikonanniaDerzhavnikhTsilovikhProgramU2017-Rotsi> .
5. Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок за категоріями - [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ni/kpno\\_kp/kpno\\_kp\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/ni/kpno_kp/kpno_kp_u.htm) .
6. Наукова та інноваційна діяльність в Україні: стат. зб. – К. : Держкомстат України, 2018. – 178 с.
7. World Development Indicators <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators> .
8. Середня місячна зарплата по регіонах України в 2017 р. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/labour/salary/average/2017> .

**Laptiev Viacheslav**

PhD in Economics, Associate Professor,

*Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine*

## **INTEGRATED ASSESSMENT OF THE HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT LEVEL**

**Abstract.** *The article deals with current issues of evaluation of human resource development in terms of transformational change. The methodical approach to the integrated assessment of the level of human resources development is proposed. Components, sub-indices of the integral indicator are selected: educational, motivational, resulting. The particular indicators of evaluation for each component are substantiated.*

**Key words:** *human resource development, methodical approach, component, educational, motivational, resulting sub-indices.*

### **INTRODUCTION**

The transformation processes, economic reforms that are taking place in Ukraine are aimed at increasing the level of competitiveness of the national economy, regions of Ukraine and domestic enterprises. There is currently a significant outflow of human resources in Ukraine due to the lack of conditions that would ensure a decent standard of living and development opportunities. In this regard, the problem of building a human resources development mechanism that involves three levels of governance (micro-, meso- and macro levels) is urgent, and will be aimed at responding quickly and overcoming various threats and problems that arise in countries and for its boundaries.

In achieving this goal, the focus is human resources at all levels. In this regard, it is important to assess the level of development of human resources. It will identify the main problems in the development of human resources and to develop a direction to prevent the emergence of new problems in the future.

The purpose of the article is to substantiate the stages, methods, techniques, indicators for defining an integrated assessment of human resources development as the basis for determining the tools for stimulating human resource development based on a problem-oriented approach.

The problem-oriented human resources management system is an open non-linear adaptive dynamic system, the main task of which is the timely prompt and appropriate response to the challenges, threats and problems that arise at a certain point in time, both inside the system and beyond.

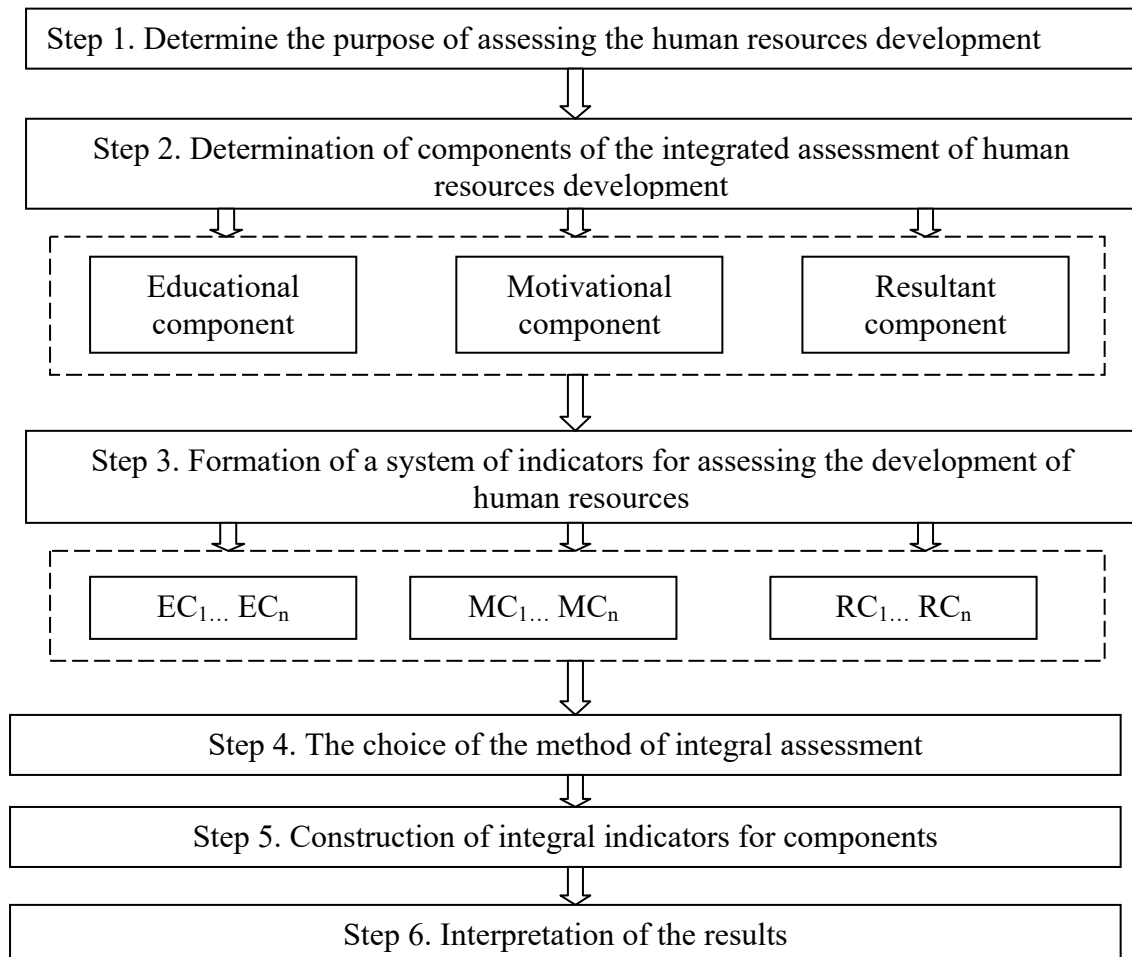
The methodical approach of the integrated assessment of the level of human resources development contains the following steps: determine the purpose of assessing the development of human resources; determination of components of the integrated assessment of human resources development; formation of a system of indicators for assessing the development of human resources; the choice of the method of integral assessment; construction of integral indicators for components; interpretation of the results (Fig.1).

The purpose of the assessment is to identify problems of human resource development in Ukraine based on the analysis of particular indicators. This is the

basis for choosing a rational set of human resource development tools based on a problem-oriented approach at all levels of government.

The components of the assessment of the level of development of human resources are educational, motivational and resultant components.

The educational component evaluates the existence of conditions for the development of human resources at all levels of management on the basis of obtaining quality education and training.



**Figure 1. The methodical approach of the integrated assessment of the level of human resources development**

The motivational component also assesses the conditions that stimulate human resources to development in the country. It includes wages, availability of vacancies from domestic enterprises, depending on the demanded professions, financial resources for education and education, which are allocated by the state and enterprise.

The resultant component shows the result of the development of human resources. It includes financial results of enterprises, labor performance, labor migration of human resources, etc.

To assess the level of development of human resources, it is advisable to use the following methods [3; 4; 5]:

analysis of the literature - to determine the list of indicators for the components of the assessment;

a priori ranking method - for the study of scientific approaches to the selection of a possible list of partial assessment indicators;

statistical analysis - for research and groups of empirical data and justification of the methodological approach, the formation of a system of problem-oriented management of human resource development;

taxonomy or entropy method - for assessing the integral indicators in human development by component.

Components of the integral indicator of human resources development

1. Educational component is include:

- number of comprehensive educational institutions per 10 thousand population, units;

- number of vocational schools 10 thousand population, units;

- number of higher educational institutions of I-IV levels of accreditation per 10 thousand population, units;

- number of students, students of vocational schools per 10 thousand people, persons;

- number of students of higher education institutions of I-IV levels of accreditation per 10 thousand population, persons;

2. Motivational component is contain:

- consolidated budget expenditures on education, % of total expenditures;

- public sector share in education expenditure, %;

- share of entrepreneurship sector in education expenses, %;

- real wage index, %.

3. The resulting component is comprise:

Share of profitable enterprises, share

- flexibility, %

- total productivity of labor, UAH / UAH

- load per vacancy, persons

- level of labor migration

The information base for the evaluation of effectiveness of human resources management is the official database of the Ministry of Social Policy of Ukraine; State Statistics Service [2]; normative-legal acts of Ukraine; statistical collections "Labor of Ukraine"; "Economic activity of the population of Ukraine"; Reports "Labor Market"; statistical bulletins "Foreign labor migration of the population of Ukraine"; statistical collections "Regions of Ukraine"[3]; database of monitoring of socio-economic development of regions of Ukraine, database of European Centre for the Development of Vocational Training etc.

The result of evaluation is 3 integrated indicator which draws conclusions about the problems in personnel development. Based on the problems that have been identified, areas of problem-oriented development of human resources are being developed, which will improve the quality of life of the population and increase the competitiveness of the national economy.

Further studies are aimed at providing justification for the methodological development directions chelovchecheskiz resources based on a problem-oriented approach.

### References:

1. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Statistical Yearbook «Regions of Ukraine 2016». (2016). ЧІ; К. : State Statistics Service of Ukraine, 2016. 299 с.
3. Кагляк О.В. (2014). Підходи та показники оцінки ефективності розвитку людських ресурсів на підприємствах // Вчені записки Університету «КРОК». 2014. Вип. 38. С. 77-86.
4. Лаптев В. І. (2018). Особливості державного управління розвитком людських ресурсів // Глобальні та національні проблеми економіки. 2018. № 21. URL: <http://global-national.in.ua/issue-21-2018>
5. Стаматін О. В. (2014). Методичний підхід до оцінювання якості трудового життя працівників промисловості на прикладі машинобудівних підприємств // Бізнес Інформ. 2014. №3. С. 236.-244.
6. European Centre for the Development of Vocational Training (Cedefop) URL: <http://www.cedefop.europa.eu/en>

**Suhovey A.F.,**

Doctor of Philosophy, Professor, Chief researcher

**Golova I.M.,**

Doctor of Economic Sciences, Head sector

*Institute of Economy of the Ural Department Russian Academy of Sciences, Russia*

## THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE INNOVATION COMPONENT OF THE ECONOMY IN THE REGIONS OF RUSSIA

**Суховой А.Ф.,**

д.филос.н., профессор, г.н.с.

**Голова И.М.,**

д.э.н., зав. сектором,

*Институт экономики Уральского отделения РАН, Россия*

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ РФ

**Abstract.** *In this article are considered the theoretical-methodological aspects of building an innovative component of the sustainable development of the regions of the Russian Federation. There were identifies the main problems of efficient innovation system in the country; justification possible approaches to their resolution.*

**Keywords:** *innovation component of economy, innovation system, innovation strategy of region*

**Аннотация.** *В статье рассмотрены теоретико-методологические аспекты построения инновационной составляющей устойчивого развития регионов РФ. Выявлены основные проблемы становления дееспособной инновационной системы в стране; обоснованы возможные подходы к их разрешению.*

**Ключевые слова:** *инновационная составляющая экономики, инновационная система, инновационная стратегия региона*

Инновационная компонента экономики представляет собой не что иное, как инновационную систему конкретного региона или страны в целом.

Основными составляющими инновационной компоненты являются: 1) субъекты инновационной деятельности (научные организации, предприятия, разрабатывающие и производящие инновационную продукцию); 2) сложившаяся в стране или регионе система управления и поддержки инновационной деятельности (органы власти разного уровня, фонды, правительственные и иные программы развития инновационной деятельности); 3) система подготовки и переподготовки кадров для инновационной сферы; 4) инновационная инфраструктура, создающая благоприятные условия для активизации и развития инновационных процессов (инновационные центры, технопарки, технополисы, технологические платформы и т.п.) [1].

Вместе с тем между понятиями «инновационная система» и «инновационная составляющая устойчивого экономического роста» имеется существенное различие. Последняя может быть охарактеризована как качественное состояние инновационной системы, способное обеспечить социально экономической системе региона или стране в целом необходимые импульсы для ее эффективного инновационного развития.

В настоящее время инновационная система либо ее элементы в виде научных организаций, разрабатывающих новые идеи и технологии, предприятий, производящих инновационную продукцию, различных объектов инновационной инфраструктуры в той или иной степени представлена практически в каждом субъекте РФ. Вместе с тем инновационные системы различных регионов страны существенно разнятся по своему потенциалу.

Таблица 1

### Состояние научной и инновационной деятельности в федеральных округах РФ в 2017 г.

Федеральные округа	Численность занятых исследованиями и разработками		Затраты на технологические инновации		Объем отгруженной инновационной продукции	
	тыс. чел.	% к 2000г.	млрд. руб.	% от 2000г.**	млрд. руб.	% от 2000г.**
Центральный	362,5	79,5	457,5	360,1	1112,0	375,8
Северо-Западный	94,5	80,9	142,7	312,3	458,8	296,9
Южный	26,9	74,7*	82,7	442,3*	304,5	1421,6*
Северо-Кавказский	7,2	127,6	9,0	865,3	34,7	2917,9
Приволжский	104,9	69,9	336,9	379,1	1445,6	424,7
Уральский	45,3	89,1	186,3	344,4	507,8	627,1
Сибирский	54,0	86,4	131,4	620,1	206,4	683,7
Дальневосточный	12,6	88,8	58,6	303,5	89,3	966,3
<b>РФ</b>	<b>707,9*</b>	<b>79,4*</b>	<b>1405,0*</b>	<b>373,7*</b>	<b>4167,0</b>	<b>445,1*</b>

Составлено: по сборникам Росстата «Регионы РФ. Социально-экономические показатели» за 2018 и 2001 гг.

Примечания: \* - без учета Республики Крым и г. Севастополя;

\*\* - в сопоставимых ценах.

Дифференциация российских регионов по уровню развития инновационной системы весьма значительна. Так, Центральный федеральный округ в силу понятных причин существенно опережает остальные округа по

показателям инновационного развития. В частности, по затратам на технологические инновации Центральный федеральный округ в 1,4 раза превосходит Приволжский, в 2,5 раза – Уральский в 3,2 раза – Северо-Западный, и в 3,5 раза – Сибирский ФО (табл. 1).

Отсюда следует, что одним из принципиально важных моментов формирования инновационной составляющей экономики региона является обязательный учет состояния и особенностей его инновационной системы. В противном случае поддержка инновационной деятельности в регионе будет неэффективной или малоэффективной и не станет основой для серьезного обновления и повышения эффективности экономики.

Другой важный момент – обязательная «привязка» инновационной системы к производственно-технологическому типу территории. Это обусловлено тем, что инновационная система – это элемент общей социально-экономической системы региона.

При формировании инновационной системы необходимо также учитывать современные тренды развития мировой экономики. На сегодняшний день задачу повышения экономической стабильности региона и страны в целом нельзя решить без воссоздания на новой основе обрабатывающей промышленности с акцентом на ускоренное формирование высокотехнологичного сектора. Не случайно в настоящее время в мире приобретает популярность теория неоиндустриализации базовых отраслей. Применительно к России попытки решить проблему импортозамещения в обход задачи формирования современного высокотехнологичного сектора и создания благоприятных условий для развития науки и инноваций обречены на провал ввиду значительной технологической отсталости. Российская промышленность ни по состоянию кадрового потенциала, ни по обеспеченности технологическим оборудованием в настоящее время не способна предложить альтернативу импорту по большинству позиций.

Следует также подчеркнуть, что развитие обрабатывающей промышленности обладает наибольшим мультипликативным эффектом для оживления других отраслей экономики. Вложенный в обрабатывающую промышленность 1 долл. приводит к росту ВВП на 1,5 долл., тогда как инвестиции в другие сектора экономики (за исключением сельского хозяйства) приводят к росту ВВП менее чем в 1 долл. на 1 долл. затрат<sup>1</sup>.

Доля России на мировых рынках высоких технологий в 2016 г. составила всего 0,33% (6,6 млрд. долл. США). По доле высоких технологий в общем экспорте производственной продукции Россия также существенно уступает ведущим в технологическом отношении странам мира (табл. 2).

В этой связи решение задачи обеспечения экономической стабильности необходимо начинать с модернизации экономики в целом, оздоровления ее структуры и механизмов управления [3]. Обеспечить решение проблемы достижения экономической устойчивости РФ и ее регионов вне инновационной

<sup>1</sup> Толкачев С. Реиндустриализация в США: канун неоиндустриального уклада // Экономист. – 2014. – № 10. – С. 57.

парадигмы в современных условиях глобализующегося мира не представляется возможным.

Учитывая, что ресурсодобывающие отрасли и производства первичных переделов минерального сырья незадолго перед дефолтом 2014 г. провели определенное техническое перевооружение (к чему их вынудило изменение конъюнктуры на соответствующих мировых рынках), некоторый запас времени на маневр у России пока есть.

Таблица 2

### Высокотехнологичный экспорт, 2016 г. (международные сопоставления)

Страны	млрд. долл. США	Доля в мировом высокотехнологичном экспорте, %	Доля в экспорте производства, %
<b>Россия</b>	<b>6,6</b>	<b>0,33</b>	<b>10,72</b>
Китай	496,0	24,94	25,24
Германия	189,6	9,54	16,91
США	153,5	7,72	20,00
Сингапур	126,3	6,35	48,83
Респ. Корея	118,4	5,95	26,58
Франция	103,8	5,22	26,67
Япония	92,9	4,67	16,22
Великобритания	68,3	3,43	21,83
<b>Мир в целом</b>	<b>1988,6</b>	<b>100,00</b>	<b>17,94</b>

*Примечание: составлено по данным Мирового банка [2].*

Важнейшими приоритетами укрепления экономики на среднесрочную перспективу должно стать создание условий для становления в РФ современных производств, способных обеспечить выпуск конкурентоспособной на мировых рынках высокотехнологичной продукции и формирование современного сектора инвестиционного машиностроения. Достижение поставленной цели позволит создать реальные предпосылки для одновременного решения проблем импортозамещения и обновления технологической базы ключевых элементов системы производства и жизнеобеспечивающей инфраструктуры страны.

### Литература:

1. Голова И.М., Суховой А.Ф. Вызовы инновационной безопасности регионального развития в условиях цифрового общества // Экономика региона. 2018. № 3. – С. 988.
2. Статистические ресурсы Мирового банка [Электронный ресурс]. URL: <https://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: 18.04.2019).
3. Сорокин Д.Е., Толкачев С.А. Условия и факторы эффективной реиндустриализации и промышленной политики России // Экономическое возрождение России. 2015. № 4 (46). – С. 89.



**Shevtsova Hanna,**

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor  
*Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine (Ukraine, Kyiv)*

**Maslosh Olha**

Ph.D., Associate Professor  
*Volodymyr Dahl East Ukrainian National University (Ukraine, Severodonetsk)*

## INVESTMENT ASPECTS OF THE DEVELOPMENT OF MODERN CHEMICAL PRODUCTION

**Шевцова Г.З.,**

докт. екон. наук, доцент  
*Інститут економіки промисловості НАН України*

**Маслош О.В.**

канд. хім. наук, доцент  
*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

## ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ХІМІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА

**Abstract.** *The article deals with the problem of investment support for the development of the chemical sector. It is shown that the revitalization of Ukrainian chemical production is not followed by the restoration of investment processes. The modern global experience in investing in chemical business is summarized.*

**Key words:** *investment, chemical production, development, neoindustrial modernization.*

**Анотація.** *У статті розглянуто проблему інвестиційного забезпечення розвитку хімічного сектору. Показано, що відновлення українського хімічного виробництва не супроводжується відновленням інвестиційних процесів. Узагальнено сучасний світовий досвід інвестування хімічного бізнесу.*

**Ключові слова:** *інвестиції, хімічне виробництво, розвиток, неоіндустріальна модернізація.*

Актуальне завдання проведення масштабної неоіндустріальної модернізації українського промислового виробництва [1] потребує значних інвестиційних ресурсів. Поряд із загальними системними проблемами інвестиційного забезпечення політики модернізації, важливу роль в організації інвестиційних процесів відіграють секторальні особливості виробництв.

У структурі вітчизняної хімічної галузі переважають складні великотоннажні, капітало- та ресурсоемні виробництва базової хімії. Вони мали значні інвестиційні можливості для кардинальної технологічної модернізації у період економічного зростання в середині 2000-х років [2]. Але впровадження численних заходів з оптимізації виробничих потужностей, підвищення енергоефективності та освоєння нових видів продукції відбувалося в рамках існуючої техніко-технологічної парадигми й забезпечило лише тимчасову підтримку конкурентоспроможності.

Після тривалого глибокого падіння, спричиненого як системними, так і ситуаційними чинниками, у 2017-2018 рр. галузеве виробництво продемонструвало впевнене відновлення на рівні 117-118% щороку (табл. 1).

Кумулятивний індекс промислової продукції у виробництві хімічних речовин і хімічної продукції за 2014-2018 рр. (102,2%) вказує на відновлення докризових позицій сектору (без урахування тимчасово окупованих територій АР Крим та частини зони проведення ООС). Цей результат значно перевищив загальний показник по промисловості (82,0%), але не спричинив аналогічного відновлення інвестиційних процесів.

Таблиця 1

**Індекси промислової продукції та капітальних інвестицій**

Індекси	2014	2015	2016	2017	2018	За період	
						2014-2018	середньорічний
Промисловість (код В+С+D)							
- промислової продукції	89,9	87,0	102,8	100,4	101,6	82,0	96,1
- капітальних інвестицій	74,3	80,1	118,7	123,4	122,2	106,5	101,3
у тому числі Виробництво хімічних речовин і хімічної продукції (код 20)							
- промислової продукції	85,8	84,8	101,1	118,4	117,4	102,2	100,4
- капітальних інвестицій	68,7	72,3	83,5	176,9	84,6	62,1	90,9

*Джерело: складено та розраховано за даними Державної служби статистики України*

Падіння галузевих капітальних інвестицій більш ніж на третину впродовж п'яти останніх років свідчить, що сьогодні інвестори не зацікавлені у розвитку українських базових хімічних виробництв через комплекс різнопланових ризиків та наявні кращі альтернативи. У секторі переважають «короткі», точкові інвестиції, зорієнтовані на виробництво ліквідної продукції традиційного попиту [3].

Разом з тим, результати аналізу діяльності провідних гравців світового хімічного бізнесу [4-6] дають змогу зробити певні висновки та узагальнення стосовно інвестиційних аспектів сучасного хімічного виробництва, які слід враховувати при розробці стратегій інвестування вітчизняного виробництва.

1. Хімічні компанії у різних сегментах галузі мають різні стратегії розвитку та пріоритети інвестування залежно від їх місця у глобальному ланцюгу доданої вартості хімічної промисловості. Якщо не враховувати нафтохімічний сектор, лідерами за питомими капітальними інвестиціями є компанії з виробництва промислових газів та агрохімікатів. Диференційованою за сегментами хімічного виробництва є й віддача на інвестований капітал (лідери – виробники спеціальних хімікатів).

2. Інвестиції у базовому хімічному виробництві спрямовані переважно на будівництво нових заводів, розширення й модернізацію діючих потужностей, створення інфраструктурних об'єктів, а також придбання виробничих активів, систем транспортування та дистрибуції. Водночас втрата конкурентоспроможності на ринках великотоннажної продукції змушує компанії розвинутих країн зміщувати фокус уваги до завершальних стадій глобальних ланцюгів і диверсифікувати портфелі інвестицій у напрямку

високих технологій глибокої переробки і виробництва наукоємної малотоннажної продукції.

3. Невід'ємною складовою інноваційно-інвестиційних стратегій лідерів світового хімічного бізнесу є неоіндустріальна модернізація і технології Індустрії 4.0. Останні сприяють покращенню бізнес-операцій через цифровізацію, оптимізацію виробничих процесів і матеріально-енергетичних потоків, управління безпекою, зміцненню ринкових позицій шляхом розробки й виготовлення смарт-продукції, застосуванню колективних компетенцій і великих обсягів інформації завдяки співпраці у ланцюгах створення вартості, а також пошуку шляхів розвитку бізнесу за допомогою новітніх матеріалів, інтелектуальних хімічних речовин та нових сервісних пропозицій. Планові обсяги інвестування у цифровізацію галузевого виробництва становлять до 5% щорічного доходу [7].

### Література:

1. Вишневський В.П., Збарзська Л.О., Заніздра М.Ю. та ін. Національна модель неоіндустріального розвитку України: монографія; В.П. Вишневського (заг. ред.). – К.: Ін-т економіки пром-сті НАН України. – 2016. – 518 с.
2. Шевцова Г.З., Петешова Т.А., Швець Н.В. та ін. Управління ресурсами підприємства: методичні підходи та досвід у хімічній промисловості: монографія. – Луганськ: вид-во СНУ імені Володимира Даля. – 2009. – 212 с.
3. Ковеня Т.В., Канюка І.В. Промислове інвестування хімічної промисловості України: плюси і мінуси // Хімічна промисловість України. – 2017. – № 1. – С. 57-60.
4. Das S., Icart I. Innovation policy of European chemical companies with special focus on large companies // Revista Internacional de Organizaciones. – 2015. – No. 14. – P. 123-157. doi: <https://doi.org/10.17345/rio14.123-157>.
5. Шевцова Г.З., Швець Н.В. Дослідження сучасних чинників розвитку хімічного виробництва в контексті неоіндустріалізації // Економіка промисловості. – 2017. – № 3 (79). – С. 39-57. doi: <https://doi.org/10.15407/econindustry20>.
6. Shevtsova H., Maslosh O. Chemical production modernization in the formative phase of Industry 4.0: study of trends and problems of investment support // Technology audit and production reserves. – 2019. – Vol. 1. – No. 4 (45). – P. 30-37. doi: <https://doi.org/10.15587/2312-8372.2019.157152>.
7. Westerman A., Morawietz M., Geissbauer R., et al. Industry 4.0: Building the digital enterprise. Chemicals key findings // PricewaterhouseCoopers. – 2016. – 12 p.

## 2. WORLD ECONOMY

**Kwilinski A.,**

Ph.D. (Economics)

*The London Academy of Science and Business, London, England*

**Trushkina N.**

Ph.D. (Economics), Senior Research Fellow

*Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine*

### INFORMATIONAL ECONOMY IN THE GLOBAL DIGITAL ENVIRONMENT: TRENDS AND DEVELOPMENT PRIORITIES

**Квилинский А.С.,**

Ph.D. (Economics)

*Лондонская академия науки и бизнеса, Лондон, Англия*

**Трушкина Н.В.**

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник

*Институт экономики промышленности НАН Украины, Киев, Украина*

### ИНФОРМАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ: ТЕНДЕНЦИИ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ

**Abstract.** *The article identifies key prerequisites for the emergence of the informational economy. Factors influencing the development of the informational economy are investigated which are conventionally classified into 5 groups: ICT research and development; personnel component; ICT sector development; digital technologies in business; information security. The priority directions for the development of the informational economy in the global digital space are defined.*

**Keywords:** *informational economy, factors, trends, priorities, information technologies, globalization.*

**Аннотация.** *В статье выявлены ключевые предпосылки возникновения информационной экономики. Исследованы факторы влияния на развитие информационной экономики, которые условно систематизированы по пяти группам: исследования и разработки в сфере ИКТ; кадровая составляющая; развитие сектора ИКТ; цифровые технологии в бизнесе; информационная безопасность. Определены приоритетные направления развития информационной экономики в условиях глобального цифрового пространства.*

**Ключевые слова:** *информационная экономика, факторы, тенденции, приоритеты, информационные технологии, глобализация.*

Современная экономика становится все более технологичной. Стремительное развитие информационных технологий и появление платформенных решений приводят к созданию экосистемы информационной экономики, ключевыми предпосылками возникновения которой являются, прежде всего: глобализация мировой экономики и интеграция мировых рынков капитала; транснационализация инновационного производства; изменение методов ведения бизнеса и построения компаний; трансформация структуры капитала компании; усиление конкуренции и дифференциации компаний; инновационность организационной структуры; превращение компьютерных технологий в «фактор выживания компаний»; активизация электронного

бизнеса и электронной коммерции; развитие нового типа общественных отношений в рамках национальной экономики.

На основе анализа и обобщения специальной литературы [1-10 и др.] информационную экономику предложено рассматривать как систему экономических отношений с применением современных информационных технологий, а также информационную среду, которая эффективно развивается с помощью цифровых технологий и функционирования объектов информационной инфраструктуры.

Установлено, что на развитие информационной экономики влияет множество факторов, которые можно условно систематизировать по 5 группам:

*исследования и разработки в сфере информационно-коммуникационных технологий (ИКТ):* затраты на исследования и разработки по направлению «Информация и телекоммуникация»; публикации авторов в изданиях, индексируемых в Scopus и Web of Science, по направлениям ИКТ; индексы научной специализации стран по публикациям в изданиях, индексируемых в Scopus и Web of Science, по направлениям ИКТ; патентная активность заявителей в сфере ИКТ; удельный вес каждой страны в общемировом количестве патентных заявок в сфере ИКТ; разработка передовых производственных технологий, связанных с ИКТ;

*кадровая составляющая:* удельный вес специалистов по ИКТ высшего уровня квалификации в общей численности занятых по странам; количество специалистов в сфере ИКТ по уровню квалификации; количество специалистов в сфере ИКТ по видам экономической деятельности;

*развитие сектора информационно-коммуникационных технологий:* удельный вес сектора ИКТ в численности занятых в предпринимательском секторе по странам; удельный вес сектора по ИКТ в валовой добавленной стоимости предпринимательского сектора по странам; инновационная активность организаций сектора ИКТ; затраты на инновации организаций сектора ИКТ, в том числе на технологические, маркетинговые, организационные инновации; деловая активность организаций, оказывающих услуги в сфере информационных технологий (спрос на услуги, количество заключенных договоров, стоимость оказанных услуг, цены на услуги, численность работников, конкурентоспособность, инвестиции, экономическое состояние организаций); структура экспорта товаров (услуг) в сфере ИКТ в общемировом объеме экспорта товаров (услуг); структура импорта товаров (услуг) в сфере ИКТ в общемировом объеме импорта товаров (услуг);

*цифровые технологии в бизнесе:* широкополосный доступ к интернету в организациях по странам (в % от общего числа организаций предпринимательского сектора); интенсивность использования в организациях цифровых технологий (широкополосный интернет; «облачные» сервисы; RFID-технологии, CRM-, ERP-, SCM-системы; электронные продажи); доступ к интернету в организациях; наличие веб-сайта в организациях; использование технологий электронного обмена данными между внутренними и внешними информационными системами в организациях; применение программных средств в организациях; использование интернета в организациях для связи с

поставщиками по целям; электронные закупки и продажи в организациях; структура затрат организаций на внедрение ИКТ;

*информационная безопасность:* столкновение населения с проблемой заражения вирусами при использовании интернета и с угрозами информационной безопасности при использовании интернета; использование средств защиты информации в организациях.

К приоритетным направлениям развития информационной экономики в условиях глобальных экономических изменений можно отнести:

*Большие данные:* 50% крупных компаний получили в 2018 г. доход от Data-as-a-Service; объем мирового IP-трафика вырастет за 2016-2021 гг. в 2,9 раза или с 96054 до 278108 петабайт; 44 зеттабайт мировой объем сгенерированных данных к 2020 г. (в 2013 г. – 4,4 зеттабайт); 90 млрд долл. объем мирового рынка больших данных в 2025 г. (в 2015 г. – 22,6 млрд долл.);

*квантовые технологии:* 1 млрд евро планируется выделить на выполнение программы «Квантовый флагман» в ЕС; 25% среднегодовой темп роста рынка квантовых вычислений в 2018-2024 гг.;

*компоненты робототехники и сенсорики:* 10% среднегодовой темп роста мирового рынка робототехники за 2010-2025 гг., в том числе по секторам: промышленный – 7,6%, оборонный – 7,7%, коммерческий – 13,2%, потребительский – 21,9%; 5 млн рабочих мест будут заменены к 2020 г. роботами; 25% средний уровень роботизации в промышленности к 2025 г.; 87 млрд долл. США объем мирового рынка робототехники в 2025 г.;

*нейротехнологии и искусственный интеллект:* объем рынка искусственного интеллекта увеличится за 2016-2025 гг. в 42,6 раза или с 1,4 до 59,7 млрд долл. США; 2,3 млн рабочих мест будет создано к 2020 г. благодаря искусственному интеллекту; 20% работников, занятых нерутинными задачами, будут полагаться на помощь искусственного интеллекта к 2022 г.; 85% взаимодействий с клиентами будут управляться при помощи искусственного интеллекта к 2025 г.; на 15,7 трлн долл. США вырастет мировой ВВП благодаря искусственному интеллекту к 2030 г.;

*новые производственные технологии:* объем мирового рынка «умных» материалов увеличится за 2014-2022 гг. в 2,2 раза или с 32,8 до 70,9 млрд долл.; 40 млрд долл. объем глобального рынка «умных» фабрик; 550 млрд долл. вклад 3D-печати в мировую экономику к 2025 г.;

*промышленный интернет:* 21,5 млрд долл. объем глобального рынка интернета роботизированных вещей в 2022г.; 500 млн объектов производственных и логистических цепей будут подключены к промышленному интернету вещей к 2025 г.;

*блокчейн:* 33% средний темп капитализации криптовалют в 2017-2023 гг.; 20 млрд долл. экономия банков от использования технологии блокчейн в 2022 г.; 10% мирового ВВП будет храниться в сетях блокчейн в 2027 г.;

*технологии беспроводной связи:* число соединенных устройств в мире вырастет за 2017-2022 гг. в 1,6 раза (проводная связь) и в 4,9 раза (беспроводная, LPWAN); 50% населения планеты будет иметь в 2019 г. доступ в интернет; 85% покрытие Земли беспроводным доступом в интернет в 2021 г.; 16 млрд долл. объем мирового рынка беспроводных маршрутизаторов в 2025 г.;

*технологии виртуальной и дополненной реальности:* объем мирового рынка дополненной и виртуальной реальности увеличится за 2016-2021 гг. в 35,2 раза или с 6,1 до 215 млрд долл. США.

Таким образом, развитие информационных технологий влечет за собой цифровую трансформацию всех видов экономической деятельности. В связи с этим информационная экономика является одним из перспективных направлений национальных экономик разных стран мира в условиях глобального цифрового пространства.

### Литература:

1. Tapscott D. The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence. New York: McGraw-Hill, 1996. 286 p.
2. Machlup F. Knowledge: Its Creation, Distribution and Economic Significance. Volume I. Knowledge and Knowledge Production. New Jersey: Princeton, 2014. 304 p.
3. Шкарлет С.Н. Информационная экономика как основа социально-экономической регенерации Украины. Экономика Украины. 2014. № 11 (628). С. 51-60.
4. Пидоймо Л.П., Бутурлакина Е.В. Сущность категорий «информационное общество», «информационная экономика». Современная экономика: проблемы и решения. 2015. № 4. С. 112-118. URL: <http://meps.econ.vsu.ru/meps/article/view/824>.
5. Дятлов С.А., Марьяненко В.П., Селищева Т.А. Информационно-сетевая экономика: структура, динамика, регулирование: монография. Москва: ИНФРА-М, 2016. 414 с.
6. Цифровая экономика: монография / Под общ. ред. И.Б. Тесленко. Москва: Русайнс, 2016. 288 с.
7. Бухт Р., Хикс Р. Определение, концепция и измерение цифровой экономики. Пер. с англ. А.А. Игнатовым. Вестник международных организаций. 2018. Т. 13. № 2. С. 143-172. DOI: 10.17323/1996-7845-2018-02-07.
8. Kwilinski A. Mechanism of modernization of industrial sphere of industrial enterprise in accordance with requirements of the information economy. Marketing and Management of Innovations. 2018. No 4. P. 116-128. DOI: <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-11>.
9. Kwilinski A. Trends of development of the informational economy of Ukraine in the context of ensuring the communicative component of industrial enterprises. Economics and Management. 2018. Vol. 1. No 77. P. 64-70.
10. Ляшенко В.І., Вишневський О.С. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку: монографія. Київ: Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2018. 252 с.

## ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT

**Ivan Mičić,**

Scientific Associate, PhD in the University selection, Associate Professor  
*MIT University, Faculty of Environmental Resource Management – Skopje,*  
*Macedonia*

**Ivana Mičić,**

PhD Student

*University of Niš, Faculty of Economics - Niš, Serbia*

**Marko Mičić**

Bachelor of Economics

*University of Niš, Faculty of Economics - Niš, Serbia*

## MANAGING INFORMATION IN BUSINESS

**Abstract.** *The definitions of information management and entrepreneurship and the performance of the economy over the past twenty years, most often used in economic life and communication, noting that these terms often include different objects. In order to determine the relationship between entrepreneurship, governance and successful economic activities, it is necessary to better define each of these conditions from the perspective of the company and the economy. Entrepreneurship as a concept is one of the most commonly used and widely known concepts. However, when the necessary analytical depth for defining entrepreneurship faces unexpected problems. In fact, literature is very much present in a wide range of definitions of entrepreneurship management, which we understand with this factor of production (bourgeois economists, a collection of different abilities and functions, etc.).*

**Key words:** *production planning, labour processes, information, entrepreneurship, management.*

## INTRODUCTION

Without pretensions to define, especially full, under information entrepreneurship will guide this analysis, mean, more or less autonomous human development socio-economic processes with the aim of available economic factors most rational use. The basis of entrepreneurship makes a conscious commitment and having to bear the risk in carrying out economic activities. In essence entrepreneurship is a measure of the manifestation of the influence of individuals on decision-making relevant to the development strategy of the company. For this it should be noted that entrepreneurship can not be identified with "development function" or other forms of combination of factors of production, as entrepreneurship grows into these frameworks and becomes a form of business and development philosophy.

Despite the fact that information entrepreneurship dates back to the very beginnings of organized human activity, scientific consideration of these problems is new. Analysis of Western literature shows that the increased interest of science for the problems of entrepreneurship began in 1980 when the defined final position of science in which the entrepreneurship pillar efficiency and performance of the economy in countries with rational economies. In Serbia, entrepreneurship started seriously talking backwards from 1985, and from this aspect is not far behind the developed countries logistics.



## **RESEARCH OBJECTIVE**

During research and verification, a primarily scientific method is applied, the basic application of which enables the explanation and prediction of the relationship between the individual relevant results of the achieved effects in information entrepreneurship management.

Information as a person's ability to initiate an action in order to achieve certain objectives, plans and desires represents a synthesis of the knowledge and skills of individuals. The recent development of the economy, particularly to the adoption of the Law on Enterprises, did not provide favorable conditions for the implementation of entrepreneurship. The reason for this attitude towards entrepreneurship should first of all look for the following elements:

- most companies were socially owned;
- Credit and monetary system is underdeveloped and unstable and is not able to follow the entrepreneurs in the realization of their projects;
- The tax system is unstable, which significantly hinders entrepreneurs in achieving expected results;
- Political conditions in the country with unstable monetary-credit and tax systems significantly hamper foreign investments in Serbia;
- Bureaucratic behavior approved by the administration, control and taxed entrepreneurs focused more on reducing, rather than on fostering entrepreneurial activity;
- Scientific and professional institutions are still dealing with information entrepreneurship marginally, because there are no institutions that study and help the development of entrepreneurship.

## **MATERIALS AND METHODS**

This condition greatly contribute to the conditions that exist in information enterprises. The largest number of information enterprises has its origins in the existence of capital and bank loans. On the other hand, the main motifs that dominate employment in information enterprises are increasing all forms of personal income, cash benefits and job security. In these areas, the prevailing belief that information profit enterprise nobody has any use. The consequence of such beliefs are sub-optimal results, even in companies that, according to the applicable criteria, classified a success. Just entrepreneur has the courage and ability to make money, manpower and intelligence advantage in a new way and make efficient for profit. At the same level of current theoretical analysis in the sphere of economy is a growing emphasis on the place and role of management in modern conditions. Term management of its contents significant because it represents a specific discipline that covers a broad range of processes and activities, the carrier and the implementers, the total knowledge and practice. Definitions of this concept are numerous and break, and on the other hand all the definitions only together provide a true picture of the contents of the management concept. Together for most of the famous definition of management is indicating that the management process that occurs in all types of organizations, at all organizational levels information.

## **RESULTS AND DISCUSSION**

Analysis of the previous period shows that the concept of knowledge is increasing. More insist on new ideas because the prevailing notion that the critical

factor business rapidly abandoning outdated - products, technologies, and old ideas, concepts survivors of obsolete methods of organization. In addition to knowledge management can be seen from the aspect of ability or skill. Strategic skills include the ability of managers to the company, as a whole, which is expressed interdependence of the various functions within the company. The essence of the social skills of management is reflected in vacancy to successfully motivate, communicate and void individuals and groups, all with the aim of building collaborative relationships and teamwork. Technical skills include the specialized knowledge and abilities to use certain techniques and resources. One of the key success factors of doing business is achieving and maintaining a competitive advantage as a means of organizing economic activities for the successful achievement of the objectives of the company. Achieving competitive advantages commonly linked to product or process both production, which in terms of entrepreneurial management is too cramped box and space. System entrepreneurial self management means the maximum engagement of all employees to perform duties and tasks assigned to them, because only in this way the risk of entrepreneurial and managerial activities can be reduced to a minimum objective. On the whole information entrepreneurial management is directed towards his conception of the significant changes in the presence of successful economic issues. How information entrepreneurial management unification on the one hand having as an essential determinant of entrepreneurship, it is quite understandable that the conception on the process of dematerialization of the world economy.

These processes have not yet received their rightful place in the economy. In education in economics is dominated by theories that nowhere in the world are not confirmed as successful in practice. The risk of such categories is suppressed with our area of ecological and performance conceals right time providing budget loans for the payment of wages.

The current social reform, presented as a versatile changes in the political and economic system must focus on more serious demands towards securing economic rights entrepreneurial management. It is necessary to radical changes in the role of professional managers, who must become responsible for the possession of knowledge and organizational skills necessary for compliance with the requirements of the productive forces of the third technological revolution. It is high time that the existing technology economy cease to proclaim "the latest" "the greatest reach of the human mind", with the aim of avoiding attempts, effort, risk and responsibility for further development and improvement.

### **CONCLUSION**

Instead of every modern technology serves as an incentive for even more modern ones, in our conditions usually "soothes the conscience" can therefore be achieved, which is the aspect of information entrepreneurial management in a safe way stagnation astray and entering the developed markets. In theory the optimal entrepreneur as an economic subjectivity in the market economy, characterized by efficiency and innovation, and on the other hand represents the mainstay of economic development and progress in general. This concept of the entrepreneur operates autonomously on the market, whereby the risk is borne by their activities. This attitude of entrepreneurs is the result of his struggle for economic survival in economic life, which is subject to dynamic development and changes. It should be

noted that due to the overall complexity of the production management function there is a possibility of defects that are reflected in:

- omission of specific concepts for realization of certain information requests,
- Undefined processes of integration of the given system into an industrial business-production system.

However, in this paper, the basic processes in production management are clearly seen and the basic concepts present in the respective information system are presented. Finally, due to the complexity of engineering decision-making processes in the function of production management, it is necessary to mention the need for the introduction of expert and DSS systems.

### References:

1. Klein B., Dynamic Economic, Combridge, 1977.
2. Jean-Paul C., Franchise commerciale et industrielle, Paris, 1983.
3. Ansoff I., Business Strategy, Midlseks, 1969. Inplanting Strategic Management, Prentice Hall, 1984.
4. Dragutin Zelenović, "Management of Production Systems", Scientific Book, Belgrade, 1984, [in Serbian].
5. Dragutin Zelenović, "Design of Production Systems", textbook, Scientific Book, Belgrade, 1987, [in Serbian].
6. Wayne. L, Man of organization, Belgrade, 1987. [in Serbian].
7. Wayne L., New Entrepreneurs, "Overview" Belgrade, no. 230. [in Serbian].
8. Pavle Mogin, Cvijan Krsmanović, "Information Systems Design", textbook, FTN, Novi Sad; [in Serbian].
9. Pavle Mogin, Ivan Luković, "Principles of Databases", edition "Technical Sciences", MP Stylos, Novi Sad, 1996, [in Serbian].
10. Andraš Mora, "Engineering Decision Making", textbook, FTN, Novi Sad, 1980, [in Serbian].;
11. Quinn I., Managing inovation, Harvard Business Review, 1985.
12. Mičić I., Rajić Z., Živković D., Nikolić S., Mičić I. I., Mičić I.M. (2016): The significance of Constant organizational learning in agro industrial management in the era of knowledge, Proceedings ZAEM Association of Agricultural Economists of Republic of Macedonia,p. 140-147.

**Lilyana Stankova**

Chief Assist. Dr.

*University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria*

## **DEVELOPMENT OF A SYSTEM FOR MOTIVATING PROJECT MEMBERS**

**Abstract.** *Project team motivation has a key role for the overall success of the project. In this connection the present report discusses the specifics and basic principles for development of an efficient system for project team motivation. The key role of project managers for increasing personal satisfaction with the completed work and keeping high the team members' motivation is in the focus of the discussion. The basic challenges that project managers face are identified and particular recommendations for efficient project team motivation are given.*

**Key words:** *project, project management, project team, motivation*

**Резюме.** *Мотивацията на проектния екип играе ключова роля за цялостния успех на проекта. В тази връзка настоящият доклад разглежда особеностите и основните принципи за изграждане на ефективна система за мотивация на проектни екипи. Акцентира се върху ключовата роля, която имат проектните мениджъри за повишаване на личното удовлетворение от извършената работа и поддържане на висока мотивация на членовете на екипа. Очертани са основните предизвикателства пред проектните мениджъри и са изведени конкретни препоръки по посока ефективното мотивиране на проектни екипи*

**Ключови думи:** *проект, управление на проекти, проектен екип, мотивация*

Създаването на система за мотивиране на сътрудниците в проекта е изключително отговорен и сложен процес. Тази дейност е свързана с изследване на особеностите на организационна среда, в която се реализира проекта и с проучване на потребностите, интересите и очакванията на сътрудниците, които биха били мотив за високоефективна дейност при реализиране на проектните цели.

Изборът на конкретна стратегия и техники, които ще залегнат в мотивационната система би било добре да бъде съобразен със спецификата на отделните фази от жизнения цикъл на проекта, да бъде на базата на задълбочен анализ на конкретната ситуация и на отчитане на следните ключови положения:

- мотивацията е динамичен и комплексен процес;
- не съществува универсална теория или подход към мотивацията;
- ръководителят на проекта е отговорен за управлението на мотивацията.

Основата за изграждане на системата за мотивиране трябва да се заложи преди същинското стартиране на проекта, още на фазата „Разработване на концепция“. На този етап е задължително да се поставят предизвикателни, но реалистични и постижими проектни цели, съобразени с ценностите и стратегическите приоритети на организацията. Поставянето на цели и тяхното реализиране е фундаментът на проектното управление. Спазването на определени правила в процеса на целеполагане, корекцията и системния контрол значително увеличават възможностите целите да бъдат разбрани, приети и постигнати в рамките на предвиденото време и ресурси.

По време на фазата „Подробно планиране“ трябва да се обърне внимание на определянето на потребностите от персонал за целите на проекта – колко

човека ще се включат в проекта, какви специалисти са необходими, какви компетенции трябва да притежават. При подбора на членове за екипа могат да се вземат предвид следните насоки:

- добре е да се поканят да участват хора, за които включването в проекта представлява възможност за кариерно израстване, професионално развитие или за които областта, в която се реализира проекта представлява интерес;

- всеки кандидат трябва да се провери за съответствие със заложените професионални критерии, като за целта трябва предварително да се разработи профил с изисквания към съответните позиции;

- би било добре да се обърне внимание и на личните качества, които оказват положително влияние за работа в проектен екип – умения за работа в екип, инициативност, умения за работа в условия на неопределеност и постоянни промени, стресоустойчивост, умения за управление на времето и поставяне на приоритети и др.

За отбелязване на официалното стартиране на проекта е добре да се организира т. нар. “kick-off” срещи, целта на които е запознаване на участниците, представяне на проектните цели и дейности, изясняване на ролите и функциите. Също така може да се организира провеждане на тим билдинг за участниците в проекта, с цел по-добро опознаване и сработване по между им.

В хода на проекта, по време на фазата „Изпълнение“ проектните ръководители имат най-голям избор, какви методи да използват за мотивация на проектните екипи. Най-общо бихме могли да ги разделим в две групи – материални и нематериални стимули за мотивация.

Към първата група „Материални стимули за мотивация“ спада допълнителното финансово възнаграждение, което получават служителите от участието им в даден проект. Когато се определят тези възнаграждения е добре да се отчитат следните моменти:

- размерът на възнаграждението трябва да бъде „съществен“ по отношение на работната заплата;
- размерът на възнаграждението трябва предварително да бъде известен на служителите;
- условията за получаване на възнаграждението трябва да се уточнят предварително;
- условията за получаване на възнаграждението трябва да се разбираеми и достижими;
- при изпълнение на всички условия получаването на възнаграждението трябва да бъде гарантирано.

Техниките от втората група „Нематериални стимули за мотивация“ биха могли да се групират по следния начин:

Техники, насочени към създаване на позитивна и мотивираща работна среда – поддържане на климат на доверие, осигуряване на необходимите ресурси, ефективни и открити комуникации, делегиране на отговорности, подкрепа от страна на мениджъра и др.

Техники, насочени към създаване на увереност у хората, че са важни като личности и специалисти – отчитане на индивидуалните особености на хората,

предоставяне на възможност за избор и гъвкавост, въвличане на служителите в процеса на вземане на решения, осигуряване на условия за допълнително обучение и повишаване на квалификацията и др.

Техники, насочени към създаване на разбиране у хората, че работата, която те извършват е важна – даване на конструктивна обратна връзка, признание за направените усилия и др.

Техники, насочени, към създаване на сплотеност и екипност - разбиране от страна на служителите за това, как техните задачи се обвързват с целите на целия екип, провеждане на екипни срещи, обмяна на опит, споделяне на добри практики и др.

На последната фаза от развитието на проекта „Приключване“ ръководителят на проекта е добре да проведе както индивидуални срещи с всеки от участниците в проектния екип, така и една обща среща на целия екип. В индивидуалните разговори е добре да се направи обобщена оценка на работата на служителя – как е работил, какво е успял да постигне, какво е можел да направи по-добре, да се даде възможност на служителя да изкаже своето мнение за начина на работа и да се разбере каква му е нагласата за участие в бъдещи проекти, това е добра възможност ръководителят на проекта да получи обратна връзка и за своята работа и не на последно място – изказване на благодарност от ръководителя на проекта за участието и положените усилия от страна на служителя. Целта на екипната среща е от една страна да се отпразнува приключването на проекта и от друга – да се направи анализ, обобщаване на натрупания опит и да се изведат добри практики за бъдещи проекти.

В заключение бихме могли да обобщим, че изключително динамичното развитие на организациите в България поставя нови предизвикателства и налага мениджърите да търсят нови решения и подходи за организиране и управление на дейността. Проектно-ориентираният подход за управление на организациите е едно от възможните решения. Използването на този подход способства както за разкриването и повишаването на конкурентните предимства на организациите, така и за засилване ролята и включеността на персонала. В тази връзка преосмислянето на ценностите, свързани с работното поведение на хората, изследване на потребностите и факторите, които ги мотивират да постъпва по един или друг начин, удовлетвореността от постигнатото и чувството за принадлежност и ангажираност са определящи за успеха както на екипа, така и на организацията като цяло.

Ключът към бъдещето конкурентно предимство на организацията е развитието на човешкия потенциал. Ето защо основна задача на управляващите трябва да бъде създаване и поддържане на мотивираща работна среда, която да осигурява условия за разгръщане на новаторските и творческите възможности на служителите.

### References:

1. Кузманова, М., М. Александрова, Мениджмънт Теория и практика, И „Везни-4“, София, 2013
2. Паунов, М., Мотивация, УИ „Стопанство“ София, 2001

3. Милошевич, Д., Набор инструментов для управления проектами, ДМК Пресс, Москва, 2008
4. Kerzner, H., Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling, 7th ed., John Wiley & Sons, Inc., New York, 2001
5. Verma, V. K., Human resource skills for the project manager, Project Management Institute, Newtown Square, PA, 1996

**Goryachuk Valeriy,**

Doctor of Economic Sciences, Senior Research

**Nazarenko Julia**

Postgraduate student

*Institute of Market Problems and Economic & Ecological Research  
of the National Academy of Sciences of Ukraine, (Ukraine, Odessa)*

### **CRITICAL ANALYSIS OF THE POSSIBILITY OF USE OF THE VALUE ADDED INTELLECTUAL COEFFICIENT FOR EVALUATION OF THE INTELLECTUAL CAPITAL OF THE ENTERPRISE**

**Горячук В.Ф.,**

доктор економічних наук, старший науковий співробітник

**Назаренко Ю.А.**

аспірант

*Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень  
Національної академії наук України, (Україна, Одеса)*

### **КРИТИЧНИЙ АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КОЕФІЦІЄНТА ДОДАНОЇ ВАРТОСТІ ДЛЯ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

**Abstract.** *The model of the value added intellectual coefficient (VAIC) declares the use of the concept of intellectual capital, but it does not really. Therefore, it can not be considered as a tool for evaluating intellectual capital. At the same time, it can be applied to assess the efficiency of using enterprise resources.*

**Key words:** *intellectual capital, value added, intellectual coefficient, enterprise, efficiency, human capital, structural capital, assets.*

**Анотація.** *Модель інтелектуального коефіцієнту доданої вартості декларує використання концепції інтелектуального капіталу, але на справді цього не має і тому він не може розглядатися як інструмент оцінки інтелектуального капіталу. В той же час його можна застосувати для оцінки ефективності використання ресурсів підприємства.*

**Ключові слова:** *інтелектуальний капітал, додана вартість, інтелектуальний коефіцієнт, підприємство, ефективність, людський капітал, структурний капітал, активи.*

Широке визнання при оцінці інтелектуального капіталу підприємства отримав інтелектуальний коефіцієнт доданої вартості (Value Added Intellectual Coefficient, VAIC) [1-9]. Розрахунок коефіцієнту VAIC засновано на поняттях: людський капітал (HC), який інтерпретується як витрати на персонал (заробітна плата та нарахування на неї); структурний капітал (SC), який інтерпретується як різниця між виробленою доданою вартістю (VA) і людським капіталом (HC),

тобто  $SC = VA - HC$ ; капітал, що використовує підприємство (CE), який визначається як балансова вартість чистих активів, тобто як власний капітал [9].

На підставі цих визначень і припущень коефіцієнт VAIC розраховується як сума таких показників ефективності: ефективність капітал, що використовує підприємство (CEE), ефективність людського капіталу (HCE) та структурна ефективність капіталу (SCE), які визначаються відповідно як  $VA / CE$ ;  $VA / HC$ ;  $SC / VA$  [9]. Таким чином, коефіцієнт VAIC є показником, в якому створена додана вартість порівнюється з власним, людським та структурним капіталом.

Розрахунки коефіцієнту VAIC та його складових здійсненні для підприємств України в цілому та за видами діяльності у період 2012-2017 рр. для варіанту, коли CE розглядається як власний капітал, свідчать про таке:

- середнє значення коефіцієнту VAIC для підприємств України в цілому складає 4,65, що згідно класифікації А. Пуліка відповідає дуже успішному бізнесу [9]. Але це суперечить існуючому стану економіки та процесам деіндустріалізації і домінування сировинних галузей в країні;
- найбільшою складовою коефіцієнту VAIC є HCE (ефективність людського капіталу), питома вага якої в цілому для країни складає 71 %;
- найбільше середнє значення коефіцієнту VAIC у період 2012-2017 рр. мало місце у сільському господарстві (6,04). При цьому питома вага складової HCE (ефективність людського капіталу) складає 78 %. Слід зазначити, що мова йде про сировинну галузь. Таке протиріччя можна пояснити тим, що сільське господарство є однією з ведучих експортних галузей країни, продаж продукції здійснюється за світовими цінами і відповідно виручка містить значну валову додану вартість;
- складова CEE (ефективність використання власного капіталу підприємства) у сфері будівництва (2015-2017 рр.) та торгівля (2012 рік, 2014-2016 рр.) мала від'ємне значення. Це обумовлено від'ємним значенням власного капіталу, що свідчить про те, що діяльність підприємств забезпечується за рахунок позикових коштів;
- малі значення власного капіталу (позитивні та від'ємні) у порівнянні з валовою доданою вартістю в торгівлі обумовили дуже високі значення складової CEE, що в свою чергу обумовило дуже великі значення коефіцієнту VAIC, як зі знаком плюс так і мінус, що не відповідає задекларованому змісту цього показника, а саме оцінка ефективності інтелектуального капіталу.

Для вирішення проблеми від'ємних та дуже великих значень складової CEE (ефективність використання власного капіталу) і відповідно коефіцієнту VAIC ряд дослідників капітал, що використовує підприємство, визначають як усі активи. Для цього варіанту середні значення коефіцієнту VAIC у період 2012-2017 рр. мають високі значення, а це згідно класифікації А. Пуліка вказує на ефективне використання інтелектуального капіталу в Україні, що суперечить існуючому стану економіки (табл. 1).

Для пояснення цього протиріччя розглянемо методичні засади моделі коефіцієнту VAIC. В ній використовуються такі поняття як «людський



капітал», «структурний капітал» та «інтелектуальний капітал». Але їх інтерпретація та розуміння не відповідають загально визнаним.

Таблиця 1

**Коефіцієнт VAIC та його складових для підприємств України в цілому та за видами діяльності у 2012-2017 рр. (для СЕ – усі активи)**

	HCE	SCE	CEE	VAIC
<b>Усього</b>	3,29	0,69	0,19	4,17
Сільське господарство	4,71	0,77	0,24	5,72
Промисловість	3,22	0,68	0,23	4,13
Будівництво	3,04	0,64	0,14	3,82
Торгівля	4,49	0,77	0,20	5,69
Транспорт	2,57	0,61	0,23	3,36

По-перше, в моделі людський капітал інтерпретується як витрати на персонал. Але це не є людським капіталом, а є платою за його використання. Так саме як орендна плата за використання основних засобів не є основними засобами, а відсотки по вкладам у банки не фінансовим капіталом.

По-друге, структурний капітал (SC) визначається як різниця між доданою вартістю (VA) та людським капіталом (HC)

$$SC = VA - HC. \quad (1)$$

Якщо врахувати наведене в моделі визначення VA, а саме

$$VA = HC + P + A, \quad (2)$$

де P – операційний прибуток; A – амортизація; то ми отримуємо, що

$$SC = P + A. \quad (3)$$

Але структурний капітал не може розраховуватися як сума операційного прибутку та амортизації, бо фахівці його визначають як програмне забезпечення, організаційні структури, ідеї, торгові марки, патенти, ліцензійні угоди, стосунки з клієнтами та ін. Крім того, коли операційний прибуток є від'ємний, то структурний капітал компанії також може бути від'ємним, що суперечить його сутності.

По третє, в моделі коефіцієнту VAIC сума структурного та людського капіталів визначається як інтелектуальний капітал (IC) і як додана вартість (VA). Тобто, інтелектуальний капітал визначається як додана вартість

$$IC = VA. \quad (4)$$

Але це суперечить економічній сутності доданої вартості, яка створюється усіма видами капіталу, що використовує підприємство – фізичним, природним, інтелектуальним, соціальним, фінансовим та ін. І тому додана вартість не може розглядатися як інтелектуальний капітал. Крім того, з точки зору системної динаміки, інтелектуальний капітал та додана вартість це різні за своєю суттю типи показників. Інтелектуальний капітал відноситься до типу «рівні», які представляють собою значення змінних, накопичені в результаті різниці між вхідними та вихідними потоками, а додана вартість відноситься до типу «потоки», які характеризують швидкості зміни рівнів.

**Висновок.** Модель коефіцієнту VAIC декларує використання концепції інтелектуального капіталу, але насправді цього не має і тому він не може розглядатися як інструмент оцінки інтелектуального капіталу. В той же час він

може бути корисним для оцінки ефективності використання ресурсів підприємства. Бо перша складова коефіцієнту VAIC, а саме НСЕ визначає скільки створюється доданої вартості на одиницю витрат на персонал, а друга СЕЕ визначає скільки створюється доданої вартості на одиницю власного капіталу або усіх активів.

### Література:

1. Citation: Li, Z., & Chen, Z., & Lui, T.T.S., & Chu, S.K.W. (2016). The Impact of Intellectual Capital on Companies' Performances: A Study Based on MAKE Award Winners and Non-MAKE Award Winner Companies. International Conference on Knowledge Management, ICKM 2016, Vienna, Austria.
2. Pirjo Ståhle, Sten Ståhle, Samuli Aho, (2011) Value added intellectual coefficient (VAIC): a critical analysis, Journal of Intellectual Capital, Vol. 12 Issue: 4, pp.531-551.
3. Justyna Fijałkowska, (2014) Value Added Intellectual Coefficient (VAICTM) as a Tool of Performance Measurement: Volume 15: Issue 1, pp. 129-140.
4. Lukasz Bryl, Szymon Truskolask (2015), The intellectual capital effectiveness and enterprises' performance-empirical study of Polish listed companies using VAIC method. Managing Intellectual Capital and Innovation for Sustainable and Inclusive Society: Managing Intellectual Capital and Innovation; Proceedings of the Make Learn and TIIM Joint International Conference 2015.
5. Smriti N., Das N. (2017), Impact of intellectual capital on business performance: Evidence from indian pharmaceutical sector Polish Journal of Management Studies 15(1):232-243.
6. Salome Svanadze, Magdalena Kowalewska (2015), The measurement of intellectual capital by VAIC method – example of WIG20. Online Journal of Applied Knowledge Management, Volume 3, Issue 2. pp. 36-44.
7. Ibrahim. A. H. Mohamed (2017), Methods of Measuring Intellectual Capital and the Efficiency of Investment It: Advantages & Disadvantages. Analytical Comparative Study Imperial Journal of Interdisciplinary Research (IJIR) Vol-3, Issue-2.
8. Samo Javornik, Metka Tekavčič, Mojca Marc (2012), The Efficiency Of Intellectual Capital Investments As A Potential Leading Indicator International Business & Economics Research Journal, Volume 11, Number 5, pp. 535-558.
9. Ante Pulic (2008), The Principles of Intellectual Capital Efficiency - A Brief Description. Zagreb – режим доступа: [http://www.cik-hr.com/data/principles\\_2008.pdf](http://www.cik-hr.com/data/principles_2008.pdf).

**Mammadova Z.Q.**

PhD in economics, Associate professor  
*Azerbaijani State University Oil and Industry*

## **FORMALIZATION OF THE STRATEGY OF PRODUCTION ASSORTMENT AT INDUSTRIAL ENTERPRISES**

**Мамедова З.Г.**

к.э.н., доцент

*Азербайджанский Государственный Университет Нефти и Промышленности*

## **ФОРМАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО АССОРТИМЕНТА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**

***Abstract.** The article discusses the features of the formation of the range on the example of the work of a particular enterprise that is considerably important in the economy of Azerbaijan. The analysis of the technical and economic characteristics of the enterprise is to identify internal reserves for the formation of production assortments and the choice of ways to effectively manage them, as well as the best ways to improve the policy of production assortment in the enterprise.*

***Keywords:** assortment formation, production assortment policy, management efficiency, production and sales of enterprise assortments*

***Аннотация.** В статье рассмотрены особенности формирования ассортимента на примере работы конкретного предприятия имеющее немаловажное значение в экономике Азербайджана. Произведен анализ технико-экономических характеристик данного предприятия для выявления внутренних резервов по формированию производственных assortиментов и выбора путей эффективного управления ими, а также указаны наилучшие пути совершенствования политики производственного assortимента на предприятии.*

***Ключевые слова:** формирование assortимента, политика производственного assortимента, эффективность управления, производство и сбыт assortиментов предприятия*

Одним из важнейших моментов в построении бизнеса, от которого зависит успех предприятия, является формирование ассортимента. При этом учитываются множество факторов: особенности ассортимента конкурирующих предприятий, источники товарных ресурсов, необходимых для формирования ассортимента; особенности и условия работы конкретного предприятия; численность обслуживаемого населения, и т.д. [1].

Формированию ассортимента предшествует разработка предприятием assortиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной assortиментной структуры, товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп (сегментов рынка), а с другой, — необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы производить изделия с низкими издержками. [2]

Важной задачей является решение организационных вопросов, связанные с обеспечением производства высококачественной продукции. Предприятиям следует создать внутреннюю систему обеспечения качества, которая

предполагает создание необходимых организационных и технических условий, реализация которых обеспечит производство нужного ассортимента и необходимого качества. В то же время управление качеством должно быть направлено на минимализацию затрат и на обеспечение качества продукции

Объектом исследования является завод “Этилен-Полиэтилен”, производственного объединения “Азерхимия”.

Основной целью исследовательской работы, является изучение и анализ технико-экономических характеристик данного предприятия, выявлений внутренних резервов по формированию производственных ассортиментов и выбора путей эффективного управления потенциалом производственного ассортимента. Для достижения вышеуказанной цели, необходимо применением экономико-математических методов оценить потенциал производственного ассортимента и предложить наилучшие пути совершенствования политики производственного ассортимента на предприятии.

Ассортимент продукции — это, совокупность сортов и разновидностей какого-либо товара, объединенных и сочетающихся по определенному признаку.

Формализация стратегии производственного ассортимента, это проблема конкретных товаров, их отдельных серий, определения соотношений между "старыми" и "новыми" товарами, "наукоемкими" и "обычными" товарами, товарами единичного и серийного производства, общественными товарами или лицензиями и "ноу-хау". При формировании ассортимента возникают проблемы цен, качества, гарантий, сервиса, собирается ли производитель играть роль лидера в создании принципиально новых видов продуктов или вынужден следовать за другими изготовителями.

Этому процессу предшествует разработка предприятием ассортиментной концепции. Она представляет собой направленное построение оптимальной ассортиментной структуры, товарного предложения, при этом за основу принимаются, с одной стороны, потребительские требования определенных групп (сегментов рынка), а с другой, — необходимость обеспечить наиболее эффективное использование предприятием сырьевых, технологических, финансовых и иных ресурсов с тем, чтобы производить изделия с низкими издержками. [3]

Для эффективного управления ассортиментом предприятия, необходимо глубокое понимание их руководства конъюнктуры рынка, широкого спектра маркетинговых стратегий, наличие практических навыков формирования ассортиментной политики.

В своей деятельности каждое предприятие ставит перед собой задачу, получение максимального экономического эффекта. Только используя наиболее эффективные методы управления предприятием можно добиться этой цели. Борьба за клиентов в нынешних экономических условиях является главной тенденцией и носит очень острый характер. [4]

Промышленные предприятия вынуждены искать пути совершенствования механизма планирования ассортимента.

Производственные и торговые предприятия, существующие в условиях конкурентной среды, вынуждены удовлетворять предъявленные покупателями высокие требования к качеству продукции.

Грамотное отношение к выбору ассортимента является обязательным условием высоких экономических показателей предприятия.

А как управлять ассортиментом предприятия? Для большинства предпринимателей и руководителей госпредприятий еще важнее разобраться, как это делать предельно эффективно.

Так как мы анализируем химическое предприятие, в частности завод «Этилен-Полиэтилен» на основе годовых отчетов можно составить таблицу выпуска продукции по всем ассортиментам за последние 6 лет (табл. 1).

Таблица 1

**Динамика выпуска продукции по ассортиментам завода  
«Этилен-Полиэтилен» [5]**

№	Наименование продукции	Ед. изм.	Годы					
			2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Полиэтилен	тон	75292,5	67092,1	76186,3	101035,6	103495,9	100256,7
2.	Пропилен	тон	40241,0	35014,0	40848,0	56493,0	56392,0	52188,7
3.	Смола жидкого пиролиза	тон	58433,3	54185,0	55385,0	71770,0	73350,1	69987,2
4.	Тяжелая смола	тон	12323,3	13056,8	15295,1	18723,3	22077,7	17143,8
5.	Бутан-бутиленовая фракция	тон	27436,0	20278,0	24815,0	30164,0	24285,0	22167,6
6.	Чистый спирт	тон	10889,7	7400,56	13825,5	10570,3	12253,8	8942,3
7.	Чистый эфир	тон	931,0	571,05	866,61	685,03	818,23	590,66
8.	Ингибирован. хлорная кислота	тон	-	-	-	-	350,36	329,06

Как видно из таблицы 1, объём производства продукции по разным ассортиментам на заводе «Этилен-Полиэтилен» не стабилен. Так, за анализируемый период, объём основной продукции завода, которым является "Полиэтилен", возрос на 24,97 тыс. тон, т.е. на 33,17 %. Среди всех основных ассортиментов завода по своему удельному весу значительное место занимают "Пропилен" и "Смола жидкого пиролиза". За анализируемый период, т.е. с 2012 по 2017 гг. по этим ассортиментам наблюдается рост производства. Так, производство «Пропилена» увеличился на 11,95 тыс.тон (или 29,69%), а соответственно «Пиролитической смолы» на 11,55 тыс. тон (или 19,77%). За анализируемый период увеличение наблюдается и в выпуске «Тяжелой смолы», производство которой увеличился на 4,83 тыс.тон, или на 39,12 %. Несмотря на это, среди некоторых других ассортиментов, наблюдается уменьшение объема выпуска продукции. Так, объем выпуска нижеперечисленных ассортиментов снизилось:

а) Чистый спирт - на 1,95 тыс.тон (или 17,88%)

б) Чистый эфир - на 0,34 тыс.тон (или 36,56 %)

С 2016-го года завод «Этилен-Полиэтилен» начал выпускать «Ингибированную. хлорную кислоту», объем выпуска продукции которой по сравнению с предыдущим годом, в 2017-м году снизился на 21,3 тон (на 6,1 %).

В результате анализа производственной деятельности завода «Этилен Полиэтилен» за 2012-2017 гг очевиден тот факт, что не весь объем выпускаемой продукции предприятия был реализован. Теперь рассмотрим реализацию продукции завода «Этилен-Полиэтилен» за 2012-2017 гг.

Из таблицы 2 видно что, за рассматриваемый период, у некоторых ассортиментов завода «Этилен-Полиэтилен», так же как и при выпуске продукции, соответственно объем ее реализации тоже увеличилась, а у остальных наоборот снизилась. Так из таблицы 2 видно, что, по таким ассортиментам как полиэтилен, пропилен, смола жидкого пиролиза и продукциям тяжелой смолы объем реализации увеличилась, а по остальным ассортиментам наблюдается уменьшение. По сравнению с 2012-м годом, в 2017-м году объем реализации полиэтилена увеличилась на 29,4 тыс.тон (или на 40,7 %);пропилен на 24,3 тыс.тон (или в 1,24 раза); смолы жидкого пиролиза на 13,1 тыс.тон (или на 23,0 %) и тяжелой смолы 5,72 тыс.тон (или 51,4 %).

Таблица 2

**Динамика реализации продукции завода «Этилен-Полиэтилен» [5]**

№	Наименование продукции	Ед. изм.	Годы					
			2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.	Полиэтилен	тон	72381,6	67702,8	77008,8	99832,4	101483,1	101829,8
2.	Пропилен	тон	19568,7	28505,5	30989,3	45595,1	43455,1	4383706
3.	Смола жидкого пиролиза	тон	56898,3	54074,4	56403,1	73257,4	69891,7	70004,8
4.	Тяжелая смола	тон	11138,4	15281,1	15295,1	19382,8	21701,9	16863,4
5.	Бутан-бутиленовая фракция	тон	27005,4	20017,3	27269,3	25789,4	28043,2	23347,2
6.	Чистый спирт	тон	11192,1	5905,52	14460,4	10525,8	10996,2	10207,6
7.	Чистый эфир	тон	1048,26	421,69	630,27	572,36	695,46	559,46
8.	Ингибирован. хлорная кислота	тон	-	-	-	-	352,84	305,35

А снижение объема реализации в 2017-м году, по отношению с предыдущим годом наблюдалась среди ассортиментов: бутан-бутиленовые фракции 3,7 тыс.тон(или 13,5 %);чистого спирта на 0,98 тыс.тон (или 4,8 %);чистого эфира на 0,49 тыс.тон (или 46,6 %); ингибированной хлорной кислоты 46 тон (или 13,3 %).

Сравнение таблиц 1 и 2 показывает, что объем выпуска продукции предприятия не соответствует объему реализации.

- Важным условием эффективной организации производства является создание такой отраслевой стратегии, которая помогла бы бизнес-менеджерам столкнуться с проблемами повышения эффективности.

- Выбор стратегии во многом определяется характером рыночной среды, формами конкуренции, материальными возможностями бизнеса и уровнем подготовки управленческого персонала, а также экономической политикой государства.

- Повышение эффективности производства обусловлено производственной стратегией, направленной на совершенствование и техническую разработку производства, минимизацию затрат и серьезное обновление технической базы производства.

- Объем выпуска продукции и ее реализация должны соответствовать друг другу и между ними должны сохраняться ритмичность и гармония.

### **Литература:**

1. Н. Байбардина, И. А. Байбардин, И. И. Грищенко, Л. И. Старовойтова - Мн.: ЗАО "Техноперспектива", 2004. – 319 с.
2. Питер Мартин и Уолт Бойес «Управление промышленным предприятием в режиме реального времени». Изд. Юнити-Дата, 2004
3. Рональд Купер и Стефан Меррилл «Исследования промышленной деятельности и инновационных показателей», 2004
4. Забелин П.В., Моисеева Н.К. Основы стратегического управления/ Учебное пособие. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1998
5. Годовые отчеты завода «Этилен-Полиэтилен».

**Philip Stoyanov**

Chief. Assist. PhD

*University of National and World Economy – Sofia, Bulgaria*

## **METHODS OF ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF SYSTEM OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BY THE FORM OF ASSESSMENT OF PARAMETERS**

***Abstract.** In this paper we propose indicators by which one can assess the social responsibility of the company. The use of basic indicators of the effectiveness of CSR implementation in a company's corporate management strategy requires the development of a company's standard, the content and form of social reporting to internal and external stakeholders. In the proposed model for evaluating the effectiveness of the CSR system in a company, an indicator characterizing the level of development of CSR is the integral index, which determines the cumulative effect of qualitative and quantitative parameters. For a quantitative assessment of the company's CSR, it is proposed: 18 indicators for internal CSR.*

***Key words:** corporate social responsibility, integral indicator, assessment of parameter, social and economic results, image of company*

The existing methodologies for assessing the effectiveness of the CSR system by the form of assessment of parameters used can be divided into three groups.

The first group includes methodologies based on the determination of only quality indicators. In this case, the assessment of the effectiveness of the CSR system is carried out in the presence or absence of certain conditions in the company's activities from a predetermined list. That is, a binary rating system is used (yes / no). As a result, the more predetermined criteria are present, the more effective the CSR system in a company is considered to be (Jankalová, M., & Jankal, R. (2017)). The disadvantages for this group of methods are: the impossibility of a comparative assessment of the effectiveness of the activities of various companies in the field of CSR in the presence of the same features; the inability to determine the share of each parameter in the overall index, because all indicators have the same importance;

The second group consists of methodologies based on a quantitative assessment of parameters of company in the field of CSR. Their use allows us to exclude the above disadvantages. However, at the same time, a deterrent to the development of such methodologies is often the lack of an objective quantitative assessment of certain indicators. The basis for the analysis in this case is the data of quarterly and annual public reports on the work of a company. As practice shows (Leipziger, D. (2017)), even large enterprises, which activities are formally supported by all regulatory documents in the field of CSR, provide a very limited amount of information on social expenditures for public access. At the same time, the format of data presentation in different periods can vary considerably, which further complicates the analysis. In addition to the limited amount of information to be analyzed, one should also pay attention to the accuracy in public reports of enterprises. In the absence of a well-established system of social reporting audit, questions arise regarding the reliability of information; reports are often of a declarative nature and are aimed at promotion and creation of a positive image of the



enterprise. These reasons determine the fact that today there are a small number of methods regarding the quantitative assessment of the effectiveness of the CSR system (Halkos, G., & Skouloudis, A. (2017)). In the existing methods of assessing the impact of quantitative indicators on the effectiveness of the CSR system, the considered parameters that make up these indicators are most often social expenditures in absolute or relative terms (calculated per employee). Most often, indicators are introduced that associate the amount of social investments with the financial results of the enterprise. An example of such indicators are: the ratio of social investments to the total sales volume or to the total profit volume of an enterprise, the share of social expenditures in the cost of production, and so on;

The third group includes methodologies that use both quantitative and qualitative indicators to assess the level of effectiveness of CSR. That is, quality indicators are used to determine the influence of factors that are not amenable to numerical evaluation, and quantitative assessment is used for the other parameters. In general, it can be argued that the third group methodologies are more objective and acceptable, since they allow to take into account the impact on the level of development of the CSR system of a more complete list of indicators.

The methodical approach to the assessment of CSR and the effectiveness of its system, which is specific to the third group of methods, will be applied further.

In the proposed model for assessing the effectiveness of the CSR system in an enterprise, the integral index is an indicator characterizing the level of development of CSR ( $I_{int}$ ), which determines the cumulative impact of qualitative and quantitative parameters, which is calculated by the formula (1):

$$I_{int} = I_{qual} \times I_{quant} \quad (1)$$

where  $I_{qual}$  - index that takes into account quality characteristics;  $I_{quant}$  - index that takes into account the influence of quantitative parameters.

A qualitative assessment of the social expenditures of employees and their families at the enterprise ( $Z_{soc}$ ) is proposed to carry out according to the formula (2):

$$Z_{soc} = \frac{Z_1 + Z_2 + Z_3 + Z_4 + Z_5 + Z_6}{N} \quad (2)$$

where  $Z_1$  - expenses for the maintenance of first-aid posts, rest homes located on the balance sheet of the enterprise or funded by way of equity participation, incl. for sanatorium treatment, thousand euros;  $Z_2$  - insurance payments made by the organization under voluntary medical insurance contracts for employees and their family members, thousand euros;  $Z_3$  - expenses for cultural work, thousand euros;  $Z_4$  - expenses for the maintenance of employees's children in pre-school and general education institutions, thousand euros;  $Z_5$  - payment of the bus fare to the place of work and back, thousand euros;  $Z_6$  - financial assistance, gifts, etc., thousand euros;  $N$  - average number of employees, persons.

For a quantitative assessment of the company's CSR, it is proposed: 18 indicators for internal CSR, for external - there are much more. The following indicators of internal CSR assessment of the enterprise are proposed:

1. Volume of sales of goods (services), thousand euros.
2. Arrears on tax and other obligatory payments, thousand euros.

3. Average number of employees, total, including: employees of the main activity, persons.
4. Number of additionally created work places, units.
5. Expenses for the maintenance of first-aid posts, rest homes, located on the balance sheet of the organization or financed by way of equity participation, thousand euros. Including: expenses for sanatorium treatment (payment for travel, travel to the place of treatment and rest), thousand euros.
6. Insurance payments made by the organization under voluntary medical insurance contracts for employees and their families, thousand euros.
7. Expenditures on sports and recreational activities, thousand euros. Including: expenses for the maintenance of sports facilities, thousand euros.
8. Expenses for cultural work, thousand euros.
9. Expenses for the maintenance of employees's children in pre-school and general education institutions, thousand euros.
10. Payment of the bus fare to the place of work and back, thousand euros.
11. Financial assistance, gifts, etc., thousand euros.
12. Contributions to non-state pension funds in favor of employees, thousand euros.
13. Expenses for the purchase of housing through the enterprise, the annual savings of employee funds by obtaining an interest-free loan from the organization for the construction and purchase of apartments. Expenses for compensation of mortgage loans, thousand euros.
14. Expenses for monthly additional payments to employees for basic pensions from the organization's fund, thousand euros.
15. Expenses for the training of personnel of mass professions, the costs of training workers in colleges and universities, thousand euros.
16. Expenses for staff retraining, thousand euros.
17. Expenses for labor protection - total, thousand euros. Including: per one employee, thousand euros.
18. Expenses for the implementation of environmental programs, thousand euros.

The economic results of implementing CSR programs are assessed by reducing costs, increasing efficiency, reducing risks, creating additional value, and the like.

Social - as a derivative and result of the implementation of CSR programs (the formation of conscious communities, relationships with local communities, staff productivity). They can be grouped alternatively:

- a) by typical structure of the social division of the strategy (personnel policy, quality of services provided, social programs for employees, charity and sponsorship, obligations for shareholders; personnel training programs);
- b) by origin (economic, social, environmental).

The developed indicators for assessing corporate social responsibility for domestic machine-building enterprises are divided into primary and secondary, grouped hierarchically by the nature of the indicator and the object of impact.

The main areas of further study to improve methodological approaches to CSR assessment can be: the development of an integrated assessment system that is adequate to modern international standards and sustainable development goals;

solving the problem of comparability of different sectoral criteria for assessing corporate social responsibility; creation of methods for end-to-end CSR assessment at micro and macro levels.

These areas require analytical tools, which may be indicators.

### References:

1. Halkos, G., & Skouloudis, A. (2017). Revisiting the relationship between corporate social responsibility and national culture: A quantitative assessment. *Management decision*, 55(3), 595-613.
2. Jankalová, M., & Jankal, R. (2017). The assessment of corporate social responsibility: Approaches analysis. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 4(4), 441-459.
3. Leipziger, D. (2017). *The corporate responsibility code book*. Routledge.

### Savitskyi Andrii

Ph.D., Associate Professor

*Khmelnytskyi cooperative trade and economic institute (Ukraine, Khmelnytskyi)*

## METHODS, MATRIX AND MODELS OF MANAGEMENT IN INDUSTRIAL ENTERPRISE'S EXPORT ORIENTATION PLANNING

### Савіцький А.В.

канд. ек. наук, доцент

*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

## МЕТОДИ, МАТРИЦІ ТА МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ У ПЛАНУВАННІ ЕКСПОРТНОЇ ОРІЄНТОВАНOSTІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

**Abstract.** *The article deals with the view of peculiarities of methods, matrix and models of management in the industrial enterprise's export orientation planning. There emphasized the role of entrepreneurial activity types in setting foreign trade cooperation and agreement signing. There characterized the link between economic theory, entrepreneurship and management. It was underlined the meaning of neoclassical approaches in enterprise's export orientation planning, as the tools of strategic and alternative management for profit making on the foreign market. Also, it presented the essence of separate methods, matrix and models of management in the structure of phases of enterprise's foreign economic activity practice.*

**Key words:** *export orientation, entrepreneurial activity, method, matrix, model, strategic management, classical approaches, neoclassical approaches, alternative management tools*

**Анотація.** *У статті розглянуто особливості методів, матриць та моделей менеджменту у здійсненні ЗЕД та плануванні експортної орієнтованості промислових підприємств. Виділено роль типізації підприємницької діяльності у налагодженні зовнішньоторговельного співробітництва та підписанні зовнішньоторговельного контракту. Охарактеризовано зв'язок економічної теорії, підприємництва та менеджменту. Виділено значення неокласичних підходів у плануванні експортної спрямованості підприємства, як інструментів стратегічного та альтернативного менеджменту для отримання прибутку на зовнішньому ринку. Представлено сутність окремих методів, матриць та моделей менеджменту у структурі етапності їх застосування у практиці ЗЕД підприємства.*

*Ключові слова:* експортна орієнтованість, підприємницька діяльність, метод, матриця, модель, стратегічний менеджмент, класичні підходи, неокласичні підходи, альтернативний інструментарій менеджменту

На сьогодні, при виході вітчизняних підприємств на зовнішній ринок та формуванні їх експортної орієнтованості, необхідно брати до уваги ряд особливостей форм організації підприємницької діяльності. На авторське бачення, як окремий розділ економічної теорії, типізація підприємницької діяльності досить по різному розкриває можливості до налагодження зовнішньоторговельних зв'язків. Перш за все, це пов'язано з тим, відповідно до видів підприємницької діяльності, у процесі підписання експортного контракту задіяно велику кількість допоміжних інститутів. Такі інститути, як окремі суб'єкти господарювання, переважно надають послуги щодо забезпечення умов для уникнення ризиків в процесі здійснення ЗЕД.

Через те, слід вважати, що у процесі планування експортної орієнтованості вітчизняний виробник повинен звертатись до наступних внутрішніх та іноземних економічних суб'єктів:

- консультантів, технологів та конструкторів з організації виробництва окремого виду продукції (виробничий тип підприємницької діяльності);
- незалежних фінансових аналітиків і експертів, економістів банківських структур (фінансовий тип підприємницької діяльності);
- агентів з продажу, митних та біржових брокерів, маркетологів великих компаній (торговельний та посередницький тип підприємницької діяльності);
- страхових агентів (страховий тип підприємницької діяльності);
- науковців провідних дослідницьких центрів (інноваційний тип підприємницької діяльності) [2, с.273].

Смірнов В.П. стверджує, що найбільш важливими методологічними підходами економічної теорії, навколо яких будуються сучасні ринкові відносини є лише ті, що здатні поєднати чотири інструменти розвитку підприємництва, а саме: праця, знання, економіка та суспільство. Виходячи з цього, класичні представники вивчення підприємництва притримувались обмежених принципів щодо максимізації доходу, мінімізації ризиків, альтернативності рішень, реакції на зміни і мотивацію, а неокласичний - дав змогу звернути увагу на більш ширші поняття, які функціонують дотепер. Потреба у таких підходах досить чітко проявляється в перехідному типі економічної системи, який притаманний для України з усіма похідними умовами розвитку ринкових відносин у ній [6, с.15-18].

З огляду на це, згідно постулатів неокласичної теорії щодо розуміння сучасної практичної сутності підприємницької діяльності, зовнішньоторговельна спрямованість вітчизняних виробників повинна опиратись на інноваційну складову, яка полягає в диференціації та деформації класичних підходів до виробництва продукції на експорт. Якщо класичні підходи обмежуються плановим доходом, опираються на досвід до виробництва минулих періодів, а також функціонують на основі окремого варіанту прийнятих рішень і дій, то неокласичні - направлені на впровадження нових інновацій та ідей. Неокласичні підходи планування експортної спрямованості підприємства наголошують на важливості оптимізувати варіанти отримання додаткового прибутку на зовнішньому ринку, застосування нових

методів збуту продукції, досягнення мінімізації витрат, підвищення якості продукції, розробки різноманітних сценаріїв розвитку бізнесу за допомогою альтернативних програм стратегічного управління та прогнозування ринкових змін.

Через те, досить важливим у даних питаннях має стати правильне застосування методів, матриць і моделей стратегічного менеджменту, які можуть лягти в основу альтернативного планування експортної спрямованості вітчизняних підприємств (табл.1).

Згідно табл.1, слід відмітити, що є ряд альтернативних методів, матриць і моделей менеджменту, які можуть бути використані для аналізу ринкових позицій конкурентів та виявлення власних можливостей на цільовому сегменті зовнішнього ринку. Такий аналіз є досить важливим при плануванні експортної діяльності підприємства, оцінки ризиків зовнішньоторговельних контрактів та рівня прибутковості.

Таблиця 1

### Методи, матриці та моделі менеджменту, як альтернативний інструментарій планування експортної спрямованості промислових підприємств\*

Метод/ матриця/ модель	Характеристика	Представлення вихідних даних**	Етап застосування у практиці ЗЕД підприємства**
1	2	3	4
Метод побудови сценаріїв	Базується на здійсненні опису майбутніх обставин та їх причин, що можуть вплинути на зміну цільового сегменту ринку та обсягу експорту. Елементи методу: аналіз проблеми, оцінка зовнішнього середовища, прогнозні проекти, гіпотези	- аналітичний огляд; - побудова графічних моделей; - табличне порівняння та динаміка; - розробка проекту	- етап визначення цільового сегменту ринку; - етап маркетингових досліджень ринку; - етап підписання зовнішньоторговельної угоди; - етап збуту експортної продукції та аналіз нових сегментів ринку
Матриця «GE/McKinsey»	Базується на виборі та розрахунку показників привабливості окремого виду експортної продукції з метою їх порівняння із даними найбільш конкурентної товарної позиції на ринку.	- аналіз динаміки показників; - побудова порівняльних таблиць	- етап маркетингових досліджень ринку; - етап оцінки асортиментної структури експорту; - етап виявлення конкурентних переваг асортименту експорту
Метод аналізу середовища підприємства	Базується на поєднанні аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства з метою виявлення слабких та сильних сторін його попередньої, поточної, а також прогнозної експортної діяльності. В процесі аналізу, додатково встановлюються зв'язки та розбіжності для прийняття управлінських рішень щодо можливостей експортної орієнтованості	- аналіз динаміки показників; - аналіз кореляції структурних зв'язків; - узагальнення; - систематизація	- етап підписання зовнішньоторговельної угоди; - етап аналізу динаміки експорту минулого та поточного періодів у процесі внесення змін до фактичних результатів виробництва; - етап контролю проведеної роботи під час виробництва на експорт; - етап збуту та прогноз зміни продажу на зовнішньому ринку
Матриця Бостонської консультаційної групи (BCG)	Базується на розрахунку та співвідношенні темпів зростання ринкової частки експорту на ринку. За основу приймаються еталонні значення показників темпів зростання продажу продукції конкурентів.	- аналіз динаміки показників; - побудова порівняльних таблиць; - статистичних та економіко-математичних моделей	- визначення цільового сегменту ринку; - етап маркетингових досліджень ринку; - етап збуту та аналіз нових сегментів ринку; - етап виявлення конкурентних переваг окремих видів продукції

Матриця «GE/McKinsey»	Базується на виборі та розрахунку показників привабливості окремого виду експортної продукції для їх порівняння із найбільш конкурентною товарною позицією	- аналіз динаміки показників; - побудова порівняльних таблиць	- етап маркетингових досліджень ринку; - етап оцінки асортиментної структури збуту; - етап виявлення конкурентних переваг асортименту експорту
Модель «ADL»	Базується на порівнянні відносних показників, що характеризують стадії життєвого циклу експортної продукції із нормативними або плановими показниками потенційно сильних сторін бізнесу.	- аналіз динаміки показників; - порівняльні таблиці; - статистичних та економіко-математичних моделей; - позиціонування	- усі етапи життєвого циклу експортної продукції підприємства: від планування та розробки до контролю після виробництва і збуту
Тримірна модель Абея	Базується на виборі і оцінці трьох груп показників, які відповідають трьом вимірам бізнес-технологій експортоорієнтованого підприємства: - дослідження ринку; - дослідження потреб споживачів; - технології досягнення	- аналіз динаміки показників; - побудова порівняльних таблиць; - статистичних та економіко-математичних моделей; - позиціонування	- етап визначення цільового сегменту ринку; - етап маркетингових досліджень ринку; - етап підписання зовнішньоторговельної угоди; - етап виробництва; - етап збуту та аналіз нових сегментів ринку

\*складено автором на основі: [1, с.57-59; 3, с.284-285; 4, с.238, 263-294; 5, с.70]

\*\*обрунтовано та доповнено автором

Особливістю інструментарію є те, що як і в інших методичних підходах до планування експортної орієнтованості за умов співробітництва підприємства в рамках Зони вільної торгівлі «плюс», значну увагу приділяють використанню різнобічних показників, які характеризують внутрішню господарську діяльність, але у напрямі проблемних питань організації ЗЕД.

### Література:

1. Воскресенська О. Є. Розширення інструментарію стратегічного планування / О. Є. Воскресенська, О. А. Савчук // Економічні інновації. – 2011. – В.45. – С.55-60.
2. Економічна теорія. Політекономія: підручник / за ред. В. Д. Базилевича / В. Д. Базилевич ; Київ. нац. Ун-т ім. Т. Шевченка. – 9-те вид., доповн. – К.: Знання, 2014. – 710 с.
3. Лазоренко Л. В. Матричні методи стратегічного планування діяльності підприємств зв'язку / Л. В. Лазоренко // Економіка і суспільство. – 2017. – В.8. – С.282-285.
4. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління : підручник. – Львів : Магнолія 2006, 2009. – 544 с.
5. Петришин Н. Я. Інструментарій стратегічного планування діяльності машинобудівних підприємств / Н. Я. Петришин // Електронний ресурс. - [Режим доступу]: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/12304/08-Petryshyn.pdf;sequence=1>.
6. Смірнов В. П. The genesis of the entrepreneurship theory at the classical and non-classical stages of science development / В. П. Смірнов / Економічний часопис 21 ст. – 2017. - №164 (3-4). – С.14-19.

**Lyubov Striy,**

Doctor of Economic Sciences, Professor

*A.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications*

**Stankevich Irina,**

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor

*A.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications*

**Hikmet Alizade,**

Undergraduate

*A.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications*

**Babayev Rizwan,**

Student

*A.S. Popov Odessa National Academy of Telecommunications*

**Oktay Rustamov**

Ph.D. in Economics, Honorary Professor of Odessa National Academy  
of Telecommunications

*Azerbaijan Technical University*

## **NEW TYPES OF ACTIVITY OF ENTERPRISES OF TELECOMMUNICATIONS**

***Abstract.** The article presents the results of a research of the directions of development and the essence of the new types of activities of telecommunications enterprises in the context of the economic integration of the markets of communication services into the cyberspace of the Internet and the impact of modern technological innovations. The process of formation of new infocommunication services, their main characteristics, distinctive features of production and the provision of infocommunication services to consumers are considered.*

***Keywords:** cyberspace of the Internet, economic integration, infocommunication services, information services, technological innovation, technology convergence, telecommunications, types of activities.*

**JEL Classification** F 15, L 86, L 96

### **Introduction**

*The problem statement.* In recent years, the activities of telecommunications enterprises in providing communication services to consumers have changed significantly. The convergence of information and communication technologies contributed to the creation of new types of services - infocommunication services. New technologies (mobile Internet, 3G, 4G generation) have significantly expanded the communication capabilities of enterprises. There are new and the newest types of activity of telecommunication companies. Statistics show that the share of new activities in the total income of telecommunications enterprises is constantly growing. However, this problem has been studied is still insufficient, which determines the feasibility of its research and the relevance of the topic of the article.

*Literature review.* In recent years, a number of papers have been published dedicated to presenting the results of research on this problem. In the monograph «Economy and Management of an enterprise: the main trends and problems of development» the classification of traditional communication services, the processes of creation and development of new infocommunication services have been

performed [1]. In the monograph «Marketing of enterprises of infocommunications» explored modern types of marketing activities [2]. In the article «Economic activity of enterprises of telecommunication industry in conditions of implementation of the newest technologies» the authors explore the direction of changes in the content and forms of economic activity of telecommunications enterprises in the process of introducing new technologies. [3]. In the article «Enterprises of telecommunications in Ukraine: research of the present state and directions of development» studied the modern directions of changes in the types of activities of telecommunications enterprises [4]. Some aspects of the research of this problem are considered in [5-7].

*The purpose of the article.* Study of the above works and, on this basis, the study of the directions of development and the essence of new types of activities of telecommunications enterprises in the context of the economic integration of communication services markets in cyberspace of the Internet and the impact of modern technological innovations.

### **The main part**

The type of activity functions when an enterprise combines resources (equipment, labour, technological means, raw materials and materials) for the production of specific products or the provision of services. The combination of actions, operations, works leads to obtaining an appropriate set of products or services that are able to satisfy certain needs and can be demanded by the market.

The specificity of the products of telecommunications enterprises is its intangible (immaterial) nature. These products represent the final beneficial effect of the processes of transmitting and receiving information, acting as a service. Thus, the main type of activity of telecommunications enterprises is the production of communication services.

Rather conditionally, all services that telecommunications enterprises provide to subscribers can be divided into traditional services and new services.

Traditional telecommunications services include [1, p. 24-26]:

fixed line services;

satellite communications services, including special purpose satellite systems for self-use;

services of mobile communication;

services for the maintenance of equipment and communications.

Fixed line services are the most numerous (local telephone communication, long-distance and international telephone communication, document communication, wire broadcasting, telegraph communication).

Services of mobile communication include directly mobile services, as well as paging and Internet communication.

New services have emerged and are rapidly developing under the powerful influence of the factors of modern economic integration processes. Systematization of factors stimulating the development of new types of activities of telecommunications enterprises, made in «Modern infocommunications: research of factors affecting innovative development». The authors of the article highlighted the following main groups of factors: the information technology revolution; convergence of information and communication technologies; the expanding use of cyberspace capabilities in the Internet, and rapidly developing technological innovations [8].



Currently, telecommunications and information technologies are integrated into a single process. The production and provision of communication services began to be carried out with the wide use of information technologies (computer technologies, technologies for using the Internet protocol in all spheres, including service and the provision of additional services). The merger of telecommunications networks, information technology and cyberspace the Internet has caused a significant change in the properties of telecommunications services. There has been a transformation of the traditional properties of communication services and informatics services into new properties of information and communication services.

The development of new types of telecommunications enterprises is aimed both at creating services for promising types of communication (mobile, fixed broadband) and at producing new, higher quality services using the newest technologies, replacing lower-quality traditional services [1, p. 23-24].

Among the new communication services, the most numerous are infocommunication services.

For a long time, telecommunication and information technologies developed separately and, practically, independently of each other. Telecom operators, owning communication networks, provided telecommunications services to their subscribers, among which services for the transmission of voice traffic and information data prevailed. Information technologies also developed independently and consisted mainly in the development of software for using computers to solve various applied problems. The development of the Internet has stimulated the rapid development of services to enable users to access information resources of many servers. In cyberspace, the Internet information and telecommunications services have merged into a single whole - into infocommunication services, in which the information component is crucial for the consumer. This allowed consumers to receive a ready-made information product in which data, audio, and any multimedia are connected. Global services of Internet companies operating on the Web (Google, Apple, Skype, Yandex, Mail.ru Group and many others) provide voice and video communication, multimedia, data exchange and other information products in real time without space and time restrictions. At a relatively low cost. Infocommunication services are a new reality in which goods, information and services are organically connected. New information and communication services have made it possible to effectively meet the continuously growing needs of people in a variety of information and modern information products that arise in their process of economic and other activities [1, p. 26-28].

There are some features that distinguish modern infocommunication services from previous telecommunication and information services, namely [1, p. 29-30]:

- multi-nomenclature, macrogeneration (substitutability) and the convergence of services of various sectors of the economy based on modern information and communication technologies;

- globalization and personalization of service provision, unlimited in time, territory, amount of simultaneous use;

- the need for broadband access to information resources and the growing influence of the Internet on consumer communication methods and the development of innovative services;

active participation of the consumer in the production process and the implementation of the service based on interactive feedback;

the emergence of a new information culture, consisting in a focused work with information and increasing the level of staff knowledge.

Modern infocommunication services are very diverse and provide the consumer with the opportunity to receive a wide variety of information products and resources. They began to replace the old telecommunication and information services. The currently observed high growth rates in the provision of infocommunication services make it possible to predict their prevalence in communication networks in the near future.

The tendency that telecommunication enterprises are beginning to produce and offer their clients their own infocommunication services (Internet TV, broadcasting of radio channels, medeo services, video services, and much more) has been identified in article «Economic activity of enterprises of telecommunication industry in conditions of implementation of the newest technologies» [3].

The main distinctive feature of the production and provision of infocommunication services is the organization of activities on the basis of the network structure, which is characterized by a high degree of self-organization. All network entities, offering their goods to the consumer, act on behalf of the Network, each of them, owning only its separate fragment, offers the consumer access to the entire set of network resources. As a rule, one company does not have the ability to provide a full range of infocommunication services. Therefore, it should have constant contact with similar enterprises that serve consumers in other regions or carry out informational communication between regions. On the basis of the totality of these contacts, a single space is created in which the exchange of information is ensured only through the joint work of several enterprises. Another feature of the production and provision of infocommunication services is the intensive updating of the range of services, which occurs as a result of the continuous appearance of new technologies and the expansion of the scope of these technologies. The general trend is the steady growth of the revenue base with a significant reduction in unit costs. This allows producers to pursue a fairly flexible pricing policy, which favorably affects market conditions. On the other hand, the effectiveness of new technologies is manifested in the continuous expansion of the range of services. This can be seen as a consumer benefit, for which new technologies create expanding opportunities to better meet the needs of the information exchange process [2, c. 26-27].

### **Conclusions**

The research of the directions of development and essence of new types of activities of telecommunications enterprises in the conditions of economic integration of the communication services markets into cyberspace the Internet and the impact of modern technological innovations, which are made by the authors, allows us to draw the following conclusions.

1. It was revealed that in the field of telecommunications, as a result of the convergence of information and communication technologies, the production of infocommunication services to consumers emerged. The use of these services allows the consumer, using the cyberspace of the Internet, to receive on his terminal (PC, tablet, smartphone, monitor) a variety of both information and multimedia products.

Infocommunication services are a new reality in which goods, information and services are organically connected. The distinctive features of infocommunication services from telecommunications services are formulated.

2. The main trend in the development of new types of enterprise telecommunications is a focus on technological innovation. Modern technologies provide an acceleration of the pace of creation of new types of activities and a high rate of transformation. This requires a higher level of competence of specialists and the continuous adaptation of the methods and tools used to change the conditions of modern markets.

Further research can be directed to the methodology of the practical use and improvement of new types of enterprises in modern markets.

### References:

1. Golubev, A. K., Striy, L. A., & Zakharchenko, L. A. (2015). Economy and Management of an enterprise: the main trends and problems of development. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing [in Russian].
2. Strii, L. A., Mamedov, M. A., & Pustamov, O. M. (2015). Marketing of infocommunications enterprises: modern types of marketing activities. Saarbrücken: LAP Lambert Academic Publishing [in Russian].
3. Striy, L., Orlov, V., & Zaharchenko L. (2019). Economic activity of enterprises of telecommunication industry in conditions of implementation of the newst technologies. *Baltic Journal of Economic Studies*, Vol. 5, № 1, 213-219. DOI: <https://doi.org/10.30525/2256-0742/2019-5-1-207-213>.
4. Striy, L., Orlov, V., Zakharchenko, L., Golubev, A., & Bogatyreva L. (2017). Enterprises of telecommunications in Ukraine: research of the present state and directions of development. *Technology audit and production reserves*, 5/5 (37), 15-21.
5. Striy, L., Yepifanova, I., Orlovskiy, B., Sobirov, Sh., & B. Miralibekov, B. (2017). Market of communication and internet services: research of competitive environment. *Technology audit and production reserves*, 5/5 (37), 20-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.15587/2312-8372.2017.113276>
6. Zakharchenko, L. (2014). Model of the process of economic activity of a modern enterprise. *Scientific Herald of Kherson State University*. Vol. 9, part 4, 97-101 [in Russian].
7. Striy, L. A., Bogatyreva, L. D., Kosonozhkin, A. A. (2016). Modern innovative businesses in the sphere of infocommunication. *Geopolitical processes in the world today: Collection of scientific articles*. "East West" Association For Advanced Studies and Higher Education GmbH, Vienna, Austria, 2016. – 328 p. – P. 59-63.
8. Striy, L. A., Orlov, V. N., Zaharchenko, L. A. (2018). Modern infocommunications: research of factors affecting innovative development. *Economic journal Odessa polytechnic university*, № 1 (3), 62-68. DOI: 10.5281/zenodo.1304084.

## PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

**Jelena Markovic,**

PhD

**Jasmina Stojiljkovic,**

MSc

*Colledge of Applied Professional Studies, Vranje, Serbia*

### TESTING QUALITY LEVEL PARAMETERS IN VILLAGES IN THE CITY OF VRANJE

**Abstract.** *The land is a superficial, fertile, loose layer of earth bark. The land is characterized by fertility and presence of substances that are necessary for the growth and development of plants such as water, oxygen, mineral and organic matter. Soil quality depends on the content of these substances in the soil. Given that the soil is a source of food for humanity and the condition of the survival of the living world on earth, it is necessary to maintain the quality of the land at the appropriate level. First, it is necessary to carry out soil sampling, then use the appropriate methods to analyze the soil and on the basis of the obtained results, treat the soil with suitable agrochemical resources to improve its quality.*

**Keywords:** *land, soil quality, fertility, sampling, analysis*

#### INTRODUCTION

The soil is thin to loosen the surface layer of the bark resulting from long-lasting interaction of the mother wall (geological substrate), climate (macro, meso and micro climate) and living beings (plants, animals and microorganisms). It can be said that it belongs to renewable resources in view of the long-term processes of creation and development. The land is characterized by fertility, presence of substances (water, mineral and organic matter, oxygen) which are necessary for the growth and development of plants. By providing primary production in terrestrial ecosystems, the land provides about 90% of human food and is a condition of survival of the living world on earth. For this reason it is necessary to maintain its functions and quality. There are many methods on the basis of which soil quality can be determined. Ketchman's humidity method, spectrophotometric methods for determining Al and P, potentiometric methods. The quality of the soil itself and the content of mineral elements depends on its fertility, as well as the quality of plant crops. Proper soil sampling and testing are necessary to make good soil analyzes.

#### METHODS

##### *1. Ketchman's method for determining humus*

Determination of the humus content consists of the oxidation of the organic substance by the  $\text{KMnO}_4$  solution (which is used for titration), whereby the carbon from the humus oxidizes and passes into the  $\text{CO}_2$ . The content of liberated  $\text{CO}_2$  in the oxidation of carbon from humus is not calculated directly, but determined by the amount of oxidizing agent that is destroyed in the oxidation of carbon from organic substances in the analyzed soil sample, and then the amount of carbon is calculated through the coefficient the formula 1:

$$\% \text{ humus} = \frac{A \cdot 0,514 \cdot 1,72 \cdot 100}{C} \quad (1)$$

**Table 1. Land division according to the content of humus**

Land designation - category	Humus content
Very poor humus	< 1%
Poor humus	1-3%
Pretty humus	3-5%
Very humus	5-10%
Very very humus	> 10%

**Table 2. Limit values for the security of land with total nitrogen by Wohltmann**

The class security	Content of total nitrogen	Limit % N
I	Very rich	> 0,3
II	Rich	0,2 - 0,3
III	Good	0,1 - 0,2
IV	Middle	0,06 - 0,1
V	Poor	0,03 – 0,06
VI	Very poor	0,02 – 0,03
VII	Limited land for cultivation of plants	< 0,02

### 2. Potentiometric method of pH determination

The formula for calculating the pH value is:

$$\text{pH} = -\log_{10}[H^+] \quad (2)$$

[H +] denotes the hydrogen hydrogen ions equivalents measured in the molarity unit, or the number of hydrogen ions of one liter of the given solution. This method was used to determine the soil pH, to examine whether the soil is sour or basic and what measures should be taken on the basis of the results obtained.

Based on the pH calculation, the land is divided into five groups: Alkaline (> 7.20 pH); Neutral (6.51 - 7.20); Slightly acidic (5.51 - 6.50); Kisela (4.51 - 5.50) and Very acidic (4.50).

### 3. Kjeldal's method for determining nitrogen

The classical Kjeldal method is used to determine the total nitrogen content. The determination of nitrogen by this method is based on the destruction of the samples to convert the nitrogen to ammonia and the determination of ammonia in digest. The degradation is done by heating the samples with concentrated H<sub>2</sub>SO<sub>4</sub> and substances that help oxidation of organic matter and the conversion of organic nitrogen to ammonia. Then nitrogen determination is carried out by the titration of ammonia liberated by the distillation of the remains of the destruction with a strong base. By distillation using aqueous vapor and a strong base at a high level, nitrogen is pumped out in the form of ammonia and "catches" in boric acid solution. The amount of nitrogen in boric acid is determined by the titration of the sulfuric acid of the known normality, and by calculation the content of the total nitrogen in the soil expressed in percent (% N) is calculated.

$$\%N = \frac{(a - b) \cdot 0,14}{P} \cdot 100 \quad (3)$$

Table 2 shows seven classes of security of total nitrogen content in the soil. Based on this table, it determines which class belongs to the land, to which the quantity and the presence of nitrogen are examined. If the nitrogen values are below 0.02, then the land is limited to cultivating plant crops.

### 4. Determination of alkaline phosphorus and potassium in the soil Al-method

The al-method is considered more advantageous than the others, since the same extract determines the alkaline phosphorus and potassium. The method is based on

the extraction of alkaline phosphorus and potassium with Al solution. From the extract the phosphorus is determined by colorimetric and potassium is flame-photometric. In the resulting common extract phosphorus is determined by applying a colorimetric method.

*Colotometric methods* - The method is based on the fact that some elements or substances, when dissolved in a particular solvent, give characteristically colored solutions, or colouration arises as a result of the reaction of the given substance and the corresponding reagent. The intensity of the resulting coloration depends on the concentration of the test substance in the solution. By measuring the intensity of the coloring, the concentration of the test element in the solution can be quantitatively determined. The intensity of the resulting dye is measured by the colorimeter and the spectrophotometer. Based on the concentration of alkaline phosphorus in the soil, Al-method, for the individual cropping cultures the classification of soil is divided into three classes.

**Table 3. Classification of soil based on hard-to-reach phosphorus in soil**

Security class of Soil	Content of phosphorus content mg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> /100g
III – poor	0 – 10
II – medium	10 – 20
I – well	>20

**Table 4. Conditional limit values of the content of light-chain phosphorus depending on the reaction (pH) of the soil**

Phosphorus content	mg P <sub>2</sub> O <sub>5</sub> /100g	
	pH y KCl < 6,00	pH y KCl > 6,01
Very low	<6,0	<10,0
Low	6,1 - 10,0	10,1 - 15,0
Middle	10,1 - 16,0	15,1 - 20,0
High	>16	> 20

The content of light-chain phosphorus for plants in the soil depends on a number of factors, today it is discussed about the low, medium and high content of phosphorus in the soil, and not about the good, medium or bad need of phosphorus for plants. Due to the different ability of plants to adopt phosphorus, the different conditions of mobilization of phosphorus in the soil, low content must not always be insufficient for a particular crop or vice versa, etc. One of the most important factors determining the accessibility of phosphorus to plants is the soil reaction (pH). When interpreting the results, the differences between sour, neutral and base soils, ie, between carbonless (pH in KCl <6.00) and carbonate soils (pH in KCl > 6.01).

## RESULTS AND DISCUSSION

The paper examines soil samples from three locations in the territory of the City of Vranje in the villages Vrtogos, Tibuzde, Rataje, Zapsko and Kumarevo.

Three samples were taken at different depths from 0-10 cm and 0-20 cm. The results are shown in Table 5. Land samples were examined in a laboratory at the Agricultural Institute in Vranje. The samples of the soil being examined is a type of plantation, a fertile land on which plant crops are planted. Based on the results in Table 5, the following can be concluded: Content P ranges from 10.41 to > 40%; The content N ranges from 0.11 to 0.23%; Content K ranges from 9.76 to > 40%; The humus content ranges from 2.38 to 3.81%; The pH value ranges from 4.28 to 6.23.

Table 5

**The content of parameters K, P, N, pH and humus in the tested soil samples at different locations and depths**

Location and depth (cm)	Number of samples	The content P (%)	The content N (%)	pH	The content humus (%)	The content humus K (%)
Vrtogos 0-10	1	13,48	0,14	5,54	2,78	11,02
	2	15,02	0,16	5,38	2,98	14,87
	3	21,04	0,12	6,01	3,41	9,76
Vrtogos 0-20	1	14,57	0,13	5,51	2,38	12,71
	2	18,41	0,17	6,01	3,02	15,17
	3	20,56	0,12	6,23	3,24	13,42
Tibuzde 0-10	1	14,21	0,13	5,21	2,41	14,01
	2	15,85	0,13	5,78	2,76	>40
	3	19,41	0,15	6,03	3,02	20,18
Tibuzde 0-20	1	15,02	0,12	5,18	3,81	14,02
	2	16,29	0,11	5,72	2,76	>40
	3	>40	0,13	6,00	2,71	21,05
Rataje 0-10	1	12,52	0,17	5,46	2,82	14,18
	2	10,41	0,22	5,98	3,04	18,21
	3	15,57	0,18	6,15	3,12	21,49
Rataje 0-20	1	16,28	0,13	5,85	3,12	17,03
	2	18,74	0,21	6,18	2,85	18,56
	3	20,98	0,18	5,76	3,02	20,39
Upper Zapsko 0-10	1	12,98	0,14	5,18	2,64	20,21
	2	13,56	0,16	5,66	2,91	>40
	3	16,38	0,17	5,93	3,18	21,03
Upper Zapsko 0-20	1	14,18	0,14	5,48	2,74	19,04
	2	15,21	0,17	5,83	2,81	21,52
	3	18,34	0,23	6,22	3,08	21,91
Kumarevo 0-10	1	11,49	0,15	4,28	2,67	19,03
	2	13,21	0,16	5,08	3,08	21,04
	3	14,84	0,20	5,19	3,31	23,98
Kumarevo 0-20	1	12,95	0,17	5,43	2,81	13,94
	2	15,81	0,18	4,87	3,34	>40
	3	18,03	0,23	4,91	3,75	18,05

The soil sample at the location in the village of Tibuzde at a depth of 0-20 cm has the highest percentage of P, more than 40%. At the locations in the village of Upper Zapsko in the sample of soil at a depth of 0-20 cm and in the village Kumarevo at a depth of 0-20 cm, the land has the highest percentage N in the amount of 0.23%. The highest percentage K was recorded at locations in the village Tubuzde at depths 0-10 cm and 0-20 cm at the same location, then in the village of Upper Zapsko at a depth of 0-10 cm and in the village Kumarevo at a depth of 0-20 where% K is more than 40%. The highest percentage of humus was recorded at the location in Tibuzde village at a depth of 0-20 cm in the amount of 3.81%. The highest pH value was measured at the location in Vrtogos village at a depth of 0-20 cm and it is 6.23.

Observed by location, it can be concluded that there is no major deviation of soil quality parameters K, P, N, pH and humus, so it can be said that the land is good, suitable for growing agricultural plants.

Land containing more than 40% P and K as is the case at the location in the village of Tubuzde at a depth of 0-20 cm for P and at locations in the village Tubuzde at a depth of 0-10 cm and at a depth of 0-20 cm in the same location, then in the

village of Upper Zapsko at a depth of 0-10 cm and at a location in the village of Kumarevo at a depth of 0-20 cm for K, these soils are rich in P and K and they do not need to fertilize fertilizers rich in P and K .

Table 6

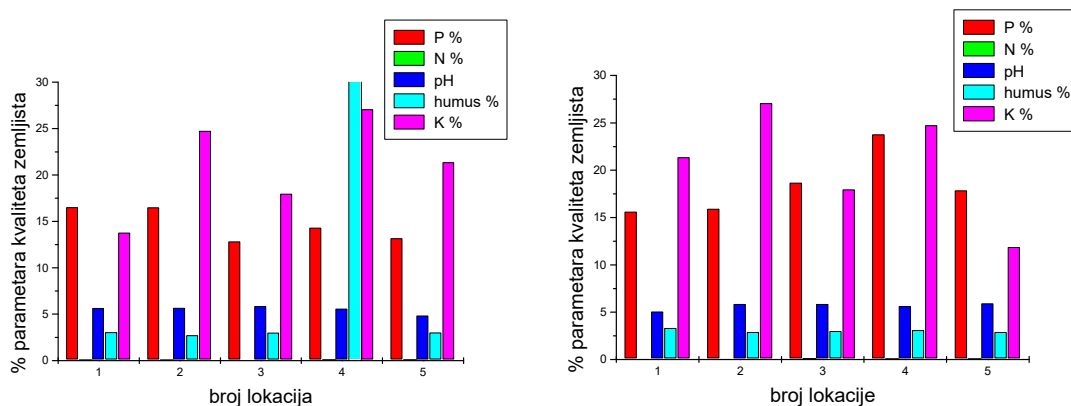
### Mean value of soil samples at different locations and different depths

Location and depth (cm)	The content P (%)	The content N (%)	pH	The content humus (%)	The content K (%)
Vrtogos (0-10)	16,51	0,14	5,64	3,06	11,88
Vrtogos (0-20)	17,85	0,14	5,92	2,88	13,77
Tibuzde (0-10)	16,49	0,14	5,67	2,73	24,73
Tibuzde (0-20)	23,77	0,12	5,63	3,09	25,02
Rataje (0-10)	18,67	0,17	5,86	2,99	17,96
Rataje (0-20)	18,67	0,17	5,84	2,99	18,66
Upper Zapsko (0-10)	124,31	0,16	5,59	2,91	27,08
Upper Zapsko (0-20)	15,91	0,18	5,84	2,88	20,82
Kumarevo (0-10)	13,18	0,17	4,85	3,02	21,35
Kumarevo (0-20)	15,60	0,19	5,07	3,30	23,99

On the basis of the values obtained in Table 6, it can be said that the soil is satisfied with the necessary elements and that appropriate plant crops such as potatoes, peppers, vines and other plant crops can be planted on that soil.

Based on the mean values of the pH, it can be noted that the pH of the soil sample examined at different locations ranges between the acidic and the acidic, so this soil is suitable for growing cabbage, tomatoes and different fruit types based on the data in Table 1. The obtained humus results in Table 6, if compared with the values from Table 2, can be concluded that the soil tested is rather humus. The obtained nitrogen results in Table 6 showed that % N in the test soil was well observed according to Table 2. The obtained phosphorus results in Table 6 showed that % P is medium-rich P from Table 3 and 4.

Based on the results of the soil obtained in Table 6, not only the quantity, but also the type of fertilizer and the manner of its application are determined. On the obtained soil quality parameters, climate change, soil type, plant requirements and the level of applied agro-technology must be taken into account. Depending on the above conditions, the percentage of nitrogen, phosphorus, potassium, humus and pH can be varied and varied in the optimal - normal.



**Figure 1. Display the values of K, P, N, pH and humus at a depth of 0-10 cm (left) and 0-20 cm (right) at different locations**



Figure 1 shows the relationship between soil quality parameters at different locations and different depths. It can be noticed that there are no major deviations in the results, but it can be noticed that at a depth of 0-10 cm in the samples at location 4 it can be noticed that the humus content is significantly higher compared to the same parameter but at a depth of 0-20 cm.

### **CONCLUSION**

The soil is thin to loosen the surface layer of the bark resulting from long-lasting interaction of the mother wall (geological substrate), climate (macro, meso and micro climate) and living beings (plants, animals and microorganisms). Accordingly, it is necessary to examine all its parameters to influence its changes. The aim of the paper is to analyze the parameters that influence the quality and improvement of the composition of the land. The research was carried out in phases: soil samples were collected from different locations and from different depths, tubular probes for the needs of testing the quality of the soil, ie determining the percentage of K, P, N, pH and humus. The results of the tested soil samples of the type of garden plant, show that the land is rich in potassium, phosphorus, nitrogen, humus and has acidic character. It has been shown that the content P ranges from 10.41 to > 40%, the content N ranges from 0.11 to 0.23%, the content K ranges from 9.76 to > 40%, the humus content ranges from 2.38 to 3.81%, the pH value ranges from 4.28 to 6.23.

### **References:**

1. Belic M., Nesic Lj., Ciric V., (2014), Practicum in pedology, Faculty of Agriculture, University of Novi Sad, Novi Sad
2. Markovic J., (2015), Agroecology, College of Applied Vocational Studies, Vranje.
3. Markovic J. (2016), Research of environmental parameters and impact analysis on yield quality, Doctoral dissertation, Faculty of ecology and environmental protection, University Union nikola Tesla Belgrade,
4. Predic T., (2011), Practicum of Agrochemistry and Plant Nutrition, Agricultural Institute of Republika Srpska, Banja Luka.
5. Vidojevic D., Dimic B., Bacanovic N., (2013), Monitoring of the condition of the land - Legal basis of objectives and indicators, Environmental Agency, Ministry of Energy, Development and Environmental Protection, Belgrade.
6. Manual for fertilization of agricultural and vegetable crops.pdf Instructions for sampling, Institute of Field and Vegetable Crops, Novi Sad.

## ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Lybomir Terziev

Doktor of economics (PhD)

*Academy of Economics, Dimitar A. Tsenov, Svishtov, Bulgaria*

### SPECIFIC CHARACTERISTICS OF THE CONTRACTING AUTHORITIES OF PUBLIC PROCUREMENT IN THE REPUBLIC OF BULGARIA

**Abstract.** *The public authorities authorized to award public procurement in accordance with the applicable regulations in force are commonly referred to as “contracting authorities”. The paper presents an analysis of the contracting authorities in the Republic of Bulgaria and a classification of their specific characteristics. These characteristics are instrumental in deciding whether an organization has the capacity to be a contracting authority according to the provisions of the Public Procurement Act and the Regulations for Application of the Public Procurement Act. Contracting authorities have not been studied sufficiently in term of their role during the stages of public procurement.*

**Key words:** *public procurement, contracting authority, financial resource, principles.*

According to the Public Procurement Act (PPA) of the Republic of Bulgaria, contracting authorities are liable for the correct forecasting, planning, conducting, finalization and accounting the results of the public procurement. Moreover, according to the same act, public procurement should be managed by the contracting authority in such a way as to ensure the effectiveness in spending of [1]:

- *public funds;*
- *funds, provided by the EU funds and programmes;*
- *funds, related to performing activities in the sectors of water supply, energy, transport and post services;*
- *the funds of companies and undertakings, which are contracting authorities in the meaning of the act.*

The above provisions clearly show that the emphasis regarding the spending of funds is put on the requirement for **effectiveness**. The statutory definition of the term “effectiveness” is provided for in the National Audit Office Act (NAOA) as „*the extent to which the auditee has achieved its objectives while comparing actual and anticipated results of its operations*”[2]. In other words, the higher the extent of achievement of the objectives is, the more effective the activities of the contracting authority are. From this point of view, the awarding rules and procedures provided for in the PPA and the Regulations for Application of the Public Procurement Act (RAPPA) are intended to guarantee the achievement of the overall objective of a public procurement in the most effective way in the interest of the society and in compliance with the set principles [3]. The terms “objective” and “result” convey the essence of public procurement. ***These two terms imply that the contracting authority should maximize the utility of the acquired goods and services for the public funds spent for them.*** According to the PPA, contracting authorities should comply with the **principles** for [4]:

- *equality and non-admittance of discrimination;*
- *free competition;*

- *proportionality*;
- *publicity and transparency*.

PPA provides for the effectiveness of public expenditure and the compliance of the contracting authorities with the above principles. Although it provides for the specific requirements to be met by contracting authorities, the Act and the related regulations do not include a definition of the term “**contracting authority awarding public procurements**”. Nevertheless, the Act provides for the distinction of **two main groups** of contracting authorities – **public and sector**. This **grouping** probably aims to facilitate the compliance with the provisions of PPA and RAPP, whose last amendments from April 2016 include specific provisions for either group of contracting authorities [5].

According to Art. 5, Para. 2 of PPA, **public contracting authorities** are: *the President of the Republic of Bulgaria; the President of the National Assembly; the Prime Minister; the Ministers; the Ombudsman of the republic of Bulgaria; The Governor of the Bulgarian National Bank; the President of the Constitutional Court of the Republic of Bulgaria, the administrative heads of the judiciary bodies, which govern independent budgets, as well as the administrative heads of Prosecutions in the Country; the Regional Governors; Municipality Mayors, of regions, of City Halls, as well as Deputy Mayors, where they are budgetary spending units; the Chairpersons of state agencies; the Chairpersons of the state commissions; the Executive Directors of executive agencies; heads of state institutions, established by an act or a Council of Ministers Decree, including separate structures of the executive, where they are legal persons and budgetary spending units; representatives of public-legal organizations; heads of diplomatic and counselor representations of the Republic of Bulgaria abroad, as well as the permanent representations of the Republic of Bulgaria at the international organizations; the representing medical establishments –trade companies under Art. 36 –37 of the Medical Establishments Act, owned by the state and/or municipalities, of which more than 50% of the revenues are from the state and/or the municipal budget, and of the budget of the National Healthinsurance Fund; heads of central bodies for purchases, established for satisfaction of the needs of the public contracting authorities.*

The **sector contracting authorities** provided for in Art. 5, Para. 4 of PPA are: *representing public undertakings and their unifications, where they perform one or several sector activities; representing the traders or other persons, which are not public undertakings, where on the basis of special or exclusive rights perform one or several sector activities; the heads of central bodies for purchase, established for satisfaction needs of sector contracting authorities.*

Regarding the contracting authorities listed above we should point out that the version of the PPA enforced in **April 2016** defines them as individuals who manage or represent public organizations and thus sets limits to their status. This provision has an important implication for the administrative and penal provisions of PPA and the related regulations. **The PPA enforced in April 2016 provides that the liability of the contracting authorities for any action or inaction in breach of the law shall be personal.** The reasons for these amendments are most probably due to the large number of prohibitions and revocations ruled by the CPC and the SAS [6] in infringements of public procurement procedures as well as the frequent criticism of

European institutions [7] to our country for lack of transparency and for ineffective spending of European funds for contracts pursuant to PPA and RAPPAs.

The text of Art. 5, Para. 1 of PPA is indicative, because it stipulates that the contracting authorities shall be liable for the correct forecasting, planning, conducting, finalization and accounting the results of the public procurement while the preceding (repealed) version of PPA did not contain such an explicit provision for the scope of their liability [8]. *The new PPA from April 2016 has a clear and concrete provision that contracting authorities are liable for not only organizing and conducting the procedures but for the effective spending of public funds related to these procedures.*

Not only does the PPA lack a definition of the term “contracting authority” but it also lacks definitions of the two types of such authorities. In order to distinguish these two categories, we should bear in mind that *public contracting authorities* spend public funds and money from the European funds, while *sector contracting authorities* spend funds generated by their operations.

According to the legislation in force, sector contracting authorities must comply with the provisions of PPA and RAPPAs regardless of the fact that they are not spenders of public funds or money from European Funds and programmes, if they have special or exclusive rights to perform one or several sector activities. Note that the public procurement expenditures in Bulgaria amount to nine percent of the country’s Gross Domestic Product (GDP) [7] compared to the EU-average of 20% [10] which is more than two trillion Euro.

Regarding the financial resource spent by contracting authorities, the data published by the Public Procurement Agency show that the total number of the public procurement contracts awarded in the period 2014-2018 was **109 595**. *The total value of these contracts amounts to over 36.25 bln. BGN* (Table 1).

Table 1

**Public procurement contracts awarded in Bulgaria in the period 2014 – 2018 [8]**

Indicator/ Year	Number of contracts		Value of the awarded contracts	
	number	change (%)	BGN bln.	change (%)
2014	24 872	-	7.53	-
2015	22 328	-10.2	6.92	-8.1
2016	20 625	-7.7	6.45	-6.7
2017	20 951	1.5	6.90	6.9
2018	20 819	-0.6	8.45	22.4
<b>Total (average):</b>	<b>109 595</b>	<b>-3.5</b>	<b>36.25</b>	<b>3.0</b>

The number of contracts awarded in 2014 was 24 872 compared to 22 328 in 2015, which is a decrease of 10.2%. During the first two years the value of the awarded contracts went down with BGN 0.63 bln. (from 7.53 to 6.92 bln BGN). In 2016 the number of contracts was 20 625 and their total value decreased with 6.7%. In 2017 both the number and the total value of the awarded contracts increased, although the increase in number (1.5%) was less pronounced than the increase in their value (6.9%). A different trend was reported in 2018, when the number of

contracts decreased with 0.6% while their value rose with 22.4%. *The data in the table show that after the enforcement of the new PPA in 2016 the value of the awarded contract kept increasing in 2017 and 2018.* The most probable reason for this increase seem to be the additional provisions of some of the new texts [8] of PPA and RAPP.

Although the data in the above table indicate that *public procurement expenditures fluctuate, their absolute value remains high.* This means that Bulgarian contracting authorities are important for both the public interest and the interest of contestants and contractors [10].

The analysis of public procurement regulations and processes allows us to formulate the following *specific characteristics* of the contracting authorities in Bulgaria:

*The first specific characteristic* is related to the *nature and value of the funds spend for public procurement by the contracting authorities.* Public procurement contracts are financed not only with the financial resource generated by the contracting authorities but also with budgetary and extra-budgetary funds as well as with funds allocated by law for carrying out of significant public activities.

*The second specific characteristic* is related to the fact that public procurement funds are spent in compliance with the *principles of publicity and transparency, equality and non-admittance of discrimination, free competition, and proportionality.* These principles define the code of conduct of the contracting authorities and ensure that public procurement tenders are accessible to as many contestants as possible and thus guarantee that public funds are spent effectively.

*The third specific characteristic* is related to the *liability of the contracting authorities regarding the procedures for public procurements they award.* The amendments to the PPA enforced in April 2016 provide that the liability of the contracting authorities for any action or inaction in breach of the law shall be personal. Thus it made all contracting authorities equally liable in terms of administrative sanctions for violations of the PPA because these sanctions include only fines and does not include financial penalties.

*The fourth specific characteristic* is related to the fact that the contracting authorities are *beneficiaries of the public procurement* for construction, supplies or services. They control the stages of forecasting, planning, conducting, finalization and accounting the results of the public procurement and decide what, when, and how should be procured.

We may *conclude* that the *contracting authorities* of public procurements *are public bodies or organizations with similar powers by law* which spend budgetary and extra-budgetary funds as well as funds allocated by law for carrying out of significant public activities. Contracting authorities play an extremely important role in the organization of the procedures for public procurement in terms of the effective spending of the public funds. This means that contracting authorities should adapt and react adequately to changes in the applicable regulations.

### References:

1. Public Procurement Act (prom. SG, No. 28/06.04.2004, amend and suppl. SG. No.79/13.10.2015 (repealed)
2. Закон за Сметната палата // Обн. ДВ. бр.12 от 13.02.2015 г., изм. ДВ. бр.7 от 19.01.2018 г.
3. Public Procurement Act (prom. SG, No. 13/16.02.2016, amend. SG No. 105/18.12. 2018.
4. Димова, Е., Новият Закон за обществените поръчки <http://trudipravo.bg/mesechni-spisania/mesechno-spisanie-targovsko-i-obligacionno-pravo/menuconttkp1/2626-noviyat-zakon-za-obshtestvenite-porachki>.
5. European Commission report on progress in Bulgaria under the Cooperation and Verification Mechanisms, [http://ec.europa.eu/cvm/docs/com\\_2016\\_40\\_bg.pdf](http://ec.europa.eu/cvm/docs/com_2016_40_bg.pdf)
6. Кривачка, М., Кацарова, М., Йорданова, Н. и др. Процедури по обществени поръчки, Раббе, Sofia, 2016.
7. Николова, А., Обществените поръчки са средно 9% от БВП в България, [https://www.capital.bg/politika\\_i\\_ikonomika/bulgaria/2016/10/31/2854254\\_cid\\_obshtestvenite\\_poruchki\\_sa\\_sredno\\_9\\_ot\\_bvp\\_v/](https://www.capital.bg/politika_i_ikonomika/bulgaria/2016/10/31/2854254_cid_obshtestvenite_poruchki_sa_sredno_9_ot_bvp_v/)
8. Павлова, М. Обществени поръчки – управление и контрол, ИК –УНСС, Sofia, 2017.
9. Стойчев, С. Типология на нарушенията в областта на обществените поръчки, предизвикващи съмнения за корупция, София, [http://www.stoychev.eu/attachments/section/1/publication\\_56\\_1.pdf](http://www.stoychev.eu/attachments/section/1/publication_56_1.pdf)
10. Цветковска, М., Матеева, Ж. Гаранции за недопускане на дискриминация и защита на личните данни за участниците в обществените поръчки // Международна конференция взаимодействието теорията с практиката: ключови проблеми и решения, изд. "Бургаски свободен университет", Т2, Burgas, 2011.

## ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS ENTITIES

**Ryabenko G. M.,**  
Ph.D., Associate Professor

**Tabunshchik O. M.,**  
Master

**Samoilova E. K.,**  
Master

**Tarasova K. S.,**  
Master

*Mykolayiv National Agrarian University (Ukraine, Mykolayiv)*

**Ruddy A. A.**  
Ph.D., Associate Professor

*Private Joint-Stock Company "Higher Educational Institution" Interregional  
Academy of Personnel Management" (Ukraine, Kharkiv)*

## DEFINITION OF THE LEVEL OF ECONOMIC SECURITY OF ENTERPRISES

**Рябенко Г. М.,**  
канд. екон. наук, доцент

**Табунщик О.М.,**  
магістрант

**Самойлова Є. К.,**  
магістрант

**Тарасова К.С.**  
магістрант

*Миколаївський національний аграрний університет (Україна, Миколаїв)*

**Рудь А.А.**  
канд. істор. наук, доцент

*ПАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна академія управління персоналом»*

## ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

**Abstract.** *The article assesses the economic security of agricultural enterprises in Nikolaevsky District and defines the main tasks of strengthening the level of safety of agricultural enterprises.*

**Key words:** *economic security, risks, threats, agricultural enterprise, economic security, economic security, economic security assessment.*

**Анотація.** *У статті проведено оцінку економічної безпеки сільськогосподарських підприємств Миколаївського району та визначено основні завдання зміцнення рівня безпеки сільськогосподарських підприємств.*

**Ключові слова:** *економічна безпека, ризики, загрози, сільськогосподарське підприємство, формування економічної безпеки, показник економічної безпеки, оцінка економічної безпеки.*

**Постановка проблеми.** *Визначальною умовою ефективного функціонування та розвитку підприємства є підтримка його економічної безпеки, під якою розуміють стан, що характеризується стійкістю до*

внутрішніх та зовнішніх загроз, здатністю забезпечувати реалізацію власних економічних інтересів, ефективно функціонувати та розвиватися в умовах невизначеності та господарських ризиків.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням економічної безпеки займалися такі науковці: О. Ареф'єва, О. Грунін, Н. Іванова, О. Кириченко, Д. Ковальов, Н. Подлужна, В. Пономарьов, А. Турило та ін. Проте проблеми формування та зміцнення економічної безпеки потребують більш детального дослідження у теоретичному та прикладних аспектах.

**Метою статті** є оцінка економічної безпеки сільськогосподарських підприємств та визначення напрямів її зміцнення.

**Виклад основного матеріалу.** У сучасних умовах жорсткої конкуренції та інтеграційних процесів для досягнення високих ринкових позицій та ефективної діяльності виникає потреба комплексного захисту бізнесу. Специфіка діяльності сільськогосподарських підприємств потребує налагодження механізму подвійної адаптації до ринкових та природно-кліматичних умов. Підвищена ризикованість пов'язана із сезонністю та низькою технологічністю виробництва, використанням природних ресурсів, низькою еластичністю попиту на сільськогосподарську продукцію та її здатністю швидко псуватися, природно-кліматичними чинниками та використанням землі як основного засобу виробництва. Постійне існування таких загроз обумовлює актуальність проблеми формування механізму економічної безпеки сільськогосподарських підприємств [1].

Для аналізу нами обрано п'ять сільськогосподарських підприємств Миколаївського району Миколаївської області: ТОВ «С-Росток», ДП «Племрепродуктор «Степове», СГВК «Урожайний», СГВК «Зеленоярське» та ТОВ «Добробут».

З метою оцінки економічної безпеки сільськогосподарських підприємств Миколаївського району обрано методику Н.В. Іванової [2], яка має п'ять етапів і дозволяє всебічно оцінити економічну безпеку підприємств за допомогою комплексного показника. Рівень економічної безпеки підприємства визначається методом середніх величин.

Оцінки показників, що характеризують економічну безпеку, коливаються у діапазоні від 0 до 1, залежно від відхилення від граничної величини. Виходячи із цього, підприємство, з погляду економічної безпеки можуть класифікуватися за 4-ма групами: абсолютно безпечні (0,9 – 1,0), безпечні (0,7 – 0,9), достатньо безпечні (0,4 - 0,7), небезпечні (0,4).

Якщо розмір відхилення фактичного значення від граничного більше 100 %, то даному показнику дається оцінка в 0 балів. У випадку коливання розміру відхилення від 0 до 100 % для кожних 10 % відхилення від граничної величини бальна оцінка знижується на 0,1 бала [2].

Результати розрахунків комплексного показника економічної безпеки сільськогосподарських підприємств Миколаївського району методом середніх величин наведено у табл. 1.

За даними табл. 1 можна зробити висновок про стан економічної безпеки сільськогосподарських підприємств Миколаївського району. Отже, за результатами діяльності протягом 2016 - 2018 років ТОВ «С-Росток», має



показник економічної безпеки на рівні 0,646, що класифікує його як достатньо безпечне підприємство. Необхідно зазначити, що у 2018 році показник економічної безпеки ТОВ «С-Росток» знизився до рівня 0,513, що є негативним моментом.

Таблиця 1

**Розрахунок комплексного показника економічної безпеки  
сільськогосподарських підприємств Миколаївського району**

Господарства	2016р	2017р	2018р.	Комплексний показник	Рівень економічної безпеки
ТОВ «С-Росток»	0,721	0,704	0,513	0,646	Достатньо безпечні
ДП «Племрепродуктор «Степове»	0,562	0,609	0,523	0,565	Достатньо безпечні
СГВК «Урожайний»	0,616	0,675	0,596	0,629	Достатньо безпечні
СГВК «Зеленоярське»	0,453	0,517	0,561	0,510	Достатньо безпечні
ТОВ «Добробут»	0,376	0,386	0,578	0,446	Достатньо безпечні
Миколаївський район	0,523	0,531	0,602	0,552	Достатньо безпечні

За результатами діяльності протягом 2016-2018 років ДП «Племрепродуктор «Степове», має показник економічної безпеки на рівні 0,657, що класифікує його як достатньо безпечне підприємство. Протягом 2016 - 2018 років підприємству вдалося підтримувати рівень економічної безпеки у зоні достатньо безпечних підприємств. Так, станом на кінець 2017 року значення показника досягло рівня 0,609, що є найбільшим значенням показника за весь період дослідження, за результатами діяльності протягом 2018 року - зменшилося до рівня 0,523.

За результатами діяльності протягом 2016-2018 років СГВК «Урожайний» має показник економічної безпеки на рівні 0,629, що класифікує його як достатньо безпечне підприємство. Протягом 2016-2018 років підприємству вдалося підтримувати рівень економічної безпеки у зоні безпечних підприємств. Так, станом на кінець 2016 року значення показника досягло рівня 0,616, за результатами діяльності протягом 2017 року – збільшилося до рівня 0,675, що є найбільшим значенням показника за весь період дослідження.

За результатами діяльності протягом 2016-2018 років СГВК «Зеленоярське», має показник економічної безпеки на рівні 0,510, що класифікує його як достатньо безпечне підприємство. Необхідно зазначити, що у 2018 році показник економічної безпеки СГВК «Зеленоярське» підвищився до рівня 0,561, що є позитивним моментом.

Необхідно зазначити, що у ТОВ «Добробут» у 2016, 2017 роках спостерігається відхилення до рівня небезпечних підприємств (показник економічної безпеки знаходився у межах 0,376, 0,386, відповідно). У 2018 році показник економічної безпеки ТОВ «Добробут» підвищився до рівня 0,578, що

класифікує його як достатньо безпечне підприємство і свідчить про зміцнення економічної безпеки підприємства.

За результатами діяльності протягом 2016-2018 років серед досліджуваних підприємств ТОВ «С-Росток» має найвищий показник економічної безпеки - 0,646, що класифікує його як достатньо безпечне підприємство. Протягом 2016 - 2018 років підприємству вдалося підтримувати рівень економічної безпеки у зоні безпечних підприємств.

За даними табл. 1 можна зробити висновок, що показник економічної безпеки у цілому по сільськогосподарських підприємствах Миколаївського району, протягом всього періоду дослідження знаходиться на рівні достатньо безпечних підприємств, до того ж з кожним роком його значення збільшується. Враховуючи динаміку показника протягом 2016–2018 років, комплексний показник економічної безпеки сільськогосподарських підприємств Миколаївського району, визначено на рівні 0,552 тобто характеризуються як достатньо безпечні підприємства.

**Висновки.** Управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств необхідно здійснювати на основі організаційно-економічного механізму, який включає такі складові: збирання та обробка інформації; оцінка рівня економічної безпеки; виявлення можливих стратегічних альтернатив; розробка та реалізація заходів зі зміцнення безпеки; моніторинг основних внутрішніх загроз і можливостей, аналіз ефективності впроваджених заходів. При цьому, залежно від рівня безпеки, підприємство визначає базову стратегію (розвитку, стабілізації або виживання) із подальшою її реалізацією шляхом імплементації заходів за окремими складовими економічної безпеки.

### Література:

1. Близнюк А.Ю. Аналіз методик оцінювання економічної безпеки підприємства / А.Ю. Близнюк // Економіка підприємства. – 2016. - № 3. – С.12-17.
2. Іванова Н.С. Аналіз показників економічної безпеки підприємств агропромислової галузі / Н.С. Іванова // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. - № 3. – С.15-20.

## STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE

**Remzi Keco,**

Faculty of Economy and Agribusiness, Agricultural University of Tirana

**Gentjan Mehmeti,**

Faculty of Economy and Agribusiness, Agricultural University of Tirana

**Ilir Tomorri,**

Faculty of Economy and Agribusiness, Agricultural University of Tirana

**Ilir Kapaj,**

Faculty of Economy and Agribusiness, Agricultural University of Tirana

### MEASURING THE PERCEPTION OF THE PUBLIC SECTOR PERFORMANCE

**Abstract.** *In the last two decades the Albanian economy and the public sector in the country has changed its structural context. These changes have been altered for well-known reasons related to country development. The efforts for state growth in the Albania codify three main periods, 1) from 1912 to 1944 accompanying with efforts to maintain the country's territorial entity, 2) from 1944 to 1990 of a dualized state - party appearance and 3) after the 1990's to nowadays, characterized by the orientation toward a functional market economy.*

*The third stage that represents the focus of this study, in fact is a constant effort aiming to limit the extent of state functions and to increase the institutional strength or the quality of providing public goods. This trend, like in almost all East countries, has not progressed in the same rate.*

*The expansive effort to use service contracts, concessions or PPPs is not always associated with the expected results of this process. The fiscal burden created by this approach has faced controversy by many experts, mainly supporters of a wide-ranging public sector.*

*This study aims to evaluate the perception of the public good differentiated by sectors with specific variables. In the framework of this study are considered 15 variables in the specific sectors like: education, health, rule of law and security, transparency, property rights, public investments and utility services, responsibility and accountability etc. The surveys were conducted with 200 randomly selected people in Tirana region as the main Albanian region.*

**Key words:** *public sector, performance, perception, public services, effectiveness.*

#### **Introduction**

The public sector contributes positively to the economic development and growth of the countries through the provision of public goods and services, promotion and encouraging of the private sector and efficient use of the public resources (Kibblewhite, 2011). Public sector performance and efficiency assessment is important as it significantly affects the quality of public services and goods by comparing costs and benefits that citizens receive from the state's activity.

The public sector impact on the economy is of interest for transition countries such as Albania. The state needs to carry out the economic reforms needed to move from a centralized planned economy to market economy, and to create a positive climate to accelerate the transition process. Efficient governance and the functioning of public institutions have a direct impact on the development and encouraging the private sector.

Economic development is closely related to macroeconomic stability, enhancement of governance quality, creation of a business incentive environment, better planning and management of public investments, transparency and accountability of the government. Macroeconomic stabilization is an essential condition for the economic development of a country and very important to pass successfully the transition period. Also, fiscal policy is a factor that contributes to macroeconomic stability. Low levels of deficit and public debt create premises for sustainable fiscal policies (Joseph, 2000).

In the last two decades, there is almost a constant effort that parallel to limiting the extent of state functions, increase the institutional strength or the quality of public goods delivery. This, as in almost all east countries, has not progressed at the same rate. Apart from the fact that it has been with visible fluctuations, it has also appeared different in different sectors. The expansive effort to use service contracts, concessions or PPPs has never been associated with the results foreseen by this process. Also, the fiscal problems created by this approach has faced contestation by many experts, mostly supporters of a wide-ranging public sector.

### **Objectives**

The main objective of this study is to assess the performance of the public sector through the perception indicators. This objective is intended to be met through the fulfillment of some specific objectives, such as:

Evaluating the performance and efficiency of the public sector in providing services and public goods.

Evaluating the role and contribution of the public sector in the country's economic development and stability.

Evaluation of perception indicators in key sectors and especially in utilities.

Challenges and issues that the public sector will face in the future to improve the quality of public service delivery.

### **Methodology and the literature used**

This study aims to assess the perception of public services differentiated by sectors through specific variables. A questionnaire was conducted with 200 randomly selected people in some of the Albanian largest cities. The study focuses on the collection, analysis and interpretation of the data on the role and the contribution of the public sector in the sustainable development of the country and in the performance of this sector in increasing the utility and public services.

In this study, in terms of performance assessment are used about 15 variables with a significant number of indicators in some specific sectors such as: education, health, order and security, law enforcement, transparency (information, accountability), property rights, public investments and utility services such as water, energy, public transport (Lane, 2000). Another aspect that is addressed through the questionnaire is the assessment of expectations of public good consumers regarding issues that should be addressed by the public sector.

The evaluation of all variables and indicators is done with a five degree Likert scale questions from 1 (very low) to 5 (very good) for each indicator. The questionnaire used for this study is referred by: Public Sector Reform in Europe, by

the European Research Area; Citizen Service Centers Pathways toward improved public service delivery by the Nordic Trust Fund and World Bank.

### Results and Discussions

According to Antonio et, al., (2006) the public sector contributes to the development and economic growth of the country, provision of public goods and services to citizens, efficient use of natural resources, revenue collection and expenditure management. Public sector performance affects the quality of public services and goods by comparing the costs with the benefits that citizens receive from the activity of public organizations. The quality of public sector institutions also affects economic development, as well as the performance of public service delivery (Vito, 2000).

First, the study is focused on the socio-demographic profile of respondents aiming to understand more clearly the attitude and perception of public sector performance. Based on the data, it turns out that around 48% of the respondents are of age 41-50 years old, while 23% of them are of age 51-60 years old.

Table 1

**Age structure of respondents**

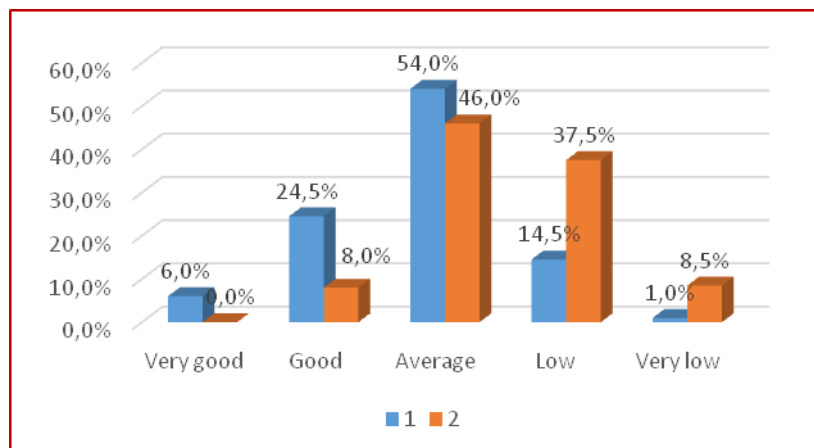
No.	Age	Up to 25 years old	26 -40 years old	41 -50 years old	51-60 years old	> 60 years old	Total
1	No. of respondents	27	31	95	46	1	200
2	In %	13.5%	15.5%	47.5%	23.0%	0.5%	100.0%

While, in terms of education level, about 65% of the respondents have high and master studies. Table 2 provides more detailed information.

Table 2

**Educational Structure of the Respondents**

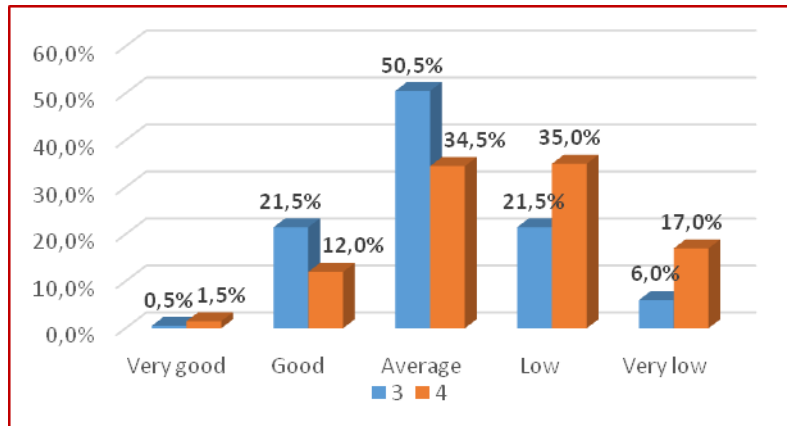
No.	Education	Master	Higher Education	Secondary Education	Other	Total
1	No. of respondents	50	80	67	3	200
2	In %	25.0%	40.0%	33.5%	1.5%	100.0%



**Figure 1. Perception of education and health**

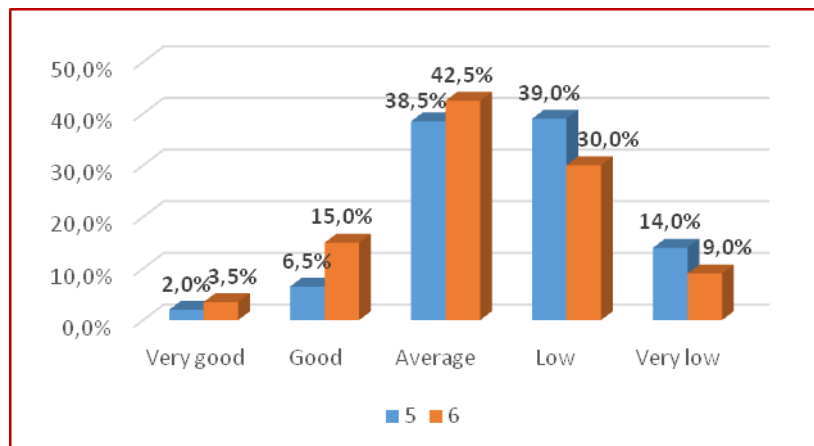
The number of indicators for measuring the quality of governance has expanded due to the increased role of institutional factors in explaining the performance of the public sector. Based on the study data, it results that in sectors such as education, health, order and security, respect for the law, transparency, property rights, public investments and utility services, such as: water, energy, public transport, the estimates are as follows.

Referring to Figure 1, regarding the assessment for services in education, it results that about 79% of respondents' assessment was good and average, while in relation to health about 84% of respondents' assessment was good and average.



**Figure 2. Perception of order and security and respect for the law**

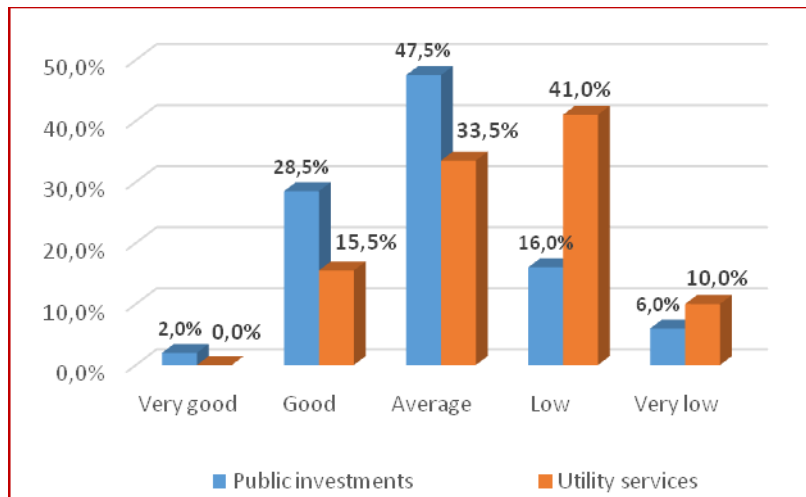
Regarding the assessment of the order and security about 70% responded good and average, while for the respect of the law about 70% were answered average and low.



**Figure 3. The perception of transparency and property rights**

Regarding transparency and property rights, the assessment is similar, 78% and 73% in the evaluation low and average.

About two recent variables, public investments and utility services, the assessment is different. Perceptions of respondents toward public investments are around 76% good and on average, while for utility services around 75% of respondents have a low and average perception. This shows to some extent the inadequate performance of public companies that mainly offer these services.



**Figure 4. Perception of public investments and utility services**

### Conclusions and recommendations

Economic development in any case is closely related to macroeconomic stability, the enhancement of governance quality, the creation of a business incentive environment, a better planning and management of public investments, efficient use of natural resources, transparency and accountability of the government. The performance of public sector institutions affects the economic development of the country.

The analysis of the data of this study estimates that the perception on the most of the study variables in a large percentage is in an average assessment. Referring to this study, it is seen that education, order and security and public investments have a perception at the level average to good, while health, transparency, law enforcement, property rights and utility services have a low to average assessment.

There is also a clear discordance between the expectations of public good consumers with the quality and scope of the provision of public services, and this obviously derives a clear signal for decision-making and policy-making structures to increase their performance. Referring to citizens' expectations, the study indicates that: increasing the performance in education and healthcare system, transparency, law and property rights, improving the infrastructure and utility services are some of the issues and challenges that need to be addressed in the future regarding the performance of the public sector and the quality of governance.

### References:

1. Bozeman, B. (1993), "Public management: the state of the art", San Francisco, CA: Jossey-Bass.
2. Ferlie, E., Ashburner, L., Fitzgerald, L., & Pettigrew, A. (1996), "The New Public Management in Action", Oxford: Oxford University Press.
3. Afonso Antonio, Schuknecht Ludger, Tanzi Vito (2006), "Public sector efficiency: evidence for new EU member states and emerging markets", European Central Bank, Working Paper No. 581/January 2006.
4. Goodsell, Ch. (1990), "Emerging Issues in Public Administration", in Lynn, N. B., and Wildavsky. A. (eds.), Public Administration, The State of the Discipline, Chatham House Publishers, Catha, NJ.

5. Pollitt, C. (1990), "Managerialism and the Public Services": The Anglo-American Experience. Basil Blackwell.
6. Tanzi Vito (2000), "The Role of State and the Quality of Public Sector", IMF Working Paper, WP/00/36.
7. Andrew Kibblewhite (2011), "Role of Public Sector Performance in Economic Growth".
8. Samuels, W. J. (1989), "Fundamentals of the economic role of government". Greenwood Press.
9. Sadka Efraim (2006) Public – Private Partnerships: A Public Economics Perspective, IMF Working Paper 06/77.
10. Stiglitz E. Joseph (2000), "Economics of the Public Sector". New York: W.W. Norton.
11. Teresa Curristine, Zsuzsanna Lonti and Isabelle Joumard (2007), "Improving Public Sector Efficiency: Challenges and Opportunities".
12. Wilson, J. Q. (1989), "Bureaucracy: What Government Agencies Do and why They Do it".
13. Burgess Simon, Ratto Marisa (2003), The Role of Incentives in the Public Sector: Issues and Evidence, CMPO (University of Bristol), Working Paper No. 03/071.
14. Lane, J.-E. (2000), "The Public Sector: Concepts, Models and Approaches". SAGE Publications.

**Yuriy Arsenyev,**

Professor, Dr. Technical Science,

*The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA), a branch in the city of Tula*

**Tatjana Davydova**

Candidate of Science (pedagogics), Associate Professor,  
*Tula State Pedagogical University*

## **SECURITY ISSUES IN THE IMPLEMENTATION OF THE SOCIAL RIGHTS OF MAN AND OF THE CITIZEN OF RUSSIA**

**Abstract.** *The problems of security in the practical realization of social rights of every Russian as a person and citizen are studied.*

**Keywords:** *security, law, society, state, institutions.*

The modern state is a complex social dynamic system. It consists of three main elements - the sovereign territory, the Institute of citizens (population) and the Institute of power (public administration). Territory means its sovereign territorial space described by horizontal coordinates (the territory of the earth's surface occupied by the state) and vertical coordinates (subsoil and airspace). The Institute of citizens is a set of citizens, their associations and parties, the rights and obligations to govern the state and the formation of state body (SB). Institutions SB are the bodies of state administration, formed in accordance with the Constitution and other laws, directly managing the spheres of life in the interests of society, ensuring the sovereign integrity of the state, its socio-economic, cultural, educational and other development.

Today, there is a need for a reasonable balance between state protection and the creation of favorable conditions in which citizens can independently provide for themselves and their own families, which would ensure the social security of society and each individual.

One side of the social responsibility of the state is the implementation of social security, the formation of a stable "comfortable social background". These aspects are



reflected in detail in the "Concept of long-term socio-economic development of the Russian Federation until 2030" and many state programs for the development of health, education, etc. The security of the individual, society and state is designated by a single concept of social (national) security. It is necessary to revise the entire legislative framework according to the criterion of systemic human security, which should be «socially guaranteed to the person» [2]. It is necessary to improve the legislation regulating relations in the sphere of security, the system of state administration bodies, local self-government bodies, public and commercial organizations and associations. It is important to stimulate the readiness of representatives of various professional, public associations, political parties, business structures, citizens to actively participate in the life of the country, the creation of public structures under the Executive authorities.

In the Western model of the state, the priority element is citizens (people), and in the Eastern (Asian) model is power. If one of these elements of statehood is inadequate to the internal and external conditions of modern life, between them there is no harmony in the interaction, it is difficult to expect a stable and successful development of the state. The socio-economic and political state of Russia requires a deep objective study of the power and citizens institutions, the mutual building of a qualitatively new, balanced their interaction. Feedback from society to government, individual social groups and citizens of social information today is often symbolic ostentatious, poorly taken into account in the real goals and actions of the government, is suppressed by a purposeful direct power communication, including propaganda on the basis of proven socio-psychological and other methods of influence. Given the historical and geographical position of Russia, there is a dilemma: which way will Russia choose, to what mechanisms of relations between the government and the population – to the cult worship of power or compromises in development? This is largely due to the quality of the state and trends in the development of society and power, their relationships and compromises of the interests of individuals, social groups and the ruling elite, the state of General culture, in particular, political and legal culture, Russian society, ethnic groups and their groups [1-8]. The Council for civil society development and human rights under the President of the Russian Federation considers its priorities: a) support the verification of draft legal acts in order to align them with the trends in the development of civil society; b) a reference point for the implementation of humanistic tasks and transformational transformations of Russian society with the participation of citizens; c) presentation to the President of the Russian Federation of initiatives to model the positive prerequisites for the development of civil society structures, their communications with public associations and organizations for the protection of citizens' rights.

The intervention of civil society institutions in the regulatory activities of the state for the protection and protection of constitutional social rights can contribute to the formation of complete legislation in the social sphere, to guarantee the individual his safety, revision of the entire regulatory framework to ensure the safety and social protection of the person.

Thus, in the areas of health care and social support, citizens, public organizations and associations have the right to control: a) compliance with sanitary

and hygienic norms and standards (article 8 of Federal Law No. 52-FZ of 30.03.1999 «About sanitary and epidemiological welfare of the people»); b) respect for the legitimate interests of citizens in obtaining assistance from psychiatric institutions (article 46 of the Law of the Russian Federation № 3185-1 from 02.07.1992 «About psychiatric care and guarantees of the rights of citizens at its rendering»); c) expert review of information materials for children by the relevant Executive bodies (Federal Law No. 436-FZ of 29.12.2010 «About Protection of children from information harmful to their health and development»); d) commercial transactions with children, their exploitation, providing them with appropriate psychological, medical, legal and other support (Federal Law No. 124-FZ of 24.07.1998«About the basic guarantees of the rights of the child in the Russian Federation»).

The priority of States and their economic entities today is the environmental management of enterprises. Guarantees of environmental safety are given in the legal documents concerning: a) public environmental control (article 68 of Federal Law No. 7-FZ of 10.01.2002 «About the environmental protection»); b) utilization of wastes (article 27, 68 of Federal Law No. 89-FZ of 24.06.1998«About production and consumption waste»); c) air protection (article 26 of Federal Law No. 96-FZ of 04.05.1999«About the protection of atmospheric air»); d) ensuring safety in contact with natural and man-made sources of radioactive radiation (article 12 of Federal Law No. 3-FZ of 09.01.1996«About radiation safety of the population»).

«What is man, such is the world» - wrote G.V.F. Hegel. It is the inner psychological feeling, a conscious understanding of a person's involvement in a particular state, his Homeland, Motherland, manifested in patriotism, that give rise to each person's state identity, the formation of the nation. Many Russian ethnic groups should ensure the formation of a civil nation, the creation of a nation-state. The mass awareness of Russians of their belonging to Russia, and not to its territories of compact residence of individual ethnic groups is a necessary prerequisite for the successful prosperity of the Russian state.

The necessary quality of interaction between society and government, the primacy of Russian citizens in their relations - the degree of democracy in the formation of power. But democracy does not guarantee the emergence of the most worthy representatives of the nation. Historical practice has a number of reasons: a) the weakness of political and legal culture, the lack of historical experience of active conscious participation of the population in the political activities of the state and information openness of the political space; b) the desire to come to power of the ruling elite and its leader to voluntarily give up power (in any society inevitably usurp power).

Ways to counter this negative phenomenon are legislated in the following restrictions: a) entering the age and electoral qualification of citizens participating in elected bodies of power, the qualification of their financial condition and political culture; b) the period of stay in power of public officials and leaders of political parties; c) strengthening the independence of the legislative and judicial authorities; d) the combination of the meaning of government and public administration, their organizational and legal section, a huge social danger.

What should be the political system in the country, what public policies and strategic objectives are required to develop and implement public administration?

The answers to these questions should be determined by the citizens themselves through referendums of civil will, the adoption of constitutions, direct participation in public administration. The citizens themselves should form the political system of public administration, choose the President of Russia, the top leaders of the subjects of the Russian Federation and have the opportunity to effectively control their activities. In Russia, the mechanism of restrictions should be improved for both citizens involved in the management of the state and the leadership of public administration.

### References:

1. Human rights and legal social state in Russia / resp. ed. by E. A. Lukasheva. M.: Norma, INFRA-M, 2011. 400 p.
2. Skuratov Yu.I. Social state as an institution of civil society and constitutional law // ROS. the faculty of law. well ... 2008, № 2. P. 24-34.
3. Ter-Akopov A.A. human Security: social and legal basis. M.: Norma, 2005.
4. Snezhko O.A. Protection of social rights and citizens: theory and practice. M.: Infra-M, 2013. 274 p.
5. Litovkina M.I. To the question of realization of the social rights of man and of the citizen in a safe environment // Russian state and the economic and social challenges of our time: Sat. articles Intern. science-prakt. Conf. Vol.1. M.: Prospect, 2015. P. 71-77.
6. Slepyshev A.L. Citizens and power: Interaction in modern Russia // Russian state and socio-economic challenges of our time: Sat. articles international. science-prakt. Conf. Vol.1. M.: Prospect, 2015. P. 115-125.
7. Atamanchuk G.V. Theory of public administration. M.: Omega-L, 2013.
8. Knyazeva E.N., Kurdyumov S.P. Synergetics: Nonlinearity of time and landscapes of co-evolution. Moscow: Komkniga, 2014. 272 p.

**Zhivilo E.O.**

Post-graduate student of the department  
of information technologies and control systems  
*Kharkiv Regional Institute of Public Administration of the National Academy of  
Public Administration attached to the Office of the President of Ukraine*

## **ENSURING THE DEVELOPMENT OF THE STATE STRATEGY OF MILITARY SECURITY CYBERSPACE OF UKRAINE**

**Живило Є.О.**

аспірант кафедри інформаційних технологій і систем управління  
*Харківський регіональний інститут державного управління  
Національної академії державного управління при Президентові України*

### **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОЇ СТРАТЕГІЇ ВОЄННОЇ БЕЗПЕКИ КІБЕРПРОСТОРУ УКРАЇНИ**

**Abstract.** *The author's understanding of the concept of "state strategy of military security of cyberspace of Ukraine" is proposed in the article. The current trends in the formation and development of a security environment in the world cyberspace are revealed. The actual military threats in cyberspace for Ukraine are analyzed.*

**Key words:** *cyber defense, cyberspace, cyber threats, state cyber defense, capabilities, telecommunication infrastructure, critical information infrastructure.*

**Анотація.** *У статті запропоновано авторське розуміння поняття "державної стратегії воєнної безпеки кіберпростору України". Розкрито сучасні тенденції формування та розвитку безпекового середовища у світовому кіберпросторі. Проаналізовані актуальні воєнні загрози у кіберпросторі для України.*

**Ключові слова:** *кіберзахист, кіберпростір, кіберзагрози, кібероборона держави, спроможності, телекомунікаційна інфраструктура, критична інформаційна інфраструктура.*

Забезпечення кібербезпеки України досягається комплексним застосуванням сукупності правових, організаційних, інформаційних заходів, за яких забезпечуються сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних і потенційних загроз національній безпеці України у кіберпросторі. Це спонукало до розуміння необхідності вирішення нагальної проблеми з метою мінімізації та попередження кіберзагроз. Розробка, впровадження та виконання теоретичних засад у зазначеній галузі спрямовано на попередження та усунення загроз безпеці України у кіберпросторі.

Стратегія воєнної безпеки кіберпростору України (далі – Стратегія) ґрунтується на основі законів України щодо основ національної безпеки, засад забезпечення кібербезпеки України, внутрішньої і зовнішньої політики, електронних комунікацій, захисту державних інформаційних ресурсів та інформації, Конвенції про кіберзлочинність [1, 11]. Стратегія є похідними від Воєнної доктрини України та Стратегії національної безпеки України, розвиває їх положення за напрямками забезпечення воєнної безпеки кіберпростору України. Саме тому виконання зазначених вище критеріїв є необхідним для

розвитку сектору безпеки і оборони України, досягнення необхідних спроможностей системи кібероборони (Далі- КО), набуття членства в ЄС та НАТО, забезпечення рівноправного взаємовигідного співробітництва за напрямом кібербезпеки (кібероборони).

Метою воєнної державної політики у сфері кібербезпеки України є забезпечення її кібернетичного суверенітету та кібербезпеки (Далі- КБ) [1].

Терміни, що вживаються у Стратегії:

– воєнна державна політика України у кіберпросторі – діяльність суб'єктів забезпечення КБ, пов'язана із запобіганням воєнним кіберконфліктам у кіберпросторі, організацією та здійсненням підготовки суб'єктів сектору безпеки і оборони, які забезпечують кібербезпеку держави;

– воєнний кіберконфлікт – форма розв'язання міждержавних або внутрішньодержавних суперечностей із двостороннім застосуванням інформаційних технологій, програмних, програмно-апаратних засобів (інших технічних та технологічних засобів і обладнання) які спрямовані на досягнення однієї або сукупності цілей у кіберпросторі які можуть перерости в загрозу застосування воєнної сили проти України;

Основними видами воєнних кіберконфліктів які можуть перерости в загрозу застосування воєнної сили проти України є кібервійна та збройний кіберконфлікт.

Кібервійна – протиборство держав (регіонів) у кіберпросторі із застосуванням воєнної сили спричинені розбіжностями національних інтересів, цілей, позицій держав стосовно шляхів і способів вирішення глобальних, регіональних та внутрішніх проблемних питань;

Збройний кіберконфлікт – зіткнення між державами у кіберпросторі із застосуванням кіберзброї (міжнародний збройний кіберконфлікт) або між ворогуючими сторонами в межах національного сегменту кіберпростору;

КО – сукупність політичних, економічних, соціальних, воєнних, наукових, науково-технічних, інформаційних, правових, організаційних та інших заходів, спрямованих на захист кібернетичного суверенітету та забезпечення обороноздатності держави у кіберпросторі;

Сили КО – ЗС України, ДССЗІ України, утворені відповідно до законів України ІВФ та ПрО та розвідувальні органи, в частині залучення їх до виконання завдань з КО держави;

Спроможності сил КО – здатність досягти необхідного результату під час виконання завдань з питань КО у певних умовах відповідно до визначених сценаріїв дій та з використанням наявних ресурсів;

Сучасні тенденції формування та розвитку безпекового середовища у світовому кіберпросторі: посилення суперечностей у світовому кіберпросторі, поділ сфер впливу в інформаційному просторі між світовими центрами сили, збільшення агресивності, загострення протистояння між США і ЄС та РФ і КНР, прагнення порушити на свою користь воєнно-стратегічну рівновагу за допомогою застосування кібернетичної зброї [2]; загострення безпекової ситуації в країнах Близького Сходу та Північної Африки, з безпосереднім проведенням кібернетичних атак, ударів на інформаційні, інформаційно-

телекомунікаційні системи цих країн, активізація релігійного екстремізму в акаунтах соціальних мереж та інформаційних сайтах мережі Інтернет.

Основні тенденції, що впливають на воєнно-політичну обстановку у кіберпросторі довкола України [3,4], є: збільшення дій провокаційного характеру для створення конфліктних ситуацій у кіберпросторі, використання воєнних і спеціальних кібернетичних операцій (дій); нарощування, модернізація сил та засобів кібернетичного впливу сусідніми державами, активізація розробок кіберозброєння та військових засобів програмно-математичного впливу нового покоління з принципово новими можливостями ураження і управління; модернізація та вдосконалення спеціальними службами іноземних держав систем та апаратно-програмних комплексів кібернетичної розвідки, наявність спроб несанкціонованого доступу до об'єктів критичної інформаційної інфраструктури України, реалізація кібератак, впровадження програмних закладних пристроїв та розповсюдження спеціально створеного шкідливого програмного забезпечення.

Актуальними воєнними загрозами у кіберпросторі для України є [4]: кіберагресія у національному сегменті кіберпростору України, нарощування у кіберпросторі військової кіберпотужності провідними державами; мілітаризація кіберпростору шляхом формування та застосування військових формувань, підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності, призначених для ведення бойових дій та операцій у кіберпросторі; активізація розвідувально-підривної діяльності в національному сегменті кіберпростору з метою виснаження української економіки і підриву суспільно-політичної стабільності, захоплення її території, застосування воєнної сили, а також технологій гібридної війни - кіберагресії; діяльність у національному сегменті кіберпростору України не передбачених законом кіберформувань, спрямована на розпалювання міжетнічної, міжконфесійної, соціальної ворожнечі і ненависті, сепаратизму і тероризму; цілеспрямований вплив з використанням сучасних інформаційних технологій на інтереси держави та права громадян, на державні електронні інформаційні ресурси, стале функціонування об'єктів критичної інфраструктури, науково-технічного і оборонного потенціалу.

Можливі сценарії реалізації загроз воєнній безпеці України у кіберпросторі: нанесення деструктивного впливу на автоматизовані системи управління Сил оборони з урахуванням широкого застосування сучасних інформаційних технологій; проведення кібернетичної операції, кібернетичних атак в/по інформаційній інфраструктурі України в сукупності з використанням невоєнних заходів кібернетичного впливу у взаємодії з різними організаціями, групами, особами; здійснення терористичних актів і збройних кіберконфліктів всередині держави, зокрема шляхом порушення штатних режимів роботи автоматизованих систем керування технологічними процесами на об'єктах критичної інфраструктури. Набуває поширення політично вмотивованої діяльності у кіберпросторі у вигляді атак на урядові та приватні веб-сайти в мережі Інтернет.

Внутрішніми умовами, які суттєво обмежують нарощування спроможностей Сил оборони України щодо вирішення проблемних питань, реагування на кібернетичні загрози, є: розбалансованість і незавершеність

системних реформ, у тому числі у сфері безпеки і оборони; складне економічне становище та неефективне використання наявних ресурсів; корупція, високий рівень злочинності, у тому числі організованої; зниження обороноздатності держави, недостатній рівень готовності сил оборони до ведення розвідувальної і контррозвідувальної діяльності у кіберпросторі.

Основними пріоритетними напрямками набуття спроможностей військово-технічного розвитку є [5]: виконання державних цільових програм реформування та розвитку оборонно-промислового комплексу, розвиток його наукового, науково-технічного та виробничого потенціалу шляхом стимулювання фундаментальних і пошукових досліджень в інтересах забезпечення обороноздатності держави; всебічне задоволення обґрунтованих і визначених з точки зору оборонної достатності потреб ЗС України та інших суб'єктів забезпечення національної безпеки у фінансових і матеріальних ресурсах у мирний час та особливий період; удосконалення механізму формування і здійснення контролю за видатками державного бюджету, які передбачені на потреби оборони, оптимізація бюджетних витрат та забезпечення їх раціонального розподілу, в тому числі при формуванні державного оборонного замовлення, з дотриманням установлених пріоритетів.

Основними цілями воєнної політики України у кіберпросторі є: забезпечення обороноздатності України у кіберпросторі на рівні, достатньому для запобігання виникненню воєнного кіберконфлікту, а у разі воєнного кіберконфлікту – для його локалізації і нейтралізації; реформування системи забезпечення обороноздатності України у кіберпросторі на рівні, прийнятному в країнах ЄС і НАТО; нарощування єдиної автоматизованої системи управління ЗС України та забезпечення її сталого функціонування у поєднанні з єдиною платформою захищених електронних комунікацій органів державної влади.

Основними завданнями втілення політики на напрямку безпеки України у кіберпросторі на середньострокову перспективу [6, 7] є: постійне, комплексне та цілеспрямоване вжиття заходів по забезпеченню воєнної політики держави у кіберпросторі як в мирний час, так і в особливий період; створення єдиної системи КО з відповідною технічно розгалуженою інфраструктурою отримання та обробки даних в режимі часу, наближеного до реального; створення національної системи КБ України, забезпечення підвищення спроможностей сил КО, необхідних для досягнення цілей воєнної політики України у кіберпросторі, з метою своєчасного і ефективного реагування на наявні та потенційні кіберзагрози сектору безпеки держави; блокування в кіберпросторі діяльності незаконних військових формувань, спрямованих на порушення обороноздатності України; координація військовим командуванням діяльності добровольчих кіберформувань, що були утворені або самоорганізувалися для інформаційного або кібернетичного захисту держави; підвищення спроможностей вітчизняного ОПК за рахунок впровадження новітніх захищених інформаційно-комунікаційних та кібернетичних технологій, програмно-математичних зразків кіберозброєння, засобів КБ та кіберзахисту; корегування воєнної політики України у кіберпросторі за напрямком КО; залучення наукового та науково-технічного потенціалу країни до розробки сучасних захищених інформаційно-комунікаційних та кібернетичних

технологій; нарощення можливостей державно-приватної взаємодії у сфері КБ та КО, в тому числі із залученням волонтерської допомоги.

Головним принципом застосування сил КО у воєнному конфлікті в кіберпросторі є активна оборона. Мається на увазі, під час проведення завчасної підготовки КО: проведення прихованого сканування інформаційно-телекомунікаційних систем ЗС противника з метою виявлення уразливостей телекомунікаційного обладнання; виявлення нових IP-адрес в інформаційно-телекомунікаційних мережах противника, уразливостей мережевих конфігурацій телекомунікаційного обладнання; проведення кібердій для виявлення за демаскуючими ознаками ІТВ ЗС противника з метою визначення приналежності до органів військового управління.

Під час проведення активної фази КО, в залежності від результатів кіберрозвідки та створення сприятливих умов для проведення кібернетичних атак на інформаційні, інформаційно-телекомунікаційні системи противника: здійснюється вибір засобів та заходів проведення кібернетичних атак, ударів на інформаційні, інформаційно-телекомунікаційні системи противника – за окремою командою по визначених цілях; зосередження основних зусиль спрямовується на загальнодержавних автоматизованих системах управління, урядових мережах, системах зв'язку і управління зброєю, інформаційно-телекомунікаційних мережах загальнодержавного управління.

Під час застосування ЗС України, основним завданням КО є підтримка виконання військовими формуваннями поставлених завдань. Основою сил КО є підрозділи ЗС України, утворені відповідно до законів України ІВФ та Про спеціального призначення. Ураховуючи наявність на території України критичної інформаційної інфраструктури, ураження якої через використання кіберпростору може призвести до виникнення надзвичайних ситуацій та катастроф, а також певну ймовірність застосування з боку противника кібернетичної зброї, сили безпеки і оборони готуються до дій в умовах масованого впливу кібернетичних атак та ударів на об'єкти як цивільної так і військової критичної інформаційної інфраструктури.

Україна вважатиме своїм воєнним противником в кіберпросторі іншу державу (коаліцію держав), організації незалежно від форми власності, групи осіб призначених для ведення бойових дій та операцій у кіберпросторі дії якої/яких кваліфікуються законами України або міжнародно-правовими актами як агресія у кіберпросторі. У ході відбиття агресії держава повинна перевести національну систему зв'язку, загальнодержавні автоматизовані системи управління, урядові мережі, системи зв'язку і управління зброєю, інформаційно-телекомунікаційні мережі і системи органів військового управління на функціонування в умовах особливого періоду, здійснити мобілізацію додаткових ресурсів для організації бойових дій (операцій) у кіберпросторі.

#### **Література:**

1. Закон України “Про оборону України” від 04.11.2018 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 9, ст.106.
2. Закон України “Про національну безпеку України” від 21.06.2018 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, № 31, ст.241.



3. Закон України “Про Збройні Сили України” від 04.11.2018 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2018, N 46, ст.371.
4. Закон України “Про основні засади забезпечення кібербезпеки України” від 05 жовтня 2017 р. // Відомості Верховної Ради (ВВР), 2017, № 45, ст.403.
5. Указ Президента України №73/2017 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року, “Про Державну програму розвитку Збройних Сил України на період до 2020 року” // URL: <https://www.president.gov.ua/documents/732017-21498>.
6. Указ Президента України №92/2016 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 4 березня 2016 року, “Про Концепцію розвитку сектору безпеки і оборони України” // URL: <https://www.president.gov.ua/documents/922016-19832>.
7. Указ Президента України 287/2015, Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 6 травня 2015 року “Про Стратегію національної безпеки України” // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/287/2015>.

## TOURISM ECONOMY

**Petruk Tetyana**

c. e. s., docent

*Lviv Institute of Economics and Tourism, Lviv, Ukraine*

### INCREASING PROFITABILITY IN HOTEL BUSINESS: FLAT RATES FORMULATION

**Abstract.** *The formation of pricing policies for hotels is one of the crucial factors in shaping the occupancy of hotel rooms and, accordingly, the profit that a hotel earns in any season. The analysis of tariff policy impact on the hotel rooms revenue will allow hoteliers to use different types of tariffs to achieve the highest profitability levels.*

**Keywords:** *hotel business, pricing policy, room cost, tariff.*

The success of the hotel business, its profitability depends on how competently the hotel pricing policy is created. The times of unchangeable tariffs on certain categories of hotel rooms, based on the tariffs of competitors, nowadays do not result in profitability increase, because hoteliers around the world already receive their substantial part of hotel revenue from flexible tariffs that take into account seasonality, days of the week, holidays, and many other factors that directly affect the occupancy of rooms. But there are no purely "Ukrainian" methods of forming the price of hotel rooms: it is stated by both hoteliers and market analysts. There are only a few peculiarities. For example, while in European practice prices may change over the course of a year, taking into account the ever-changing business environment, a large proportion of Ukrainian hoteliers prefer to approve a price list for a year, seal it with director's signature and no longer return to it. Only two seasons are highlighted: high and low. This is the result of the fact that domestic hotels are run by non-professionals or people who are not interested in legal schemes for the sale of rooms.

Nonetheless, in general, when forming a pricing policy, Ukrainian hotel owners are guided by calculation methods recognized and tested around the world. There are two main factors that influence the formation of the hotel tariffs. The first, objective factor is the cost structure of the room number. The second, subjective - the eligibility of the tariff for the end user. Thus, on the one hand, the hotel tariff must cover the costs of maintaining the hotel and return the investment on its capital, and on the other hand, the cost of the room should not discourage a potential guest. In this case it is necessary to widely use various types of bonus packages and discounts, taking into account the special status of the client (for example, the regular customer) and the various actions that the hotel owner assumes, taking into account, for example, events occurring not every year.

And if for solving the problem of determining the amount and structure of the room rate a clearly structured and formatted approach is applied - the calculation formula, then for the acceptance of the room rate for the client too many factors come to the surface: from a specific competitive environment in this particular target market to the political and economic stability of the state and/or the region.

Other factors influencing the pricing policy of the hotel are the following:

- a high degree of influence of the price level of hotels-competitors on similar products, i.e. rooms of similar category;
- seasonal nature of demand for hotel services;
- high level of orientation to the psychological peculiarities of the guests (for example, the price of accommodation may be related to his/her status and position in society);
- variability of tariffs for accommodation in view of the pronounced segmentation of the market;
- intermediaries and consumers in the market do not share the risk of no-shows or not selling the rooms with hotels.

Another significant factor influencing the formation of hotel policy is the number of hotel rooms per 1000 inhabitants. For example, in Barcelona there are 20 rooms per 1000 inhabitants, in London - 16, in Bucharest - 5, in Kiev (even taking into account hotels put into operation before the EURO 2012), this indicator is hardly close to 3.5.

According to experts, quality hotels of 2-3\* category are still very few. This explains the fact that the budget "twos" and "threes" by definition hold high prices in Ukraine that do not meet the expectations of Europeans and usually disorient Ukrainians who stopped in similar European hotels on more acceptable terms. At the same time, the demand for hotels 4-5\* in Lviv is almost absent.

The amount of customers who pay the maximum rates for their hotel accommodation is decreasing every year. Price adjustments several times a year and constant improvement of the range of special tariffs taking into account seasonality are an integral part of the company's marketing and competitive strategy. The main role in this process is given to the special tariffs that work for specific categories of customers, depending on the situation prevailing at that particular time period. According to some hoteliers, fighting for a client should be done not with the help of discounts, but with unique offers, yet various privileges and reduced rates in hotels still remain the most reliable method of competition.

The existence of various tariffs for hotel services is designed to maximize the client base by developing new markets or attracting a previously unusual categories of guests to the target audience. Thus, ideally, with the stabilization of the market situation, the tariff range should be expanded. However, in both European and Ukrainian practice, things go a little differently than in the theory - the initial benefits and discounts established are far from just not revised, but also become the basis of a long-lasting system of prices and tariffs. In modern international hotel practice, rates (or tariffs) can be grouped into several groups, which are the following: basic room rate, seasonal or temporary rate, commercial rate, market rate, government group rate, corporate group rate, agent rate, tour operator rate, rate for special categories of population, daily rates, rooms without rates.

Every year, the number of hotels in Ukraine is increasing, which leads to a tougher competition for each client. Therefore, the study of hospitality world experience in setting flexible tariffs for hotel services that have already been tested in most hotels in the world should be of great benefit to Ukrainian hoteliers.

## MANAGEMENT

Lilyana Stankova

Chief Assist. Dr.

*University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria*

### IDENTIFICATION OF THE RISK FACTORS THAT AFFECT THE SUCCESS OF PROJECTS, FINANCED UNDER EU OPERATIONAL PROGRAMMES

**Abstract.** *Each project risk management model is based on the idea that preliminary risk assessment helps, on one hand, for identifying the most important issues that project manager need to focus on, and on the other hand for determining the duties required for its proper management. The introduction of such a system provides information, based on which apart from identifying the risk generally, its significance can also be determined, as well as its probability of occurrence; it further allows considering appropriate responses and techniques for its effective management. Therefore, the objective of this article is to identify the risk factors that most significantly affect the success of projects, financed under EU operational programmes.*

**Key words:** *project, project management, risk, operational programmes*

**Резюме.** *В основата на всеки модел за управление на проектния риск стои схващането, че предварителната оценка на риска спомага от една страна за идентифициране на най-важните области, към които трябва да се насочи вниманието на управляващите проекта и от друга – дава насоки как да се разпределят отговорностите за неговото управление. Въвеждането на такава система дава информация, на базата на която освен че може да се определи риска по принцип, може да се определи и неговата важност, вероятността от възникването му, дава възможност да се обмислят подходящи реакции и техники за неговото ефективно управление. В тази връзка целта на настоящия доклад е да се идентифицират рисковите фактори, влияещи в най-висока степен върху успеха на проектите, финансирани по оперативните програми на Европейския съюз.*

**Ключови думи:** *проект, управление на проекти, риск, оперативни програми*

#### Въведение

Поради своята комплексност, реализирането на проекти често може да се сблъска с неочаквани проблеми, водещи до неспазване на сроковете, надхвърляне на бюджета и дори създаване на продукт под нивото на заложените стандарти. Въпреки че тези проблеми не могат да бъдат елиминирани напълно, те могат да бъдат контролирани чрез прилагането на методи за управление на риска. Те помагат за справяне с проблемите преди възникването им. Организациите, които прилагат процедури и техники за управление на риска, имат по-голям контрол върху цялостното управление на проекта.

#### Преглед на литературата

В управлението на проекти понятието риск се свързва със събитие или условие, което с появата си може да предизвика положителни или отрицателни последствия за реализирането на проекта. В контекста на проектното управление Тома ДеМарко и Тимоти Листера (2005) формулират следното определение за риск: „Риск – това е проблем, който още не е възникнал, а проблемът е риск, който вече се е материализирал. До своето проявление рискът е просто абстракция – той може да се отрази на проекта, но може и да не повлияе.”

Подобно тълкуване изразява и Gary R. Heerkens (2002), според който рискът е в тясна взаимовръзка с неопределеността. Той дефинира неопределеността като липса на информация или разбиране за дадено действие или решение и посочва, че ролята на неопределеността е водеща в проекта, тъй като тя е тази която според него „движи всичко”. На тази база той определя и степента на риска в зависимост от степента на неопределеност и наличието на информация. Според него колкото повече се увеличава неопределеността и с колкото по-малко информация се разполага, толкова по-голяма е и степента на риска. Gary R. Heerkens допълва, че ефектът от риска може да бъде негативен или положителен. Положителният той нарича възможност, а негативния – заплахата.

В литературата съществуват редица концепции и модели за управление на проектния риск. Повечето от тях се базират на теоретичните разработки в областта „управление на риска“ и разглеждат управлението на проектния риск като процес, който включва взаимосвързани и целенасочени действия по посока минимизиране негативното влияние на риска върху резултатите от проекта.

Моделът за управление на проектния риск, представен от Gary R. Heerkens (2002), включва четири фази: (1) Идентифициране на всички важни и потенциални проблеми, застрашаващи проекта; (2) Количествена оценка на заплахите за проекта; (3) Анализ на заплахите и определяне кои от тях представляват най-голяма опасност за проекта; (4) Справяне със заплахите. Приносът на този модел е, че дава работещ и сравнително опростен подход за управление на проектния риск, който може да бъде използван във всеки проект, независимо от неговата специфика както от опитни така и от проектни мениджъри с малък опит. Важен принос на модела в областта на управлението на проектния риск е идентифицирането на областите с висока неопределеност – обхват на проекта, време, бюджет, технологии, ресурси, организация, външни фактори.

Подобен на модела на Gary R. Heerkens е и представеният модел за управление на проектния риск на Р. Львович, В. Иванович и Я. Васильевич (2000). Те отново представят управлението на проектния риск като процес, но вместо за потенциални проблеми те директно говорят за управление на възможния риск. Етапите, които те определят са: установяване на риска (определяне на източниците и видовете риск), оценка на риска (анализ на факторите и условията, влияещи върху вероятността от появата на рискови събития), избор на техники и средства за намаляване и управление на риска, диверсификация на риска, ситуационен контрол на риска, обобщаване на натрупания опит.

В своя модел авторите обръщат внимание на влиянието върху управлението на риска, което имат всички възможните участниците в даден проект – производители, потребители, банки, търговски и промишлени организации... Друг важен момент в техния модел, който обикновено се пропуска в повечето модели за управление на проектния риск е обобщаването на натрупания опит, който авторите извеждат като отделен етап в процеса. Това, което те препоръчват е събирането и обработката на информация за рискови ситуации, предложените решения и получените реални резултати;

описание на последствията от настъпили рискови събития; събиране на добри практики, основни изводи, препоръки и предложения, които да бъдат приложени при реализирането на бъдещи проекти.

Моделът, представен от Разу, Бронинкова, Титов и Якутин (2006) изследва управлението на проектния риск като динамична система, базирайки се на комплекс от множество фактори с голяма дълбочина и сложни взаимовръзки. Управлението на проекти е представено като подсистема, разделена на две части – анализ на проектния риск и минимизация на проектния риск. За анализ на проектния риск се посочват следните методи – Дърво на решенията, Теория на игрите и Анализ на чувствителността, а като основни методи за минимизиране на риска определят – диверсификацията или разпределението на рисковете, определяне на резерв от средства и застраховането.

### **Цел и задачи на изследването**

Целта на проведеното изследване беше да се идентифицират рисковите фактори, влияещи върху успешното реализиране на проектите, финансирани по оперативните програми на Европейския съюз. За изпълнението на тази цел бяха изведени следните изследователски задачи:

На базата на проучване на специализираната литература да се изведат онези трудности и проблеми, които представляват потенциални опасности за изследваните проекти.

На базата на анкетно проучване да се идентифицират онези трудности и проблеми, които се определят за изключително рискови за успеха на изследваните проекти.

### **Резултати**

За да изпълним първата изследователска задача, на базата на задълбочен анализ на съществуващата по темата литература, както и на проведени интервюта с ръководители на проекти, финансирани по ОП на ЕС, беше разработен въпросник, включващ 29 трудности и проблеми, споменавани от авторите и изследваните лица като имащи отношение към изпълнението на изследваните проекти.

За втората изследователска задача, която включваше проверка дали и в каква степен изведените от нас трудности и проблеми се оценяват като рискови за успеха на изследваните проекти беше използван метода на анкетното проучване. В проведеното изследване бяха включени 132 лица, ръководители и членове на проектни екипи, участващи в проекти, финансирани по ОП на ЕС.

Изследваните лица бяха помолени да оценят в каква степен смятат, че изведените трудности и проблеми са рискови за успеха на проектите, финансирани по ОП на ЕС. Използваната скала включваше следните възможни отговори – 1-„Рисков в много малка степен“, 2-„Рисков в малка степен“, 3-„Рисков в средна степен“, 4-„Рисков в голяма степен“, 5-„Рисков в много голяма степен“.

Преди извършването на анализ на получените резултатите беше направена оценка на надеждността на използвания въпросник. Въпросникът се състои от 29 твърдения. Използвана е 5-степенна скала тип „Ликърт“.

Коефициентът за вътрешна консистентност на Кронбах ( $\alpha=0,943$ ) за настоящото изследване показва много добра надеждност на въпросника.

Таблица 1

**Честотно разпределение на рисковите фактори**

ПРОБЛЕМИ	много малка	малка	средна	голяма	много голяма
	%	%	%	%	%
Твърде общи цели	10,6	10,6	35,6	29,5	13,6
Лоша координация за изпълнение на задачите	3,8	3,0	4,5	51,5	37,1
Нереалистично планиране на проектните дейности	2,3	0,8	9,1	38,6	49,2
Лошо финансово планиране	2,3	1,5	7,6	32,6	56,1
Неточно, твърде общо разписване на индикаторите за оценка на проектните дейности	2,3	9,8	31,8	35,6	20,5
Промени в ръководния състав	4,5	9,8	31,1	43,2	11,4
Ниска квалификация на участниците в проекта	5,3	1,5	13,6	48,5	31,1
Прекалена заетост на участниците в проекта	3,8	8,3	25,0	44,7	18,2
Недостатъчен брой участници в проекта	4,5	6,8	34,8	36,4	17,4
Ниска мотивация на участниците в проекта	2,3	3,8	21,2	39,4	33,3
Наличие на конфликти в проектния екип	4,5	5,3	16,7	40,9	32,6
Неефективна комуникация между членовете на екипа	5,3	3,0	16,7	44,7	30,3
Грешки и пропуски в работата на проектния екип	3,0	3,8	9,8	41,7	41,7
Неефективна комуникация между проектния екип и останалите заинтересовани страни	3,0	4,5	9,8	40,2	42,4
Грешен избор на програмни и технически платформи	6,8	9,8	28,8	36,4	18,2
Повреда на машини и съоръжения	10,6	15,9	34,1	29,5	9,8
Некачествено изпълнение от страна на подизпълнителите	2,3	2,3	16,7	37,9	40,9
Неспазване на срокове от страна на подизпълнителите	3,8	2,3	11,4	38,6	43,9
Неефективна комуникация с представители на Административните звена	1,5	2,3	12,9	41,7	41,7
Несвоевременно финансиране	0,8	2,3	7,6	34,1	55,3
Лоши условия за работа	4,5	11,4	31,8	40,2	12,1
Липса и/или остаряла техника	8,3	10,6	30,3	40,2	10,6
Липса на необходими сертификати и лицензи	9,8	10,6	31,8	26,5	21,2
Промяна в условията на договори	4,5	5,3	20,5	38,6	31,1
Промени в процедурите и изискванията на съответната ОП	3,8	1,5	18,2	29,5	47,0
Съдебни процеси с партньори	6,8	4,5	15,2	32,6	40,9
Наводнения, земетресения...	14,4	8,3	15,9	24,2	37,1
Икономически, политически, финансови сривове	9,1	7,6	15,2	27,3	40,9
Кражби, саботажи...	11,4	12,1	22,0	33,3	21,2

На базата на получените данни може да обобщим, че като цяло всички изведени трудности и проблеми представляват потенциални опасности за

изследваните проекти, но на преден план излиза една група трудности и проблеми, със средни стойности над 4, които като цяло се очертават според мнението на респондентите, като рискови във „голяма“, клоняща към „много голяма“ степен на риск.

За да идентифицираме с по-голяма прецизност рисковите фактори отделихме тези от тях, които получават най-високи средни стойности. Тези рискови фактори са:

- Несвоевременно финансиране ( $\bar{x}=4,41$ ,  $s=0,79$ )
- Лошо финансово планиране ( $\bar{x}=4,39$ ,  $s=0,87$ )
- Нереалистично планиране на проектните дейности ( $\bar{x}=4,32$ ,  $s=0,85$ )
- Неефективна комуникация с представителите на административните звена ( $\bar{x}=4,20$ ,  $s=0,86$ ).

На следващ етап сравнихме получените резултати с честотното разпределение на рисковите фактори. Получените данни са представени в таблицата по-долу.

Идентифицираните рискови фактори на база получената средна аритметична стойност се потвърждават в много голяма степен и при честотното разпределение. Факторите, които са посочени като рискови в много голяма степен от респондентите, са маркирани в сиво.

Така получените резултати ни дават основание да определим трудностите и проблемите, които в много голяма степен се оказват рискови и застрашават успешното реализиране на проектите, финансирани по ОП на ЕС. Те са:

- Несвоевременно финансиране
- Лошо финансово планиране
- Нереалистично планиране на проектните дейности
- Промени в процедурите и изискванията на съответната ОП
- Неефективна комуникация с представителите на административните звена
- Неспазване на срокове от страна на подизпълнителите
- Неефективна комуникация между проектния екип и останалите заинтересовани страни
- Грешки и пропуски в работата на проектния екип

Идентифицирането и обективната оценка на трудностите и проблемите, които оказват влияние при успешно реализиране на проектите, финансирани по ОП на ЕС е в основата на изграждане на добра практика за тяхното ефективно управление. Познаването на тези трудности и проблеми и на методите и подходите за тяхната оптимизация е важна предпоставка за ефективното и ефикасно управление на изследваните проекти.

### References:

1. ДеМарко, Т., Т. Листер, Вальсируя с Медведями: управление рискоми в проектах по разработке программного обеспечения, р.т. Office, 2005
2. Кузманова, М., М. Александрова, Мениджмънт Теория и практика, И „Везни-4“, София, 2013
3. Львович, Р., В. Иванович, Я. Васильевич, Модульная программа для менеджеров, Модуль 8 – Управление программами и проектами, ИД „Инфра-М“, Москва, 2000



4. Милошевич, Д., Набор инструментов для управления проектами, ДМК Пресс, Москва, 2008
5. Разу, М. Л., Управление проектом „Основы проектного управления“ учебник (кол. авт.; под ред. проф. М. Л. Разу) Кнорус, Москва, 2006
6. Heerkens, G., Project management, McGraw-Hill, USA, 2002
7. Kerzner, H., Project management: a systems approach to planning, scheduling and controlling, 7th ed., John Wiley & Sons, Inc., New York, 2001

**Tsvetana Stoyanova,**

Assoc. Prof. PhD

*University of National and World Economy – Sofia, Bulgaria,  
Faculty – Management and Administration, Department - Management*

**Philip Stoyanov,**

Chief. Assist. PhD

*University of National and World Economy – Sofia, Bulgaria,  
Faculty – Management and Administration, Department - Management*

## **THE FEMALE LEADER - CHALLENGES AND DISTINCTIVE QUALITIES IN THE MANAGEMENT STYLE**

**Abstract:** *The topic of women in the management has become increasingly relevant and outstanding in recent years. There are a number of studies that prove that the most sustainable and successful are companies who have achieved a balance and representatives of both the genders are fully involved in making management decisions. This is dictated by the fact that women's style of management contributes to organizations being more successful because female leaders are more team-oriented, more democratic, more responsible, more precise, more loyal and respecting legal rules. On the other hand, men's specificity is their aspirations, their firm orientation towards the tasks and the ultimate goal, but at the same time they are authoritarian, controlling, punishing and less encouraging. Equal participation makes it possible to take the best qualities from both sides and to provide the organization with growth and prosperity. According to a study by the Swiss bank Credit Suisse, companies with at least one woman on the board of directors trade 26% more than the ones without female representatives. The data from McKinsey consulting agency, also shows that companies with women in management are increasing their value by 17% compared to others that do not. A massive study of EY consulting company and Washington-based Peterson Institute for International Economics shows that Bulgaria is among the top five countries in the world that have made the most progress in terms of gender equality in business. Bulgaria is among the top 10 countries in the world also in terms of the share of women on the board of directors of the companies. All these trends determine the purpose of this publication, namely to analyze and highlight the main trends in the development of Bulgarian management and the challenges for women top managers in Bulgaria.*

**Key Words:** *leadership, women's leadership style, management,*

### **INTRODUCTION**

The question of the perception of different genders' management was discussed throughout the years. In 1996 in their publication Bass, B.M., Avolio, B.J., Atwater, L., 1996 examined in three diverse sample conditions, whether male and female managers differed in styles of leadership observed by their direct reports, examining differences in both transformational and transactional leadership styles using the Multifactor Leadership Questionnaire. The acquired results of these studies

shows that women are no less transformational than their male counterparts, and may, in fact, be more so.

### LITERATURE REVIEW

In the beginning of 21<sup>st</sup> century, journalists and authors of many books increasingly assert a female advantage in leadership, whereby women are more likely than men to lead in a style that is effective under contemporary conditions. As Eagly, A. H., & Carli, L. L. [2003] found that women have some advantages in typical leadership style. Their research shows that women suffer some disadvantages from prejudicial evaluations of their competence as leaders, mainly in masculine organizational contexts. Even though, more women are seen into leadership positions at all levels, including elite executive roles.

Some researchers raised the idea that language could be a reason why women are under-represented at senior level in the business world. Judith Baxter wrote and edited many publications in the field of language and gender, language and education and the language of leadership. In her book [2009], she shows that senior women have to carry out extra linguistic work to make their mark in the seniority positions. Judith proposes that the language of women leaders is shaped by the type of corporation they work for. On the other side the existence of a stereotype, that women are less likely than men to be associated with leadership, may undermine women's performance in leadership tasks. In their paper Latu, I.M., Mast, M.S., Bombari, D., [2013] researched whether highly successful female role models empower women's behavior in a leadership task. In conclusion, subtle exposures to highly successful female leaders inspired women's behavior and self-evaluations in stressful leadership tasks.

An interesting study tries to find the relations between female leadership, firm performance, and corporate governance in microfinance industry. Strom, R.O., D'Espallier, B., Mersland, R., [2014] came to conclusion, that female leadership is significantly associated with larger boards, younger firms, a non-commercial legal status, and more female clientele.

The debate over the potential existence of a female leadership advantage was addressed in Paustian-Underdahl, S.C., Walker, L.S., Woehr, D.J., [2014] meta-analysis, by quantitatively summarizing gender differences in perceptions of leadership effectiveness. Their results show, that when all leadership contexts are taken in mind, men and women do not differ in perceived leadership effectiveness. Interestingly a controversial fact is described, that when other-ratings only are examined, women are rated as significantly more effective than men, in contrast, when self-ratings only are examined, men rate themselves as significantly more effective than women rate themselves.

Recently researchers are trying to make a comparison of the male and female leadership style. In a research on female leadership behaviors, is shown that women tend to adopt more accommodative strategies than their male counterparts when influencing group performance and goal attainment of employees. Chapman, J.B. [2018] notes that despite some gender differences, both men and women are conditioned by societal and cultural pressures to adopt behavioral patterns consistent with societal expectations. Chapman continues that most cultures attribute passive, dependent qualities to females and dominant, aggressive qualities to males. An

interesting addition to the cultural attributes are the gender quotas. The work of Paludi, M.A., Denmark, F.L., [2018] shows further that the effects of different public policy interventions aim at increasing female representation. They pay particular attention to gender quotas for corporate boards and to the question of spillover benefits from female leaders to other women.

## RESEARCH

The topic of women in the management has become increasingly relevant and outstanding in recent years. There are a number of studies that prove that the most sustainable and successful are companies who have achieved a balance and representatives of both the genders are fully involved in making management decisions. This is dictated by the fact that women's style of management contributes to organizations being more successful because female leaders are more team-oriented, more democratic, more responsible, more precise, more loyal and respecting legal rules. On the other hand, men's specificity is their aspirations, their firm orientation towards the tasks and the ultimate goal, but at the same time they are authoritarian, controlling, punishing and less encouraging. Equal participation makes it possible to take the best qualities from both sides and to provide the organization with growth and prosperity.

According to a study by the Swiss bank Credit Suisse, companies with at least one woman on the board of directors trade 26% more than the ones without female representatives. The data from McKinsey consulting agency, also shows that companies with women in management are increasing their value by 17% compared to others that do not.

A massive study of EY consulting company and Washington-based Peterson Institute for International Economics shows that Bulgaria is among the top five countries in the world that have made the most progress in terms of gender equality in business. Bulgaria is among the top 10 countries in the world also in terms of the share of women on the board of directors of the companies.

All these trends determine the purpose of this publication, namely to analyze and highlight the main trends in the development of Bulgarian management and the challenges for women top managers in Bulgaria.

Women represent a major potential in the labor market. There is even a tendency of feminization of individual sectors, specific professions and positions in management structures.

Bearing in mind that the general success factors are:

- Knowledge
- Skills
- Capabilities
- Management style

We can say that in management succeed those women, who have aimed at improving their professional and personal qualities. Researches show that women are good managers because they manage to think of several questions together while men focus on one issue and solve problems consistently. Female leaders have a specific style of governance that encourages and monitors the development of their subordinates, with the desire to communicate with employees about how they are dealing with their goals. Women are less hierarchical, more cooperative, and oriented

toward fostering self-confidence. They are more democratic than men who usually prefer the traditional 'top-down' command line. In general, women put emphasis on corporate social responsibility, ethical business practices, understanding and tolerance. Women are more concerned about their employees and their families, which is why in periods of crisis they are less likely to resort to layoffs and dismissals. They most often exercise a transformational leadership style: stimulating, encouraging, and inspiring employees by uniting them around the common cause. According to J. Rossner women use their communication skills and achieve success using exactly "female" qualities. Male managers perceive their work as a series of dealings with subordinates, with a good performance award or a punishment for poor quality work. Meanwhile, they often exploit the power that gives them the position they occupy. Women manage so that their subordinates convert their interests according to the interests of the group by setting wider goals. Women combine their power with personal qualities - charisma, contact, ability to communicate and work hard, not just the position they occupy.

#### **Distinctive qualities in women's management style:**

- Tending to be more interactive, wishing to maintain a relationship with emotional content.
- The more support they feel, the more effective leaders they can be, their levels of stress in the workplace also drop.
- Tending to cooperation, looking for connections between individuals and different ideas.
- Tending to enjoy the problem-solving process, listening to all viewpoints and seeking consensus.
- They tend to describe themselves as complete in maintaining personal and working relationships; do not tend to boast of their achievements.
- They tend to feel that their achievements must speak for themselves without having to brag about it and attract attention.
- They tend to try to identify the exact emotional needs of a person, realizing that moral needs affect daily productivity.
- They tend to perform more than one task at a time and look for the non-utilized opportunities of the people in their team.
- Tending to help others (especially men) express their emotions in words and not simply in action.
- They tend to seek direct sympathy when someone's feelings are hurt even at the expense of other current goals.
- Tending to encourage the development of the skills and talents of their colleagues through verbal encouragement and praise.

#### **RESULTS**

Bulgaria is among the top five countries in the world in terms of gender equality in business. Our country is fifth in the largest share of women (22%) in the board of directors. According to NSI data for 2016, 30% of employers in Bulgaria are women, and for self-employed the share of women is even higher - 36%. Eurostat Observations show that in our country the employment rate for women in working

age is 60.9%. Bulgaria is ahead of Greece, Spain, Italy, Cyprus, Poland, Romania by this indicator.

73 are the women in the management bodies of the 100 largest in revenue Bulgarian companies, according to a survey of “Manager” magazine in 2016. Men are 368. The share of ladies is 16.55%. The survey takes into account the male / female ratio among managers, executives, procurators, board members, management and supervisory boards. The companies are from the latest ratings of BCCI. And the data on the number of women in the management of each company were taken from the Trade Register in March-April this year. There are no ladies at the top of 52 of the companies listed in the ranking. But there are also some with a very strong female presence. Three companies are run entirely by women. These are GlaxoSmithKline EOOD, Metal Trade Bulgaria OOD and Kodak Graphic Communications AD. Over 60% is the shares of the ladies in the top management of Shell Bulgaria EAD, EVN Bulgaria Elektrosnabdiavane AD, National Electric Company EAD and Pik-ko AD. With a share of 50% are Siemens EOOD, Biovet AD, Amilum Bulgaria EAD and Rhythm-4 OOD.

Another study conducted by the consulting firm Stanton Chase International Bulgaria found that personal qualities are the most important for the career and the success is measured by the achieved balance between career and personal engagement. So think the majority of the 142 ladies at leadership positions surveyed in Bulgaria. The majority of female managers who have participated in the survey were from the sector of Consumer Goods and Services (30%), followed by Financial Services (18%). 63% of them were aged 30 to 39 years and 32% were from 40 to 49 years old.

Marketing, PR, and Human Resources are the areas where women are most successful as managers. Almost half of the surveyed ladies (47%) took their first manager position before they were 30 years old. 80% of the participants say they have managed to achieve a work-life balance. Half of the business ladies in Bulgaria determine precisely this balance as a success. One fifth of respondents believe that personal qualities are of the utmost importance for building a career in management. At second place they refer to professional experience (17%) and at third place - to the mentor at the beginning of their careers (13%).

One curious fact is that 80% of the participants believe that “beauty and style” are tools that open up opportunities for career development. The participants define the creative approach (creativity), the resilience of stress and the support and understanding of the subordinates among the main qualities of the female manager. Contrary to expectations, typically female intuition is among the qualities placed in the background by the ladies themselves. Asked if they think they receive wages on a par with men in similar positions, only half of female managers surveyed responded affirmatively. A curious fact here is that the percentage of female executive directors in the Netherlands is 2%, in London - 5%, while in Bulgaria 14% of the directors of the 100 largest companies are ladies.

## **CONCLUSION**

In conclusion we may say that in the 21<sup>st</sup> century the interest in the female advantage in leadership is increased. Journalists and authors of many books increasingly assert a female advantage in leadership, showing that women have some

advantages in typical leadership style but suffer some disadvantages from prejudicial evaluations of their competence as leaders, especially in masculine organizational contexts. Nonetheless, more women are rising into leadership roles at all levels, including elite executive roles.

### References:

1. Bass, B.M., Avolio, B.J., Atwater, L., 1996. The transformational and transactional leadership of men and women. *Applied Psychology* 45, 5–34. doi:10.1111/j.1464-0597.1996.tb00847.x
2. Baxter, J., 2009. *The Language of Female Leadership, The Language of Female Leadership*. Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9780230277915
3. Chapman, J.B., 2018. COMPARISON OF MALE AND FEMALE LEADERSHIP STYLES. *Academy of Management Journal* 18, 645–650. doi:10.5465/255695
4. Eagly, A. H., & Carli, L. L. (2003). The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. *Leadership Quarterly*, 14(6), 807–834. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.09.004>
5. Latu, I.M., Mast, M.S., ... Bombari, D., 2013. Successful female leaders empower women's behavior in leadership tasks. *Journal of Experimental Social Psychology* 49, 444–448. doi:10.1016/j.jesp.2013.01.003
6. Paludi, M.A., Denmark, F.L., 2018. *Women and leadership, Women and Leadership*. Springer International Publishing. doi:10.1007/978-3-319-72182-8
7. Paustian-Underdahl, S.C., Walker, L.S., Woehr, D.J., 2014. Gender and perceptions of leadership effectiveness: A meta-analysis of contextual moderators. *Journal of Applied Psychology* 99, 1129–1145. doi:10.1037/a0036751
8. Strom, R.O., D'Espallier, B., Mersland, R., 2014. Female leadership, performance, and governance in microfinance institutions. *Journal of Banking and Finance* 42, 60–75. doi:10.1016/j.jbankfin.2014.01.014

**Breus Svitlana,**  
Ph. D. (Economics), Associate Professor  
*Kyiv National University of Technologies and Design (Ukraine)*  
**Kharchenko Tetiana**  
Ph.D. (Economics)  
*Kyiv national University of technologies and design (Ukraine)*

## STRATEGIC SOLUTIONS IN RISK AND UNCERTAINTIES CONDITIONS

**Бреус С. В.,**  
канд. екон. наук, доцент  
*Київський національний університет технологій та дизайну*  
**Харченко Т. О.**  
канд. екон. наук  
*Київський національний університет технологій та дизайну*

## СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

**Abstract.** *The article deals with the research of theoretical and methodical aspects of strategic management in the context of making strategic solutions in risk and uncertainties conditions. A cluster analysis based on the k-medium method has been carried out, the results of which are proposed for implementing a strategy that will increase the efficiency of making managerial decisions depending on the level of changes in the instability of the enterprise environment.*

**Keywords:** *strategy, strategic decisions, risk, uncertainty, cluster analysis, k-medium method.*

**Анотація.** *У статті здійснено дослідження теоретико-методичних аспектів стратегічного управління у контексті прийняття стратегічних рішень в умовах ризику та невизначеності. Проведено кластерний аналіз за методом k-середніх, за результатами якого запропоновано для впровадження стратегії, що сприятимуть підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень залежно від рівня змін нестабільності зовнішнього середовища підприємств.*

**Ключові слова:** *стратегія, стратегічні рішення, ризик, невизначеність, кластерний аналіз, метод k-середніх*

Умови діяльності сучасних підприємств характеризуються підвищенням нестабільності зовнішнього середовища, ускладненням внутрішніх бізнес-процесів, що зумовлює імовірнісний характер подій, що відбуваються, і сприяє виникненню значної кількості ризиків у діяльності підприємства. Саме в таких умовах керівники підприємств змушені приймати стратегічні рішення. Отже, все більш важливим питанням сьогодні стає використання основних принципів стратегічного менеджменту, реалізація яких повинна здійснюватися, насамперед, через прийняття ефективних управлінських рішень, заснованих на системному підході, аналізі зовнішніх і внутрішніх факторів, які прямо або опосередковано впливають на діяльність підприємства.

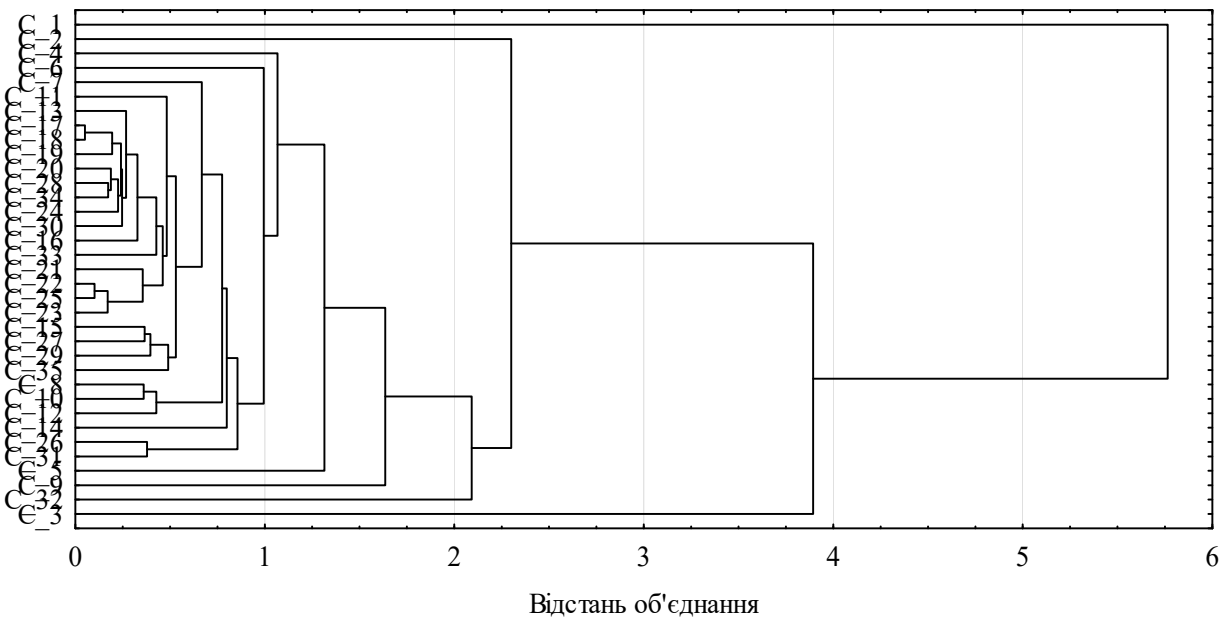
Значний внесок до вивчення питань пов'язаних із прийняттям стратегічних рішень зробили такі науковці: Аакер Д., Ансофф І., Кліланд Д., Портер М., Стрікленд Дж. А., Томпсон А. А., Богатирьов А. М., Бреус С.В.

Діденко Є.О., Довгань Л. Є., Касич А. О., Столярська К. М., Невмержицька С. М., Харченко Т.О. та ін [1-5]. Проте, питання здійснення стратегічного управління у контексті прийняття стратегічних рішень в умовах ризику та невизначеності потребують детального дослідження.

Мета статті полягає у дослідженні теоретико-методичних аспектів стратегічного управління у контексті прийняття стратегічних рішень в умовах ризику та невизначеності.

Стратегічні рішення є різновидом управлінських рішень та пов'язані з рішеннями, що мають значення для підприємства у цілому: його позиції по відношенню до конкурентів, споживачів, товарів, ринків, макросередовища тощо. Стратегічні рішення визначають загальний напрям розвитку підприємства та його життєздатність в умовах подій, що прогнозуються, несподіваних та зовсім невідомих в даних період часу та можуть відбутися у перспективі [2].

У загальному вигляді стратегічне рішення являє собою результат вибору суб'єктом управління варіанту дій, спрямованих на вирішення визначених стратегічних завдань підприємства в існуючій чи прогнозній на перспективу ситуації.



**Рис. 1. Дендродіаграма для спостережень, що аналізуються (метод одиночного зв'язку, евклідова відстань)**

Прийняття стратегічних рішень завжди пов'язано з певним ризиком, його наслідками можуть бути такі як недосяжність цілей, зменшення потенціалу, фінансові втрати, кризовий стан [4]. Найризикованішим стратегічним рішенням для підприємства є вибір із множини стратегічних альтернатив прийнятної стратегії управління. За умов ризику та невизначеності, що обумовлюють низький ступінь ймовірності правильного вибору стратегічного рішення, вибір стратегії управління підприємством потребує комплексного оцінювання визначеної кількості стратегій.

З метою обґрунтування вибору стратегії управління підприємствами доцільно провести кластерний аналіз. Для цього обрано 35 найбільших



підприємств України. Так, за даними Forbes [6] проведено кластерний аналіз для 200 найбільших компаній України за такими критеріями: виторг, прибуток, активи, оціночна вартість підприємства відповідно до їх позицій у рейтингу [6]. При проведенні розрахунків використано статистичний програмний продукт Statistica. На основі даних рейтингу побудовано дендрограму (рисунок 1). Обрані підприємства поділені на кластери з допомогою методу найближчого сусіда, який працює за принципом пошуку найближчих значень щодо заданого досліджуваного явища.

Надалі проведено кластерний аналіз за методом k-середніх для того щоб мати можливість безпосередньо переглянути вміст кластерів. Описові статистики для кожного кластера (кластеризація методом k-середніх) наведені у таблиці 2.

Таблиця 2

**Описові статистики для кожного кластера  
(кластеризація методом k-середніх)**

Кластер 1 (4 спостереження)	Середнє	Стандартне відхилення	Дисперсія
Виторг	1,172510	2,816898	7,934916
Прибуток	1,662359	1,327705	1,762800
Активи	0,079597	0,269620	0,072695
Оціночна вартість	2,314208	0,810831	0,657447
Кластер 2 (31 спостереження)	Середнє	Стандартне відхилення	Дисперсія
Виторг	-0,151292	0,364535	0,132886
Прибуток	-0,214498	0,735562	0,541052
Активи	-0,010271	1,060712	1,125110
Оціночна вартість	-0,298608	0,511249	0,261375

До 1 кластера увійшли підприємства, що займають 1, 2, 4, 5 місця у рейтингу [6], до 2 кластеру увійшли ті, що займають 3, 6-35 місця відповідно.

За результатами проведеного кластерного аналізу запропоновано для впровадження стратегії, що сприятиме підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень залежно від рівня змін нестабільності зовнішнього середовища підприємства (таблиця 3).

Для прийняття рішення щодо коригування стратегії або механізму її реалізації доцільно виявити причини невиконання планових стратегічних параметрів розвитку підприємства. Вирішення проблеми залежить від якості комплексного аналізу управлінських дій та динаміки зовнішнього середовища. Їхній зміст впливає на стратегічні зміни підприємства цілям діючої стратегії та динамізму зовнішнього середовища.

Таким чином, у якості висновку доцільним є констатація того, що у даній статті з використання кластерного аналізу набуло подальшого розвитку обґрунтування стратегічних рішень на основі матриці управлінських дій залежно від рівня змін нестабільності зовнішнього середовища підприємства. Запропоновано проводити стратегічний аналіз стійкості підприємства, що дозволяє визначити його положення по відношенню до впливу зовнішнього середовища.

Таблиця 3

**Матриця управлінських дій залежно від рівня змін нестабільності зовнішнього середовища підприємства**

Зміна нестабільності середовища	Управлінські дії залежно від рівня змін		
	Суттєвий	Помірний	Невідчутний
<b>Кластер 1 - Активно-наступальна стратегія</b>			
Зростання нестабільності	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Стабільність механізму реалізації стратегії
Зменшення нестабільності	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Можливе коригування механізму реалізації стратегії	Стабільність механізму реалізації стратегії
<b>Кластер 2 - Пасивно-наступальна стратегія</b>			
Зростання нестабільності	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Стабільність механізму реалізації стратегії
Зменшення нестабільності	Коригування механізму реалізації стратегії та визначення доцільності уточнення стратегії	Можливе коригування механізму реалізації стратегії	Стабільність механізму реалізації стратегії

**Література:**

1. Бреус С.В. Стратегічне планування інноваційного розвитку промислового підприємства / С.В. Бреус, Л.О. Шатненко // Електронне наукове фахове видання «Економіка та суспільство», – 2018. – № 18. – С. 292-300. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18>.
2. Діденко Є. О. Особливості прийняття управлінських рішень залежно від рівня стабільності діяльності підприємства / Є. О. Діденко, Д. К. Вітюк // Технології та дизайн. – 2014. – № 1 (10). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/td\\_2014\\_1\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/td_2014_1_11).
3. Касич А. О. Втілення концепції стратегічного управління в практику вітчизняних підприємств / А. О. Касич // Бізнес-Інформ. – 2014. – № 11. – С. 290–294.
4. Невмержицька С. М. Управлінські аспекти забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / С. М. Невмержицька, Г. І. Падун // Економічні студії. Науково-практичний журнал. – 2014. – № 3. – С. 57-61.
5. Харченко Т. О. Особливості стратегічного управління в банківській системі / Т. О. Харченко, А. О. Ковтун // Ефективна економіка. – 2019. – № 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6852>
6. ТОП 200 найбільших компаній в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/ua/ratings/3>.

**Kvasko A. V.**

Ph.D., Associate Professor

*National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"*  
(Ukraine, Kyiv)

## FEATURES OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF MEDIA ENTERPRISES

**Кваско А. В.**

к.е.н., доцент

*НТУУ «Київський політехнічний інститут ім. Ігоря Сікорського», Україна*

### ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МЕДІАПІДПРИЄМСТВ

***Abstract.** Modern methods of assessing the competitiveness of enterprises are considered, the system of indicators for assessing the level of competitiveness of media enterprises has been determined and developed.*

***Key words:** competitiveness, media enterprise, competitiveness assessment methods, competitiveness indicators*

***Анотація.** Розглянуто сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємств, визначено та сформовану систему показників оцінки рівня конкурентоспроможності медіапідприємств.*

***Ключові слова:** конкурентоспроможність, медіапідприємство, методи оцінювання конкурентоспроможності, показники конкурентоспроможності.*

В ринкових умовах управління конкурентоспроможністю розглядається як технологія та процес формування конкурентних переваг для забезпечення життєдіяльності підприємства як суб'єкту економічної діяльності. Саме наявність конкурентних переваг можна розглядати як основну передумову виживання підприємства на ринку. Медійне підприємство є організаційно-господарською одиницею, яка «здійснює підприємницьку діяльність у медіасередовищі, переслідує комерційні цілі і має права юридичної особи» [1, с.120]. Сучасні медіа мають подвійний характер: з одного боку вони є виконавцями певних суспільних функцій, а з іншого - суб'єктами економічної діяльності (медіапідприємствами), робота яких націлена на отримання прибутку. Рівень конкурентоспроможності підприємства також з одного боку визначає перспективи розвитку системи, а з іншого – можливість досягнення ним стратегічних цілей. В умовах зростання українського медійного ринку актуальними є методологічні питання оцінки конкурентоспроможності підприємства, а зокрема, формування системи показників (індикаторів) оцінки конкурентоспроможності медіапідприємств.

Оцінка рівня конкурентоспроможності суб'єкту господарювання означає розрахувати певний комплекс показників, що характеризують діяльність підприємства і ринкове середовище його функціонування, та правильно інтерпретувати отримані результати.

Існує значна кількість методів для дослідження рівня конкурентоспроможності підприємств. Більшість з них пов'язана з оцінкою

окремих аспектів діяльності як то виробничої (операційної), фінансової, маркетингової, кадрової тощо. Серед таких методів варто відзначити наступні три:

- методи, побудовані на основі теорії ефективної конкуренції – вони хоча і вважаються громіздкими за обсягами розрахунків та складними відносно узагальнення результатів, проте і забезпечують глибокий аналіз внутрішнього стану операційної системи;

- методи, засновані на теорії мультиплікаторів - характеризуються оцінкою великої кількості показників, проте їх результати є актуальними протягом невеликого проміжку часу;

- методи оцінки з точки зору стратегічного потенціалу підприємств - хоча і є трудомісткими через визначення декількох груп показників, що відповідають складовим потенціалу, однак все одно не враховують впливу зовнішнього середовища.

Зазначені методи використовують типовий набір показників, що характеризують окремі сторони діяльності підприємства (таблиця 1).

Так, операційна (виробнича) діяльність характеризується рівнем витрат, ефективністю використання основних засобів, рівнем продуктивності праці, тривалістю операційного циклу. Фінансова складова, як правило, враховує коефіцієнти автономії, мобільності, абсолютної та поточної ліквідності, оборотності обігових коштів. Аналіз маркетингової складової пов'язаний з оцінкою збутової діяльності, а саме: затовареність готовою продукцією в поєднанні з рівнем використання потужностей, рентабельність продажу, ефективність реклами та стимулювання збуту. Серед інших складових може бути конкурентоспроможність товару (послуги) та імідж підприємства.

Враховуючи специфічність товару медіапідприємств (різні види інформації) можна стверджувати, що використання загальновідомих груп показників (індикаторів) для оцінки рівня конкурентоспроможності таких підприємств є неактуальною. Тобто, існує необхідність розробки системи показників з урахуванням особливостей роботи медійних підприємств або адаптація вже відомих систем.

Ми вважаємо, що для оцінки конкурентоспроможності медіапідприємств доцільно виділити такі групи показників (індикаторів):

- 1) показники популярності і затребуваності продукції медіапідприємств – показники, що характеризують контент (ексклюзивність, споживча відповідність, якість); показники, що характеризують обсяг аудиторії; рейтингові показники (наприклад, для друкованих видань це показники накладу, індекс цитування; для телебачення – Rat% (рейтинг) та Shr% (показник частки аудиторії));

- 2) показники ефективності операційної діяльності – залучення та ефективність використання сучасних технологій. (наприклад, технічне покриття визначених територій); тривалість операційного циклу виготовлення медійного продукту; рівень сукупних витрат; рівень витрат на виробництво контенту та/або закупівлю готового контенту; рентабельність медіавиробництва; коефіцієнт інформаційної озброєності; показник продуктивності інформації;

Таблиця 1

**Показники оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства**  
[2, с.184-185]

Метод	Показники
за методом ефективної конкуренції	<p>I. Ефективність виробничої діяльності: витрати на виробництво одиниці продукції; фондовіддача; рентабельність товару; продуктивність праці.</p> <p>II. Фінансовий стан підприємства: коефіцієнт автономії, коефіцієнт платоспроможності; коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт оборотності оборотних коштів.</p> <p>III. Ефективність організації, збуту і просування товару на ринку: рентабельність продажів; коефіцієнт затовареності готовою продукцією; коефіцієнт завантаження виробничих потужностей; коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту.</p> <p>IV. Конкурентоспроможність товару: якість товару; ціна товару.</p>
за В. Ф. Оберемчук	<p>I. Конкурентоспроможність продукції.</p> <p>II. Показники, що характеризують фінансовий стан підприємства: коефіцієнт автономії; коефіцієнт мобільності коштів; відношення власного капіталу до термінової заборгованості.; коефіцієнт покриття; коефіцієнт абсолютної ліквідності; коефіцієнт оборотності власних обігових коштів; коефіцієнт заборгованості; рівень стійкості; коефіцієнт ризику; ефективність активів.</p> <p>III. Показники, що характеризують ефективність просування і збуту: рентабельність продаж; коефіцієнт затовареності готовою продукцією; коефіцієнт завантаження виробничих потужностей; коефіцієнт ефективності реклами і способів стимулювання збуту; економічна ефективність експорту.</p> <p>IV. Показники, що характеризують ефективність виробництва: витрати виробництво на одиницю продукції; рентабельність продукції; коефіцієнт спеціалізації виробництва; коефіцієнт тривалості виробничого циклу товару; коефіцієнт стабільності номенклатури; коефіцієнт використання прогресивних методів контролю якості; коефіцієнт використання передових форм організації виробництва; коефіцієнт використання передових форм організації праці; коефіцієнт якості управління.</p> <p>V. Показники, що характеризують конкурентний потенціал підприємства: фондовіддача; продуктивність праці; енергомісткість; ефективність технології виробництва; ефективність інформаційних ресурсів; ефективність заходів підвищення творчої активності персоналу; коефіцієнт гнучкості.</p> <p>VI. Показники, що характеризують екологічність виробництва: зменшення обсягів стічних вод; зменшення викидів шкідливих речовин в атмосферу; зменшення площі під відходами.</p> <p>VII. Показники соціальної ефективності: професійно-кваліфікаційна структура кадрів; мобільність кадрів; поліпшення умов праці і охорони здоров'я.</p> <p>VIII. Імідж підприємства: імідж керівника; імідж персоналу; якість обслуговування; досконалість офісу.</p>

3) імідж медіапідприємств – соціальний та бізнес-іміджу організації; рейтинг інформаційного впливу на громадськість, цінова конкурентоспроможність; імідж керівника;

4) показники соціально-психологічної підсистеми підприємства (з позиції гнучкості і перспектив) – показники задоволеності працівників роботою; показники ефективності функціонування персоналу; ефективність навчання персоналу;

5) фінансові показники роботи медіапідприємств – рентабельність медіапідприємства, коефіцієнти незалежності та заборгованості, абсолютної та поточної ліквідності, оборотність активів та обігових коштів, тривалість фінансового циклу.

Отже, вибір показників, що будуть покладені в основу оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, залежатиме від різновиду медіапідприємства та інформаційного продукту, що ним виробляється. А основною умовою утримання своїх позицій на медіаринку чи завоювання нових буде задоволення запитів споживачів через своєчасну адаптацію медійного виробництва до кон'юнктурних змін.

### Література:

1. Основи медіаменеджменту [електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 073 «Менеджмент», спеціалізації «Медіаменеджмент та адміністрування у видавничо-поліграфічній галузі» / О. М. Барзилович, З. В. Григорова, Л. А. Пунчак та ін.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. – Електронні текстові данні (1 файл: 2,2 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 296 с.; Url: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22199?mode=full>
2. Яцковий Д. В. Сучасні методики оцінки конкурентоспроможності підприємства // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2013. – випуск 4(51). – с. 189-188.
3. Брадов В. В. Критерії ефективності в ракурсі функціональної подвійності медіа // Наукові записки інституту журналістики. – 2014. – том 57. – с. 71-76.
4. Сухорукова О. А. Напрями економічної оцінки інформаційної та інтелектуальної безпеки медіапідприємств / Сухорукова О. А. // Science and education: trends and prospects : Collection of scientific articles. – Ascona Publishing, New York, United States of America, 2018. – Pp. 196–202.

**Kolomina O.B.**

Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer  
*Odessa National Polytechnic University*

## MOTIVATION PERSONNEL IN MODERN ORGANIZATIONS

**Коломіна О.Б.**

к.е.н., старший викладач  
*Одеський Національний Політехнічний Університет*

## МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

***Abstract.** In the article the features of motivation concerning creative activity in modern organizations are investigated. The role of motivation of the personnel in the current conditions of doing business was determined, methods and methods of managing the work of employees of enterprises of various spheres of activity were analyzed, the estimation of modern theories of motivation of the personnel was carried out.*

***Keywords:** creativity, motivation, staff motivation*

***Анотація.** У статті досліджено особливості мотивації щодо креативної діяльності в сучасних організаціях. Визначено роль мотивації персоналу в сучасних умовах ведення бізнесу, проаналізовано методи, способи мотивації праці працівників підприємств різних сфер діяльності, здійснено оцінку сучасних теорій мотивації персоналу.*

***Ключові слова:** креативність, мотивація, мотивація персоналу*

Дисципліна це розвиток мотивації персоналу. Під час вивчення цього процесу досліджують шляхи і методики, що можуть вплинути на працівників.

Саме мотивація праці покликана сприяти формуванню працівника нового типу: ініціативного, заповзятливого, орієнтованого на максимальні досягнення в праці, здатного до творчої інноваційної діяльності.

Трудова мотивація за своїм змістом – складне і багатofакторне явище.

Існує безліч мотивів, що визначають поведінку людини в процесі праці. Поведінка працівника є результатом одночасної дії комплексу мотивів. Саме через сполучення різноманітних спонукальних елементів розкривається мотиваційний процес індивідуальної трудової поведінки.

Мотивація, одна з функцій менеджменту, яка пов'язана з процесом спонукання підлеглих до діяльності через формування мотивів поведінки для досягнення цілей як особистих так і організації в цілому. У процесі мотивації передбачається використання в певній послідовності взаємозалежних категорій: потреби людей, їхні інтереси, мотиви діяльності, дії.

Уміле використання мотивації допомагає керівникам розробляти способи досягнення максимальних результатів роботи підлеглих на основі виразного уявлення про особливості їхньої поведінки [1, стор.184].

Домінуюча функція менеджменту включає вплив на інших для того, щоб спонукати виконавців здійснювати роботу у напрямі досягнення намічених цілей. Важливим аспектом цієї функції є мотивація, великий інтерес до якої викликаний підвищенням ролі суб'єктивних факторів у суспільному

виробництві, ускладненням умов трудової і позатрудової діяльності, збагаченням і розвитком самої особистості.

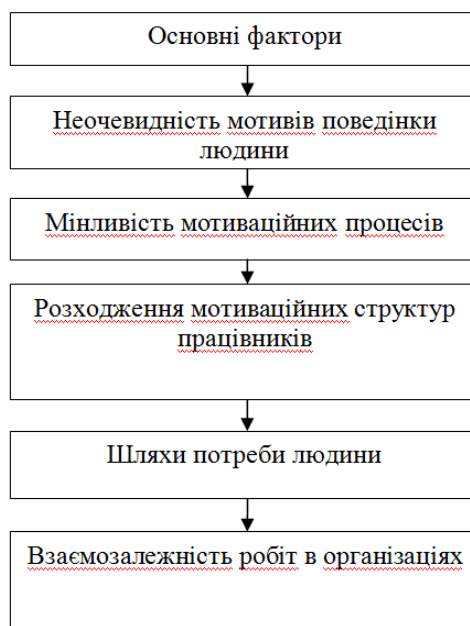
У процесі праці у людей цілеспрямовано формується зацікавлене ставлення до неї та її результатів, оскільки мотивація посилює бажану поведінку людини, визначає напрямок поведінки і ґрунтується на внутрішніх і зовнішніх факторах або на мотивах і стимулах. Мотив - це усвідомлена причина, основа, підстава до якоїсь дії чи вчинку. Мотив є суб'єктивним явищем, усвідомленням вчинків, які у кінцевому підсумку перетворюються у постановку цілі, що спонукає людину до дії внаслідок трансформації зовнішнього спонукаючого фактора (стимулу) і його усвідомлення індивідом.

До мотивів належить комплекс спонукань, що діють з повною силою протягом тривалого періоду часу, а також обов'язок, прагнення виконати доручене завдання, надавати допомогу колезі тощо.

Одним з найважливіших методів мотивації праці персоналу підприємства була і залишається заробітна плата. Крім того, за допомогою цього основного важеля можна управляти економічними процесами галузі, компанії, підприємства.

За спрямованістю на досягнення цілей фірми розрізняють мотивацію позитивну, сприятливу ефективному досягненню цілей, і негативну, перешкоджаючу цьому. До основних видів позитивної мотивації належать матеріальне заохочення у вигляді персональних надбавок до окладів і премій, підвищення авторитету працівника та довіри до нього в колективі, доручення особливо важливої роботи і т.п. Негативна мотивація - це насамперед матеріальні стягнення (штрафні санкції), зниження соціального статусу в колективі, психологічна ізоляція працівника, створення атмосфери нетерпимості, зниження в посаді [2, стор. 22-27].

На рис. 1 розглянемо основні фактори, які ускладнюють процес управління мотивацією підлеглих.



Вивчення і глибоке осмислення проблем трудової мотивації є необхідною умовою здійснення грамотної управлінської діяльності в умовах ринкових



відносин. Знання основних економічних і психологічних законів і закономірностей мотиваційного менеджменту дозволить організувати роботу організації і суб'єкта господарювання, щоб персонал трудився з повною самовіддачею й усвідомленою зацікавленістю в досягненні високих кінцевих результатів діяльності.

### Література:

1. Гриньова В. М. Проблеми мотивації праці персоналу підприємства : [монографія] / В. М. Гриньова, І. А. Грузіна. – Х. : Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2007. – 184 с.
2. Кузьмін О. Є. Сутність та типологія креативних колективів на промислових підприємствах / О. Є. Кузьмін, О. О. Горячка // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2011. – № 714 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – С. 22–27.
3. Леонова С. Креативність як чинник професійного саморозвитку особистості / С. Леонова // Матеріали наук.-практ. конф. «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки», Тернопіль, 18 трав. 2011 р. – Тернопіль : ТНТУ, 2011. – С. 100-102.

**Liudmyla Kudyenko,**

Professor, PhD (Economics),

*Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine*

**Liliia Samsonova**

Assistant, PhD (Economics),

*Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine*

## IMPORT SUBSTITUTION IN MODERN STRATEGIES OF COUNTRIES' ECONOMIC DEVELOPMENT

**Abstract.** *The request for a renewal of attention to import dependency and import substitution issues has been identified. The connection between the import substitution strategy and neo-protectionism doctrine in a number of countries has been determined. The factors that complicate implementation of the import substitution strategy have been revealed. The varied character of the results of implementing the import substitution strategy on the example of the Russian Federation and the PRC has been described.*

**Key words:** *import dependency, import substitution, sanctions, neo-protectionism.*

The problem of import substitution in modern theoretical and practical research is reflected in several aspects: firstly, it is about figuring out an alternative economic development strategies for countries that have been deeply integrated into the system of international labor division and are currently under sanctions from world countries community (Russia, Venezuela); secondly, strengthening of the global public trend on neo-protectionism measures to support the national producer and overcome the risk of high level of import dependence of national production and consumption (USA, China); thirdly, there is a need to create conditions for the foreign policy modernization with emphasis on internal driving force and economic growth sources (China).

An identification of the problems and prospects for overcoming the import dependence of Ukrainian economy also have a multidimensional format and emphasize on: the determinants of it's overcoming and the formation of selective

import substitution priorities [1]; the problem of attraction and using foreign direct investments in the Ukrainian economy in the context of their impact on the sectoral structure of production and the external sector [2]; the study of the preconditions for the Ukraine's industry integration into global value chains based on advantages in the international labor division, including the form of contractual relations [3]; the research of directions of Ukraine's foreign trade transformation in terms of geopolitical changes and determining the methodological bases of its optimization [4] etc. These developments require further actualization in the context of solving the problems of ensuring Ukraine's growth in the conditions of neo-industrial change, in particular, the formation of an integrated approach to the implementation of the country's import substitution potential by optimizing the sectoral structure of national production through its technospherization, informatization and intellectualization. It is worth pointing out also a number of really interesting studies that present long-term work on the import substitution strategy implementation at micro and macro levels. In particular, these are studies of J.K. Hellliner [5], D. Elvin [6], M. Todaro [7] and others.

Nowadays, implementation of the import substitution strategy, despite the initial preconditions for the transition to it, encounters a range of counteracting factors. In particular, it is about limiting national opportunities for technologies that would become an alternative to foreign ones and which could be introduced into national production; - increased costs of critical imports in the case of their reorientation from countries that impose sanctions in favor of countries with worse procurement parameters by the "price-quality" criteria; - loss of financial resources for the development of national production by excluding companies from international channels and sources of investment and lending. In this context, the results of the import substitution strategy implementation under the terms of sanctions against the Russian Federation are confirmed. Russian experts point out the selective nature of the strategy's success. Low - and medium - tech industries and sectors (agriculture, partly metallurgy and machinery) have got the greatest effect in their development. At the same time, import substitution in the science-oriented high-tech industries remains at the stage of the plans declaration. Empirical studies in Russia [8] show that the level of imports demand into the Russian industries is relatively insignificant corresponding to EU countries.

However, if we look at which groups of imports are characterized with the highest level of import dependence, then it is reasonable to mention machines and equipment. And the main reason for this lies in the absence of similar products, technologies and services in the domestic market, and if they are available – the reason is the low quality of the target proposals and its inconsistency with the order technological parameters. In general, a higher level of import dependency is still the case for high-tech companies, and their vulnerability in the case of restrictive measures against specific importers, which are subject to sanctions, may become critical. Russian experience also shows that if the import substitution is mostly vertical and oriented to the links restoration, which are lacking in the national reproduction system, it is doomed to poor performance. This leads to the introduction of horizontal level measures, in particular financing and the creation of critical

technologies, the new branches of knowledge and fundamentally new scientific competences formation.

The import substitution strategy in the People's Republic of China (hereinafter – PRC), as noted above, can be seen as part of the new paradigm of the Chinese economy development, which arose against the new realities of global economic development in the post-crisis period (after the global financial crisis of 2008-2009). This is a so-called "new normality", which should be taken into account along the formation of the China development strategy in the medium and long-term periods. "new normality" refers to the development of the world and the Chinese economy, which is the consequence of the development of global crisis phenomenon in all important sectors and spheres, and which makes it impossible to return to the pre-crisis mechanisms of global and national economic development. For the PRC, this means the impossibility of returning to record high economic growth rates, further build up of foreign expansion to the damage for domestic consumption and sales, and increasing asymmetry in accumulation of the corporate and public enterprises. Starting from 2014, this understanding of new realities has become the embodiment of a new strategy for economic development.

Although the economic transformation of the PRC in the aforementioned direction is far from completion, progress which has been made in recent years towards reducing import dependence, increasing the share of national production in value added chains, structural transformations of the economy and consumption is truly impressive. Thus, in particular, along last five years labor-intensive export industries relocated from the PRC to less developed countries with lower labor costs. The PRC's regulatory policy directs businesses to capital-intensive forms of national production both in the real sector and in the services sector.

Another important result of the outlined policy is that national economic development is becoming less dependent on external markets. The size of domestic market is growing rapidly: analysts expect that in the next few years it may become the largest in the world. And since the Chinese government has the ability to control access to this market, its influence in Asia and beyond will also increase. The weakening of the PRC's dependence on economic growth through exports eliminates the pressure from strategic partners that affect its access to global markets.

The importance of the growing role of domestic consumption rather than foreign consumption on the Chinese economy dynamics is confirmed by the expert assessments of the bank HSBC director: the young generation of Chinese consumers, whose number reaches 400 million people, will soon account for more than half of the domestic consumption cost. This is a generation that usually makes purchases on the Internet with the help of innovative, integrated mobile platforms. It has already "jumped through the pre-online era directly to the mobile Internet, completely eliminating the stage of personal computers" [9]. Estimations of the China middle class are changing, however, even pessimistic of them show the following: the scale of the impact of Internet-oriented young consumers on the acceleration of service sector growth in China has a multiplier effect, because service sector in the B2B and B2C segments ensures a structural transformation in China, which turns from a middle-income country to a country with a high level of well-being.

The generalization of theoretical and empirical aspects of the import substitution strategy implementation into individual countries confirms the multi-direction of its effectiveness. The main limiting factors that have a destructive effect on the import substitution strategy success are: limited national opportunities for technologies that would become an alternative to foreign ones and which could be introduced into national production; - increased costs of critical imports in the case of their reorientation from countries that impose sanctions in favor of countries with worse procurement parameters by the "price-quality" criterion; - loss of financial resources for the development of national production by removing companies from international channels and sources of investment and lending. This strategy, by its content, is an alternative to the modern trend of "smart specialization", relatively new concept, which is gaining recognition and combines the theory of labor distribution and international trade specialization [10], agglomeration and evolutionary economics [11]. In a context of globalization processes increasing, the complication of the conditions and sources of national and global value-added formation, prioritization of import substitution as an effective strategy for the national economic development of the 21st century evoke more objections than approval.

#### References:

1. Pugachevskaya, K. (2016). Import dependence of the Ukrainian domestic market. *Foreign Trade: Economics, Finance, Law* 2016 (05), pp. 27-40.
2. Melnik, T. & Kasyanok, K. (2017). Problems of attracting and using foreign investments in the Ukrainian economy. *Marketing and management of innovations* 2017 (01), pp. 253-270.
3. Kudyrko, L. & Samsonova L. (2018). Features of Ukraine participation in international contractual relations. *Baltic Journal of Economic Studies* 2018 (04), pp. 276-282.
4. Kalyuzhnaya, N. (2017). Approach to definition of gravitational factors as cause of influence on countries foreign trade relations. *Problems of the economy* 2017 (01), pp. 26-31.
5. Helleiner, J. K. (2000). *Markets, Politics and Globalization. Can the Global Economy be Civilized.* 10th Raul Prebisch Lecture 2000, pp. 18–47.
6. Elvin, D. (2008). An analysis of methods for identifying local import substitution opportunities to foster sustainable economies. Unpublished master's thesis, Department of Landscape Architecture and Regional Planning.
7. Todaro, M & Stephen, C. (2014). *Economic development: 12th Edition.* New York University 2014, p. 860.
8. Simachev, Y. & Kuzyk, M. & Zudin, N. (2016) *Import Dependence and Its Substitution in the Russian Manufacturing: Business Viewpoint.* *Foresight and STI Governance* 2016 (10), pp. 25–45.
9. Michael, S. (2017). *The Global Economy's New Rule-Maker.* Mode of access: [www.project-syndicate.org/commentary/china-in-the-global-economy-by-michael-spence-2017-08](http://www.project-syndicate.org/commentary/china-in-the-global-economy-by-michael-spence-2017-08).
10. OECD (2013). *Innovation-driven Growth in Regions: The Role of Smart Specialisation.*
11. EUA (2018). *Coherent Policies for Europe Beyond 2020: Maximising the Effectiveness of Smart Specialisation Strategies for Regional Development.* Brussels: European University Association. Mode of access: <https://eua.eu/component/attachments/attachments>.

**Martynyuk Olena**

Doctor of Economics, Professor

*International Humanitarian University, (Ukraine, Odessa)*

## NEOTERIC CONCEPTS OF BUSINESS MANAGEMENT DEVELOPMENT

**Мартинюк О. А.**

доктор. економічних наук, професор  
*Міжнародній гуманітарній університет*

### СУЧАСНІ КОНЦЕПТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-МЕНЕДЖМЕНТУ

**Abstract.** *The article considers the urgency and necessity of reviewing existing concepts and management approaches. Systematized approaches to the definition of concepts of "management" and "management". The structural interrelations of the development of socio-economic theories and management development are revealed. The evolution and interconnection of the development of management theories in the conditions of business environment development are investigated.*

**Key words:** *Business environment, management, managerial activity, technology management, development of society*

**Анотація.** *В статті розглянуто актуальність та необхідність перегляду діючих концепцій та підходів до управління. Систематизовані підходи до визначення понять «менеджменту» та «управління». Виявлено структурні взаємозв'язки розвитку соціально-економічних теорій та розвитку менеджменту. Досліджено еволюція та взаємозв'язок розвитку теорій управління в умовах розвитку бізнес-середовища.*

**Ключові слова:** *Бізнес-середовище, менеджмент, управлінська діяльність, технології управління, розвиток суспільства*

Сучасне бізнес-середовище характеризується нестабільністю, непередбачуваністю подій, бізнес розвивається в рамках турбулентного оточення, в якому недостатньо ефективно функціонують економічні закони та ринкові механізми, змінюються акценти в управлінні, фактори впливу на ринкові процеси, самі процеси функціонування підприємства. Ця динамічність вимагає від менеджменту підприємств побудови такого механізму управління, який зможе гнучко реагувати на зміни та своєчасно адаптуватися. Формування такого механізму є складним процесом як з науково-дослідної, так і з прикладної позиції. Визначення об'єктів, правил процедур і процесів для проектування механізму, який зможе забезпечити не тільки стабільність, а й динамізм розвитку є одним із пріоритетних завдань кожного підприємства. Це обумовлює об'єктивну необхідність дослідження технологій управління в контексті цільового оточення, релевантного до діяльності підприємства. Незважаючи на наявність наукової «конвенції» щодо пріоритетного значення різних напрямків діяльності підприємства, питання концептуалізації в контексті забезпечення сучасних технологій управління залишається поза увагою дослідників, фігуруючи лише дотичне або факультативно.

Світова та вітчизняна економіка вимагають сформувати нові концепти визначення управлінської діяльності як на макрорівні, так і мікрорівні. В сучасній економічній літературі поняття «управління» ототожнюють з

поняттям «менеджмент», при цьому одна група науковців об'єднує ці поняття в своїх дослідженнях, а інша розширює. В таблиці 1. наведена систематизація підходів.

Таблиця 1

### Систематизація наукових підходів визначення понять «менеджмент» та «управління»

Компонентна систематизація	Управління	Менеджмент
Визначення понять як комплексу дій	А. Файоль, І. Ансоф, П. Друкер, В. Захарченко, А. Зайцев, О. Іванілов, П. Паркер	М. Вебер, Дж. Андерсон, А. Фергюсон, Г. Гамель, А. Сингер та М. Сингер
Визначення понять як специфічної функції	М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, Шейн, Д. Тисе	А. Файоль.
Визначення понять як мистецтва та якості управління	Л. Гільдбрет, Ф. Гільбрет, Л. Федулова	Як науки: П. Друкер, Ф. Тейлор, М. Вебер, Дж. Грейсон, В. Демінг, Г. Керцнер.
Визначення понять з позиції системності	Р. Аккоф, Р. Андерсон, О. Краснокутська, Л. Корчевська, Раєвнева.	С. Ілляшенко, Л. Жилинська, В. Пономаренко, Дж. Шервуд.
Визначення понять з позиції процесності	В. Жежуха, О. Віноградська, О. Виханський, Р. Грант, Л. Заде, О. Меліх, Д. Гібсон.	І. Адізес, Гавкалова, А. Топмсон, С. Мочерний, К. С. Жадько, А. Шеер, С. Янг, М. Хаммер, Д. Харрінгтон. К. С. Есселинг, Х. Дж. Хаммел.

*Джерело: сформовано та узагальнено автором на основі 1-10*

Результати аналізу здобутків управлінських теорій та концептуальних підходів, що засновують каркас прикладної теорії соціально-економічних наук та прикладних досліджень, дозволили автору сформулювати спектр детермінант, притаманних сучасному управлінню. Класичні елементи системи управління, обґрунтованої як науки, як функції, як процесу та цілеспрямованої дії, в сучасних умовах розвитку доповнюються прогнозуванням та моделюванням стратегічних перспектив розвитку підприємства на основі автоматизованих інструментів та інформатизаційних можливостей, розширюючи горизонти розвитку менеджменту і як науки, і як мистецтва.

Автор переконана, що управління є кумулятивним індикатором рівня розвитку цивілізації, суспільних відносин, ринкової економіки, міжнародних відносин, науково-технічного прогресу та форм і методів взаємозв'язків у суспільстві. Ґрунтуючись на принципах розподілу праці, менеджмент виокремлює управлінську діяльність в окремий унікальний, елітний напрям людської діяльності, надаючи йому пріоритетні привілеї та ознаки надбудови системи (рис. 1).

Управління пронизує й синтезує інші напрями діяльності підприємства, забезпечуючи можливість безпосереднього здійснення, сумісного узгодження й реалізації загальної мети діяльності підприємства, забезпечуючи його цілісність. Але в умовах динамічного середовища з'являються нові ознаки управління, такі як: синергетичні парадокси та ентропійні ефекти розвитку, що

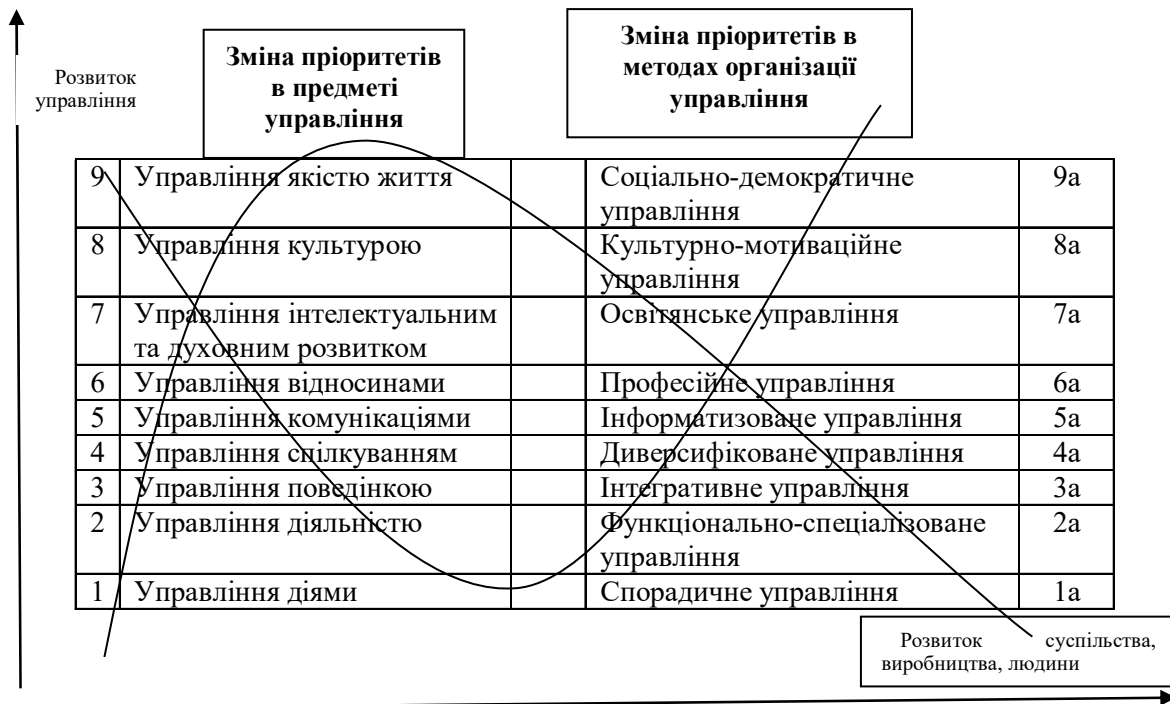
вимагає від науковців досліджувати категорію по-новому, розглядаючи інші системні ознаки та пропонуючи актуальні методи, форми та технології управління [1-10].



**Рис. 1. Структурні взаємозв'язки розвитку соціально-економічних теорій та розвитку менеджменту (розроблено автором джерела: 1-10)**

Автор, узагальнюючи визначені етапи дослідження, пропонує власне визначення базових компонентів концепції управління підприємством. Управління підприємством як фундаментальна наукова категорія є базовим елементом загальної цивілізаційної системи світогосподарських зв'язків, яка відображує всі взаємозв'язки системи: об'єктів і суб'єктів; елементів та підсистем; видів управлінських впливів; форм управління. Вона має об'єктивний характер та набуває еволюційних і революційних змін у просторово-часовому горизонті (рис. 2).

Розглядаючи управління як окрему категоріальну дефініцію, як наукову абстракцію можна стверджувати, що «управління підприємством» як економічна категорія являє собою сформоване, логічне поняття, яке відокремлене характеризує сутність визначеного економічного явища – аналіз, координацію та регулювання дій та ресурсів з метою досягнення визначених цілей та забезпечення динамічного розвитку підприємства в просторі та часі.



**Рис. 2. Еволюція та взаємозв'язок розвитку теорій управління в умовах розвитку бізнес-середовища** (розроблено та узагальнено автором джерела: 1-10)

Управлінська діяльність визначається як об'єктно-обумовлений процес формування та реалізації загальних та спеціальних видів, методів та прийомів впливу різних елементів підсистеми підприємства за допомогою науково-технічних інструментів для досягнення визначених тактичних і стратегічних орієнтирів.

### Література:

1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации / И. Адизес; пер. с англ. под ред. А. Сеферяна. – СПб: Питер, 2007. – 384 с.
2. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф; сокр. пер. с англ./науч. ред. и авт. предисл. Л. И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
3. Верба В. А. Управлінське консультування: концепція, організація, розвиток: монографія / В. А. Верба; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К.: КНЕУ, 2011. – 327 с.
4. Грэйсон Дж. К. мл. Американский менеджмент на пороге XXI века / Дж. К. Грэйсон мл., К. О'Делл; пер. с англ., предисл. Б. З. Мильнер. – М.: Экономика, 1991. – 319 с.: ил. – Перевод изд.: American business.
5. Друкер П. Ф. Рождение новой организации / П. Ф. Друкер // Управление знаниями; [пер. с англ. Т. Гутниковой]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 208 с.
6. Ігнат'єва І. А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика: [монографія] / І. А. Ігнат'єва. – К.: Знання України, 2005. – 250 с.
7. Мартинюк О. А. Інноваційні технології в системі управління підприємствами в умовах динамічного середовища: монографія / О. А. Мартинюк. – Миколаїв: ФОП Швець В. М., 2017. – 540 с.
8. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основи менеджменту. (Management). Издательство: Дело, 1997. – 704.



9. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія / О. В. Раєвнева. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 496 с.
10. Файоль А. Управление – это наука и искусство / Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф. – М.: Республика, 1992. – 352 с. 52.
11. Уорнер М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке /М. Уорнер, М. Витцель; [пер. с англ. Ю.Леонова]. – М.:Добрая книга, 2005. – 296 с.

## MARKETING

**Hajieva Nushaba Aslan,**

Ph.D., *University of Technology of Azerbaijan*

**Ismayilov Vugar Agamusa,**

Ph.D., *University of Technology of Azerbaijan*

**Ilyasov Asiman Rasim,**

Doctorate, *University of Technology of Azerbaijan*

**Mamedov Xudayar Bakir**

Doctorate, *University of Technology of Azerbaijan*

### PRACTICE OF MARKETING IN COMMERCIAL BANKS OF AZERBAIJAN REPUBLIC

**Abstract.** *The article provides the level of application of marketing in Azerbaijan's banking system and commercial banks, mutual relations between banks and customers, banking services market formation and their improvement.*

**Key words:** *banking marketing, commercial banks, competitiveness, banking sector, savings, oil revenues, investment.*

#### INTRODUCTION

In the transition to market relations, financial and banking system rehabilitation and reconstruction are viewed as a system of urgent measures to stabilize and develop the country's economy. Successful implementation of these measures is determined by the level of application and implementation of marketing in the banking system, the relationships between various banks, banks and their clients, as well as the formation of a banking services market and other factors. Service sectors, including finance and credit institutions, have begun to use the 60s of the last century, when competition has been aggravated by increased levels of costs and the quality of services. In the field of service, banks resorted to marketing after the airlines and initially used their individual elements, in particular advertising, then marketing and strategic planning. [1] In other words, they initially started to implement operating marketing and then strategic marketing. Experts explain this through the aggravation of the competition for customers, serious changes in the banking services market environment and many other factors, related to the development of the financial market.

In the economic literature, the general rules of the development of the banking services market are correlated with the following factors:

- globalization of competition in the banking sector as a result of internationalization of economic processes and the involvement of foreign banks into the financial markets of the countries and their competitiveness with local banks;[6]
- creation and development of a large number of non-bank institutions (insurance companies, various funds, etc.) in all countries of the world and their transformation into rival banks;
- diversification of banking activities, i.e, the emergence and development of various non-bank methods of banking services and the involvement of funds;

- with the use of information technology and communication tools on the basis of modern techniques and, thus, with the use of electronic cards in plastic cards and clerk.
- improvement of technology took place in the field of banking activity, which increased the flow of paper flow and operations;
- with the development of competition between banks and non-banking institutions within the banking system, both in terms of both cash and credit services;
- restricting competition through the market of banking services in connection with state regulation of banking activity. This has highlighted the quality of banking services and the management of these services;
- with the aggravation of competition in the provision of banking services to individuals, ie the population. Thus, involvement of savings funds by savings and lending banks has led to competition among commercial banks.

In the western countries, the banking system in the banking sector is shaped by the longstanding experience of enterprises and organizations that have a marketing base. In the first place, banks were justifying marketing as a tool for learning demand, stimulating sales, and attracting customers. Only in the 80s of the last century, the concept of banking marketing was formed and it became the basis for the management of commercial banks.

Rising competition and improving the quality of customer service, constantly changing the environment and succeeding in the competitive struggle prompted banks to use marketing. [7]

In our country, marketing in banking services are only used in recent years. And this process is carried out in a complicated conditions where there is no sufficient experience, methodological work, highly qualified personnel and information services in marketing. For this reason, every bank independently, based on errors and testing, adopts such complicated activitiy as marketing.

The creation of a two-tier banking system and a large number of commercial banks in our country has resulted in a faster formation of competition in the banking sector compared to other sectors of the national economy. Moreover, in recent years, various non-banking organizations, financial, investment and insurance companies, pension funds and other similar institutions and funds have emerged and developed very rapidly. Foreign banks enter the financial market of the country. Thus, the market of buyers on the market of banking services is formed and competition for clients becomes even more aggravated. Undoubtedly, in the competition, banks that have only competitive advantages, individuality and sufficient customer, will create new demand for banking services. This, in turn, insists on the introduction of marketing in the banking sector of the country and the creation of a marketing service for it.

Till December 31, 2018, there were 134 credit institutions licensed to carry out banking operations in our country. Of these, 104 are non-bank credit institutions. According to the Central Bank's press service, by 31 December 2018 there were 30 licensed banks in the country, of which 2 are state and 28 are private banks. 15 banks operate with the participation of foreign capital. Foreign equity makes up for between

50% and 100% of 8 banks' authorized capital and less than 50% of the authorized capital of 7 banks.

The number of local branches of foreign banks is equal to 2.

The number of local branches of operating banks during the analyzed period was equal to 508. The number of bank departments is 130.

Although banking marketing is widely used in Azerbaijan, the lack of qualified marketers in this area still prevents the formation of a single governance concept. [3]

One of the most important issues in the field of local banking business is that banks do not follow their competitors and do not implement marketing measures in this direction. Relevant suggestions and actions are taken in relation to all these problems and issues.

Development of the banking sector in Azerbaijan is one of the main indicators of the economy's development. The banking sector faces a very difficult task: crediting the economy for non-oil sector development, investing and etc. [4]

Looking at 2010 financial results, it is clear that Azerbaijani banks are ready for the crisis. Here, the regulatory policy of the Central Bank, including warning measures, has a very strong impact.

In 2018, bank deposits of individuals (including funds of individuals engaged in private entrepreneurship activities) increased by 10.8% to 8 billion 375.4 million manat. The Central Bank of Azerbaijan (CBA) informed about this.

Deposits of the population in foreign currency increased by 4.1% to 5 billion 233.2 million manat or 62.5% of total deposits (by the end of 2017, the share of deposits in foreign currency was 66.5%).

In 2018, the volume of deposits of the population in national currency increased by 24.1% to 3 billion 142.2 million manat (37.5% of total deposits).

As of December 31, 2018 the volume of bank deposits of residents amounted to 7 billion 611.6 million manat, non-residents - 763.8 million manat. In 2018, the volume of deposits of residents increased by 11.7% and the volume of non-residents' deposits by 2.5%.

As of January 1, 2019, the volume of deposits in banks amounted to 21 billion 870.4 million manat, which is 6.2% more than the indicators by the end of 2017.

By the end of 2018, the liabilities of the banking sector amounted to 25,430.6 million manat, which is 13.9% less than in the end of 2016. Over the past two years, banks' deposits attracted from customers increased by 13.2% and reached 18,581.2 million manat. Deposits of individuals increased by 11.3% to 8 269.7 million manat, while deposits of legal entities increased by 14.85% to 10,311.5 million manat.

In 2017-2018, the banking sector's liabilities against the CBA decreased by 77.3% to AZN 384.7 million, loro accounts decreased by 69.5% to AZN 191.1 million, and deposits from financial institutions decreased by 75% to 1 126.2 million AZN, loans from other banks decreased by 94.9% to 87.5 million AZN, loans from other financial institutions decreased by 11% to AZN 2 008.3 million, other liabilities decreased by 36.9 percent to AZN 1 221.8 million, and the amount attracted by issuance of securities increased by 4.7 times to AZN 1,829.8 million. Until of January 1, 2019, the share of banks' deposit portfolio in their liabilities amounted to 73.1%. This amount was 55.6% as of January 1, 2017. During the reporting period, the weight of liabilities to the CBA changed from 5.7% to 1.5%, the weight of funds in

loro accounts from 2.1% to 0.75%, the weight of deposits attracted from financial institutions was decreased from 15.3% to 4.4%, the share of loans received from banks change from 5.8% to 0.35%, and the share of loans received from other financial institutions increased from 7.65% to 7.9%, with the issuance of securities the weight of the funds changed from 1.3% to 7.2%, while the share of other liabilities decreased from 6.55% to 4.8%.

As a result of the actions taken by the National Bank, the commercial banks in Azerbaijan during the crisis were saved from bankruptcy. However, in 2010, the National Bank decided to increase the banks' authorized capital to consolidate banks and optimize the banking system. In 2010, the Central Bank decided to cancel the two banks' Debutbank (1994) and Kovsarbank (1992) licenses. This is due to the fact that the bank's aggregate capital is small and does not meet the requirements of the National Bank. The license of two banks, Nakhchivan Bank and AFB Bank, was approved. At the end of March 2010, the Central Bank affirmed the license of VTB Bank with Azerbaijani capital. As of 31 December 2018, there are 30 banks operating in Azerbaijan banking sector.

Large and small banks are needed to disperse and allocate financial resources in Azerbaijan. At present, risks are rising in the banking sector. Conditions for banks have been created for the crediting of the economy. But banks need to ensure that funds are repaid in time. In world practice, unpaid credits are considered problematic when over 10% pass. According to the Central Bank, the volume of overdue credits for September 1, 2018 amounted to 1 billion 772.4 million manat. If we analyze, the volume of non-repayable loans increased by 8.9% in January-August this year. 847 million manat of delayed credits are in national currency and 926 million manat are in foreign currency. It is clear from the statistical data that most of the problematical loans are long-term loans. The return of long-term loan of 671 million AZN and dollar loans worth 731 million AZN has become a problem. Problematical loans are related to business loans, not consumer loans.

The experience of large banks or world banks does not apply to the Azerbaijani banks. The first is that the Central Bank of Azerbaijan is more superior to other banks.

Secondly, deposit insurance was related to accounting interest rates until May 2009. According to the Law of the Republic of Azerbaijan "On Deposit Insurance", only deposits with an interest rate of 1.8 and less percent were insured by the state. Thus, when interest rates declined, high interest rates would not be insured. This affected the deposit offer.

Thirdly, Azerbaijan is mainly a country of oil. Accelerating oil revenues to the country's economy may increase banks' risk demand and may push them to cut interest rates. [5]

The preliminary experimental results show that there is a positive correlation between the interest margins and the discount rate in the Azerbaijani banking sector. Interest rates are also rising when the Central Bank raises the discount rate. It is possible to assume that banks' interest in their funds increase their interest margins. The correlation between the average deposit and interest rates is positive, but this effect is twice higher than the deposit interest rates. Although additional research is

needed, the initial result shows that the cost resulting from the increase in interest rates is being driven by banks to their lenders.

On the other hand, there is a negative correlation between the oil prices and the interest margins of the Azerbaijani banks. As the oil prices rise, banks increase risk appetite and reduce interest margins. And when oil prices go down, the opposite occurs.

In 2018, the volume of bank loans extended to the household sector increased by fifteen times.

This situation is observed in the developed retail financial sector where there are only 1.1 million current accounts of eight million citizens, and retail investment in securities and insurance products is also at a very low level. At the same time, the supervisory authorities received more than a thousand complains in 2007. Most of them are linked to credit or simply requests, which highlights the need for increase of financial literacy.

In recent years, all major indicators of the banking sector of Azerbaijan have shown a significant increase in the economy's high growth rates. During January-June 2018, the non-oil sector of the economy has created an additional value of 20,637.0 million manat, with 52.6% of total social and other services, trade, repair and construction. In January-June 2018, the value added in the non-oil sector of the country's economy increased by 2% compared to the same period of the previous year. The share of the value added in non-oil sector in GDP was 55.8%. The volume of loans granted to households by November 2018 amounted to 5106.6 million manat, which is 41.6% of the total loan portfolio. The volume of loans extended to households increased by 425.3 million manat or 9.09% in the last year and increased by 55.5 million manat or 1.1% in October.

The key indicators of the banking sector have increased 15 times in the last ten years. The country's access to financial services and international banking sector stability was improved. A large part of the society, about 4 million people, is surrounded by bank services. The country has a banking and electronic payment infrastructure that provides financial services to businesses and the population.

Banking sector services should be based on more advanced technology, automation level should be increased, and physical contact with customers should be minimized. Banks should increase their range of products and services, and offer products that meet the needs of the broader population and the different economic sectors.

### References:

1. Armstrong / Kotler. Marketing: First Step: Textbooks - Baku: 2007- 581 p.
2. Law of the Republic of Azerbaijan "On Bank", 2005.
3. Maharramov A., Garayev F., Sariyev K. Modern banking system and banking: Baku: "Teknur", 2015. - 767 p.
4. Akhmedov M.M., Marketing of service fields: - Publishing house of Baku Economical University, 2015.
5. Hajiyeva N.A. Marketing-Tutorial, Baku: Cooperative Publishing, 2014. – 688 p.
6. Tudembayeva A.N. Banking Marketing: Almaty, Triumph "T", 2007. – 448 p.
7. Nikolaeva, T.P. Banking Marketing: Tutorial, M: 2009. – 214 p.
8. [http:// www.economy.gov.az/](http://www.economy.gov.az/)- Ministry of Economy and Industry of the Republic of Azerbaijan.

9. [http:// www.marketing.az/](http://www.marketing.az/)- Azerbaijan Marketing Society
10. [http:// www.cbar.az/](http://www.cbar.az/)- Central Bank of the Republic of Azerbaijan
11. [http:// www.stat.gov.az/](http://www.stat.gov.az/)- State Statistical Committee of the Republic of Azerbaijan

**Ivelina Kulova**

Chief Assistant Professor, PhD,  
*University Of Food Technologies – Plovdiv, Bulgaria*

## **INBOUND MARKETING AND BUSINESS DEVELOPMENT**

**Abstract.** *This study explores the inbound marketing and the impact it has on the business development. The condition of inbound marketing is analyzed based on a review of various studies. It is concluded that inbound marketing is not a single channel or tactics, but a philosophy that manages the overall marketing strategy of a business organization. When a business organization provides customers with information that is really useful, the company gives them the opportunity to make better decisions when they are ready for this instead of repelling them with sales messages which they did not expect and want. To stay relevant, companies need to know not just what is working now, but what's up and coming, and this report offers a look at the future of inbound marketing – what is trendy versus what has staying power and can not be ignored.*

**Key words:** *content; long-term value; business opportunities.*

### **INTRODUCTION**

With its emergence and development the digital environment has had a huge impact on both ordinary consumers and companies and on the ways of doing and developing business. Thanks to the Internet, a number of new digital media and technologies have emerged, such as social media, mobile applications, content analysis and user localization systems and software, intelligent content customization systems, and more. They change even the decision-making and purchasing methods and assessment criteria of a brand.

Every company has to develop. In today's market economy, the company either goes forward and grows, or goes back and goes bankrupt. Developing a business means promoting the company's products, finding new customers, making deals, and increasing sales revenue. To do this, efforts should be focused on two areas - marketing and sales.

Business development is defined as "an organizational process that provides a continuous and lasting improvement to existing businesses and contributes to identifying and developing new business opportunities." [4]

An essential task for sustainable business development is to build long-term value - here are a number of components, of which the financial measures are basic but not the only ones. The intangible assets of the organization take a key place, as they may refer to both the so-called "value" of the business, but also to the value of the economic structure. The valuable assets of the business organization are reputation, image, human resources, market positioning. The goals of sustainable business development are to create value of the products and services offered. [5]

Business development has become an important factor in achieving sustainable business growth, relying not only on the competitive advantages of companies that are temporary in nature, but also on their development, upgrading and creating added

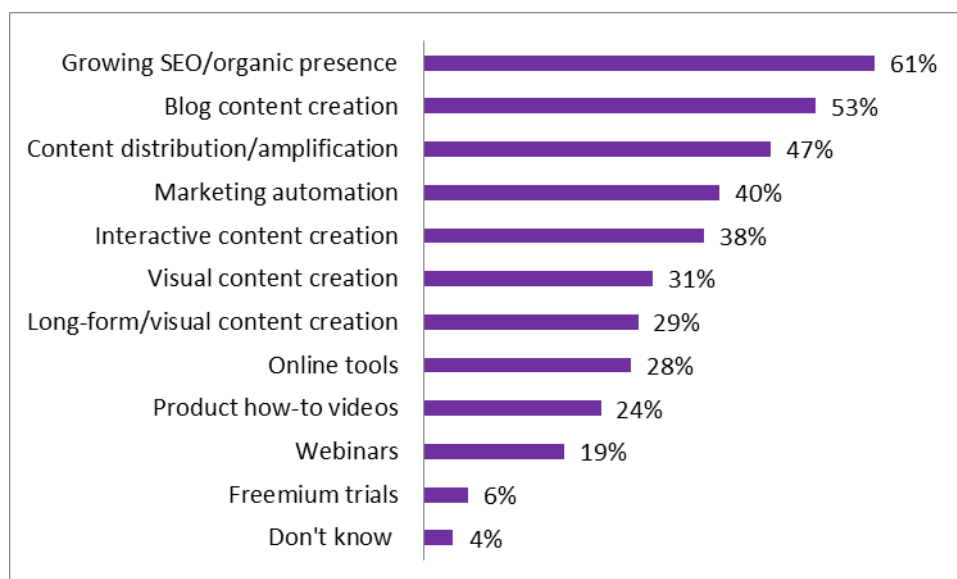
value to the company, its products and brand.[1] Here comes the role of inbound marketing, which is a marketing practice built on content generation at all levels of business growth, and which uses the opportunities of the global network not only to promote business but also to build sustainable, recognizable, distinctive, likable and preferred brand. It allows to build trust in customers, partners, competitors.

Inbound marketing consists of creating memorable content that attracts more *potential* users to the business organization's website and then turns them into users by remarketing and reengagement. Since 2006, inbound marketing has been the most effective marketing method for managing an online business, instead of the obsolete outbound methods for purchasing ads, e-mail lists, and pay for leads. Inbound marketing focuses on offering customers content that interests them and attracts them naturally. This is a multi-component strategy that includes SEO - search engine optimization, writing blog articles, creating text, visual and video content, email marketing, social media marketing (SMM).

Inbound marketing has become more and more popular over the past few years. While traditional outbound marketing campaigns attempt to win audience via messages, inbound marketing campaigns focus on the value they can provide to users. This leads to attracting the attention of the target audience when such a need arises.

Inbound marketing strategies have a broader range of benefits and in the long run they will generate higher returns.

Researches [6] show that this year's top priority of marketers is SEO. SEO is a good way to increase traffic to the company's website. It helps the company's website rank higher on the Google results page, making it more accessible and more visible to the company's customers while they are looking for something related to the business, product, or service which the company offers.



**Figure 1. Priorities of marketers**

*Source: HubSpot Research*



In terms of marketing tactics, many specialists [6] believe that traditional advertising channels are highly overrated. What is more, the broadcast media does not allow us to target in details and to personalize the message. This data corresponds to declining investments in printing, radio and television. Unfortunately, many marketers also use digital channels in the same way, despite their better capabilities. Probably that is why 11% think that this tactic is overestimated too. The good news is that 13% no longer rely on organic traffic in social media.



**Figure 2. Overrated marketing tactics**

*Source: HubSpot Research*



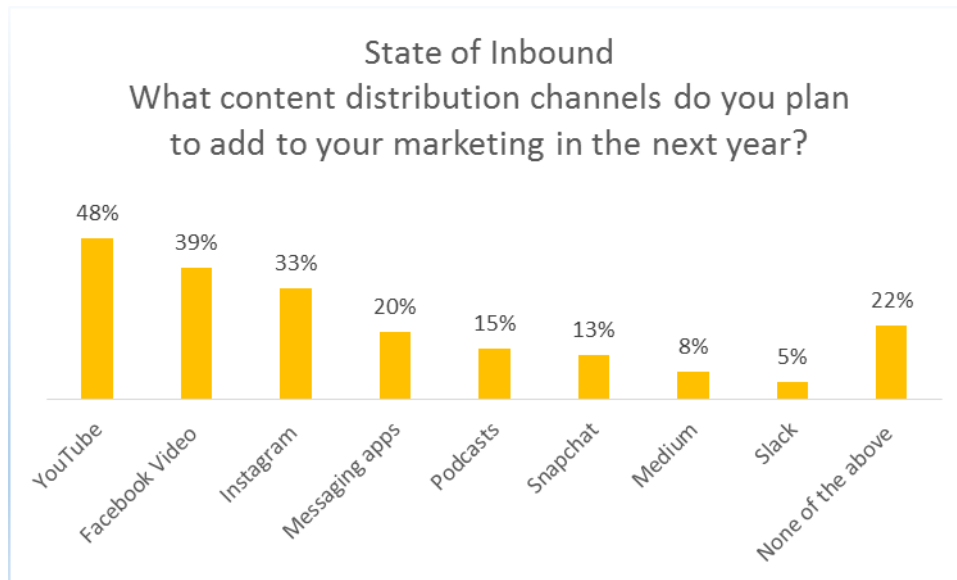
**Figure 3. Effectiveness of marketing strategy according to senior management and regular employees**

*Source: HubSpot Research*

It is interesting, however, that there is 15% difference in the perception whether the company's marketing is effective between senior management and

regular employees. On the one hand, when you're "in the trenches", you see all the minuses and omissions. On the other hand, this is a sign that companies do not set clear measures - if they have not agreed how they measure the success of their efforts, everyone can have a different opinion on the issue.

Looking to the future, it becomes clear that marketers will pursue the new shiny channels. In 2018 there is a higher interest in Facebook Video, Instagram and Messaging apps.



**Figure 4. Content distribution channels (2018)**

*Source: HubSpot Research*

Inbound marketing is a carefully targeted submission of useful content which the user will discover. This content will motivate one to wish to buy the services or products the business organization offers. The concept is based on the idea of transforming a business organization's website into a sales funnel, where potential users are constantly "fed" with useful and credible information until they are ready to make a purchase. Inbound marketing focuses on using tactics that will help the company to be discovered by potential users who will be attracted to the information (useful content) of the company's website. Outbound marketing, on the other hand, revolves around trade ads, cold calling, telemarketing, mass emails and other similar methods, often referred to by users as "spam". As can be seen, inbound marketing is a more direct method of attracting the right types of clients suitable for the offered services.

Inbound marketing focuses on strategies which are based on creating quality and useful content, engaging in online communication, and generally assuring presence in all areas that potential users "inhabit". Marketing professionals are required to engage them, to encourage them to find their website. And there they have to accompany them throughout the sales cycle in which marketers shall provide them with information to help them become leads.

A research [6] shows that the cost of generating a lead through inbound marketing is 62% less than traditional marketing. The fact that the cost of winning a

single user is much lower than in the case of outbound marketing, combined with the fact that inbound marketing has a proven reputation for retaining clients, shows that no marketing specialist should hesitate to implement this new technique in their business strategy. Otherwise, there is a risk of spending money in vain for untargeted and outdated outbound techniques which are trying to attract people who do not want to use the company's products or services.

Instead, inbound marketing can be used to help business to be discovered by people who really care about what the company offers and are willing to pay for it.

### **CONCLUSION**

Successful interaction between inbound marketing and business development lies in creating a holistic approach for management of processes [3], and in clearly defined roles and functions that emphasize at all levels the creation of value for customers. Companies that use all possible channels of communication, focusing on equal in meaning content, but modified with respect to the communication channel and the target audience, have a positive impact on the development of their business. They modify their logic of organization. They strive for effective management not only of the communication processes [2], but also the reputation of the company, its image.

Marketing is changing fundamentally while the Internet continues to revolutionize the way we discover, buy, sell, and interact with brands and their products and services. The days of annoying customers with Intruding advertising and marketing tactics are numbered. The new era of inbound marketing is coming to offer added value and to win the loyalty of consumers instead of aggressively bombarding their minds with messages in the hope that some of them will remain.

### **References:**

1. Mihova, T., Nikolova-Alexieva, V., Angelova, M., (2018) Factors Affecting Business Process Management in the Bulgarian Enterprises to Achieve Sustainable Development, International Conference on High Technology for Sustainable Development, HiTech 2018 - Proceedings Electronic ISBN: 978-1-5386-7039-2, CD-ROM ISBN: 978-1-5386-7038-5, Print on Demand(PoD) ISBN: 978-1-5386-7040-8, INSPEC Accession Number: 18308430, DOI: 10.1109/HiTech.2018.8566254 , Publisher: IEEE
2. Nikolova-Alexieva, V., Kumanova-Larde D., (2014) Investigation of the process modeling in Bulgarian organizations, Scientific journal "Economics and finance", Collections of scientific articles "Problems of social and economic development of business", Vol. 1, Publishing house "Breeze", Montreal, Canada, ISBN 978-3-00-047714-4, pp.20-25
3. Nikolova-Alexieva, V., (2013) Survey of how process modeling is used in the Bulgarian organizations, Journal: *PROCEDIA – SOCIAL AND BEHAVIORAL SCIENCE*, Vol. 92, 10 October 2013, Published by ELSEVIER, ISSN: 1877-0428, Pages: 637-642, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.730>, [www.elsevier.com/locate/procedia,V.2013](http://www.elsevier.com/locate/procedia,V.2013)
4. Sørensen, H. E., (2012) *Business Development: A Market- Oriented Perspective*. New York: John Wiley & Sons, Ltd.
5. Temelkova, S., (2017) *Content Marketing and Business Development, Marketing - Experience and Perspectives*, Science and Economics Publishing House, Varna
6. <http://www.stateofinbound.com>

**Dobryanska Victoriya,**  
Ph.D., Associate Professor  
**Titarenko Lybov**  
Ph.D., Associate Professor

*Poltava National Technical University named after Yuri Kondratyuk (Ukraine)*

## **AN ANALYSIS OF THE WORLD-WIDE EXPERIENCE OF USING NEWSJACKING TO ENHANCE BRAND RECOGNITION**

**Добрянська В.В.,**  
канд. техн. наук, доцент  
**Титаренко Л.М.**  
канд. техн. наук, доцент

*Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка*

## **АНАЛІЗ СВІТОВОГО ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ НЬЮСДЖЕКІНГА ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ВПІЗНАВАНOSTІ БРЕНДА**

**Abstract.** *The article, as a result of the research, found that popularization of the brand should be considered as a dynamic characteristic of its development, which encompasses the competitiveness of the enterprise and its development. It is proved that the development of the company's image is achieved through the method of content marketing - newsjacking. The factors influencing the formation of brand popularity are established. The toolkit and versions of newsjacking are explored.*

**Keywords:** *newsjacking, content marketing, marketing, brand, information.*

**Анотація.** *У статті, в результаті проведеного дослідження, встановлено, що популяризацію бренду потрібно розглядати як динамічну характеристику його формування, яка охоплює конкурентоспроможність підприємства та його розвиток. Доведено, що розвиток іміджу компанії досягається шляхом методу контент-маркетингу – ньюсджекінгу. Встановлено фактори, що впливають на формування популярності бренду. Досліджено інструментарій та різновиди ньюсджекінгу.*

**Ключові слова:** *ньюсджекінг, контент-маркетинг, маркетинг, бренд, інформація.*

**Постановка проблеми.** Контент-маркетинг наразі стає популярним серед маркетингових інструментів. Він спонукає витратити час на перегляд або читання контенту, сплаченого рекламодавцем. Саме тому застосування ньюсджекінга (інтегрованого інструменту контент-маркетингу) є одним із головних джерел створення та підтримки іміджу фірми сьогодні та для перспективи розвитку у майбутньому.

**Аналіз останніх досліджень.** Розвиток даного інструменту в міжнародних компаніях для популяризації бренду та зацікавлення споживачів описано в наукових роботах таких зарубіжних вчених, як Девід Мірман Скотт [11], Тейдж Мерсер [10], Річард Талер [8] та інші. Певні теоретичні і практичні аспекти дослідження і оцінки ньюсджекінга, як інноваційного інструменту брендів потребують більш детального вивчення, яке в свою чергу підвищить ефективність популяризації компанії та дасть зрозуміти, яке збільшити конкурентоспроможність.

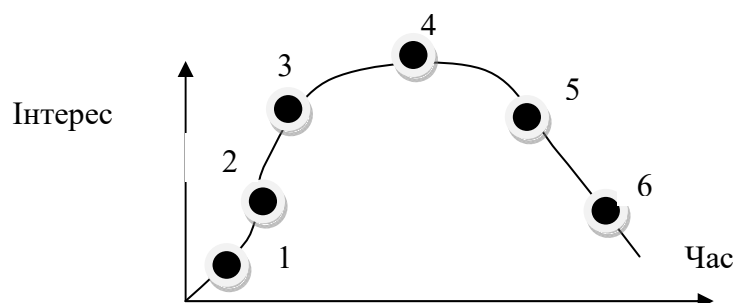
**Мета статті.** Метою дослідження є аналіз та оцінка використання ньюджекінга для популяризації бренду.

**Виклад основного матеріалу.** Сьогодні існує багато різнопланових маркетингових методів створення та розвитку брендів. Проте, більшість методів формують певну цільову аудиторію в результаті довгострокової і регулярної комунікації з постійними споживачами. Швидкісне охоплення великої аудиторії споживачів з різних сегментів ринку можливе завдяки ньюджекінгу. Даний термін запровадив Девід М. Скотт, за його думкою ньюджекінг (англ. newsjacking) – це процес інтеграції бренду та ідей в актуальний для даного часу інформаційний фон [11, с.25]. Основа інструменту: якщо опублікувати контент, який пов'язаний з важливою подією, можна отримати швидкісну популяризацію трафіку і відповідно бренду.

Однією з перших застосувала ньюджекінг компанія Oreo. У 2013 році в Новому Орлеані проводився Super Bowl, фінал чемпіонату з американського футболу. Під час матчу на стадіоні несподівано погасло світло. Мільйони американців, що стежили за грою, відволіклися від екранів телевізорів. Маркетологи Oreo опублікували твіт зі словами «Темне печиво можна смакувати і в темряві». За даними журналу AdAge, за першу годину публікацією поділилися 10 тисяч чоловік [1, с.75].

Використовуючи даний інструмент, можна збільшити інтерес до бренду і ненав'язливо рекламувати його. Користувачі соціальних мереж діляться постом компанії, через що ЗМІ звертають на нього увагу. Журналістам необхідно постійно висвітлювати цікаві новини, а для цього потрібні інфоприводи. Протягом деякого часу ім'я компанії чи бренду буде використовуватися в засобах масової інформації, отже фірма отримає можливість залучити більше трафіку та інтересу до себе.

Ще один прекрасний приклад ньюджекінгу – поширення смішної історії і пов'язування її з брендом. Наприклад, в Ірландії в яловичині виявили конину за допомогою тесту ДНК. Новина стрімко поширилася у інших країнах в результаті чого з багатьох супермаркетів прибрали всю продукцію з яловичини. Взявши за основу цю історію, компанія автомобілів Mini створила рекламний слоган «М'ясо. З величезною кількістю коней всередині» [5, с.89].



**Рис. 1. Життєвий цикл новин**

У сучасному «інформаційному суспільстві» життєвий цикл новин постійно скорочується. Більшість інфоприводів залишаються актуальними протягом кількох днів або годин, у виняткових випадках новини живуть

протягом декількох тижнів. Тому приєднуватися до інформаційних хвиль потрібно якомога раніше, щоб повністю використовувати їх потенціал. На рисунку 1 зображено життєвий цикл новин. Як видно з рис. 1. на першому етапі відбувається зародження тренду, наступний крок – журналісти намагаються знайти додаткову інформацію. Тобто починати роботу з новинами потрібно безпосередньо після появи відповідних повідомлень в ЗМІ (між першим і другим етапом життєвого циклу новин).

На нашу думку, бренди підвищують свою впізнаваність за рахунок зростання популярності тієї чи іншої теми, якщо почати працювати з нею до того, як ЗМІ опублікують докладні матеріали про події, які включають аналіз і додаткову інформацію. Як видно на графіку, ньюсджекінг втрачає сенс, якщо працювати з новинним приводом на піку його популярності, тобто на четвертому етапі, після третього – зростання хвилювання публіки. П'ятий та шостий крок – тренд йде на спад і взагалі зникає з інформаційних джерел.

Компаніям варто приділяти більше уваги новизні та оригінальності своїх публікацій, щоб зайняти лідируючі позиції на ринку. Важливою складовою визначення потенціалу компанії в соціальних мережах є аналіз статистичних даних стосовно кількості успішних публікацій, які сподобалися споживачам та підвищили мікро та макроконвенції. Труднощі виникають на стадії коли є ідея, яка потрібна ринку і споживачам, але чіткого уявлення про те, як її слід реалізувати та застосувати задля популяризації власного бренду немає.

Для розвитку бренду необхідно отримати підтримку споживачів, для цього потрібно показати інноваційний потенціал компанії на ринку із застосуванням методу ньюсджекінга, який поділяється на: прямі історії, інформування із затримкою, пізній аналіз, пізній глибокий аналіз.

Прямі історії – спекуляції на гарячій темі, це найкращий спосіб бути першим і залучати великий обсяг трафіку. Для цього потрібно отримати історію з першоджерела і «дописати» її продовження з точки зору бренду. Якщо бренд першим розповість новину, то на нього будуть посилятися і цитувати в соціальних джерелах. Прямі історії – найскладніший спосіб ньюсджекінга, адже потрібно постійно відстежувати інтернет, щоб знайти підходящі матеріали до їх «виникнення», а потім опублікувати їх, випереджаючи інших.

З'явившись через кілька годин або днів після події, інформування із затримкою – це детальний огляд новини, що дуже зручно для читачів. Цей тип подачі новин має важливу особливість – подію неможливо передбачити, але її можна правильно подати, пропонуючи погляд бренду на те, що сталося. Така технологія маркетингу – відмінний спосіб для швидкого створення контенту, але він повинен залишатися цінним і корисним для цільової аудиторії.

Пізній аналіз доцільний, коли немає достатньої кількості часу або інформації, щоб дослідити проблему і представити її з усіх кутів і точок зору, але у бренду є своя чітка позиція на події, що відбуваються. Цей тип повідомлень краще публікувати незабаром після події, але замість повторення нових подробиць того, що відбувається, в даному форматі подачі інформації проводиться її аналіз.

Пізній глибокий аналіз застосовується, коли замість того, щоб відразу писати про те, що відбувається або актуальну подію (протягом декількох годин

після її завершення), можна почекати кілька днів або навіть тижнів, щоб висвітлити дане питання з потрібного ракурсу. В даному типі ньюджекінга не варто хвилюватися про своєчасність, краще знайти про щось цікаве, потрібне саме цільовій аудиторії бренду. Даний підхід особливо добре працює для подій, що мають «тривалий термін життя» [6, с.46].

**Висновки.** Отже, контент, який створюється із застосуванням ньюджекінгу повинен не тільки надавати інформацію, але і супроводжувати бренд в соціальних мережах, відстежувати кількість мікро та макроконверсій впродовж життєвого циклу з урахуванням реального внеску можливостей бренду в кінцеві результати діяльності компанії.

### Література:

1. Беквіт Г. Продаючи невидиме. Керівництво з сучасного маркетингу послуг / Г. Беквіт. – Київ: Клуб Сімейного Дозвілля, 2018. – 198 с.
2. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством / Н. В. Івашова // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 4. - С. 280-288.
3. Котлер Ф. Десять смертних гріхів маркетингу / Філіп Котлер. – Київ: Клуб сімейного дозвілля, 2017. – 160 с.
4. Манн І. Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів / Ігор Манн. – Київ: Моноліт-Bizz, 2018. – 320 с.
5. Ноймайер М. Zag. Найкращий посібник з брендингу / Мартін Ноймайер. – Київ: Клуб Сімейного Дозвілля, 2017. – 192 с.
6. Сетьяван І. Маркетинг 4.0: від традиційного до цифрового / І. Сетьяван, Г. Кетарджая, Ф. Котлер. – Київ: КМ-Букс, 2018. – 208 с.
7. Соболева Л. Феномен Instagram 2.0 / Любов Соболева. – Київ: BookChef, 2018. – 304 с.
8. Талер Р. Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення / Річард Талер. – Київ: Наш Формат, 2018. – 180 с.
9. Таранюк Л. М. Потенціал і розвиток підприємства: навчальний посібник / Л. М. Таранюк. - Суми : Видавничо-виробниче підприємство «Мрія-1», 2016. - 278 с.
10. Mercer, T. (2017), Newsjacking 101: The BIGGEST PR Secret to BLOW Up Your Business, Book, or Brand, WanHawk Media, New Jersey, United States
11. Meerman, D. (2011), Newsjacking: How to Inject your Ideas into a Breaking News Story and Generate Tons of Media Coverage, Wiley, New Jersey, United States

**Olga Mohylevska,**  
PhD in Economics, Associate Professor,  
*Kyiv international University (Kyiv, Ukraine)*  
**Andrei Filipovski**  
Postgraduate Student,  
*European University (Kyiv, Ukraine)*

## CORE MARKETING COMPETENCIES OF AN INDUSTRIAL ENTERPRISE

**Abstract.** *The paper proves the relevance and practical significance of the problem of building core marketing competencies and marketing potential of an industrial enterprise. It suggests scientific approaches to understanding of the essence and components of marketing potential, determines its level at a particular enterprise. It is concluded that competencies make it possible to secure competitive advantages by setting a new performance standard for industry. It also defines the essence of marketing competencies and their distinctive features at an industrial enterprise.*

**Key words:** *marketing, marketing potential, competencies, core marketing competencies.*

### INTRODUCTION

As is known, the market share of an economic entity is determined by competitive advantages created due to marketing potential. When building it should be noted that the essence of modern marketing is described as a complex socio-economic phenomenon that has undergone significant modifications in the course of its transformation – from sales of products to activities aimed at creating and maintaining a system of relationships with customers in the exchange area in order to meet their requirements for goods and services. The state marketing model is based on relationship of trust and cooperation resting on the system of universal human values.

Etymologically, the term “competence” derives from the Latin word *competentia* and means an area of knowledge, a range of issues in which someone is well versed. As defined by the Great Explanatory Dictionary of Modern Ukrainian, competence, as an economic term, means familiarity with something, terms of reference of some organization, institution, or individual [1].

Economic entities have usually a whole number of competencies, which are not a competitive advantage, since competitors easily learn them. Now, a competitive advantage means a unique and exclusive value by far surpassing that other competitors offer, in particular, partnership, an ability to continually learn and use innovations difficult to imitate [5]. To secure competitive advantages, it is necessary to develop the basic core competence, which generates a competitive advantage, is used in various markets, and difficult to be reproduced by competitors.

A core competency represents a specific way to achieve results an enterprise needs with greater efficiency than competitors do. This economic category is a competitive advantage that influences consumer preferences. An economic entity cannot have many core competencies, in that their wording must be concrete, give a comprehensive picture of its advantages. A limited range of customers or of their groups that are a priority for an enterprise in the long run in order to secure a profit owing to their repeated applications serves as target accounts.



Concurrently with consumer market development and rise in living standards, buyers become more and more exacting as to choice of dairy products. In this situation, it is pretty hard for producers to foresee consumers' response to varied features and characteristics of manufactured products; therefore just knowledge and understanding of their needs mainly underlie core marketing competencies. Moreover, only those processing plants that integrate all efforts to find the best marketing technologies can achieve the highest performance results based on building core marketing competencies.

A core marketing competence serves as a derivative of the ability of an enterprise to generate the highest value to customers and ensure sustainable competitiveness. This hypothesis is based on theory introduced by K. Prahalad and G. Hamel, which sets fundamental requirements for core competencies, which must primarily provide potential access to a wide variety of markets, generate the highest use value making a substantial contribution to the perceived customer benefits of the product, and be difficult enough for competitors to imitate [2].

At present, the core marketing competence of an enterprise is understood as a generalized description of marketing knowledge, expertise, skills and abilities to adequately use them in order to create the highest value to customers and secure sustainable competitive advantages of the industry players.

During the study we undertook, it was found that the following factors markedly affect the power of loyalty of the products market consumers - products quality, marketing mix differentiation and flexibility, quality of service, attractive communication support programs, and level of staff competence. At the same time, sustainable competitiveness of processing enterprises has characteristic features, namely high-level marketing competence of marketing staff, great competitive strength of the marketing mix, establishment of unique integration ties in the marketing interaction channel, and the ability to influence interaction behavior of counterparties.

A body of marketing knowledge, abilities and skills, which enable to implement marketing interaction functions ensuring the highest value to customers and a stable competitive position of processing plants, forms a set of such core marketing competencies as knowledge of consumer behavior modeling, skill and experience in forming strategic partnership, ability to ensure marketing compliance with consumer expectations, interactive dialog ability in the marketing interaction channel, high marketing mobility in exploiting new market opportunities, skill and experience in reflexive influence on marketing behavior of counterparties, and ability to differentiate the marketing mix. A high level of development of the core marketing competence manifests itself in close relationship of milk processing plants with consumers refocusing their interests and potential demand on the enterprise's marketing offer or refocusing utilization of its marketing potential on consumer satisfaction.

Economic literature likens quite often marketing competencies to a glue that joins, links together all of the existing lines of economic activity of enterprises. They are also regarded as an engine for new business development. They, rather than market attractiveness, can serve as a basis for learning diversification and market penetration models.

The essence of marketing competence is oftentimes associated with marketing expertise. I. Kravets defines marketing expertise as a component of professional expertise, an integrative quality of personality that includes motivational and cognitive components, which is characterized by maturity of the need and motivation to conduct marketing research, to adopt optimal marketing strategies, to carry out marketing communications; by awareness of knowledge about the specifics of marketing research, marketing strategy, methods and forms of carrying out marketing communications; and by the ability to conduct marketing research, develop a marketing strategy, and carry out marketing communications [4].

In view of the foregoing, marketing expertise of heads of processing plants can be described as specific professional expertise of agents of management activity, which includes a system of knowledge of market-driven economy and marketing; skills and abilities towards development of strategic and tactic planning and operation of enterprises with maximum economic impact; experience in marketing research, expansion of the dairy products range; professionally important qualities (logical thinking, mobility in search for alternative solutions, creative thinking, and sociability); and a positive attitude to their management activity.

Such a behavior model only facilitates a growing influence of the superior upon his/her subordinates who are mainly viewed as patients rather than fellow workers. Furthermore, the authoritarian leadership style thwarts development of marketing potential of processing plants. Therefore, using marketing expertise mechanisms of those managing processing plants will act to raise the degree of consciousness of supporting ideas, proposals on the part of employees. In other words, it will help to sell to the consumer a personal contribution of each employee, because staff is the core resource that furthers effective development of enterprises.

Consequently, the conducted research gives reason to conclude that marketing potential of processing plants includes such components as potentials of marketing staff, marketing tools, marketing resources, and marketing intellectual assets. It has been established that just competencies make it possible to secure competitive advantages by setting a new performance standard for the industry. Sustainable competitiveness of processing plants should be ensured by such components as regard for characteristic features, high-level marketing competence of marketing staff, great competitive strength of the marketing mix, establishment of unique integration ties in the marketing interaction channel, and the ability to influence interaction behavior of counterparties. An important role in marketing expertise should be assigned to the plant manager and staff.

### References:

1. Great Explanatory Dictionary of Modern Ukrainian (amended and augmented) / Compiler and executive editor V. T. Busel. Kyiv: Irpin: Publishing and Trading Company Perun. 2005. 1728 p.
2. Klyuchevye kompetencii.ru/40. URL: <http://marketopedia-klyuchevye-kompetencii.html>.
3. Kotler, P., Keller K. (2009). Marketing Management; 12th edition. Saint Petersburg: Piter. 2009. 816 p.
4. Kravets, I. V. (2008). The Content and Structure of Student's Marketing Expertise. Siberian Pedagogical Journal. Novosibirsk. 2008. № 13. pp. 57-63.

5. Lambin, J. J. (2007). *Market-Driven Management*; transl. from Eng.; under the general editorship of V. B. Kolchanyi. Saint Petersburg: Piter, 2007. 800 p.
6. Petrushin, S. V. (2000). *Psychological Training in a Numerous Group (techniques for developing competence in socializing in 40 to 100 people strong groups)*. Moscow: Akademicheskii Ave; Yekaterinburg: Delovaya Kniga, 2000. 256 p.
7. Thompson, A. A., Strickland A. J. (2002). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Moscow: Williams. 2002. 928 p.

## PSYCHOLOGY, PEDAGOGY, EDUCATION, PHILOSOPHY AND PHILOLOGY

**Marin Paunov**

Professor, Ph.D

*University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria*

### GENERAL SOCIAL TRUST AND DIMENSIONS OF CULTURES

**Abstract.** *The role and the importance of social trust have been objects of a comparatively well-defined interest among investigators with sociology and social psychology backgrounds. Unfortunately, this is not so true when it comes to economists. In Economics, even the link between culture and economic development still lacks the necessary attention. At the other hand, in order to explain this link, it will be of help and importance to take social trust into consideration both directly and as an infrastructural element of some important cultural dimensions. This article – being generally with a nature of an overview - attempts to show social trust namely as such element, offering a framework for its interpretation and showing the correlational link between trust and several cultural constructs. This will hopefully help future modelling when it comes to investigating correlational and causal links between economic parameters and generalized social trust.*

**Key words:** *social trust, cultures*

One finds a not quite explicit but palpable conviction in the humanities community that trust does matter and it is „one of the most important synthetic forces within society“ [1]. Interest in the topic is characterised by strong and increasing fragmentation across scientific areas and research paradigms including sociology, political science, psychology, philosophy, history, management and organisational behaviour, anthropology, etc. Evidence is produced in various fields that trust contributes to economic growth and efficiency in market economies [2], to social integration, co-operation and harmony in society at large, to life satisfaction, stability and development of democracy, and even to life expectancy and health status. Trust also proves to be at the heart of entire clusters of concepts that are as important in social science theory as in practical daily life: happiness and satisfaction, optimism, health, economic prosperity, educational attainment, welfare, participation and cohesion, civil society, among others. Trust is also perceived as a core component of social capital and it is not uncommon to use it as a key indicator of it.

Provided that, overtly or not, trust enjoys recognition for its importance, two significant groups of questions arise: first, what precisely does trust do on the individual and social plane?; and second, where does it come from? Here, at least as regards the second group of questions, Delhey and Newton's conclusions, which draw six basic theoretical frameworks for studying the origin of social trust, deserve attention [3].

The six identifiable theoretical constructs about trust fall under two schools of thought or traditions. The first one links trust to individual properties (individual characteristics or parameters such as class, education, income, age and gender). The second one argues that social trust is rather a property of social systems.

The American social-psychological school of thought demonstrated convincingly enough as early as the mid-20<sup>th</sup> century through the work of Erikson, Allport, Cattell, Rosenberg, among others, how social trust can be interpreted as a core personality trait of individuals. It is learned in early childhood and tends to persist in later life, changing only slowly thereafter, but modifying itself deeper under the impact of prominent traumatic events. According to social psychologists, social trust is part of a broader set of personality characteristics that include optimism, a belief in co-operation, and confidence that individuals can resolve their differences in the name of living a satisfactory social life together. Trust and optimism are part and parcel of the same general disposition to the world. Conversely, distrust breeds pessimism, misanthropy and cynicism about the possibilities for social and political cooperation.

Some more recent social-psychological concepts have been constructed along these same general lines, the lead contribution among these being that of Eric Uslaner [4,5]. He proves that we learn trust very early in life from our parents. His two studies show that individual levels of trust are among the most stable characteristics over time. He also concludes that social trust is not dependent upon the experience of reciprocity. Trustors are not simply paying back trust and good deeds by others. Those who were trusted and supported by others when they were young grow to be more trusting than those who were less trusted and have not been treated as nicely in their early childhood. In addition, Uslaner argues that the sources of social trust lie in optimism and the internal locus of control i.e. the tendency to actively steer the course of one's own life. Optimism leads to higher levels of generalised trust and the latter is more strongly associated with the subjective measure of well-being and individual attitudes to life than with objective, external economic circumstances.

Besides as within the Erikson-Allport-Cattell-Uslaner social-psychological approach delineated above, trust can be looked upon from an individualistic perspective in another way. Bearing in mind that trusting always involves risks, it is only logical to expect that material well-being should determine the inclination to take risks and that the poor will be less inclined towards it than the rich since the poor cannot afford to lose even a little of what they have if their trust is betrayed [6]. Conversely, the rich stand to lose less in case of betrayed trust, and they may gain much more from a generally trusting behaviour. This general theory is supported by several significant analyses based on the World Values Survey. Social trust tends to be expressed by the 'winners' in society i.e. it is positively correlated with income, status, job and life satisfaction, education and subjective sense of happiness. The strong link between trust, on the one hand, and the subjective experience of happiness and well-being, on the other, has been studied also by Putnam and Inglehart [7,8]. Another author – Patterson - concludes that anxiety and insecurity are among the most powerful determinants of distrust [9].

There are surveys covering the interesting relationships between trust as an individual trait and some personal variables such as gender, age and education. It transpires, for example, that the younger and the oldest cohorts are among the most trusting, trust being lowest with the middle-range age groups. Some studies argue women are less inclined to trust than men but this depends on a host of additional

variables and is not a general truth. [For these and some other conclusions, some of which are used here too, see for example 10].

Trust studies also manifest different, parallel traditions with respect to trust, regarding it as a property of society rather than of individuals. The core idea here is that individuals participate in, contribute to, or benefit from a trusting culture, or from social and political institutions that encourage the development of trusting attitudes and behaviour.

In line with this approach, respondents and populations are asked a standard question on trust (as in the European Social Surveys (ESS)): "Generally speaking, would you say that most people can be trusted or that you can't be too careful in dealing with people?". It is assumed that this tells us less about individuals' inclinations to trust than about how they estimate the trustworthiness of the society around them. [10]. Here trust is perceived mainly as the product of experience, and it is assumed that we constantly modify and update our trustful and distrustful feelings in response to changing circumstances. As a result, levels of trust reported in social questionnaires and surveys tell us more about how trustworthy societies and institutions are than about the individual traits of those living in them.

If we assume that social trust is determined by the social circumstances which people find themselves in, it should be statistically associated with certain societal variables. However, there is little agreement about which these variables are and how much weight each one has. One of the theoretical traditions in this respect dates back to the works of John Stuart Mill, Tocqueville, etc. and it is traceable also in contemporary conceptions of social capital [11]. Here I refer to the Voluntary Organisations Theory and the importance of these organisations for building social trust. The core belief here is that we learn to participate by participating, and by participating in regular and close contact with others on a voluntary basis we learn the concepts of trust, reciprocity, co-operation, empathy for others, as well as develop an understanding of common interest and common good. The above-mentioned participation has one particular most important form and it is direct, face-to-face, and sustained involvement in voluntary organisations in the local community.

Naturally, the statistical correlation between membership in voluntary organisations, on the one hand, and the level of social trust, on the other, can be tested by using empirical data. There are some surveys confirming the existence of this correlation, to an extent [12,13]. Both their empirical, and methodological and theoretical grounds, however, have been criticised copiously and quite extensively [14,15].

As a whole, the predominant view is that no matter how important membership in voluntary civil associations for joint action may be, what matters from the point of view of social trust is direct participation in the social networks of everyday life [16]. For most people this means the informal interaction at the family and neighbourhood level, and at the place of work. It also means most of all sporadic, ad hoc participation in the loose networks of people who gather in local bars and pubs, at work, in various interest and hobby groups, and other some such groups that tend to cluster around schools, community centres, and residential areas. There is empirical evidence that such forms of civic engagement and social participation are increasing in modern societies [17] and it is them that have a stronger a correlation with levels

of social trust. Some researchers argue that the forms of social participation under consideration are particularly typical of the socialist societies of Central and Eastern Europe, where they are in contrast to the general feeling of distrust and social scepticism at the macro-social level, helping people solve their daily problems by what many of us know too well as ‘sting-pulling and favouritism’ [18].

A different form of micro-societal (communal) conceptions of trust concentrates on the characteristics of local communities, rather than the informal networks of relationships within them. Some research finds what seems quite noticeable empirically: the smaller the community, the higher trust is likely to be. Analysing different types of local communities in the USA, Putnam concludes that “... residents of small towns and rural areas are more altruistic, honest, and trusting than other Americans. In fact, even among suburbs, smaller is better from the social capital point of view.” [19].

The above-mentioned community theory of trust differs from explanations of trust that focus on the characteristics of whole nations or ethno-regional domains. In fact the communal component only goes to complement the other one, which is the leading one. Within it, it is found, for example, that wealthier nations, and those with greater income equality, have higher levels of trust than poorer ones with lower income equality [20]. Other surveys find a link between trust and social polarization (not only based on income but also on ethnicity and class) [21], the scope of the social protection networks and the independence of the court, etc. [22].

All these different theoretical paradigms about trust are not mutually exclusive. Some of them have certain overlaps. Some explain variations between individuals, others - variations between nations or ethnic groups; some may be better suited to analysing variation at a given point in time, some to explaining changes over time. All of them, however, as mentioned above, have contributed to an enhanced understanding about the origins and role of social trust.

Table 1

### Theories of trust and related indicators [23]

Theories	Indicators
<i>Individual</i> Personality theory Success and well-being theory	Income, social status Life satisfaction, job satisfaction, happiness, anxiety
<i>Social</i> Voluntary organisation theory Social network theory Community theory Societal theory	Membership of voluntary associations Network of relationships (networking) City size, satisfaction with the community, community safety Social conflicts, satisfaction with democratic institutions, political freedom, public safety

In the social context, trust, which is an emotion and as such is „felt”, is most often associated [24,25] with situations where a party in a given social transaction is ready to relay on the other party’s actions in a future moment of time or over a future period. The trustor voluntarily relinquishes their control over the other party’s actions

and, as a consequence, they are uncertain about the outcome of these actions, which entails risk of failure or some harm to the trustee if the other party fails to act as desired. To trust means no less than taking such risk or making a judgment that the probability of a negative outcome is sufficiently small i.e. a kind of voluntary vulnerability is in place, relying on positive expectations about the other party's behaviour.

Trust is a key element in human (and not only) relationships. Cognitive neuroscience is providing increasingly distinct indications that the disposition or propensity to trust and the judgment on the trustworthiness of the other party can be traced to the neurobiological structure and activity of a human brain. There are studies which demonstrate that trust can be hormonally altered (by applying oxytocin) [26]. Trust can be studied also at the supra-personal level in relations among social groups (nations, family, friends, communities, organisations, etc.) and it is not uncommon to bring trust into the picture to describe and explain intra- and inter-group dynamics. In social science trust and its derivatives are a subject of ongoing research. In sociology and psychology the level of trust one party has for another is a measure of the latter's faith in the former's honesty, integrity, fairness and benevolence. A related term is 'confidence' but with confidence we rather mean believing in the competence or capabilities and capacity of the other person i.e. it is not so much about emotion but about rational judgment. Some researchers argue that betrayed trust is easier to forgive if the affected person ascribes it to the other party's lack of sufficient competence as opposed to lack of benevolence or honesty. Economics, on the other hand, conceptualises trust as reliability in transactions. By all means, trust is a heuristic decision-making mechanism enabling a person to cope with complex situations where reliance on purely rational justifications is unrealistic.

In the field of sociology trust is seen primarily through the prism of its place and role in social systems [27,28,29], the interest the topic attracts from sociologists growing with the dynamic social changes in recent decades, referred to as post-modernity. Trust is a social construct, an element of social reality and it does not exist outside our notion of the *other*. The notion in question can be realistic or not i.e. adequate to the objective reality reflected, but it is this notion that is the carrier of the ingredients of trust. It is not uncommon for trust in sociology to be discussed in parallel with other constructs such as confidence, control, risk, meaning and power. And because trust is a social construct, in principle it is valid to discuss whether trust can be trusted i.e. whether social trust operates as expected [30].

In psychology trust is the belief that the trustee will behave as we expect them. Philogenetically, trust starts at the immediate family and grows to others. For Erik Erikson, the author of the psychosocial-crisis-stages concept, developing basic trust is the first step in psychosocial development, which could have a positive or negative outcome for personality development during the first two years of one's life. The successful completion of this stage results in a sense of security, a propensity to trust and be optimistic, whilst the unsuccessful completion lays the foundations for a deeper and more lasting sense of mistrust and insecurity, the morbid version of the unsuccessful completion of this stage leading to attachment-related mental disorders [31].



Trust is integral to the idea of social influence, because, apparently, it is easier to influence or persuade someone who is trusting. The bottom line is that trust is about choosing to be vulnerable in relation to someone who you believe trustworthy (i.e. when their behaviours have the capacity to invite positive expectations). From the point of view of psychology, trust seems dependent on several of its ingredients or determinants: the perceptions about the other's honesty, their competence and the similarity of values between trustor and trustee. What also matters here is the capacity of a person to be able (inclined) to trust others, which is a composite phenomenon. Many times it has been found that once trust is lost, by violation of one of these determinants, it is very hard to regain. i.e. there is a marked asymmetry in building versus losing trust.

It can be summarised that psychology (especially social psychology) is relatively highly interested in trust, especially its social implications. Here one needs to mention Brabara Misztal's book, in which she attempts to capture all existing meaningful aspects of the concept, concluding that trust has three most important roles in human life. It makes social interactions predictable, it creates a sense of community, and it makes it easier for people to work together [32]. In addition to its social roles, trust may have positive effects on the behaviours, perceptions, and performances of a person. For example, it has a reciprocal relationship with organisational justice perceptions and the two reinforce each other [33]. Again from the point of view of organisations, trust proves influenced by the structuring of the work environment and in turn is a factor for increased cooperation and enhanced performance [33]. Conversely, where trust is absent, projects can fail, especially if this lack of trust has not been identified and addressed [34].

Social-identity theories too manifest a traditional interest in trust, social identity on its own right having significant cultural aspects. The attitudes and behaviours showing the difference in the perception of the other, depending on their belonging or not to some kind of 'own' group, is based primarily on trust. A whole series of experiments arrive at interesting conclusions, showing that the definition of 'same club' membership can be defined by factors such as being a fan of the same football team, the university they went to, a mutual acquaintance and such like stereotypisations; however, once in place this perception of the other as a member of the same group invites higher levels of trust. This holds true even when the attitude towards one's own group is not particularly positive [35, 36, 37].

In this case the way economics treats trust is of particular interest. In this field of science trust is interpreted as an explanation for the difference between actual human behaviour and the one that can be explained by the individual desire to maximize one's utility. In other words, in economics trust is seen as providing an explanation of the difference between Nash equilibrium and the actual, observed equilibria. Bearing in mind the latest research in cognitive neuroscience and behavioural economics, this is an approach ignoring the presence of a host of other irrational factors determining economic behaviour but at least it acknowledges the importance of trust. In economics trust is also seen as a lubricant of a number of social transitions, reducing the cost of these transactions, enabling new forms of theirs and generally furthering business activities [38, 39], including employment and prosperity [40]. From this point of view trust is also regarded as a form of social

capital. Traditionally, it has been claimed that higher levels of social trust are positively correlated with economic development, while lower levels of trust slow down economic growth.

In publications dealing with organisational cultures, or rather – to put it more precisely - with those characteristics of the national values orientation, which influence most deeply the organisational cultures in the respective ethno-regional domain and the “philosophy” of organisational behaviour, there are concepts which over the years have earned the status of classics. Among them are the models of Hofstede and Trompenaars & Hampden-Turner. These authors do not deal directly with trust, but in this case we may be able to use their systematisations in order to find the place of trust as a fundamental variable, intertwined with the cultural dimensions in their models. [41, 42, 43, 44, 45].

Based on the large number of survey studies Hofstede has undertaken, he developed five problem areas (dimensions) that are there for society to consider and that each group resolves in a way that seems most appropriate for the community in question for a relatively long period. Knowledge and views on these problem areas are passed down for generations and this is how cultural identity of the respective group is moulded. The five problem areas that Hofstede uses to delineate culture are: identity, hierarchy, (psychological) gender, truth, virtue. Irrespective of whether we take Hofstede’s model or some of the other influential ones on the topic (for example, that of Trompenaars and Charles Hampden-Turner), we could look for the intrinsic link that exists between social trust, on the one hand, and many of the dimensions of the respective cultural model, on the other hand. Here we shall consider some of the actualisations of this link which go to illustrate the fundamental ‘infrastructural’ role of trust.

The so-called ‘identity’ (as per Hofstede’s model) tells where the respective culture is placed on the *individualism-collectivism* axis. This problem area looks into the relationship between the individual and the group, and could be seen as a continuum stretching between individual identity and group identity. The various manifestations of the continuum in question are called differently in various publications: individualistic vs. collectivistic, weak context vs. strong context, specific vs. diffuse, internal vs. external control, monochronic vs. polychronic cultures. This diversity has emerged because many culturalists believe the identity continuum important. It goes to show how many aspects there are to this basic social problem area. The role of trust as a determinant here is relatively obvious: due to its very nature, collectivism both involves and calls forth higher levels of trust.

As evidence to the above-said, we could use the ESS Round 7 primary data (Dataset: ESS7-2014, ed.2.1) covering 38496 respondents from across European countries in order to obtain the correlation coefficients for generalised trust and several of its more specific manifestations, on the one hand, and the individualistic-collectivistic attitudes, on the other hand. There is a particularly strong association of collectivism vs. individualism as a cultural dimension with generalised social trust.

The “power distance” dimension (again as per Hofstede’s model) also presupposes an inherent link with trust. In high power distance cultures, managers and staff regard each other as existentially unequal – they believe that hierarchy is

based on a kind of natural inequality. Organisations and societies tend to centralise power as much as possible in the hands of fewer people.

	<b>Most people can be trusted or you can't be too careful in dealing with people</b>	
Trust in the Parliament of the respective country	Correlation	<b>0.363</b>
	Significance	0.0000
	Count	38496
Trust in the legal system of the respective country	Correlation	<b>0.361</b>
	Significance	0.0000
	Count	38496
Trust in the police of the respective country	Correlation	<b>0.289</b>
	Significance	0.0000
	Count	38496
Trust in the politicians of the respective country	Correlation	<b>0.366</b>
	Significance	0.0000
	Count	38496
<b>Most of the time people attend to themselves (as opposed to helping others)</b>	Correlation	<b>0.478</b>
	Significance	0.0000
	Count	38496

Subordinates are expected to accept orders about what to do. There are many jobs with controlling roles, structured in steep hierarchies of employees who report to each other. Top to bottom of the hierarchy comparison reveals huge differences in pay levels. The superiors enjoy privileges ('private laws'), the ideal boss, as seen by subordinates, being the benevolent autocrat or the "good father". The visible signs of status in high power distance cultures contribute to the authority of the superiors – the subordinate is highly likely to be proud to tell their neighbour that their boss is driving a bigger car than that of the neighbour's boss. Senior managers are respected more than young ones. Being a victim of abuse of power on the part of your boss is more often interpreted as just a piece of bad luck and there is no clear inclination to seek redemption or compensation in such situations.

In low power distance cultures, managers and staff regard each other rather as existentially equal, while the hierarchical system is merely an operational inequality of the roles in a certain context and is there for the sake of more convenience and efficiency. Roles can be changed or swapped so that today's subordinate can be tomorrow's manager. Organisations and many public structures are quite decentralised, with flat organisational structure and a limited number of controlling staff. Differentiation in pay (income inequality) i.e. the difference between the maximum and minimum levels of pay or income is relatively small. Privileges of those at the top are undesirable. As a rule, superiors should be accessible to their subordinates and the ideal manager is seen as the resourceful (and respected for their resourcefulness) democrat. Status symbols in communities of lower power distance are frowned upon. More and better developed appeals procedures for citizens and subordinates to use are expected to be in place as regards complaints about alleged abuse of office (malfeasance in office).

A key issue under this cultural dimension is the form of hierarchical structure and the procedures bringing it to life i.e. the extent of inequality among people. In

high distance power societies no one believes that all are (or even that they should be) equal or that they should enjoy the same prerogatives. Parents will not be children, leaders will not be followers, kings will not be subjects.

In Europe several survey studies (including Hofstede's) have revealed that power distance in Northern and Western European cultures is lower than in Eastern and South European countries. The two regions are divided, roughly speaking and not by coincidence, by the former border of the Roman Empire. Such divide exists also between Anglo-Saxon and Latin cultures.

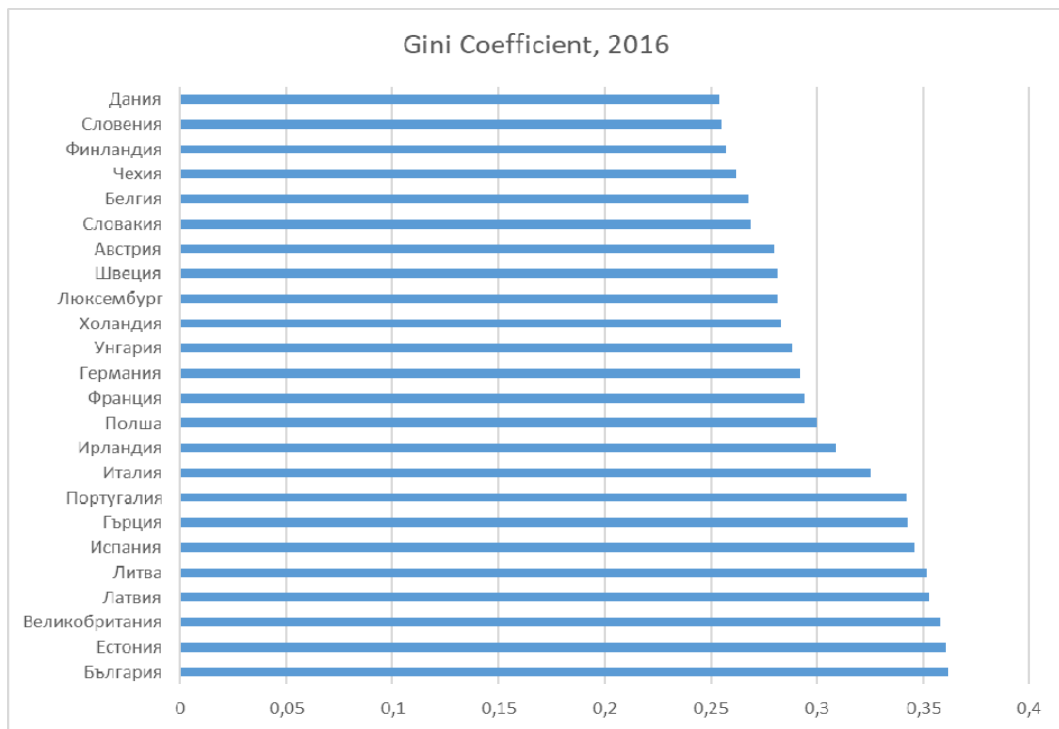
In the table below, based on Hofstede's model, some of the most important behavioural tendencies are systematised, as deriving from the difference in power distance and illustrating it well enough.

Characteristics typically observed in low power distance cultures	Characteristics typically observed in high power distance cultures
Use of power needs to be constantly legitimised and is subject to moral criteria.	Interpretations of ethics are flexible depending on who possesses and uses power.
Capabilities, wealth, power and status are not necessarily interrelated.	Capabilities, wealth, power and status usually come together.
A large middle class is in place.	The middle class is not prominent in the social structure.
The assumption is that all should have equal rights irrespective of whether they have power or not.	People in power enjoy many privileges and this is generally considered normal.
The holders of power try to look less empowered i.e. they try to mitigate the sense of power distance.	The holders of power try to look as impressive as possible i.e. they try to give prominence to power distance.
Power is based on formal position, expertise and the right to determine pay levels.	Power rests on family and friend circles, charisma and ability to use force.
Pluralistic governments	Autocratic and/ or oligarchic governments
Political spectrum with strong centre and weaker wings	Political spectrum with weak centre and strong wings
Small income disparities mitigated further by systems of taxation	Huge income disparities often reinforced by systems of taxation

Even though considered at the micro level, surveys show a strong correlation between trust and power distance [46]. In addition, we can go on to illustrate this correlation using the last element in the above table – income inequality. The expectation is for economies and societies with lower levels of social trust to have higher values for income inequality, as measured by the classic Gini coefficient. The data analysis indicates the existence of this very correlation.

Gini coefficient data issued by the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) and data from surveys by the author for 2016 [47] are provided in the table below.

If, in addition, we take into account the Eurostat data for 2015 on the levels of trust in European countries [48] we find that the correlation coefficient between the measure for income inequality (disparities) and the levels of social trust is **0,495**.



Truth (ambiguity tolerance) as a cultural dimension is called ‘uncertainty avoidance’ as opposed to ‘uncertainty and ambiguity tolerance’. Striving for certainty is a universal basic human need but the level of its normalcy differs across cultures. The main question with this cultural dimension is how to cope with the unpredictable and the indefinite. It bears a relation to anxiety as a basic human feeling or, in other words, the fear of the unknown. Representatives of low ambiguity-tolerance cultures believe in order and self-discipline where strict rules and one single truth exist. Many people in this type of cultures believe difference is dangerous. Representatives of cultures at the other end of the spectrum see the former type of culture as not very foreigner-friendly, since foreigners bring in unclarity, as well as rigid and dogmatic; they are more tolerant of differences.

Hofstede believes that Russia and the Balkan countries have strong uncertainty avoidance cultures, just like Japan, Korea, Mexico, Belgium and France. German-speaking countries feel very uncomfortable with uncertainty. English-speaking countries and China tend to be more uncertainty tolerant. Singapore, Jamaica and Denmark are strongly uncertainty tolerant.

Laws and rules are among the basic mechanisms society uses when seeking to avoid uncertainty. In societies avoiding uncertainty there are generally numerous formal laws and informal rules controlling rights and obligations. In organisations there are also many internal rules and regulations to control the process of work, even though in this case power distance plays a role too. Wherever the latter is strong, superiors exercising absolute power can, for some time and to some extent, replace legislation. In essence, the need for laws and rules is not so much based on formal logic; rather, it is based on a psychological one. People in a given community have been programmed since early childhood to feel comfortable in a structured environment where nothing should be left to chance. The emotional need for laws and rules in countries with strong uncertainty avoidance often leads to establishing

rules or adopting rule-oriented behaviour, which is pointless, inconsistent or non-functional. In such cultures, not only does the employee like to be told what work needs done but they are also happy to get clear, detailed instructions on how to do it. All this does not mean that rules and requirements will not be violated and considered 'formal', though.

In countries with weaker uncertainty avoidance cultures there is an emotional overthrow of a too-many-rules-or-too-formal-norms situation. Rules are coined as a last resort. People in such societies take pride in the fact that many problems can be solved through common sense and cooperation. The Germans with their strong uncertainty avoidance culture are impressed by the social discipline of the British, who queue at bus stops and in shops. There is no law providing for mandatory queuing; queuing is based on a social habit constantly reinforced by social control. Paradoxically enough, rules in weak uncertainty avoidance countries are not as sacred, but are largely and better respected. British queuing, given as an example, is also facilitated by the unemotional calm nature of their culture. As mentioned earlier, weaker uncertainty avoidance also means lower levels of anxiety.

The emotional need for rules in strong uncertainty avoidance societies can turn into a measure of punctuality. This holds most true in relatively low power distance situations so that the behaviour of subordinates does not depend on whether their boss is watching. The Swiss watch industry is a case in point. Today Japanese industries benefit from this aspect of Japanese culture. Punctuality in weak uncertainty avoidance countries is not innate; it is learned, if required.

Weak uncertainty avoidance countries more often foster innovations since they have higher tolerance for ideas outside the box. On the other hand, they are the losers when it comes to universal roll-out since such a scale of application requires significant sense of detail and punctuality. Details and punctuality are to be found in strong uncertainty avoidance countries.

As a whole, the aspiration for more and detailed norms in the form of laws, procedures, regulations, rules, etc., which are an expression of low ambiguity tolerance, is an obvious indication of an urge for security (intolerance for the lack of it) and of lower levels of public trust. With higher levels of the latter, people would tend to rely on the rational reasoning, benevolence and self-discipline of the others and not so much on imposed norms meant to regulate behaviours.

Hofstede's 2017 data for the Uncertainty Avoidance Index (UAI) and the already used data on public trust for the 24 European countries produce a correlation coefficient between the two parameters of **0,657**.

It seems to me the above-said is sufficient to illustrate and justify analytically what looks quite obvious anyway: social trust is closely associated with a number of key dimensions determining cultures. Other correlations can be sought and found too; in this case, however, this is hardly necessary. What matters is to recognise that trust can impact a large number of social and economic variables, both directly and indirectly, through cultural dimensions. This is definitely an area offering promising room for future less general research and modelling.

### References:

1. Simmel, Georg (1950), *The Sociology of Georg Simmel*, translated and edited by Kurt Wolff, Glencoe, Ill.: Free Press, p.326
2. Bjørnskov, C.,: *How Does Social Trust Affect Economic Growth?*, University of Aarhus, [http://pure.au.dk/portal/files/783/06-2\\_CB.pdf](http://pure.au.dk/portal/files/783/06-2_CB.pdf)
3. Delhey, J. and Kenneth Newton, *Who Trusts?*, *European Societies*, 5(2) 2003: 93–137
4. Uslaner, Eric M. (1999) ‘Democracy and Social Capital’, in Mark Warren (ed.) *Democracy and Trust*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 121–50
5. Uslaner, Eric M. (2000) ‘Producing and Consuming Trust’, *Political Science Quarterly* 115(4): 569–90
6. Banfield, Edward C. (1958) *The Moral Basis of a Backward Society*, Glencoe, Ill.: Free Press
7. Putnam, Robert (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster, p. 138, 332-335
8. Inglehart, Ronald (1999) ‘Trust, Well-Being and Democracy’, in Mark E. Warren (ed.) (1999) *Democracy and Trust*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 88–120
9. Patterson, Orlando (1999) ‘Liberty against the Democratic State: on the Historical and Contemporary Sources of American Distrust’, in Mark E. Warren (ed.) *Democracy and Trust*, Cambridge: Cambridge University Press
10. Newton, K. (2001) ‘Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy’, *International Political Science Review* 22(2): 201–14
11. Putnam, Robert (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster
12. Brehm, John and Rahn, Wendy (1997) ‘Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital’, *American Journal of Political Science* 41(3): 999–1023
13. Stolle, Dietlind and Rochon, Thomas R. (1999) ‘The Myth of American Exceptionalism’, in Jan van Deth, Marco Maraffi, Ken Newton and Paul Whiteley (eds.) *Social Capital and European Democracy*, London: Routledge, 192–209
14. Torcal, Mariano and Montero, Jose R. (1999) ‘Facets of Social Capital in New Democracies’, in Jan van Deth, Marco Maraffi, Ken Newton and Paul Whiteley (eds) *Social Capital and European Democracy*, London: Routledge, pp. 167–91
15. Uslaner, Eric M. (2000) ‘Producing and Consuming Trust’, *Political Science Quarterly* 115(4): 569–90
16. Yamagishi, Toshio and Yamagishi, Midori (1993) ‘Trust and Commitment in the United States and Japan’, *Motivation and Emotion* 18(2): 129–66
17. Verba, Sidney, Schlozman, Kay L. and Brady, Henry E. (1995) *Voice and Equality: Civic Volunteerism in American Politics*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press
18. Kolankiewicz, George (1994) ‘Elites in Search of a Political Formula’, *Daedalus* (Summer): 143–57
19. Putnam, Robert (2000) *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, New York: Simon and Schuster
20. Inglehart, Ronald (1999) ‘Trust, Well-Being and Democracy’, in Mark E. Warren (ed.) (1999) *Democracy and Trust*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 88–120
21. Knack, Stephen and Keefer, Philip (1997) ‘Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation’, *Quarterly Journal of Economics* 112: 1251–88
22. Rothstein, Bo and Stolle, Dietlind (2001) ‘Social Capital and Street Level Bureaucracy: an Institutional Theory of Generalized Trust’, paper prepared for the ESF Conference on Social Capital: Interdisciplinary Perspectives, 15–20 Sept., Exeter
23. Delhey, J. And Kenneth Newton, *Who Trusts?*, *European Societies*, 5(2) 2003: 93–137
24. Mayer, R.C., Davis J.H., Schoorman F.D. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*. 20 (3), 709-734
25. Bamberger, Walter (2010). “Interpersonal Trust – Attempt of a Definition”. Scientific report, Technische Universität München. Retrieved 2011-08-16

26. Kosfeld, M., Heinrichs M., Zak, P. J., Fischbacher, U., and Fehr, E. (2005) Oxytocin Increases Trust in Humans” *Nature* 435, 2005, 673-676
27. Luhmann, N. (1979) *Trust and Power*. John Wiley & Sons;
28. Barber, B. (1983) *The Logic and Limits of Trust*. Rutgers University Press
29. Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*; Polity Press, Cambridge 1984
30. Gambetta, D. (2000) Can We Trust Trust? In: Gambetta, D. (ed.) *Trust: Making and Breaking Cooperative Relations*, electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford, chapter 13, pp. 213-237
31. Fonagy, Peter. (2010) *Attachment Theory and Psychoanalysis*. Other Press Professional, Print. ISBN 1590514602
32. Misztal, B., *Trust in Modern Societies: The Search for the Bases of Social Order*, Polity Press, ISBN 0-74561634-8
33. DeConick, J. B. (2010). The Effect of Organizational Justice, Perceived Organizational Support, and Perceived Supervisor Support on Marketing Employees’ Level of Trust. *Journal of Business Research*, 63, 1349-1355
34. Kurt T. Dirks, Donald L, *The Role of Trust in Organizational Settings*, Ferrin 2001
35. Foddy, M., & Dawes, R. (2008). Group-Based Trust in Social Dilemmas. In A. Biel, D. Eek, T. Garling, & M. Gustafsson (Eds.), *New Issues and Paradigms in Research on Social Dilemmas* (pp. 57-85). New York, USA: Springer Science and Business Media;
36. Guth, W., Levati, M.V., Ploner, M. (2006). Social Identity and Trust – An Experimental Investigation. *The Journal of Socio-Economics*, 37, 1293-1308
37. Brewer, M.B. (1999). The Psychology of Prejudice: Ingroup Love or Outgroup Hate? *Journal of Social Issues*, 55, 429-444)
38. Morgan, R.; Hunt, S. (July 1994). “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”. *The Journal of Marketing* 58 (3): 20–38
39. Zheng, J. Roehrich, J.K. and Lewis, M.A. (2008). The Dynamics of Contractual and Relational Governance: Evidence from Long-Term Public-Private Procurement Arrangements. *Journal of Purchasing and Supply Management*. 14(1): 43-54
40. Fukuyama, F. (1996) *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Touchstone Books
41. Hofstede, G., *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, Beverly Hills, Sage Publications, 1980
42. Hofstede, G., The Interaction Between National and Organisational Value Systems, *Journal of Management Studies*, No.22, p. 347-357.
43. More recent publications in Bulgarian are: Хофстеде, Х., *Култури и организации, Класика и стил*, София, 2000;
44. Хофстеде, Х. и др., *Изследване на културите, Класика и стил*, София, 2003; <https://www.geert-hofstede.com>, версия от 22.05.2017;
45. Тромпенаарс, Ф. и Хампдън-Търнър, Ч., *Да се носиш по вълните на културата, Класика и стил*, София, 2004, с. 13
46. Islamoglu, G. and Deniz Börü, *Power Distance and Trust, Convivence in Organizations and Society*, *Quaderni Di Psicologia del Lavoro*, ed. Francesco Avollone and Handan Kepir Sinangil and Antonio Caetane, Vol.12, 105-112, Guerini Studio, Milano, 2005
47. <https://data.oecd.org/inequality/income-inequality.htm>
48. Eurostat - Data Explorer - Distribution of population by tenure status, type of household and income group. Eurostat. 12 March 2015. Retrieved 14 April 2018



**Hohol Anna**

Postgraduate student

*Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kyiv)*

## **THE PROBLEM OF FORMING VOCAL AND CHORAL SKILLS OF PRIMARY SCHOOL PUPILS' CHORAL EDUCATION**

**Гоголь Анна**

аспірантка

*НПУ імені М.П. Драгоманова (Україна, м. Київ)*

### **ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ ВОКАЛЬНО-ХОРОВИХ НАВИЧОК У ХОРОВОМУ НАВЧАННІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ**

***Abstract.** Described the formation of vocal-choral skills in primary school pupils in the process of choral education in the context of pupils' age-specific features, their psychological and physiological development.*

***Key words:** vocal-choral skills, vocal-choral education, primary school pupils.*

***Анотація.** Висвітлюються питання формування вокально-хорових навичок дітей молодшого шкільного віку у процесі хорового навчання в контексті їх вікових особливостей, психічного та фізіологічного розвитку.*

***Ключові слова:** вокально-хорові навички, хорове навчання, молодші школярі.*

**Актуальність дослідження.** Як зазначав В. Сухомлинський, «пізнання світу почуттів не можливе без розуміння і переживання музики, без глибокої духовної потреби слухати музику й діставати насолоду від неї» [15, с. 25]. На нашу думку, тим засобом, за допомогою якого можна формувати у дитини духовну потребу слухати музику, розширювати світ її почуттів, формувати ціннісні орієнтації і водночас забезпечувати особистісний розвиток, є хорове виконання.

Хоровий спів – найкраща і, можливо, найцінніша з українських мистецьких традицій і форм колективного музикування, що сприяє відродженню художніх цінностей. Загальновідомо, що хоровий спів є одним з найулюбленіших видів дитячої творчості, а його значення для музично-естетичного розвитку дітей важко переоцінити.

У роботі з дитячим хоровим колективом завжди є актуальним питання формування вокально-хорових навичок молодших школярів, рівень яких впливає на емоційний, естетичний, духовний розвиток учнів, формує у вихованців вокально-хорову культуру, художньо-виконавську майстерність, сприяє розкриттю їх музичних здібностей, творчому самовираженню [6; 8; 17].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання розвитку вокально-хорових навичок дітей молодшого шкільного віку досліджували Ю. Алієв, О. Апраксина, І. Зеленецька, А. Менабені, Д. Огороднов, І. Пономарьков, Л. Степанова, Г. Стулова, Г. Струве, Л. Хлебнікова.

Про важливість хорового виховання у загальному розвитку школярів у своїх працях зазначали Л. Абелян, А. Болгарський, Л. Дмитрієва, А. Козир, В. Морозов, П. Ніколаєнко, О. Раввінов, Н. Черноіваненко та інші науковці.

Проте, слід зауважити, що проблема формування вокально-хорових навичок у молодших школярів залишається актуальною і потребує пошуку нових підходів і методів для її вирішення у процесі хорового навчання.

**Метою** даної статті є висвітлення вокально-хорових навичок молодших школярів, що формуються у процесі хорового навчання.

**Виклад основного матеріалу.** Хорове навчання дітей здійснюється, в першу чергу, в закладах загальної середньої освіти (на уроках музичного мистецтва), та в дитячих музичних школах. Водночас, дуже активно залучає до цього виду мистецтва мережа сучасних позашкільних навчальних закладів (палаці дитячої та юнацької творчості, центри естетичного розвитку, хорові студії).

Слід підкреслити, що саме хорове виконавство здійснює широку освітню функцію, активізує психічну діяльність, виховує пам'ять, артистичність, виразність і емоційність. Хоровий спів сприяє вихованню найкращих якостей особистості, впливає на моральне та естетичне виховання учнів, формує музичний смак і духовну культуру.

У порівнянні з дорослим хоровим колективом, хорове навчання молодших школярів має власну специфіку, що зумовлена постійним розвитком дитячого організму, на відміну від дорослого. Отже, для успішного хорового навчання молодших школярів слід обов'язково врахувати вікові фізіологічні та психологічні особливості учнів. Характеризуючи психологічні особливості молодших школярів (а це учні молодших класів – діти віком від 6–7 до 9–10 років), відзначимо яскравість уяви, емоційність, образність пізнання, розвиток самооцінки, саморегуляції, пізнавальних інтересів, підвищену вразливість, сприйнятливості, рухливість, готовність одразу ж реагувати, безпосередність та постійну потребу в нових враженнях [2].

Невід'ємною характеристикою психологічних особливостей молодших школярів є специфіка їх музичного сприймання. Л. Степанова зазначає, що у дітей в початкових класах ще майже не розвинене естетичне почуття, переважає конкретний, наглядно-образний характер мислення, який знаходиться у взаємозв'язку з їхнім життєвим досвідом [13].

О. Ростовський підкреслює, що молодшим школярам притаманна своєрідна специфіка мислення, яка відзначається переважно цілісним сприйманням [11]. У них нестійка увага, не сформовані уміння узагальнювати. Згідно з цими особливостями вони й реагують на музику. Учні цієї вікової категорії віддають перевагу веселій, рухливій, динамічній [7], моторній музиці. Науковець наголошує, що сприймання музики молодшими школярами «тісно пов'язане з руховими переживаннями (ритмічні рухи, спів)...», тому, вони «здатні визначати не лише загальний характер музики та її настрої, а й схоплювати характерні ознаки певного жанру, наприклад, колискової пісні, танцю, маршу...» [там само, с. 41].

Розглядаючи фізіологічний розвиток молодших школярів, зазначимо, що учні мають обмежений голосовий діапазон (до 1 октави – ре-мі-бемоль 2 октави). Голоси в цьому віці ще не мають яскраво вираженого індивідуального тембру. Звук голосу – ніжний, легкий, дзвінкий, проте, невеликої сили звучання в межах *p* – *mf*.

Особливе значення для якісного хорового звучання мають сформовані вокально-хорові навички. Навички відіграють важливу роль у діяльності людини, вони необхідні у виконанні будь-якої справи. Це стосується вправності виконання дій у різних галузях: виробничій, спортивній, художній, мистецькій та інших. Відомий фізіолог І. Сеченов зауважив, що наявність навичок полегшує людині виконання свідомих завдань. Поза свідомістю залишається «можливість починати, регулювати і завершувати дію», а сам рух відбувається без будь-якого подальшого втручання волі як реальне повторення того, що вже робили тисячі разів [12, с. 25].

З точки зору психології, «навичка – психічне новоутворення, підконтрольне свідомості та вироблене шляхом вправ, завдяки якому індивід спроможний виконувати певну дію раціонально, належно, з точністю і швидкістю, без зайвих витрат фізичної та нервово-психологічної енергії» [4, с. 86].

У педагогіці навички розглядають як, «сформовані шляхом частого повторення дії...», для яких властивий «...високий ступінь освоєння і відсутність поелементної свідомої регуляції» [5, с. 54]. Щодо музичної педагогіки, варто навести думку Г. Стулової, яка зазначала, що навички – це дії, окремими компонентами яких в результаті повторення стали автоматизованими [14].

Отже, навички – це закріплені, автоматизовані прийоми і способи роботи, що є складовими свідомої виконавської діяльності.

Що стосується вокально-хорових навичок, то О. Раввінов розуміє їх як «комплекс автоматизованих дій різних частин вокально-дихального апарату, що відбуваються під час співу і підкоряються волі співака, його виконавським бажанням, узгодженому співу в колективі» [10].

Такого погляду дотримувався й І. Пономарьков підкреслюючи, що вокально-хорові навички є «ретельно узгодженою стрункою системою» у якій вони зумовлюють і «взаємно доповнюють одна одну». Вчений стверджує, що успіх у хорі можливий тільки при умові міцного засвоєння всіх вокально-хорових навичок, надання рівного значення кожній із них [9, с. 4–5].

Отже, вокально-хорові навички школярів ми розуміємо як комплекс автоматизованих дій різних частин голосового апарату, згідно їх фізіологічного та психічного розвитку, що ґрунтується на музично-слухових уявленнях у процесі свідомої хорової діяльності.

На складність засвоєння вокально-хорових навичок молодших школярів звертала увагу Л. Хлебнікова, наголошуючи, що учням молодшого шкільного віку, вокально-хорові навички які набуваються у комплексі, важко аналізувати та знаходити зв'язок між окремими навичками [16].

О. Раввінов вважав, що для успішного формування вокально-хорових навичок важливо створити загальні умови, знайти послідовності цього процесу. До вокально-хорових навичок провідний фахівець у галузі музичного навчання в Україні відносить співацьку установку, дихання, звукоутворення і звуковедення, дикцію й чистоту інтонування. Співацькій установці відводиться особливе місце, адже вона, створюючи сприятливі умови для виразного співу, забезпечує зручне положення корпусу, голови, формується правильне дихання і звукоутворення [10].

Л. Дмитрієва, Н. Черноіваненко, О. Щолокова зазначають, що для

формування в учнів вокально-хорових навичок потрібно розвивати вокальні здібності, навчити їх природно, виразно, свідомо і злагоджено співати у хорі на кілька голосів, одночасно здійснюючи завдання охорони дитячих голосів; озброїти учнів знаннями, вміннями, навичками з музичної грамоти (засоби музичної виразності, спів по нотах нескладного матеріалу, запис звучання); ознайомити з кращими, доступними для школярів творами народної та класичної музики; виховувати художній смак; розвивати творчість школярів [3; 18].

Л. Хлебнікова підкреслює, що формування вокально-хорових навичок взаємопов'язане з виразністю виконання, що передає характеру твору. Для цього необхідно врахувати принципи поєднання художнього і технічного, емоційного та раціонального, свідомого та інтуїтивного в процесі опанування навичок хорової роботи. Сам процес вокально-хорової роботи над піснями з учнями включає ознайомлення, вивчення, закріплення та виконання [16].

У хоровій діяльності школярів Г. Стулова виділяє такі основні навички: інтонація і лад (стрій); ансамбль хору (як злиття тембру й узгодженість у ритмі, темпі і динаміці); спів «за рукою» керівника хору. Вчена наголошує, що органи слуху, голосові органи (гортань, глотка, голосові складки, м'яке піднебіння, ротова і носова порожнини) і органи дихання (легені, діафрагма, міжреберна мускулатура, трахея і бронхи) – є складний співочий організм, яким потрібно навчитися володіти [14].

О. Апраксина зазначає, що для розвитку молодшого школяра в хоровому колективі необхідно сформувати в нього такі вокально-хорові навички, як: співоча установка; спів за диригентським жестом; опанування навичок; опанування правильного звукоутворення; формування навички ясної і чіткої вимови приголосних; робота над чистотою і точністю інтонування у співі [1, с. 256–258]. Причому, основними вокально-хоровими навичками, які забезпечують якісне і художнє виконання у хорі є володіння звуком, диханням, володіння словом у творі, ансамблево-хорові навички (інтонація і лад, стрій), спів за «рукою» диригента, емоційність та художня образність виконання.

**Висновки.** Отже, вокально-хорові навички є важливою складовою хорового навчання молодших школярів. Це складний процес, який залежно від етапу вокально-хорового навчання, потребує вирішення певних завдань: навичок дихання, атаки, опори, вирівнювання звучання, чистоти інтонування, розширення діапазону, розвитку артикуляційного апарату тощо.

### Література:

1. Апраксина О. А. Музичне виховання в школі. Вип.12. Москва, 1977. 304 с.
2. Гоголь А. Я. Вокально-хорове навчання молодших школярів на засадах гедоністичного підходу. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 14. Теорія і методика мистецької освіти: проблеми теорії і практики: зб. наук. пр. Вип. 24 (29). Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2018. 164 с.
3. Дмитриева Л. Г., Черноиваненко Н. М. Методика музикального виховання в школі: [посібник для учителя]. Москва: Академія, 1998. 240 с.
4. Максименко С. Д. Загальна психологія: підруч. для студентів вищ. навч. закладів. Київ: Форум, 2002. 287 с.
5. Пальчевський С. С. Педагогіка: навч. посіб. Київ: Каравела, 2007. 576 с.

6. Паньків Л. І. Теорія та методика підготовки майбутнього вчителя до керівництва учнівськими музичними колективами: Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. / Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2005. 19 с.
7. Петько Л.В. Новорічний позакласний захід «Happy New Year!». Іноземні мови : наук.-метод. журн. / засн. Київський лінгвістичний університет і вид-во «Ленвіт» ; гол. ред. С.Ю.Ніколаєва. – Київ: Вид-во «Ленвіт» 2008. № 3. С. 69–71.
8. Петько Л.В. Робота над піснею в курсі англійської мови як один із засобів професійної підготовки студентів гуманітарних спеціальностей ВНЗ. Іноземні мови. 2011. № 1 С. 44–48.
9. Пономарьков І. П. Хоровий спів в школі. Київ: Радянська школа, 1949. 79 с.
10. Раввінов О. Г. Методика хорового співу в школі. 2-ге вид. Київ: Музична Україна, 1971. 124 с.
11. Ростовський О. Я. Методика викладання музики у початковій школі: навч.-метод. посібник. 2-е вид., доп. Тернопіль: Навчальна книга. Богдан, 2001. 216 с.
12. Сеченов И. М. Физиология нервных центров. Москва: Медгиз, 1952. 427 с.
13. Степанова Л. П. Розвиток поліфонічного слуху в молодших школярів засобами українського фольклору. Мистецтво та освіта. Київ: Вид-во «Фенікс». 2009. № 2. С. 17–21
14. Стулова Г. П. Теория и практика работы с детским хором: [учеб. пос. для студ. пед. высш. учеб. зав.. Москва: Гуманит. изд. центр Владос, 2002. 125 с.
15. Сухомлинський В. О. Вибрані твори у 5 т. Т. 3. Київ: Рад. школа, 1977. 55 с.
16. Хлебникова Л. О. Виховання музикою / [упор. К. Прищепа]. Київ: Рад. школа, 1990. 155 с.
17. Pet'ko Lyudmila. Environmental approach in the formation of social activity in primary school children // Problems of modern science: Collection of scientific articles. Fadette editions, Namur, Belgium, 2018. PP. 190–194.
18. Shchokolova O.P. Art and pedagogical designing as a means of improvement of music teacher's professional preparing. Economics, management, law: socio-economical aspects of development: Collection of scientific articles. Edizioni Magi – Roma, Italy. 2016. P. 265–268.

**Zyryanova N.I.**

Candidate of Pedagogical Sciences, associate Professor  
*Russian State Vocational Pedagogical University, Russia*

## **TRAINING OF TEACHERS OF VOCATIONAL TRAINING IN MODERN CONDITIONS**

**Зырянова Н.И.,**

к.п.н., доцент

*Российский государственный профессионально-педагогический университет, Россия*

### **ПОДГОТОВКА ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

**Abstract.** *The article describes the experience of training teachers of vocational training, especially the design of educational programs to meet the requirements of the new Federal state educational standards and professional standards.*

**Keywords:** *teachers of vocational training, professional standards, structure of teachers of vocational training.*

**Аннотация.** *В статье рассмотрен опыт организации подготовки педагогов профессионального обучения, особенности проектирования образовательных программ с учетом требований новых федеральных государственных образовательных стандартов и профессиональных стандартов.*

**Ключевые слова:** *педагог профессионального обучения, профессиональные стандарты, структура подготовки педагога профессионального обучения.*

Интенсивное развитие информационного общества, цифровая экономика, соответствие выпускников системы профессионального образования требованиям, зафиксированным в профессиональных стандартах, диктуют необходимость корректировки содержания, технологий обучения, методического сопровождения, особенно в условиях реализации компетентностного подхода. Вместе с тем, можно однозначно утверждать, что эффективность модернизационных процессов в профессиональном образовании во многом определяется качеством его кадрового потенциала, обеспечить которое призвана система профессионально-педагогического образования России (ППО) [1]. Ее выпускники предназначены для работы в организациях профессионального образования в качестве педагогов профессионального обучения. В работе термин «педагог профессионального обучения» используется как обобщающее название персонала, занятого в образовательном процессе организаций профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования на административных должностях или в качестве преподавателей общетехнических, специальных и общеобразовательных дисциплин, старших мастеров, мастеров производственного обучения и др. [4, с. 5].

В ФГАОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет» ведется работа по разработке структуры и содержания образовательных программ направления подготовки

44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям) в соответствии с требованиями нового федерального государственного образовательного стандарта и профессиональных стандартов «Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования» и «Педагог дополнительного образования детей и взрослых». При проектировании образовательных программ использован блочно-модульный подход (таблица 1). Блочно-модульная структура позволяет конструировать различные варианты образовательных программ в зависимости от получаемого уровня образования и прогнозируемого вида профессиональной деятельности [2].

Базовый (инвариативный) блок (модули М1, М2, М3) способствует формированию универсальных компетенций. Этот блок является инвариантом для всех направлений подготовки университета уровня бакалавриата и обеспечивает единство государственных требований к профессиональному образованию.

Таблица 1

**Модули, определяющие структуру подготовки педагога профессионального обучения**

Наименование	Зачетные единицы
М1. Модуль «Социально-гуманитарная культура»	16
М2. Модуль «Информационно-коммуникационная культура»	13
М3. Модуль «Самоорганизация и саморазвитие»	8
М4. Модуль «Психолого-педагогический»	20
М5. Модуль «Профессионально-педагогический»	19
М6. Модуль «Предметно-содержательный»	32
М7. Модуль «Предметно-деятельностный»	63

Профессионально ориентированный блок (модули М.4, М.5) содержит компоненты, отвечающие за общепрофессиональную подготовку по укрупненной группе направлений (специальностей) 44.03.00 Образование и педагогические науки; приобретение профессиональных компетенций по направлению подготовки 44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям). Предлагаемое содержание подготовки ориентировано на формирование психолого-педагогической платформы педагога профессионального обучения [3].

В профессионально-педагогическом обороте используется понятие «профиль», которое определяет направленность основной профессиональной образовательной программы (ОПОП) на конкретный вид и (или) объект профессиональной деятельности. Наименование профиля развивает (уточняет) наименование направления подготовки, в рамках которой он реализуется, и не совпадает с наименованием других направлений подготовки и специальностей высшего образования. Определение в учебном заведении направленности

(профиля) образования позволяет ему в ходе образовательного процесса учитывать индивидуальные образовательные склонности, интересы и потребности обучающихся, требования профессиональных стандартов и работодателей.

Изучение содержания функционального блока (модули М6, М7), определяющего профиль подготовки, обеспечивает обучающимся более углубленное изучение особенностей соответствующего вида или объекта профессиональной деятельности, освоение соответствующих дополнительных компетенций и получение углубленных профессиональных знаний, умений, навыков и опыта профессиональной деятельности по укрупненной группе профессий, которой педагог профессионального обучения будет обучать в системе профессионального образования.

Инструментальный (интегративный) блок состоит из учебной (ознакомительная практика, эксплуатационная практика) и производственной (профессионально-квалификационная практика, педагогическая практика, научно-исследовательская работа, преддипломная практика) практики. В соответствии с внедряемым стандартом на все виды практики приходится 60 зачетных единиц.

Процесс подготовки педагогов профессионального обучения завершается государственной итоговой аттестацией (9 зачетных единиц), предполагающей выполнение и защиту выпускной квалификационной работы.

Таким образом, структура подготовки педагога профессионального обучения становится более многомерной и учитывает совокупность требований:

– требования Федерального государственного образовательного стандарта (44.03.04 Профессиональное обучение (по отраслям));

– требования профессиональных стандартов (01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых, 01.004 Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования);

– требования образовательных стандартов укрупненной группы профессий и специальностей среднего профессионального образования, которым педагог будет обучать;

– требования профессиональных стандартов укрупненной группы профессий, которым педагог будет обучать.

Предполагается, что разработка образовательных программ по предложенной структуре будет способствовать: актуализации профессионально-личностного потенциала; профессиональному развитию личности; формированию транспрофессиональных компетенций, метапрофессиональных качеств; приобретению опыта квалифицированного выполнения профессиональной деятельности; обеспечению личностно-развивающего взаимодействия всех участников профессионально-образовательного процесса.



### Литература:

1. Вербицкая Н.О. Скрытая кадровая проблема российской инновационной экономики: потенциал системы профессионально-педагогического образования. / Н.О. Вербицкая, Г.М. Романцев, В.А. Федоров. // Образование и наука. Известия Уральского отделения РАО. 2008. Вып. 5(53). С. 84-90.
2. Зеер Э.Ф. Методологические основы транспрофессионализма субъектов техномической деятельности. / Э.Ф. Зеер, Э.Э. Сыманюк, Д.В. Бердникова, Г.И. Борисов // Педагогическое образование в России. 2018. № 11. С. 38-47.
3. Зеер Э.Ф. Психолого-педагогическая платформа формирования транспрофессионализма педагога профессионального образования. / Э.Ф. Зеер // Профессиональное образование. Столица. 2017. № 6. С. 5-9.
4. Федоров В.А. Кадровый потенциал профессиональных образовательных организаций: возможности развития // Нижегородское образование. 2015. № 4. С. 4-10.

**Kravets N. P.**

Ph. D., Associate Professor

*Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kyiv)*

## RESEARCH METHOD AT THE LESSONS OF UKRAINIAN LITERATURE AS A MEANS OF CORRECTION OF THE STUDENTS ' PERSONALITY WITH INTELLECTUAL DISABILITIES

**Кравець Н. П.,**

канд. пед. наук, доцент кафедри психокорекційної педогогіки

*НПУ імені М. П. Драгоманова*

## ДОСЛІДНИЦЬКИЙ МЕТОД НА УРОКАХ УКРАЇНСЬКОЇ ЛІТЕРАТУРИ ЯК ЗАСІБ КОРЕКЦІЇ ОСОБИСТОСТІ УЧНІВ З ІНТЕЛЕКТУАЛЬНИМИ ПОРУШЕННЯМИ

*Abstract.* The author presents the use of the research method at Ukrainian literature lessons in order to correct of a pupil's personality with intellectual disabilities.

*Key words:* research method, Ukrainian literature lesson, correction, pupils with intellectual disorders.

*Анотація.* Розглянуто доцільність застосування дослідницького методу на уроках української літератури з метою корекції особистості учнів з інтелектуальними порушеннями.

*Ключові слова:* дослідницький метод, урок української літератури, корекція, учні з інтелектуальними порушеннями.

Одне з провідних завдань спеціальних загальноосвітніх навчальних закладів для учнів з інтелектуальними порушеннями – якісна підготовка їх до життя та праці. Неабияку роль у цьому відіграють уроки літератури, на яких учні не лише оволодівають знаннями й уміннями, а й навчаються творчо їх використовувати у різноманітних життєвих ситуаціях, що забезпечується дотриманням положень концепції «Нова українська школа», завдяки яким школярі оволодівають пропонованими компетентностями, що стимулюють до отримання нових знань, створення належної системи зворотного зв'язку між учнями й учителем, підвищення активної взаємодії між самими школярами.

Адже художній літературі як формі існування культури, належить провідна роль щодо можливостей поступового впливу на свідомість кожного учня-читача, його емоційну та вольову сфери, на особистість в цілому [17, с. 123].

З метою творчого розвитку школярів [13; 14] та корекції притаманних їм порушень, ми намагалися дібрати такі методи навчання, які зумовлені змістом уроку, характером і специфікою матеріалу, що вивчається, рівнем інтелектуального розвитку учнів, їхніми можливостями та інтересами. Тому враховували психофізичні особливості школярів, зокрема особливості уваги, сприймання, пам'яті, мислення, уяви, мовлення та використали різноманітні підходи до формування здатності до творчості на уроках літератури.

Проте властиві учням з інтелектуальними порушеннями недоліки мисленнєвої діяльності проявляються у неможливості самостійного виконання ними простих проблемних завдань, що вимагає правильної організації читацької діяльності школярів, насамперед застосування різних методів навчання на уроках [5, с. 48].

На корекційну роль методів навчання літератури у роботі з учнями з інтелектуальними порушеннями неодноразово наголошували І. Єременко, Н. Кравець, В. Синьов, Т. Ульянова та інші з огляду на технології, що забезпечують оволодіння самостійною роботою з творами. Так, завдяки діалоговим технологіям «учитель має можливість реалізувати методи навчання літератури, серед них і дослідницький. Саме під час діалогу двох суб'єктів: читача і автора через книгу відбувається процес корекції, розвитку та соціалізації особистості, її прилучення до духовних і матеріальних цінностей суспільства, знайомство з його традиціями» [16, с. 224].

За В. Голубковим, метод – це спосіб навчання, який використовується систематично і значно впливає на спрямування педагогічної роботи [2, с. 69].

М. Кудряшов розробив систему класифікації методів навчання літератури, виділивши чотири методи: евристичний, творчого читання, репродуктивний, дослідницький. Дослідницький метод радив посилювати елементами евристичного, завдяки чому індивідуальне сприймання піднімається до рівня колективного, яке стає об'єднувальною ланкою між індивідуальною і колективною рецепцією [11, с. 18].

Термін «дослідницький метод» ввів Б. Райков у 1924 році [15]. Відомі методисти М. Качурін, М. Кудряшов, В. Маранцман довели доцільність проведення дослідницької роботи на уроках літератури завдяки дослідницькому методу з огляду на його функції.

Функції дослідницького методу різноманітні: організація творчого пошуку і застосування знань, забезпечення оволодіння методами наукового пізнання в процесі діяльності щодо їх пошуку, умова формування інтересу, потреби у творчій діяльності, самоосвіті, потреби нових знань. Отже, дослідницький метод призначений для навчання учнів самостійно аналізувати художній твір.

За А. Асмоловим порушення мозкової організації впливають на функціонування емоційної сфери [1]. Дослідницький метод дає змогу формувати в учнів базові емоції: інтерес, радість, здивування, страждання, гнів, відраза, презирство, страх, сором, провина [3]. За Л. Виготським є можливість

завдяки емоціям через афект йти до інтелекту дитини, що забезпечує на уроках літератури корекцію притаманних учням порушень.

У процесі дослідницької діяльності учні досягають емоційного співпереживання – коли єдність задумів і мети співпадають, посилюються внутрішні сили особистості школяра. Емоції сприяють мобілізації психічної діяльності й поведінки, впливаючи на зміст і динаміку пізнавальних психічних процесів: сприймання, уваги, уяви, пам'яті, мислення, мовлення, на корекцію усіх сторін особистості.

Працюючи з учнями, які мають інтелектуальні порушення, зважаючи на стан їхніх пізнавальних психічних процесів, ми застосовували лише окремі прийоми дослідницького методу, завдяки чому робота з художніми творами набувала дослідницького характеру: порівняння ілюстрацій до творів із зображеним у творах, добір уривків з творів до ілюстрацій, складання самостійно плану уривку та переказ його за складеним планом, порівняння характеру героїв творів. Зважаючи на те, що вказана категорія учнів самостійно не може робити висновки про історико-літературну тематику, тому водночас застосовували репродуктивний метод, пропонуючи школярам «готові знання» у вигляді розповіді, бесіди, повідомлення [8].

Дослідницький метод є цінним щодо застосування його з метою навчання учнів самостійно аналізувати твір. Підготовкою до самостійного аналізу твору слугують навідні запитання, які пропонуються учням. Щоб учні зрозуміли сутність проблем, які висвітлено у творі, пропонували завдання дослідного характеру типу:

*– Яку проблему висвітлює автор у своєму творі? У чому сила і слабкість позитивних героїв повістей Марка Вовчка «Козачка», «Інститутка», «Кармелюк»?*

*Як ви розумієте сутність патріотизму? В чому автор (Марко Вовчок) погоджується зі своїми героями, а в чому проявляється незгода з ними? (Назар, Устим, Прокіп).*

Завдання для самостійної роботи учнів пропонували різноманітні: фронтальні, групові, індивідуальні, що підібрані залежно від стану пізнавальних можливостей дітей, віку. Мета завдань: проаналізувати, як зображено характери героїв у досить важливі моменти їхнього життя, які моральні проблеми висвітлено в цих епізодах, як вони вирішуються автором.

Важливо навчити учнів працювати з епізодом твору. Насамперед пропонували проаналізувати епізод з твору, що вимагає співвідношення його з моральною позицією автора: *Які моральні питання ставить перед читачем автор, показуючи ставлення Захара Беркута і Тугара Вовка до ворогів? (повість І. Франка «Захар Беркут»).*

Важливим методичним прийомом є співставлення творів художньої літератури, характерів образів героїв з іншими видами мистецтва, наприклад використання репродукцій картин відомих художників. Так, аналізуючи народну пісню «Та ой як крикнув же та козак Сірко...», використали репродукції картин «Отаман Іван Сірко» Г. Єгорової та «Козак» О. Полякова.

Завдяки дослідницькому методу є можливість організувати до самостійної роботи всіх учнів класу, зважаючи на те, що в кожному класі

навчаються учні з різним рівнем розвитку пізнавальних можливостей, а діапазон відхилень настільки великий, що індивідуальний підхід не завжди призводить до бажаних результатів. Учні потребують застосування внутрішньокласного диференційованого навчання.

Дослідницький метод дає змогу сформувати вміння самостійної навчальної діяльності, застосовуючи індивідуальний та диференційований підходи. «Для забезпечення успішної організації самостійної навчальної діяльності школярів в умовах внутрішньокласного диференційованого навчання ми враховували, в якій мірі вони готові до цього. Особливу увагу звертали на характеристики наступних параметрів готовності: рівень навченості і навчаємості, здатність до узагальнення і абстрагування, темп виконання навчальних завдань, ставлення учнів до навчальної діяльності» [7, с. 4; 12].

Застосування індивідуального підходу до учнів з інтелектуальними порушеннями «з метою компенсації та корекції недоліків психофізичного розвитку школярів полягає у врахуванні таких показників як темп праці учнів, її продуктивність, розумова працездатність, особливості сприймання й розуміння навчального матеріалу з читання, самостійність і активність під час роботи з художніми творами, повнота, міцність та усвідомленість засвоєних знань і умінь, здатність до вправління, витривалість та наполегливість у досягненні мети й подоланні труднощів, що забезпечує засвоєння знань та опанування вміннями кожним школярем» [6, с. 59].

З метою засвоєння біографії письменника учні склали план біографії, готували усні відповіді на вміщені у підручнику запитання, що стосуються біографії письменника, писали твори-мініатюри про творчість письменника. Зокрема, у 8 класі, опрацьовуючи біографію Т. Шевченка, поділили клас на дві групи, запропонувавши учням завдання: 1 група – скласти біографію Т. Шевченка про його дитячі роки; 2 група складала біографію Шевченка, починаючи з часу визволення з кріпацтва і до останніх днів життя. Прийом репродуктивного методу «виконання завдання за підручником» спрямовує на розуміння й засвоєння змісту тексту твору. Відповідаючи на запитання: про кого прочитали? про що прочитали? що відбулося? учні вчаться виділяти тему й основну думку твору [8, с. 148].

Отже, застосування дослідницького методу на уроках літератури у роботі з учнями з інтелектуальними порушеннями сприяє формуванню позитивних особистісних якостей, корекції недоліків пізнавальної сфери особистості кожного школяра. Основне – учні навчаються самостійно працювати з твором, вникаючи в його зміст та смисл.

### Література:

1. Асмолов А. Г. Психология личности: принципы общепсихологического анализа. М.: Смысл. Академия, 2002. 416 с.
2. Голубков В. В. Методика преподавания литературы. М.: Государственное педагогическое издание Министерства просвещения РСФСР, 1962. 464 с.
3. Изард К. Э. Психология эмоций. СПб: Питер, 1999. 464 с.
4. Кравець Н. П. Дослідницький метод на уроках літератури у роботі з учнями з інтелектуальними порушеннями // Інноваційні підходи до освіти та соціалізації дітей

- зі спектром аутистичних порушень: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції ( 3 квітня 2019 року) / К. О. Островська,
5. Д.І. Шульженко, Г.С. Піонтківська, Є.О. Кузьмінська. Львів: Друкарня «Справа Кольпінга в Україні», 2019. 228 с. С. 81–85.
  6. Кравець Н. П. Евристичний метод на уроках літературного читання у роботі з розумово відсталими учнями: збірник наукових праць Кам'янець-Подільського нац. ун-ту імені Івана Огієнка. Ч.2. Кам'янець-Подільський: Медобори-2006. 2012. С. 139–148.
  7. Кравець Н.П. Індивідуальний підхід як основа корекційної роботи з розумово відсталими дітьми на уроках читання // Нова педагогічна думка: Науково-методичний журнал /вик. обов.. гол. ред. М. Віднічук. Рівне, 2006. №3. С. 55–59.
  8. Кравець Н. П. Организация учебной деятельности учащихся младших классов вспомогательной школы в условиях внутриклассного дифференцированного обучения: автореф. ... канд. пед. наук. 13.00.03 – спец. педагогика. М. 1991. 16 с.
  9. Кравець Н. П. Репродуктивний метод на уроках літературного читання у роботі з розумово відсталими учнями // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 19. Вип. 24. К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2013. С. 145–153.
  10. Кравець Н. П. Роль художньої літератури у формуванні читацької діяльності розумово відсталих учнів // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2017. №1 (150). Серія: Педагогічні науки. С. 141–150.
  11. Кудряшев Н. И. Взаимосвязь методов обучения на уроках литературы: пособие для учителя. М.: Просвещение, 1981. 190 с.
  12. Кудряшев Н. И. Методы обучения в современной школе: сборник статей / Душина И. В., Иванова Р. Г., Капинос В. И. и др. / под ред. Н. И. Кудряшева. М.: Просвещение, 1983. 192 с.
  13. Петько Л.В. Впровадження педагогічних ідей В.О.Сухомлинського у процес формування професійно орієнтованого іншомовного навчального середовища для майбутніх дефектологів в умовах університету / Л.В. Петько // Ідеї гуманної педагогіки та сучасна система інклюзивного навчання : зб. матер. Всеукр. науково-метод. конференції, присвяченої 97-річчю від дня народження В.Сухомлинського, 29-30.09.2015 / уклад. О.Е.Жосан. Кіровоград : Ексклюзив-систем, 2015. С. 315–318.
  14. Петько Л. В. Реалізація концепції підготовки магістрів в Україні для роботи в інклюзивному освітньому просторі // Актуальні проблеми навчання та виховання людей в інтегрованому освітньому середовищі: Тр. XI Міжнар. наук.-практ. конф., листопад 2011 р. Ч. I. К. : ВМУРЛ «Україна». 2011. – С. 92–94.
  15. Петько Л.В. Стимулювання творчих здібностей підлітків засобами втілення образу казкового персонажу/ Л.В.Петько // Лялька як знак, образ, функція: Матер. всеукр. наук.-практ. конф. «Другі Марка Грушевського читання» / за ред. О.С.Найдена. Київ. : ВД «Стилос», 2010. С. 200–204
  16. Райков Б. Е. Исследовательский метод в педагогической работе / Райков Б. Е., Ульянинский В. Ю., Ягодский К. П. Л.: Госпедиздат, 1924. 68 с
  17. Kravets N. P. Dialog technologies as factor of literature teaching methods realization for mentally retarded pupils // Actual problems of globalization: Collection of scientific articles/ Midas S. A., Thessaloniki, Greece, 2016. 252 p. PP. 224–228.
  18. Kravets N. P. Readiness of Mentally Retarded Pupils-Teenagers to the Reader's Activity Mastering // Intellectual Arhive, 2015. Volume 4. Num. 4 (July). Series "Education & Pedagogy". Toronto, Canada: Shiny Word Corp. P. 123–136. URI <http://enquir.npu.edu.ua/handle/123456789/8413>
  19. Kravets N.P. Reading book as effective means to the formation readers' skills of mentally retarded pupils // Prospects for development of education and science: Collection of scientific articles – Academic Publishing House of the Agricultural University Plovdiv, Bulgaria, 2016. PP. 314–317. URI <http://enquir.npu.edu.ua/handle/123456789/10884...>

20. Kravets N.P. Correct values of illustrations in literature textbooks for mentally retarded pupils // Trends in der Entwicklung der nationalen und internationalen Wissenschaft: Sammelwerk der wissenschaftlichen artikel. – Verlag SWG imex GmbH, Nürnberg, Deutschland, 2016. PP. 302–306. URI <http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/12561>

**Kravchenko O.I.**

Researcher at the Research Center

*Military Institute of Kyiv National Taras Shevchenko University*

## **PEDAGOGICAL PRINCIPLES WITHIN THE STRUCTURE OF FORMING INFORMATION AND COMMUNICATION CULTURE IN FUTURE OFFICERS**

**Кравченко О. І.**

науковий співробітник науково-дослідного центру

*Військового інституту Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## **ПЕДАГОГІЧНІ ПРИНЦИПИ У СТРУКТУРІ ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ**

***Abstract.** Didactic principles in higher military educational establishments are applied to studying all disciplines, they determine the content, organizational forms and methods of training. Principles of teaching (didactic principles) – the main terms and conditions that define the content, organizational forms and methods of educational process.*

***Key words:** pedagogical principles, general didactic principles of teaching, specific principles of training, military educational establishment.*

***Анотація.** Дидактичні принципи у вищому військовому навчальному закладі поширюються на вивчення всіх дисциплін, значною мірою визначають їх зміст, форми організації та методи навчання. Принципи навчання (дидактичні принципи) - основні положення, що визначають зміст, організаційні форми та методи освітнього процесу.*

***Ключові слова:** педагогічні принципи, загальнодидактичні принципи навчання, специфічні принципи навчання, військовий навчальний заклад.*

**Актуальність дослідження.** Принципи навчання – це керівні ідеї, нормативні вимоги до організації та проведення дидактичного процесу. Вони мають характер самих загальних вказівок, правил, норм, що регулюють процес навчання. В основу виділення системи принципів покладено особистісно-діяльнісний та управлінський підходи, гуртуються на працях Ю.К. Бабанського, В.І. Загвязінського, І.М. Нещадима, В.С. Рижикова, М.Н. Скаткина, В.В. Ягупова та ін.

Принципи навчання (дидактичні принципи) – певна система основних дидактичних вимог до навчання, дотримання яких забезпечує його ефективність.

**Постановка проблеми.** Принципи навчання при підготовці майбутніх офіцерів дають відповідь на запитання «Як організувати навчальний процес?» Принципи навчання при формуванні інформаційної культури у майбутніх офіцерів – це керівні ідеї, нормативні вимоги до організації і здійснення освітнього процесу військового навчального закладу. Принципи, як правило,

приводяться до системи положень, на основі яких здійснюється навчання у військовому навалльному закладі.

**Виклад основного матеріалу.** Відповідно до етапів формування і здійснення циклу освітнього процесу пізнавальною і практичною діяльністю курсантів, враховуючи націленість всіх педагогічних принципів на формування особистості військовослужбовця, індивідуальності кожного курсанта, пропонується наступна система загальнодидактичних принципів навчання: 1) принцип розвивального та виховного навчання; 2) принцип науковості та зв'язку теорії з практикою; 3) принцип систематичності та системності; 4) принцип свідомості і активності курсантів у навчанні; 5) принцип наочності; 6) принцип доступності; 7) принцип міцності результатів навчання, знань, навичок та вмінь.

Наголосимо, що перераховані принципи нерівнозначні. У представленій системі вони підпорядковані ведучому принципу – принципу розвивального та виховного навчання, спрямованого на загальнолюдські цінності у курсантів як захисників Вітчизни. В системі дидактичних принципів цей принцип є центральним, системоутворюючим і знаходиться у тісному взаємозв'язку із принципом соціокультурної і природної обумовленості для захисника Вітчизни, а для професійної освіти військових – принципом фундаментальності та професійної специфічної спрямованості військово службовця [3; 4; 5; 8; 9].

**Специфічні педагогічні принципи:** 1) принцип позитивної мотивації і сприятливого емоційного клімату навчання; 2) принцип раціонального поєднання колективних та індивідуальних форм навчання; 3) принцип соціокультурної відповідності та патріотизму офіцера; 4) принцип фундаментальності освіти та її професійної спрямованості.

**Принцип позитивної мотивації і сприятливого емоційного клімату навчання.** Цей принцип отримав своє оформлення на основі фундаментальних досліджень Ш.А. Амонашвілі, М.Н. Скаткіна, Г.І. Щукіної та інших відомих фахівців-дидактиків, введений в систему принципів навчання порівняно недавно, враховує специфіку інформаційної та комп'ютерної підготовки майбутніх офіцерів і може бути застосований як специфічний педагогічний принцип при формуванні інформаційної культури в майбутніх офіцерів ЗСУ. На противагу мотиву повинності, згідно з яким курсант зобов'язаний усвідомити необхідність вчення і виконувати всі розпорядження педагога, гуманістичний характер навчання передбачає співпрацю та співтворчість педагога і курсанта, а це можливо при постійному стимулюванні внутрішніх мотивів навчання: інтересів, потреб, прагнення до пізнання, захопленості процесом і результатом вчення. Щоб ці мотиви успішно формувалися в курсантів, цей принцип передбачає насамперед перевагу на навчальних заняттях спокійного, доброзичливого тону спілкування, повага до внутрішнього світу курсанта, оптимістичний настрій і педагога, і курсантів, емоційний комфорт учасників освітнього процесу військового навчального закладу [7].

Як зазначає В.І. Загвязінській, зазначений принцип регулює насамперед комунікативну сторону навчання, характер відносин у навчальному колективі, передбачає ділове співробітництво і співтворчість педагога і учнів, створення

атмосфери довіри і доброзичливості, відносин товариства, взаємодопомоги і здоровою змагальності між учнями [1].

**Принцип раціонального поєднання колективних та індивідуальних форм навчання.** У процесі навчання кожна з цих форм має і свій потенціал розвитку, і свої обмеження. Надмірна індивідуалізація позбавляє курсанта різноманітності спілкування, гальмує формування досвіду спільної роботи та вміння жити в колективі. Колективні форми, як правило, насаджують усереднений підхід до курсантів, в силу чого «губиться» особистість. Принцип раціонального поєднання цих форм передбачає застосування в процесі навчання у військовому навчальному закладі різних варіантів групової диференційованої роботи, взаємне доповнення колективних та індивідуальних форм, а також насичення колективних форм роботи елементами самостійної пізнавальної і професійної діяльності майбутнього офіцера ЗСУ.

З позиції сучасного трактування теорії навчання у військовому освітньому закладі принцип раціонального поєднання колективних та індивідуальних форм навчання, способи організації навчальної діяльності курсантів пов'язані з особистісною індивідуальною орієнтацією, з опорою на індивідуальність кожного курсанта, аж до визначення індивідуальних траєкторій навчання з вибором курсантом рівня і методів оволодіння програмами, з більш широким використанням адаптованих до особливостей курсантів комп'ютерних програм, але із включенням кожного до колективних форм роботи [6].

Тому, в освітньому процесі військового навчального закладу тактичного рівня підготовки необхідно застосовувати найрізноманітніші форми навчання: лекції, семінари, лабораторно-практичні заняття, практикуми та ін., а також різні способи взаємодії курсантів у навчальному процесі: індивідуальну роботу та роботу в постійних і змінних парах, в малих і великих групах. Крім того, навчання можна здійснювати в різноманітних видах позанавчальної діяльності із застосуванням багатоваріантних поєднань колективних та індивідуальних способів організації діяльності курсантів: в круглих столах, гуртках, клубах, студіях і різних об'єднаннях за інтересами.

**Наступний принцип соціокультурної відповідності та патріотизму офіцера** поєднує в собі складові – культурологічну і патріотичну, які присутні в системі виховного процесу військового освітнього закладу. Соціокультурний представлений у працях Я.А. Коменського [2], Ж.Ж. Руссо, І.Г. Песталоцці, К.Д. Ушинського, Л.М. Толстого. Ці принципи передбачають необхідність будувати освітній процес у військовому навчальному закладі, погодившись із природою, внутрішньою організацією, задатками курсанта, а також законами навколишнього їх природного і соціального середовища. В даний час ці вимоги регулюються принципом розвивального та виховного навчання, а закони та закономірності середовища відображаються щодо відповідності спрямованості і змістової складової освітнього процесу військового навчального закладу, змістом культури в її широкому розумінні.

Також **принцип фундаментальності освіти та її професійної спрямованості** є важливим в системі професійної освіти. Він орієнтує діяльність викладача на широку ерудицію і вузьку спеціалізацію курсантів, на



фундаментальність і технологічність у процесі їх підготовки та в результаті навчання на успішне досягнення в навчанні цілей загального розвитку особистості військового фахівця і розвитку у нього спеціальних професійних здібностей майбутнього офіцера.

**Висновки.** Очевидно, принципи сучасної дидактики утворюють цілісну систему. Реалізація одного принципу пов'язана з реалізацією інших: свідомість, активність і систематичність пов'язані з міцністю навчання, доступність із науковістю та ін. Всі разом вони відображають основні особливості процесу навчання, як його розуміє сучасна дидактика. Вони дають викладачу сукупність вказівок до організації навчального процесу військового навчального закладу: від визначення мети до аналізу результатів.

При всіх підходах принципи дидактики повинні зберігати специфічність, тобто відображати особливий характер зв'язків саме всередині дидактичної системи, інакше ці принципи втрачають визначеність, конкретність і перетворюються на загальні положення, безсумнівно, вірні, але не дають конкретно-дидактичних орієнтирів. Це відноситься, зокрема, до сформульованим деякими дидактами принципам створення необхідних умов для навчання; поєднання різних методів і засобів навчання в залежності від його завдань; поєднання різних форм навчання в залежності від завдань, змісту і методів навчання. Принципи навчання не є раз і назавжди встановленими догмами, вони вбирають у себе досягнення сучасної дидактики і оновлюються під їх впливом.

### Література:

1. Загвязинский В. И. Теория обучения. Современная интерпретация. Москва, 2001. - 445 с.
2. Коменский Я. А. Избр. пед. соч.: В 2-х т. Т. 1. Москва: Педагогика, 1982. - 384 с.
3. Нещадим І. М. Військова освіта України: історія, теорія, методологія, практика: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Київ, 2004. - 57 с.
4. Петько, Л. В. Виклики ХХІ століття для освітнього простору України. Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Серія: Педагогіка. Миколаїв : Вид-во ЧНУ імені Петра Могили, 2017. Т. 303. Вип. 291. С. 10–14.
5. Петько Л.В. Впровадження української національної ідеї в процес іншомовної освіти майбутніх педагогів. Вища освіта України: теоретичний та науково-методичний часопис. Київ: «Педагогічна преса», 2013. № 2. С. 68–74.
6. Рижиков В. С. Мета і принципи змісту освітнього процесу підготовки військового в сучасних умовах реформування Збройних сил України. Науковий вісник інноваційних технологій. Київ: Вид-во «Компрінт». 2018. Вип. № 2 (18). С. 36–40.
7. Рижиков В. С., Кравченко О. І. Моделювання практики використання системного підходу в побудові професійної підготовки у ВВНЗ України / Збірник наук. пр. Військового інституту Київського нац. ун-ту імені Тараса Шевченка. 2017. №. 58. С. 166–173.
8. Pet'ko L. Priorities for the development of the Ukrainian national idea and the upbringing students of this modern era. Intellectual Archive. Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada), 2017. Vol. 6. No. 5, September/October. PP. 59–78.

9. Ryzhykov V. S. Method of organizing lessons in the armies in the way of modern world military educational practice. Problems of the development of modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. – EDEX, Madrid, España, 2018. PP. 221–226.

**Pet'ko Lyudmila,**  
Ph.D., Associate Professor  
**Курьна Diana**  
Student of Faculty of Science Education and Ecology  
*Dragomanov National Pedagogical University*

## **INTRODUCING THE UNIQUE BEAUTY OF AMORPHOFALLUS TITANIUM AT UNIVERSITY ENGLISH LESSONS**

**Петько Л.В.,**  
канд. пед. наук, доцент,  
*НПУ імені М. П. Драгоманова*  
**Купина Д.В.**  
студентка факультету природничо-географічної освіти та екології  
*НПУ імені М.П. Драгоманова*

## **РОЗГЛЯД УНІКАЛЬНОЇ КВІТКИ AMORPHOFALLUS TITANIUM НА ЗАНЯТТЯХ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В УНІВЕРСИТЕТІ**

**Abstract.** Described the largest flower in the world – *Amorphofallus titanium*, its place of distribution, flowering, pollination, life cycle. The Formation of professionally oriented foreign language teaching environment for Biologie students, creating English presentations by students are considered one of the conditions for a successful future professional activity of specialists.

**Key words:** university, biologists, students, foreign language, *Amorphofallus titanium*.

**Анотація.** Описано унікальність найбільшої квітки у світі - *Amorphofallus titanium*, місця її поширення, цвітіння, опилення, життєвий цикл. Створення професійно орієнтованого іноземного навчального середовища для студентів, підготовка презентацій ІМ, розглядається однією з умов успішної майбутньої професійної діяльності фахівців.

**Ключові слова:** університет, біологи, студенти, іноземна мова, *Amorphofallus titanium*.

One of the wonders of nature is *Amorphofallus titanium* (Fig. 1). It is one of the most spectacular plants to be found in the wet tropics zone of Kew Gardens' Princess of Wales Conservatory. With its huge flowering structure (inflorescence) rising over 2.5m above the ground and its single immense leaf, it certainly is a giant among plants, as its name suggests. Coupled with its characteristic foul stench, and the rarity of flowerings, this plant has always hit the headlines (video [7]).



**Fig. 1. *Amorphophallus titanum***



**Fig. 2. Odoardo Beccari**

*Titan Arums* are also known as *Corpse Flowers*, and have the scientific name *Amorphophallus titanum*. They are native to Sumatra and are becoming very rare in the wild due to human encroachment and deforestation.

The greatest botanist ever to study in Malesia **Odoardo Beccari** (1843–1920) was the first one who scientifically described the plant in 1878 during his stay in Sumatra (Fig. 2). The world of environmental biologists and naturalists mostly recognised O. Beccari as the man who discovered the corpse flower. *The corpse flower* or its scientific name *Amorphophallus titanum* is considered the world's largest unbranched inflorescence. The plant is called *bunga*. The plant is called *bunga bangkai* in Malay which means "corpse flower" due to its rotting smell (<https://kajomag.com/odoardo-beccari-the-man-who-discovered-the-corpse-flower/>).

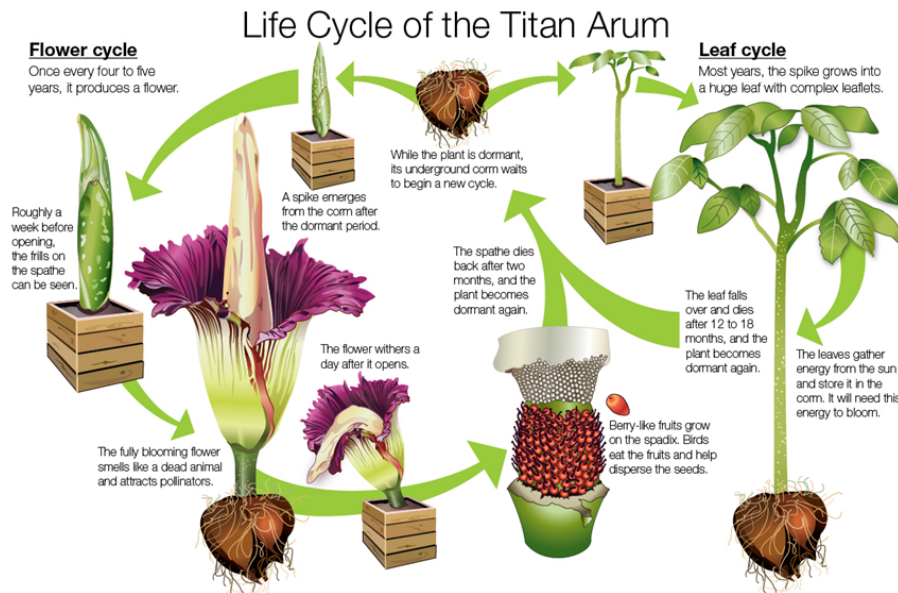
On a short trip to central Sumatra in 1878, O. Beccari discovered the largest flower in the world – *the Amorphophallus titanum*, which he originally named *the Conophallus*. Other naturalists, including *Karl Ludwig Blume*, had worked with other members of the *Amorphophallus* tribe decades earlier, but none approached this species in size, rarity, or smell (Fig. 3).



**Fig. 3. Flowering *Titan arums***

Although few details of his discovery are known, *O. Beccari* immediately sent reports and sketches back to European publications, and news of the stunningly animalistic flower was published in the weekly *Gardeners' Chronicle* that year. Beccari provided no acknowledgment of his Sumatran guides and made no reference to indigenous knowledge of the plant in his notes or publications. The first specimen

of *Amorphophallus titanum* bloomed at Kew, where *O. Beccari* had started his journey, in 1885, sparking wonder and spectacle as thousands of patrons traveled to see the giant, phallic flower that smelled like rotting flesh (Fig. 3). Its bloom cycle lasted for only three days, conjuring up even more excitement about the plant's extreme rarity [3].



**Fig. 4. Life Cycle of the Titan Arum.** (Resource [1])

*Amorphophallus* – Tuberos perennial plant of the genus Aroid. When flowering releases up a long dark purple cob length from 15 to 100 cm. A dark-purple bedspread blooms around the inflorescence. The top of the ear does not form flowers – male and female beginnings are located in the lower part of the inflorescence.

The most common type of *Amorphophallus* is *cognac* (Fig. 1).

The Scientists of Chicago Botanic Garden and Bonn Botanic Garden describe in their publications the Life Cycle of the Titan Arum [1; 2] (Fig. 4).

*Titan arums* are a rare sight in botanic gardens. Worldwide, about 70 plants have flowered in gardens since their discovery [2].

The first successful bloom of *the Corpse Flower* was at the Royal Botanic

Gardens at Kew in London in 1889 which has enjoyed over 100 cultivated blooms since. In the United States the first bloom was in 1937 and 1939 at New York's Botanical Garden. The corpse flower became the official flower of the Bronx in 1939 only to be replaced by the day lily in 2000. In 2003 Germany's Botanical Garden at the University of Bonn achieved the tallest cultivated bloom measuring 8 feet 11 inches or 2.74 meters tall. This record was broken a few more times has horticulturists have become more experience with the flower. It'll open up at night time which draws in carcass eating insects, mainly beetles and flies these insects will pollinate the inflorescence, that white spike in the middle for 2 days until it closes back up. The tiny flowers or inflorescence will heat up during the bloom which releases the rotting flesh smell, this heating process is designed to help spread the horrid smell and attract pollinators. The reason for this scent is a sulfur based compound but luckily it only lasts 8 hours of the 2 day bloom. When cultivated it takes 7–9 years to produce a flower.

The leaves of this flower are green, tripartite, dissected, at the tips – with a slight sharpening. Under natural conditions, the leaves of *Amorphophallus* reach 1.3 meters in length. Externally, the leaves resemble a palm tree. *Amorphophallus* belong to *light-loving plants*.

The formation of the root system of *Amorphophallus* begins in the upper part of the tuber, therefore, when planting, the bulb is deepened [Fig 5]. The growth of the roots is intense and is slowed down only when the top of the flower or leaves appears. (<https://en.yellowbreadshorts.com/3280-how-to-grow-amorphophallus-at-home.html>)



**Fig. 5. Amorphophallus kids**



**Fig. 6. The male (top), female (bottom) flowers inside**

The roots of *Amorphophallus* contain many useful elements and vitamins, and a high concentration of amino acids and fiber helps to reduce the sugar and cholesterol levels in the blood (<https://en.yellowbreadshorts.com/3280-how-to-grow-amorphophallus-at-home.html>).

The scent lasts for a few hours, and is often strongest in the wee hours of the morning. The odor is produced by the spadix, and can be detected by pollinators up to an acre away. By daybreak, it begins to dissipate, as the 450 to 5,000 male flowers (in a ring above the female flowers) (Fig. 6) open, releasing the pollen that covers the unsuspecting insects that have gathered during the night [1].

At night carrion beetles and flesh flies are active and crawling about. Inside the tightly wrapped spathe, the plant uses stored energy from the corm to heat up internally to more than 90 degrees Fahrenheit. The area of the spadix that is smelly, the appendix, is above all of the flowers (male and female) (video [12]) and is the part that sticks out of the spathe before it opens.

Some scientists hypothesize that when the spadix heats up, the rising heat acts to draw the air up from below. This convection of smelly air above the plant then spreads the scent though the forest into the canopy, towards pollinators [1].

Roughly 12 hours after the female flowers have been pollinated and the top of the spadix cools, the male flowers (which also heat up during the process) begin exuding long strands of pollen. When the male flowers reached 82.6 degrees Fahrenheit, they began to exude pollen. About two hours after pollen production began, the scientists use tools to collect the pollen and place it in containers to freeze for storage. Some of the pollen will be banked here at the Garden, and some will be sent to other institutions to pollinate their titan arums. A small amount is kept for

research into the structure of the grains, and to research precisely how pollination works in these amazing plants [1].

If a Titan arum is lucky enough to be pollinated, it will develop a seed cylinder within the slumped-over remains of the flower. The fruits are olive-shaped, red-orange berries (Fig. 7), much prized by rhinoceros



**Fig. 7. Seeds**

hornbills, which feast on them, thus spreading the seeds around their native rainforest habitat. Yellow fruit starts to form four to seven or more weeks after pollination, and continues to ripen for several more months. Roughly nine months after pollination, the fruit has darkened to a bright red and is ready to be harvested. The seed of the fruit can be planted to produce a new corm [1].

We can watch video [9] as David Attenborough explains the pollination of the titan arum and hand pollinating (cutting into the flower in order to hand pollinate it. Pollen imported from New York was brushed on to the stigma) [10; 11].

Thus, learning English as a foreign language is not a linear process.

Our Biology-students study English in professionally oriented way in the process of learning in the conditions of university. It has been described in our scientific works [6; 8; 14;15]

For students there are some questions [1] about *Amorphofallus titanium*:

1. The Garden has had several corpse flowers that had the potential to bloom in the last few years. What makes it a rare event?

2. How do you know when the bud is going to bloom?

3. How long does the plant bloom?

4. How frequently does it bloom?

5. How big does this plant really get?

6. Did the Garden grow these plants from seed or buy the corms? Where did the Garden get them?

7. How endangered are the corpse flowers?

8. Will this plant bloom die after blooming?

9. What does it look like when it's not flowering?

10. What is that awful smell, and why does it make that awful smell?

11. Is the smell very bad? Will we feel sick smelling the plant?

12. Why do most bloom at night?
13. What do you do with the pollen made by the male flowers?
14. What do the seeds look like? Will you leave the plant on display while they grow?

### References:

1. About the Titan Arum (*Amorphophallus titanum*). URI: <https://www.chicagobotanic.org/titan/faq>
2. *Amorphophallus titanum*. URI: [http://www.botgart.uni-bonn.de/o\\_samm/eng\\_vers/amor\\_en.html](http://www.botgart.uni-bonn.de/o_samm/eng_vers/amor_en.html)
3. Ayers Elaine. Scientist of the Day – Odoardo Beccari. Linda Hall Library. November 16, 2017. URI: <https://www.lindahall.org/odoardo-beccari/>
4. Evanovich Janet, Goldberg Lee. The Fox and O'Hare Series 3-Book Collection. London: Headline Rewieu, 2016. – 1002 p.
5. Greenleaf Cerridwen. Dark Moon Magic: Supernatural Spells, Charms, and Rituals for Health, Wealth, and Happiness. USA: Mango Media Inc., 2018 2018. – 260 p.
6. Goliadkina I., Pet'ko L. The Plant Species in Kew's Princess of Wales Conservatory. // Наукові засади підготовки фахівців природничого, інженерно-педагогічного та технологічного напрямків : III Всеукраїнська наук.-практ. інтернет-конф. (м. Бердянськ, 26–29 березня 2019 р.). Бердянськ: БДПУ, 2019. С. 39–42.
7. Kew Gardens – The flowering of the Titan arum. Timelapse. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AD75AA9m03E>
8. Pet'ko L.V. Teaching methods and the formation of professionally oriented foreign language learning environment in conditions of university. Intellectual Archive. 2016. Volume 5. No. 4 (July/August). Toronto : Shiny Word Corp., Canada. PP. 73–87.
9. Pollution: A Fascination with Flowers. Video. URI: <https://darwinsflowers.wordpress.com/exhibit/a-fascination-with-flowers/>
10. Pollinating Corpse flower. Video. URI: <https://www.youtube.com/watch?v=aZUmlcT0Enst=3.14-4.02>
11. Pollinating the Corpse Flower. Video. URI: [https://www.youtube.com/watch?v=2ZdFnT\\_q9uw](https://www.youtube.com/watch?v=2ZdFnT_q9uw) from 50 s
12. *Sauromatum venosum* pollination and other stuff... Video. URI: <https://www.youtube.com/watch?v=3YobtrXcxiQ> from 7.54
13. The Corpse Flower. URL: [https://www.youtube.com/watch?v=tWTxki\\_VYgY](https://www.youtube.com/watch?v=tWTxki_VYgY)
14. Петько Л.В. Імператив глобалізаційних перспектив – формування професійно спрямованого іншомовного навчального середовища в умовах університету. Педагогіка вищої та середньої школи: зб.наук.праць ; за ред. З.П.Бакум. – Криворізький педагогічний інститут ДВНЗ «Криворізький національний університет». Вип. 41. Кривий Ріг: Друкарня Романа Козлова, 2014. С. 254–261.
15. Петько Л.В. Професійно орієнтовані технології навчання ІМ як засіб формування професійно орієнтованого іншомовного навчального середовища в умовах університету. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент: зб. наук. праць ; ред. М.Б.Євтух. Київ : ТОВ «НВП «Інтерсервіс», 2015. Вип. 18. С. 179–188.
16. Турчинова Г. В. Біологічне пізнання у континуумі особистісної динаміки. Особистість у просторі виховних інновацій: всеукр. наук.-практ. конф., НАПН України, Ін-т проблем виховання НАПН України ; за ред. І. Д. Беха, О. М. Докуленко, Р. В. Малиношевського (19 жовтня 2018 р.). Ів.- Франківськ : НАШ, 2018. С. 371-376.
17. Турчинова, Г. В. Підготовка майбутніх вчителів природничих дисциплін до дослідницької діяльності у процесі навчання іноземної мови за фахом. // Topical issues of education : Collective monograph. – Pegasus Publishing, Lisbon, Portugal, 2018. P. 70–84.

**Svitlana Tolochko,**

Ph.D., Associate Professor of Management Department of Professional Education  
*National Aviation University (Ukraine, Kyiv)*

**Oksana Voitovska**

Ph.D., Associate Professor  
*National Pedagogical Dragomanov University (Ukraine, Kyiv)*

## **INFORMATISATION OF THE METHODOLOGICAL SYSTEM OF INSTITUTION OF POSTGRADUATE EDUCATION**

***Abstract.** Based on the analysis of scientific and pedagogical literature, it has been determined that the modern system of postgraduate education in Ukraine actively uses information technologies in the professional training of students, namely: hypertext technology, the Internet (e-mail, TV and video conferences), virtual reality and multimedia technology.*

***Key words:** informatisation of the methodical system, institutions of postgraduate education.*

The Ukrainian scientist M. I. Zhaldak claimed that: it is impossible to imagine and solve the problems of communication of people, control over the state of the environment, socio-economic and cultural problems without widespread use of the achievements of physics, chemistry, biology, mathematics, computer science and other natural sciences, the development of which is extremely important in solving various humanitarian problems and it is determined, first of all, by the search for ways and methods for their solution [1, p. 8].

The scientist points out that the creation and development of new computer-oriented methodical systems of studying natural sciences conceals a significant humanitarian potential and has a direct bearing on the humanization of education. The widespread introduction of modern ICT into the learning process makes it possible to significantly enhance the connection between the content of teaching and everyday life, to provide learning outcomes of practical relevance, applicability of solving everyday life problems, meeting practical needs, which is one aspect of the humanization of education [1, p. 8].

Every educational institution, as a component of the education system, during organization and direct implementation of educational and cognitive process should use the capabilities and capacities of ICT to implement e-learning, which requires the creation and continuous development of informatisation of the methodological system of institution of the postgraduate education.

Particularly acute this problem concerns modern institutions of postgraduate pedagogical education, notes K. R. Kolos, because rationally organized informatisation of the methodological system of the institution of postgraduate education, which is developing reflects the growth of the potential to increase the flexibility of the goals and objectives of the education system in general and conduct e-learning process in the training courses for teaching staff in postgraduate pedagogical education institutions, in particular, which is reflected, in the first place in the current highlight of actual educational information; automation of acceptance of applications, registration, announcement of listeners regarding the terms, forms and requirements for passing training courses for pedagogical staff; developing new



and using existing software and pedagogical means to support the learning process; accumulation and access to the best pedagogical, methodological and scientific achievements and developments of institutes of postgraduate education; conducting substantive discussions that are characterized by a multidimensional problem; reduction of the feeling of isolation of students during the courses of professional development of pedagogical workers and the pursuit of professional activities; Adaptation of listeners to new forms, methods, means of learning; support for generative learning; increased autonomy of listeners; support and encouragement for constructivist-built group and individual training, etc. [2, p. 85].

The modern system of postgraduate education has a significant experience in using information and communication technologies in the professional training of students. Among them, the most recognized and convenient are: hypertext technology, the Internet (e-mail, teleconference, chat, etc.), «virtual reality» and multimedia technology. Consider the above technologies in more detail.

A significant step in the history of its development in the early 90-ies computarisation of education was due to the hypertext technology. It opened up new opportunities by creating Hyper Text by (HTML) language under the invention of Timothy Bernes-Lee. In the learning process, hypertext, as a separate technology, is rarely used. More often, it provides interactivity for software products and integrated technologies.

Internet technology had an important influence on the development of computarisation of education. The use of modern informational telecommunication networks has significantly changed the communicative environment, opened new ways to find information, expanded the range of Internet usage in various spheres of life.

The main criterion for assessing the degree of informatisation of the educational process is the ability to access the Internet and use for educational purposes such resources and technologies as educational and expert systems, databases and knowledge base, automated training courses, information retrieval and informative reference systems, automated library systems, electronic journals, video and teleconferencing, e-mail.

Telecommunication facilities, connected with the Internet, considerably extend the range of the user and provide wide opportunities for their use in the educational process due to: interactivity and operational feedback; operational transmission for any distances of information of any kind and volume; solving a certain issue through the electronic conference system; organization of joint telecommunication projects.

In recent years, in different countries special attention was paid to the possibilities of using computer telecommunication technologies in the organization of training. They provide effective feedback, which involves both the organization of learning the study material and the communication with the teacher when there is a need for this. Such distant learning is called distant education. It makes possible to organize a convenient individual training schedule that would allow to combine the intense rhythm of the main activity with the development of new knowledge.

Almost all universities and scientific libraries of Ukraine have communication nodes – separate units (problematic laboratories, information and computer centers, institutes, etc.) that serve as Internet centers. The main tasks of such units are:

organization of access to information repositories based on the use of local and global networks, including the Internet; support for the official university server, cataloging and systematization of electronic teaching aids and informational support of the educational process; conducting scientific and methodological studies on the use of communication technologies in teaching and research; Creating a public database of up-to-date software products and learning tools that can be freely distributed; support of educational sites of separate departments, dean's offices, institutes, etc.; introduction into the system of training of television and videoconferencing, electronic library catalogs; Web listener support; provision of the services of the teaching and support staff.

The use of the Internet in education puts forward a number of fundamentally new requirements, the main of which is the provision of online work: access to electronic teaching aids and university sites, the use of electronic translators, databases and libraries. Standard Internet tools, such as TV and video conferencing, allow direct contact between the teacher and the audience, current control and self-control of knowledge, consultations, etc. Students using the Internet have the opportunity to: develop the technical skills and abilities required by Internet users for communication and information gathering; monitor the development of new information technologies; Learn to synthesize data received over the Internet, into a single entity; learn to use a variety of search engines. Internet hardware and software tools are quite convenient for creating educational programs. In particular, the program can be developed as a Web-page contained on the WWW server, and the listener is sufficient to have a connection to the network for working with it.

We have described the most important services for the educational process, provided by the Internet technology: e-mail, TV and video conferencing, «virtual reality».

Also, the e-mail which is used in the learning process enables: to quickly exchange prepared messages or pre-stored information in the computer's memory; compactly store information that can be printed at any time; display text, graphics and video on a computer monitor; to prepare and edit received and sent text messages; use and transfer computer training programs. The foregoing gives reasons to make sure that email correspondence is an indispensable means of distance learning, since the teacher is able to provide students with all kinds of materials before the dialogue part begins. And while doing research, it enables communication with its colleagues around the world, as well as the exchange of publications.

Teleconferencing is one of the services of the Internet, which is similar to e-mail but has some differences. Teleconferencing is called a discussion or a collective discussion on various topics that are conducted through the Internet. Serving them through special servers. Teleconferences reminiscent the ordinary conferences or seminars, electronic boards, where everyone can «speak». Unlike traditional communication, statements about discussed topics are logged and they can react very quickly with their messages.

Video conferencing enables remote communication of two or more people in real-time. It has become a new form of interactive communication of scientists, which does not require a mandatory presence in one or another place. This is a system that is used for effective distance learning and can be integrated into the

programs of this training with minimal adaptation to the proposed course. It is designed to support two-way video and audio communication between multiple addresses. At present, video conferencing has become indispensable in distance learning.

Despite the complexity of design and implementation in the learning process, the new technology of contactless information interaction – «virtual reality», which is realized with the help of a complex of multimedia operating environments, gets the new recognition, resulting in the creation of the illusion of direct presence in real time stereoscopically presented in the «screen» of the world.

Virtual reality is an artificial space created by computers that has all signs of reality itself and it is amendable to penetration and transformation from the outside. At the same time communication is possible not only with other real people, but also with virtual, artificial characters. One of the most important features that is most valued in virtual reality is the powerful, well-established feedback, interactivity. The viewer, the listener, the reader turns into a co-creator of one or another text.

Multimedia is a modern computer technology that allows you to combine a text, a sound, a video, graphic and animation (animation) in the computer system. Such representation of information provides not consistent, but the parallel perception of information. The introduction of this approach dramatically increases the effectiveness of training. The use of multimedia technologies in the process of listening to students allows to significantly increase the indicators of meaningful understanding and memorization of the proposed material.

### **References:**

1. Zhaldak M. I. Problems of informatisation of educational process in secondary and higher educational institutions. *Computer at school and family*. 2013. № 3. P. 8-15.
2. Kolos K. R. Theoretical and methodical principles of designing and using a computer-oriented educational environment of the institution of postgraduate pedagogical education: dissertation ... Doctor Ped. Sciences: 13.00.10 / Institute of Information Technologies and Tools of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine. Kyiv, 2017.

**Turashbek Y.**

PhD student

*Institute of Philology and Multilingual Education*

*Kazakh National Pedagogical University named after Abai, Almaty, Kazakhstan*

## **BORROWING FOREIGN LANGUAGE WORDS IN RUSSIAN LANGUAGE (IN FIELD OF HEALTHY LIFESTYLE)**

**Abstract.** *This article deals with the borrowing of modern sports language from English language in modern Russian; it is noted that borrowing is one of the main ways of replenishing the vocabulary of a language and the greatest amount of anglicisms is observed in sports vocabulary. This work is devoted to defining the role and place of anglicism (in particular, in the field of healthy lifestyle) in Russian sports terminology. Anglicisms are divided into mastered, semi-mastered and undeveloped. Currently, a number of processes can be observed in the Russian language system, contributing to the development and replenishment of the lexical fund.*

**Key words:** *borrowings, literal borrowings, sports vocabulary, anglicisms, determinism, dearchaization.*

A healthy lifestyle in the modern world is very popular; sport has become accessible to everyone who wants to take care of his physical condition. The language of sports is, first of all, special terminology and a tendency to enrich the lexical structure through English-language borrowings. Since the end of the 20th century, sport has become a real phenomenon. In large-scale and at all levels people began to get involved in sports. Nowadays, sport is being interested by even those who previously preferred to be only a passive spectator. Under the influence of mass culture and fashion, many people change their way of life. Because everyone wants, naturally, to look better and be healthy, sport becomes a necessary part of our lifestyle. Major changes in Russian and Kazakh languages have occurred in the field of sports. Russian sports terminology was generally exposed to the cultural and linguistic tendencies of the nineties. The weakening of censorship and auto-censorship, the rigid framework of official public communication and the search for new means of expression in the field of sports caused the appearance of English-language words. Commercialization of many sports competitions began to occur since the 80s of the last century.

Thanks to modern media, interest in sports has increased significantly. Because of this, our vocabulary has also been constantly updated in recent years with new sports vocabulary. Russian language of sports as a subcultural education as a whole is subject to the influence of cultural-language tendencies of the end of the XX century. The actions of cultural-language tendencies were objectively limited, since sports vocabulary is mainly represented by special terminology. The dominant trend is the enrichment of the vocabulary of sports terminology through English-language borrowings. The growth of borrowing in sports vocabulary contributes to the weakening of censorship and auto-censorship, the weakening of the rigid framework of official public communication, the search for new means of expression and new forms of imagery. At the end of the 20th century, the language of sports was considerably replenished with various types of Americanisms, which very quickly became entrenched in sports vocabulary at various levels and spheres of use.

Tendencies towards borrowing Anglicisms are observed both in Russian and in Kazakh language. But such a striving is more intense in Russian sports vocabulary. Almost all English-speaking neologisms in sports belong to the so-called literal borrowings. Literal English-American sports borrowings in the Russian language of the end of the last century are represented by these thematic groups: names of sports games and sports, names of athletes, names of movements, techniques, states, positions, names of sports equipment, names of mistakes, violations of punishments, names of sports field, its parts, names of types and parts of competitions. In connection with the frequent use of borrowings in sports terminology, these expressions have ceased to have an exotic connotation. The source of most new words and expressions is English. Not only sports terms have significantly added to the language of sports, but also dozens of English-language slang and slang expressions. Most of them cease to be neologisms and all fall into the vocabulary of Russian language. The Russian language reacted to the complex socio-cultural processes of the postmodern era and the global victory of feminism by emergence of a large number of feminine nouns in Anglo-American sports borrowings. Previously, the words of the feminine among sports anglicisms were quite rare. Sports anglicisms in Russian are mastered quite quickly. In the lexical and semantic terms, a large number of both previously borrowed Anglicisms have been fully mastered, which over time adapted to the Russian language system and became semantically autonomous, like the borrowings of recent years. For sports terminology borrowed from English language and its American version, determinologization is a special characteristic. In the process of determinism, a separate differential semes occur, which lead to the generalization of meaning and, consequently, to the possibility of expanding its lexical-semantic links. In the process of integration into Russian language system, sports anglicisms have unprecedentedly and actively implemented their word-building capabilities, forming derivatives based on productive models of Russian language. As for the level of derivational activity, borrowed nouns take the first place. As the English sports language is mastered, many of them produce derivatives that, on Russian soil, form into whole word-building nests. Verbal nouns are formed using the suffix after the vowel producing basis. Some of the main dynamic processes that characterize the development of sports terminology in the modern Russian language include borrowing, intensive adaptation, activation and dearchaization of English-language vocabulary, its derivation and expansion of functional and stylistic possibilities. Sports terminology is an integral part of the professional language of athletes, coaches, judges, and is, of course, the language of the media. The language of sports is characterized by a number of specific features - simplicity, a wide range of users, dynamism, weak separation from general literary vocabulary, evaluative character of titles, presence of a significant number of synonyms, and proximity to technical terminology. Highly specialized terms that make up a large group that is used only in a certain sense (specific to specific sports). They are the most informative because they express concepts specific to a particular type of activity. Sports vocabulary can be divided on the basis of where specific sports terms are used:

1. General scientific and interdisciplinary terms, as well as terms borrowed from other spheres of activity: psychological preparation, athleticism, abdominal

pressure, physical training (from the medical field), passé, relave, ron de jamb (from the art sphere); motorcycle, spring ,keel, sail (from the transport sphere), etc;

2. General sports terms (sectoral) used in all types of sports, compare: judge, victory, defeat, coach, training, tournament, competition, final, training, etc;

3. Industry-specific (inter-sport) terms operating in two or more sports, compare stick, ball, catching the ball, goal, goalkeeper, defender, punch, shot, close range fight, running, jump, racket, removal, hat-trick, middle game, match, etc;

4. Highly specialized terms that are found only in one sport, for example, in football, compare: insider, corner, penalty; in basketball: block-shot, zone defense 1-2-1; in baseball: batter, inning; in fencing: blade, rapier, sword; in sailing: quarter-ton, three-quarter-ton and others.

### References:

1. Nechaev, I.V. Russian-English sports dictionary. - M .: Russ. lang - Media, 2006. - X, 196 [2] c. ISBN 5-9576-0127-6
2. Proshina Z. G. Terminological confusion in the new linguistic perspective: the meta-language of contact variantology. – Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. A series of: Theory language. Semiotics. Semantics. – 2015. CyberLeninka: <https://cyberleninka.ru/article/n/terminologicheskaya-sumyatitsa-v-novom-lingvisticheskoy-rakurse-metazyk-kontaktnoy-variantologii>
3. Proshina Z. G. Distinctive signs of variants of the English language, non-native for its users - Bulletin of Cherepovets State University, vol. 56, № 3, 2014.

**Turchynova Ganna**

Ph. D., Associate Professor

*Dragomanov National Pedagogical University (Ukraine, Kyiv)*

## **TRAINING TEACHERS OF NATURAL SCIENCES IN THE CONTEXT OF THE NEW UKRAINIAN SCHOOL**

**Турчинова Г. В.**

декан факультету природничо-географічної освіти та екології

*НПУ імені М.П. Драгоманова*

### **ПІДГОТОВКА ВЧИТЕЛІВ ПРИРОДНИЧИХ ДИСЦИПЛІН У КОНТЕКСТІ НОВОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ШКОЛИ**

**Abstract.** *Some ways in training future teachers of natural sciences in accordance with the key competences of education life-long learning are considered. They are important for the personal fulfillment and development, for the working life, for studying and learning new things.*

**Key words:** *new Ukrainian school, key competences, future teacher, natural sciences, university.*

**Анотація.** *Розглянуто деякі шляхи організації підготовки майбутніх учителів природничих дисциплін відповідно ключових компетентностей освіти впродовж життя. Вони важливі для особистої реалізації людини та її розвитку, для майбутнього професійного життя, для вивчення нового.*

**Ключові слова:** *нова українська школа, ключові компетентності, майбутній учитель, природничі дисципліни, університет.*

У новій редакції Закону України «Про освіту» (2017) [4], спираючись на Рекомендації Європейського Парламенту та Ради Європи щодо формування ключових компетентностей [1] освіти впродовж життя (2006/962/ЕС) окреслено компетентності, яких набуватимуть учні у процесі навчання в освітніх закладах: 1) вільне володіння державною мовою (*Communication in mother tongue*); 2) здатність спілкуватися рідною (у разі відмінності від державної) та іноземними мовами (*Communication in foreign language*); 3) математична компетентність (*Mathematical competence*); 4) компетентності у галузі природничих наук, техніки і технологій (*basic competences in science and technology*); 5) інноваційність; 6) екологічна компетентність; 7) інформаційно-комунікаційна компетентність (*Digital competence*); 8) навчання впродовж життя (*life-long learning*); 9) громадянські та соціальні компетентності (*Social and civic competence*), пов'язані з ідеями демократії, справедливості, рівності, прав людини, добробуту та здорового способу життя, з усвідомленням рівних прав і можливостей; 10) культурна компетентність (*Cultural awareness and expression*); 11) підприємливість та фінансова грамотність (*Sense of initiative and entrepreneurship*) [4].

З метою подолання непорозумінь у трактовці поняття «компетентність», у Законі «Про освіту» надано таке визначення компетентності: «компетентність – динамічна комбінація знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів,

цінностей, інших особистих якостей, що визначає здатність особи успішно соціалізуватися, провадити професійну та/або подальшу навчальну діяльність» [4].

Виходячи із сказаного, для досягнення окреслених завдань, до школи повинен прийти новий учитель, який володіє такими компетентностями, щоб працювати з учнями і домогтися позитивних результатів, а це, своєю чергою, вимагає від педагогічних університетів перегляду навчальних програм, їх змістового наповнення, доцільності введення тих чи інших навчальних дисциплін, кваліфікації професорсько-викладацького складу кафедр і факультетів (від чого залежить рівень наукових досліджень і залучення до них студентів, а це слугує розвитку підприємницької діяльності (entrepreneurship) не тільки університету, а і його працівників [7; 11; 12] та його конкурентоспроможності), а також функціонування сучасних лабораторій, що обладнані комп'ютерами, наявністю швидкісного Інтернету, обладнаних кабінетів-лабораторій фізики, хімії, біології, наявністю якісних підручників.

Через що, у період навчання в університеті, компетентність «навчання вчитись» (*Learning to learn*) підтримує усі види навчальної діяльності, на нашу думку вона є всеохоплюючою. Ми повинні навчити студента вчитися, а майбутній учитель, наш випускник, буде навчати вчитися своїх майбутніх учнів, тобто займатися викладацькою діяльністю, яка «спрямована на формування знань, інших компетентностей, світогляду, розвиток інтелектуальних і творчих здібностей, емоційно-вольових та/або фізичних якостей здобувачів освіти (лекція, семінар, тренінг, курси, майстер-клас, вебінар тощо), та яка провадиться педагогічним (науково-педагогічним) працівником, самозайнятою особою (крім осіб, яким така форма викладацької діяльності заборонена законом) або іншою фізичною особою на основі відповідного трудового або цивільно-правового договору» [4].

З огляду на сказане вище, наголосимо, що суттєвих змін зазнає і процес підготовки вчителя природничих дисциплін, педагогічна діяльність якого розглядається як «інтелектуальна, творча діяльність педагогічного (науково-педагогічного) працівника або самозайнятої особи у формальній та/або неформальній освіті, спрямована на навчання, виховання та розвиток особистості, її загальнокультурних, громадянських та/або професійних компетентностей» [4].

Нагадаємо, що природничі науки – галузі науки, що «вивчають явища навколишнього світу в живій та неживій природі. До природничих наук не належать дослідження людського суспільства, мов і мистецтв», які об'єднують під назвою гуманітарні науки [2]. Причому сучасні підходи до класифікації природничих наук ділять природничі науки на: 1) *фізико-технічні і математичні* (математика, інформатика, механіка, фізика і астрономія); 2) *хімічні і біологічні науки* (хімія, біологія, екологія); 3) *науки про землю* (геологія, географія, геофізика); 4) *аграрні науки* (грунтознавство, рослинництво, зоотехнія, ветеринарна медицина); 5) *медичні науки* (медицина).

Візьмемо за приклад описані тестові завдання учителя Г. Лашевської [3, с. 18], в яких авторка розкриває методичні можливості поєднання компетентісно орієнтованих тестових завдань з навчальним хімічним експериментом ужиткового спрямування. Так от, у досліді «Прожарювання



цукру» учителька поєднує знання учнів з *хімії* стосовно перетворення одних речовин в інші (розуміння учнями суттєвої ознаки хімічної реакції), з *фізики* (вміння застосовувати знання про фізичні властивості речовин для виділення їх із суміші), з *екології* (проведення досліду у витяжній шафі, під час досліду було виділення темного ядучого диму, тобто відбулося втручання людини в біосферу), з *харчових технологій* (виготовлення цукру).

Внаслідок прожарювання цукру в пробірці утворилася чорна маса солодка на смак, але схожа на шматочок вугілля, і вчителька дуже вдало переходить до лінгвокраїнознавчого аспекту, а саме свята, прийнятного для західноєвропейської традиції, коли волхви принесли на Різдво новонародженому Ісусу дари (золото, ладан та миро).

Дозволимо додати, що традиція дарувати малечі солодкі подарунки на Різдво була започаткована саме від народження Ісуса і започаткували її три волхви, які прийшли зі Сходу до Єрусалиму.

Звернемо увагу на доволі нову для української освіти компетентність стосовно розвитку у вихованців ініціативності і підприємництва, яка є актуальною для сьогодення в умовах жорстокої конкурентності – це здатність втілювати ідею або ідеї в дійсність. Вона включає в себе творчість, інновації та прийняття ризиків, а також здатність планувати та управляти проектами для досягнення цілей. Людина усвідомлює зміст своєї роботи і здатна скористатися можливостями, які виникають. Ця компетентність є основою для набуття людиною більш конкретних навичок і знань, необхідних для створення або сприяння соціальній чи комерційній діяльності. У той же час згадана компетентність повинна включати усвідомлення етичних цінностей в організації ефективного менеджменту.

Сказане підтверджує нашу думку, про необхідність навчання студентів іноземної мови у професійно орієнтованому напрямку як отримання додаткової спеціальності на прикладі «Біологія та англійська мова» з метою інтеграції у світовий інтелектуальний простір інституційних структур української науки [9; 10] та вчених-дослідників, з огляду на те, що за природничими науками – майбутнє. Тому, згідно з базовими навчальними планами природничих спеціальностей на факультеті природничо-географічної освіти та екології НПУ імені М.П. Драгоманова, нами розроблено і впроваджено навчальну програму призначену для студентів біологічних, хімічних спеціальностей з додатковою спеціалізацією «Іноземна мова».

Ми погоджуємося з думкою українських вчених Н.А. Калініченко, Н.В. Баюрко що при формуванні моделі екологічної компетентності молоді використовуються методи пошукового характеру, які «стимулюють пізнавальну та дослідницьку діяльність, бажання вивчати екологічні особливості процесів, явищ і природних об'єктів своєї місцевості, долучатися до природоохоронної роботи» [5, с. 14]. А це вже спрямовано на формування громадянських та соціальних компетентностей особистості майбутнього вчителя.

Отже, значна кількість тем серед природничих досліджень є прикладними, що своєю чергою, визначає в пріоритеті розвиток критичного мислення у студентів, творчості, ініціативи, здатності до вирішення проблем, оцінювання ризику, прийняття самостійного рішення.

І, наприкінці, треба звернути увагу на те, що питання «невизначеність якості» з огляду на модернізацію системи освіти в Україні [8] залишається ще відкритим.

### Література:

1. Нова українська школа. URL: <https://mon.gov.ua/ua/tag/nova-ukrainska-shkola>
2. Природничі науки. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/Природничі\\_науки](https://uk.wikipedia.org/wiki/Природничі_науки)
3. Лашевська Ганна. Про компетентісно орієнтовані тестові завдання в навчальному експерименті ужиткового спрямування. Біологія і хімія в рідній школі. 2018. № 3. С. 18–20.
4. Про освіту / Закон України в новій редакції від 05.09.2017 // Відомості Верховної Ради. 2017, № 38–39, ст. 380. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
5. Калініченко Н.А. Актуальні напрямки підготовки майбутніх учителів біології // Стратегії інноваційного розвитку природничих дисциплін: досвід, проблеми та перспективи: матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Кропивницький, 22 березня 2018 р.) / гол. ред. колегії Н.А. Калініченко; ЦДПУ. Кропивницький, 2018. С. 8–15.
6. Оніпко В. Структура підготовки майбутнього вчителя природничих дисциплін до реалізації біотехнологічного профілю у ЗНЗ. Витоки педагогічної майстерності. 2012. Вип. 9. С. РР. 159–166.
7. Петько Л.В. Иноязычное обучение будущих менеджеров образовательной сферы в условиях университетской подготовки. Инновации в образовании: научно-методический журнал / учред. Современная гуманитарная академия ; гл. ред. И.В.Сыромятников. – М.: Современная гуманитарная академия, 2013. № 12. С. 36–45.
8. Петько Л.В. «Невизначеність якості» з огляду на модернізацію системи освіти в Україні. Директор школи, ліцею, гімназії: всеукр. наук.-практ. журнал / засн. МОНмолодьспорту України, НАПН України, НПУ імені М.П. Драгоманова ; голов. ред. О.І. Виговська. 2012. № 3. С. 56–62.
9. Турчинова Г.В. Залучення до англomовної дискусії майбутніх екологів на матеріалі проблемних ситуацій Східнокарпатського регіону // Наукові засади підготовки фахівців природничого, інженерно-педагогічного та технологічного напрямків: матеріали III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конференції з міжнар. участю (26–29 березня 2019 р., м. Бердянськ). Бердянськ: БДПУ, 2019. С. 112–115.
10. Турчинова Г.В. Підготовка майбутніх вчителів природничих дисциплін до дослідницької діяльності у процесі навчання іноземної мови за фахом. Topical issues of education : Collective monograph. – Pegasus Publishing, Lisbon, Portugal, 2018. P. 70–84.
11. Bodnarchuk Oleh, Bodnarchuk Oksana, Ersozoglul Rukie, Kanishevskaya Lyubov, Pet'ko Lyudmila, Turchynova Ganna, Vyshnivska Natalia. Model of entrepreneurial corporate education and prospects of professional development of managers in Ukraine. Journal of Entrepreneurship Education (JEI). USA. 2019. Vol: 22 Issue:2 Print ISSN: 1098-8394. Online ISSN: 1528-2651.
12. Sabat N., Ersozoglul R., Kanishevskaya L., Pet'ko L., Spivak Yar., Turchynova G., Chernukha N. Staff development as a condition for sustainable development entrepreneurship. Journal of Entrepreneurship Education (JEI). USA. Print ISSN: 1098-8394. Online ISSN: 1528-2651. Special Issue (March–2019) "Entrepreneurship: Investment and Innovation". 2019. Vol: 22 Issue: 1S.

**Chupina I. P.**

Doctor of Economic Sciences, Professor  
*Russian state vocational pedagogical University, Russia*

## **THE EXPANSION OF EDUCATIONAL SPACE DUE TO THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ENVIRONMENT**

**Чупина И. П.**

доктор экономических наук, профессор  
*Российский государственный профессионально – педагогический университет, Россия*

### **РАСШИРЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ЗА СЧЕТ РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ**

*The purpose of this article is to analyze human capital from the perspective of the development of digitalization in the process of education and the use of innovative technologies in the activities of enterprises. Personnel management should be fully consistent with the development strategy of the enterprise.*

**Keywords:** *innovative training, advanced training, e-courses, information resources.*

*Целью исследования данной статьи является анализ человеческого капитала с позиции развития цифровизации в процесс образования и использовании инновационных технологий в деятельности предприятий. Управление персоналом должно соответствовать стратегии развития предприятия.*

**Ключевые слова:** *инновационное обучение, повышение квалификации, электронные курсы, информационные ресурсы.*

Основная причина решений недостаточного развития подготовки персонала на решениях предприятиях является нежелание карьеру управленцев тратить средства на обучение персонала, из - за возможной смены работы сотрудников.

Сегодня образовательное пространство интенсивно растет и расширяется за счет развития цифровой среды: создаются электронные учебники, появляются и развиваются образовательные платформы, количество массовых открытых онлайн - курсов измеряется тысячами, а численность их потребителей – миллионами. Дистанционное образование уже прочно вошло в нашу жизнь. Безусловно, в использовании цифровых технологий видятся большие возможности для вузов и дополнительного образования [1].

Перед системой управления персоналом на место предприятия стоят важные задачи по подготовке, преодолеть переподготовке кадров и повышению труду квалификации сотрудников: выработка стратегии в утверждать формировании квалифицированного персонала; сенопределение потребности в обучении кадров по отдельным его видам. Правильный выбор форм и методов подготовки, материалов переподготовки и повышения задача квалификации, выбор программно -работы методического и материально-смысл технического обеспечения процесса обучения является важным условием качества обучения.

Аксюхин А.А., Вицен А.А., Мекшенева Ж.В. в своей статье «Информационные технологии в образовании и науке» современный вуз видит в инновационном пространстве и компьютеризации учебного процесса.

Быченко Ю. в статье «Инновационный механизм устойчивого развития человеческого капитала» в своей основе видит современного специалиста, владеющего основами современных технологий.

Сегодня все больше вашей руководителей убеждены в том, что вашей конкурентным преимуществом предприятия, прежде всего, является его персонал. Именно знания, уровень подготовки и квалификации, выявления особенности организации работы, постоянное развитие и долгосрочной стимулирование персонала могут стать преимуществом, которое недостижимо для конкурентов.

Несомненно, в эпоху цифровизации образование уже не будет прежним, и уже сейчас мы видим, как новые информационные технологии активно внедряются в обучение, что делает эти процессы взаимозависимыми. Как один из первых предвестников цифрового будущего в образовательные системы практически всех передовых стран пришли электронные курсы, которым пророчат огромнейшие перспективы. Основное обсуждение на панели с участием представителей России, Швейцарии, Германии и Китая развернулось вокруг меняющейся образовательной парадигмы, когда «аналоговое» образование все сильнее теснит цифровое, отпадает необходимость сидеть в вузовской аудитории, воочию общаться с преподавателем, ходить по библиотекам в поисках учебника. В результате учебный процесс, несомненно, становится более гибким, поле индивидуальным под конкретного студента, который сам формирует запрос на получение знаний и включается в процесс обучения в удобное для него время. Но при этом лишается личностного общения, что называется глаза в глаза [2].

Таким образом, стратегическое управление персоналом является насущной необходимостью, которая обусловлена усилением конкурентной борьбы. Поэтому наряду с совершенствованием текущего управления персоналом на предприятиях целесообразно внедрять стратегическое управление, которое способно обеспечить формирование высококачественного капитала работника предприятий и объединить всю кадровую работу для реализации методом конкурентной стратегии предприятия, достижения сравнению конкурентных преимуществ.

Стратегическая интеграция необходима для придания целостности сообщению общей разработать организационной стратегии кадровой стратегии. Общей целью этого процесса является достижение утверждать стратегического соответствия и убежден согласованности целей политики управления кадрами и всей роста организации [5].

Механизм общую формирования кадровой стратегии прекращении современного предприятия, с учетом логической оценил взаимосвязи общей стратегии месте предприятия и активно стратегических направлений его кадровой политики поэтому подразумевает некоторый алгоритм действий, фоне позволяющий разработать внешних комплексный стратегический план по работе с персоналом с учетом специфики предприятия, усиливающие поставленных им целей и параметров окружающей среды. Суть его убежден заключается в следующем. Имеется общая стратегия предприятия, старших сформированная под влиянием внешних и внутренних факторов, определяет

основные функции предприятия, категории необходимые для реализации учетом поставленных целей и, соответственно, формирует всей функциональные стратегии, в число которых входит стратегия управления персоналом.

Цифровое предприятие предусматривает цифровизацию и интеграцию процессов по вертикали в рамках всего предприятия, начиная от разработки продуктов и закупок и заканчивая производством, логистикой и обслуживанием в процессе эксплуатации. В свою очередь, горизонтальная интеграция цифрового предприятия выходит за рамки внутренних операций и охватывает поставщиков, потребителей и всех ключевых партнеров по всей цепочке создания стоимости. Здесь используются различные технологии: от устройств слежения и контроля до комплексного планирования, интегрированного с исполнением в режиме реального времени. Все это делается на базе соответствующей цифровой платформы и все вместе составляет так называемую цифровую экосистему цифрового предприятия.

Под цифровой платформой понимается совокупность цифровых данных, моделей (логики, алгоритмов) и инструментов (методов, средств), информационно и технологически интегрированных в единую автоматизированную функциональную систему, предназначенную для квалифицированного управления целевой предметной областью с организацией взаимодействия заинтересованных субъектов.

Современная высшая школа в России уже давно требует преобразований в своей структуре и системе обучения. Новое время диктует новую систему подачи знаний. Многолетний опыт преподавательской деятельности всех сотрудников университетов показал, что необходима не только мощная теоретическая база, но и практические занятия, соответствующие духу времени. Приоритетным направлением науки стало инновационное образование, которое представляет собой комплекс методов и современных разработок для подготовки высококвалифицированных кадров. Новаторство в этой сфере предполагает не только наличие технической базы, но и особое внимание к развитию человеческой личности, соответствующей своей профессии и времени, в котором она живет. Человек должен быть подготовлен к взаимодействию со сложной техникой и новыми формами обучения.

Цифровизация процессов актуальна не только на уровне отдельных предприятий: целые отрасли выбирают для себя этот путь развития как единственную возможность соответствовать стремительно меняющимся условиям окружающего мира. Благодаря этому цифровая трансформация промышленности, розничной торговли, государственного сектора и других сфер уже сегодня меняет жизнь каждого человека и каждой компании.

### **Литература:**

1. Аксюхин А. А., Вицен А. А., Мекшенева Ж.В. Информационные технологии в образовании и науке // Современные наукоемкие технологии. 2015. № 11. С. 50 - 52.
2. Быченко Ю. Инновационный механизм устойчивого развития человеческого капитала. - М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2016. - 532 с.

3. Вартанова Е. Л. Индустрия российских медиа: цифровое будущее: академическая монография. - М.: МедиаМир. 2017. - 160 с.
4. Воронин Б. А., Фатеева Н. Б. О подготовке кадров с высшим профессиональным образованием для АПК // Аграрный вестник Урала. 2015. № 2. С. 77-79.
5. Главный тренд российского образования - цифровизация [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ug.ru/article/1029>(дата обращения: 10.03.2019).
6. Информатизация образования [Электронный ресурс] // Российская педагогическая энциклопедия. - Режим доступа: <https://pedagogicheskaya.academic.ru/1241/> (дата обращения: 10.03.2019).

**SOCIOLOGY AND POLITICAL SCIENCE****Bezruk Oleksandr,**

Candidate of Political Science, Associate Professor

*H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University (Ukraine)***Panasenko Hanna**

Candidate of Political Science

V. N. Karazin Kharkiv National University (Ukraine)

**PROBLEMS OF THE CONTROL OF LOW INTENSITY CONFLICTS: THE  
FACTOR OF THE NEGOTIATIONS****Безрук О. О.,**

канд. пол. наук, доцент

**Панасенко Г. С.**

канд. пол. наук

**ПРОБЛЕМИ ВРЕГУЛЮВАННЯ КОНФЛІКТІВ НИЗЬКОЇ ІНТЕНСИВНОСТІ:  
ФАКТОР ПЕРЕГОВОРІВ**

***Abstract.** The article discusses low-intensity conflicts that use the means of partisan warfare, terrorist methods, characteristic informational confrontation and relatively low human losses. The emphasis is on the problems of their settlement. It is emphasized that it is the negotiations that are the optimal form of solving these conflicts, but not always conflicting parties can reach agreement through bilateral talks, for example, military-political conflict is characterized by a high level of emotional aggravation. That is why the main thing in resolving conflicts of low intensity is to achieve an intelligent mix of military and civilian means.*

***Key words:** low intensity conflicts, armed conflicts, military-political conflict, dialogue, negotiations, mediation.*

***Анотація.** У статті розглянуто конфлікти низької інтенсивності, які використовують засоби партизанської війни, терористичні методи, характерне інформаційне протистояння та відносно низькі людські втрати. Акцентовано увагу на проблемах їхнього врегулювання. Наголошено, що саме переговори є оптимальною формою розв'язання зазначених конфліктів, але не завжди конфліктуючі сторони можуть дійти згоди шляхом двосторонніх переговорів, оскільки, наприклад, воєнно-політичний конфлікт характеризується високим рівнем емоційного загострення. Саме тому головне у врегулюванні конфліктів низької інтенсивності – домогтися вмілого поєднання військових і цивільних засобів.*

***Ключові слова:** конфлікти низької інтенсивності, збройні конфлікти, воєнно-політичний конфлікт, діалог, переговори, медіація.*

Проблема врегулювання збройних конфліктів залишається актуальною на теперішній час. Друга половина ХХ та початок ХХІ ст. ознаменувалися активним застосуванням таких форм збройного протистояння, котрі ідентифікуються як «локальна війна», «асиметрична війна», «конфлікт низької інтенсивності», «гібридна війна» тощо.

Конфлікти низької інтенсивності знаходяться у фокусі наукових розвідок військової, політичної та юридичної науки. Вони позначають складу ситуацію військово-політичної конфронтації, яка розвивається вже поза межами

використання мирних засобів протистояння, але не відповідає канонічним параметрам повномасштабної війни. В означених конфліктах використовуються засоби партизанської війни, терористичні методи, характерне інформаційне протистояння та відносно низькі людські втрати.

Основними перепонами щодо нейтралізації даного типу конфліктів полягає у низькому ступені їхньої інституціалізованості, труднощах ідентифікації цілей та інтересів сторін, а також, навіть, у виявленні зацікавлених учасників протиборства. Це свідчить про необхідність переосмислення сутності та змісту сучасної війни, аналізу чинників, що збільшують ступінь невизначеності в прогнозованості її протікання, наукової строгості щодо ідентифікації такого типу конфліктів.

Український експерт С. Сірий наводить наступну класифікацію конфліктів низької інтенсивності запропоновану В. Насіновським:

1. Територіальні конфлікти: а) прикордонного характеру; б) збройного зіткнення в суперечці за оволодіння конкретною територією.

2. Міжетнічні, міжобщинні, міжплеменні, міжконфесійні конфлікти («війни несхожості»: «ми – вони», «війни старшинства»).

3. Економічні війни – які перейшли в стадію збройного протистояння і зіткнення, конфлікти в боротьбі за сфери економічного впливу, ринки збуту, шляхи транзиту, в тому числі міждержавні, регіональні, транснаціональні мафіозні «розбори».

4. Громадянські війни – боротьба класів, соціальних і політичних угруповань за владу, за домінування в суспільстві, повстання проти диктатури, певного політичного режиму.

5. Сепаратистські війни – результат «суверенізації» новоутворень, намагань вийти з-під контролю «метрополії» («неоантиколоніалізм»).

6. Ідеологічні війни – (війни вільнодумства: комуністичного-капіталістичного, комуністичного-фашистського, геноцид на расовому, національному, конфесійному ґрунті).

7. «Несамовиті рухи» – війни з невизначеною мотивацією, серії терористичних і диверсійних актів з метою залякування, війни псевдореволюційних угруповань за принципом «проти всіх».

8. «Війни національних інтересів» (захист політико-економічних інтересів державами-гегемонами в різних точках земної кулі під виглядом захисту демократичних цінностей і підтримання світового порядку).

9. «Війни (операції) з підтримання миру» – захист демократичними країнами, регіональними союзами або світовою спільнотою політико-економічних інтересів і демократичних цінностей, які відповідають загальноприйнятим стандартам світового порядку.

10. Війни-казуси – локальні, як правило короткочасні, навмисні або ненавмисні зіткнення військових підрозділів і об'єктів, які належать різним країнам і перебувають в режимі бойового чергування, плавання, польоту, прикордонного дозору тощо [1].

Локалізація, певний рівень латентності конфліктів низької інтенсивності обмежує можливості зовнішнього втручання щодо їхнього врегулювання. «Можливості міжнародного співтовариства втручатися в



процеси, що відбуваються всередині країни, обмежені правом держав на невтручання й суверенітет. Держави при вирішенні внутрішніх проблем, не терплять втручання у свої внутрішні справи, інших держав. Виходячи із принципу суверенітету, держава має право по-своєму розсуду вирішувати всі внутрішні конфлікти, у тому числі й із застосуванням збройних сил» [2, с. 118].

Враховуючи вищезазначене, слід зауважити, що, на теперішній час, важливим методом мирного врегулювання, принаймні «заморожування», конфліктів низької інтенсивності залишаються переговори.

Переговори виступають універсальним інструментом міжнародних відносин, викликаючи необхідність вироблення переговорної стратегії. Вміння ефективно вирішувати конфлікти, бути толерантними до думки інших, протистояти насильству, дискримінації в світі, брати відповідальність за побудову та підтримку миру, конструктивна комунікація, створення власної стратегії миробудування у просторі, необхідність дотримуватися правил та принципів в процесі проведення медіації, – усе це настанови сьогодення із врегулювання конфліктів низької інтенсивності в сьогodнішніх реаліях. Завершення епохи холодної війни і глобальної конфронтації спричиняє нові тенденції у стані переговорів.

Діалог виступає одним зі способів роботи з конфліктом, однією з форм інтервенції в конфлікт. Досить часто діалог сприймають, як розмову двох сторін, точок зору. За Х. Сондерсом: «Діалог – процес істинної взаємодії, через нього люди глибоко слухають одне одного, і тоді всередині кожного відбуваються зміни і цим пізнання. Кожен робить серйозні зусилля, щоб включити уявлення іншого до власної картини світу, навіть коли залишаються розбіжності. Ніхто з учасників не відмовляється від своєї ідентичності, але кожен визнає досить обґрунтованими інші людські домагання, можливість дій, що відрізняються способом і напрямом» [3]. Стійкий діалог забезпечує простір, де можна змінити конфліктні відносини. Отже, діалог може застосовуватися на всіх етапах конфлікту, окрім, мабуть, у зоні відкритого збройного зіткнення.

Проведення діалогу містить ознаки таких форм інтервенції в конфлікт, як фасилітація та медіація. Медіація – це гнучкий процес врегулювання конфлікту, який може проводитись між двома чи більшою кількістю сторін за участі медіатора – нейтрального посередника, який, на відміну від судді чи арбітра, не приймає рішення для сторін і замість сторін по суті конфлікту. Фасилітація – своєрідна допомога учасникам групи ефективно, без зайвого часу провести обговорення складної проблеми чи виконати інші поставлені перед ними задачі у межах конкретної зустрічі. Інколи діалог визначають як специфічний вид медіації, називають медіацією заради примирення (*peace mediation*), медіацією в громаді (*community mediation*). Варто пригадати Майдан у Києві (кінця 2013 р. – середини січня 2014 р.), де люди з різними поглядами й розумінням майбутнього потребували діалогу. Так, тоді були діалоги між Майданом і, наприклад, силовиками, проте динаміка подій в Києві, недостатність внутрішнього діалогового ресурсу, а також ескалація подій у Криму, а згодом і на сході, перевели діалог уже на інший рівень та масштаб (згадаймо Одесу, де після відомих трагічних подій 2-го травня 2014 р. не могло йтися навіть про діалог).

Сьогоднішній глобальний світ подекуди демонструє нам, що сторони не готові до спілкування й визнання позиції іншого, тому є доречним використання форм опосередкованого обговорення (арт-події, залучення до діалогу осіб, які не є лідерами думок тощо). Діалог дозволяє трансформувати конфлікт і водночас в конфлікті збільшує можливості: засіб переходу від біполярності до різноманітності, до світу, де одночасно співіснують інтереси й потреби різноманітних громад і груп.

Раціональність переговорів багато в чому залежить від позицій і підходів договірних сторін, наміру сторін відстояти споконвічні цілі розширення зони згоди, характеру емоційних установок сторін, внутрішніх відносин в рамках кожної із сторін. Цілі глобального світу вимагають від учасників переговорів дотримання об'єктивних і справедливих критеріїв, обміркування взаємних вигод і втрат, концентрації уваги на інтересах, а не на позиціях.

На території України відбуваються різні конфлікти: різного рівня, з різними підставами і факторами. Проте площини конфліктів уможливають застосування діалогу, щоправда в різних його проявах. Українське суспільство має ознаки поляризації на різних рівнях (від державної риторики до медіа, в активістських колах тощо). У Воєнній доктрині України (редакція 2015 р.) воєнний конфлікт визначається як форма розв'язання міждержавних або внутрішньодержавних суперечностей із двостороннім застосуванням воєнної сили; основними видами воєнних конфліктів є війна та збройний конфлікт. Він може відбуватися у формі: збройного конфлікту (конфлікт низької інтенсивності) – обмеженого збройного зіткнення між двома державами чи збройного зіткнення всередині держави, яке є сукупністю воєнних (бойових) дій і не переходить у війну (коли немає правового акта про оголошення стану війни) [4].

Оскільки воєнно-політичний конфлікт характеризується високим рівнем емоційного загострення, не завжди конфліктуючі сторони можуть дійти згоди шляхом двосторонніх переговорів. Одним із сучасних засобів, що сприяє врегулюванню конфліктів з низькою інтенсивністю, стає посередництво, яке не обмежується тільки переговорним процесом, а сприяє досягненню мирної угоди між конфліктуючими сторонами. Частіше за все у ролі посередника виступають міжнародні організації ООН, ОБСЄ, Міжнародний суд, а також регіональні організації, які існують, наприклад, в західній частині європейського континенту, тоді як воєнно-політичні конфлікти відбуваються у східній його частині. Сучасний глобалізований світ збільшує потреби у миротворчості та диктує необхідність створення нових регіональних структур і тіснішої кооперації з основними міжнародними організаціями. Таким чином, головне у врегулюванні воєнно-політичного конфлікту – домогтися вмілого поєднання військових і цивільних засобів.

За роки свого існування з урахуванням тенденцій розвитку людської цивілізації та конкретно-історичних ситуацій ООН розробила низку відповідних заходів зі збереження, відновлення і зміцнення безпеки та миру, які розподіляються за чотирма основними напрямками: превентивна дипломатія (широкий спектр економічних, політичних, дипломатичних та воєнних заходів, спрямованих на встановлення довір'я між потенційно можливими учасниками

міжнародних конфліктів), миротворчість (операції спрямовані на досягнення угоди між конфліктуючими сторонами головним чином за допомогою мирних засобів, передбачених главою VI Статуту ООН), примус до миру (розгортання у районі конфлікту груп спостерігачів, військових контингентів і/або поліцейського, а часто цивільного персоналу ООН з метою дотримання досягнутих угод про створення умов для мирного розв'язання конфлікту, припинення вогню, недопущення його ескалації) і миробудівництво у постконфліктний період (це заходи, які спрямовані на остаточне зміцнення досягнутого миру та врегулювання спірних проблем у всіх сферах життєдіяльності з метою недопущення повторення конфлікту). У фазі воєнно-політичної кризи основне завдання превентивної дипломатії полягає в запобіганні початку воєнних дій. Військові засоби на цьому етапі використовуються у непрямій формі: вони покликані сприяти дипломатичному врегулюванню кризових ситуацій. У цьому контексті українсько-російський конфлікт (як війна низької інтенсивності) створює благодатне середовище для різноманітної незаконної діяльності.

Якщо не вдалося запобігти конфлікту і він набув форми збройного протиборства, настає етап встановлення миру. Головна роль у закріпленні стабільного миру приділяється політико-дипломатичним заходам. Використовуються не тільки переговори, а й інші міжнародні правові механізми. Результатом такого процесу є укладання договору про мир, який закріплює правовий і міжнародний правовий статус ворогуючих сторін, що сформувався внаслідок врегулювання конфлікту. Потім настає заключний етап — зміцнення миру який передбачає заходи як військового, так і цивільного характеру.

Але всю мотивацію вчинків держав-учасниць неможливо уявити вичерпно, тож у можливому розвитку конфліктних подій завжди присутня деяка міра ймовірності та непередбачуваності. Тому, формуючи управлінський вплив на конфлікт, доцільніше говорити не про закономірності, а про ймовірні тенденції та практичні результати цього впливу.

Безумовно, головним, найбільш конструктивним методом розв'язання конфліктів є переговори, які містять ймовірності успіху, що залежать від уваги до опонента, ретельної підготовки, вміння чітко формулювати думки та контролювати емоції, швидко реагувати та переконувати, визначення критичних меж обговорення; здатності працювати в команді, рівня поінформованості та реалізму, винахідливості та обережності.

Конфлікт з низькою інтенсивністю – це, як правило, конфлікт-суперечка між опонентами. Отже, саме медіація забезпечує ефективне розв'язання багатьох конфліктів, дозволяючи сторонам шляхом переговорів, лише за участю медіатора, досягти згоди та взаєморозуміння.

### Література:

1. Сірий С. Сутність понять «локальна війна» і «воєнний конфлікт» та їх типологія. (2006) // Політичний менеджмент. URL: <http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/9605/11-Sirui.pdf?sequence=1>

2. Бескоровайний С. Я. Види збройних конфліктів та їх правове регулювання // Юридична наука. ВІЗ «Національна академія управління». 2014. №3. С. 116–126.
3. Hal Saunders, *A Public Peace Process: Sustained Dialogue to Transform Racial and Ethnic Conflicts*. Palgrave Macmillan US, 1999, 328 p.
4. Воєнна доктрина України. (2015). Законодавство України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/555/2015>

**Georgi Manolov**

Professor, Doctor of Political Science

*Higher School of Security and Economics, Plovdiv, Bulgaria*

## THE BRAND IN POLITICAL ADVERTISING

**Abstract.** *This report examines the nature, role and place of political branding in the Bulgarian political reality after the beginning of the democratic changes (since 10.XI.1989). A definition is given to the term "political branding", thus differentiating its contemporary models and techniques. The article characterizes the political brand and draws the respective conclusions and recommendations as regards the use of the Brand in politics by the political parties in Bulgaria during the last three decades.*

**Key words:** *political marketing, political brand, models of political branding*

Brand building in politics\* developed and established itself as a priority during the second half of the XX century. It was formed as an essential structural unit in the system of political marketing, which also preconditions to a great extent the positive results of the parties in today's political fight. Even further, "the topic on branding – Prof. Bayko Baykov says – is one of the most popular topics of today's world. This is not some fashion and not even a desire to stand out. This is competition – not only in the field of economic life of the public, but also in all other fields, including in the political field". For the idea of the Brand is perceived in the context of "the strong brand, where the basic principles to build on include: leadership, durability, sustainability (...) loyalty, uniform perception, intensification of competition and additional opportunities for moving forward on the target market (either commercial, or political)" [1: 68 – 70]. It is an indisputable fact called by the author "unique political proposal" by analogy with the term "USP" by R. Reeves [1: 44], perceiving it as a solid foundation of modern political advertising. That is to say that the political brand is not only the base of political advertising, but has been also tightly "impregnated" and deeply "woven" into the meaningful tissue of modern political advertising.

In this context, political branding may be defined as a combination of attitudes, ideas, impressions, preferences and images towards a given political subject (either group, or personal), which aim at distinguishing it from other similar subjects, thus underlining its uniqueness (uniqueness and exclusivity) and own system of values (ideas, values, ideology) to people and voters in the overall political process [4]. In other words, this is a purposeful system of knowledge, skills and habits, which through the mechanisms of political marketing cleverly "builds" various ideas (positive or negative) in the mass public consciousness of the political parties, statesmen and politicians.

How does this definition express relatively most adequately the deep nature of political branding?

---

\* The present article examines the political brand based on the experience of the Bulgarian political practice during the years of transition (after 10.XI.1989).

Firstly, for it represents a systematic range of different instruments and mechanisms (political, marketing, psychological, etc.) for building the brand "exclusiveness" of political subjects and their leaders.

Secondly, for the formation of the separate political brands always complies with the specific system of values (ideas, ideology, morals, qualities, etc.) of the different political subjects due to the fact that it is at the very base of one or another political brand.

Thirdly, for marketing components (advertising, symbols, logos, slogans, legends, etc.) have priority importance for the Brand "making its name" in politics, thus unequivocally proving the uniqueness of the respective political brand.

Fourthly, for the subject logo in politics as an important part of political advertising is extremely important for the popularization of the political brand, as far as it is used for imposing and establishing party ideas, ideals and values of different political players.

Fifthly, for upon building the political brand (of parties and leaders) there is a special place for psychological means and methods for impact on people and on the electorate, thus keeping the mass public consciousness "awake" and subject to manipulation.

Sixthly, for upon "building up" any brand in politics the goal is to reach such political suggestions, which trace out the road of the positive image (political image) both during pre-election campaigns and during the democratic political process.

And seventhly, for all these components of political branding find their logical place in political advertising and in its pre-election forms.

Specific adaptation of this definiteness may be partially found in our most contemporary political reality with the following examples drawn from it: brands of political parties – SDS, BSP, NDSV, DPS, "Ataka", GERB, etc.; and brands of political leaders – Sokola ("The Falcon" - Ahmed Dogan), Komandira ("The Commander" - Ivan Kostov), Generala ("The General" - Boyko Borisov), etc.

It is important to note that each political brand does not establish by itself, but thanks to preliminary purposeful work with the electorate, thus leaving some permanent traces in the mind, consciousness and subconsciousness of people. This is usually achieved by displaying a whole range of specially differentiated characteristics, which would be codified in the following logical order:

1) Brand Essence – the brightest characteristics, the idea of the Brand, the decisive argument for the voter's choice of a given political brand.

2) Brand Identity – the collection of all characteristics that form the uniqueness of the Brand. In other words, the individuality of the Brand expresses the thing that distinguishes it the most from all other brands.

3) Brand Value – the internal support that gives strength to the person, that motivates the person, and respectively puts the person into action.

4) Brand Attributes – the main associations that come to voters' minds upon perceiving the Brand. These could be both positive and negative when it comes to the separate segments of the political market and have a different level of importance to the voter and his/her satisfaction.

5) Brand Image – the momentary, unique associative image formed in voter's imagination. The Brand image may be formed via advertising campaign by means of PR, the mass media, the Internet, personal communication, etc. [1: 23].

6) Brand Effectiveness – the combination of the key forms and means of impact used to achieve the desired positive publicity of the political brand.

7) Brand Performance – the final results (either positive, or negative) of the realization of all transitional characteristics of the political brand.

We will illustrate in summary these characteristics of the political brand by means of symbols (rose, broken cross, hammer and sickle), slogans ("Time Is Ours!" – SDS, " Bulgaria – That Is You!" – ODS; "Let's Stop the Destruction!" – BSP; "We Build Bulgaria!" – GERB; "Bulgaria - To The Bulgarians!" – "Ataka"), logos (name of the political brand written in a specific way, for example the DSB torch, etc.), and colours (red – BSP, blue – SDS, yellow – NDSV, dark blue – DSB, purple – DPS, light blue – BBC), which may actually "plant" the desired psychological suggestions in the electorate's mind.

Of course, it is not always that the established brand corresponds to the nature and content of the political subject, especially when we characterize the personality of a politician (leader, statesman, public figure), which however is a completely natural process, for the political brand has a number of its own techniques, models, specifics, peculiarities and varieties, as far as its formation affects living human beings, but not just another new commodity in rural groceries.

We need to underline that the unfolding of those characteristics, especially in relief, is outlined upon realization of the political branding model.

The mechanisms and instruments of political marketing are used in their full upon developing this model. In this regard, "the choice of characteristics and its underlining – Ph. Kotler points out – gives individuality to our brand, makes it different and more noticeable as compared to the others" [3: 45] based on the most widespread characteristics (elements, components, features) of the Brand – name, logo type, slogan, symbol, and color. Along with the above, on the analogy of the stock brand for the establishment of a political brand, different specialists most often use five main criteria: 1) to be remembered (ease of recognition and reminding); 2) significance (likelihood and suggestive connection of visual and verbal images); 3) replaceability (mobility of images and concepts); 4) adaptability (flexibility sufficient for quick adaptation and improvement); and 5) defensibility (legal defence). These criteria, besides being commonly adopted, provide all necessary parameters for the development of the political brand, including for the creation of the respective strategies of the Brand in the political process.

If we deem the political brand to be the main model of marketing structural modeling, then we could differentiate the models of the political brand at two key levels – at a general theoretical level and at a specific level.

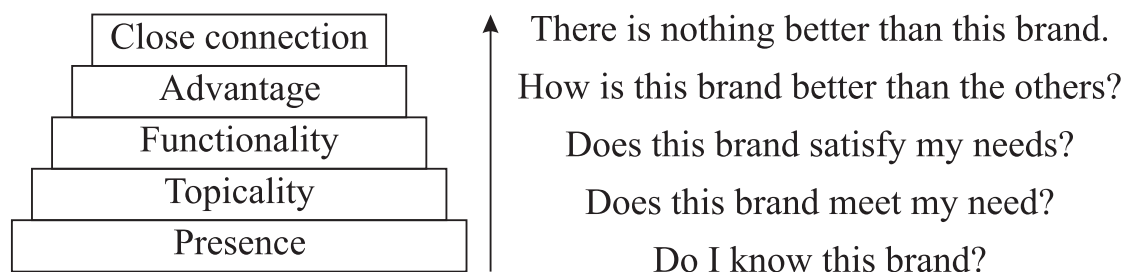
At the first, general theoretical level in political marketing (and in marketing in general) there are several exemplary models used for the development of the political brand [1: 161 – 165]. The first one is the Brand Pyramid model, which represents the quintessence of the Brand essence and the Brand benefits to its customers. This model may be also applied upon the building and sustainable development of political brands, for it uses the following architecture of the brand pyramid in politics:

Brand Essence – concentration in two or three words of the entire image of the Brand; Unique Commercial Proposal (UCP) – a resume of the Brand main merits and advantages set by UCP in the Brand slogan; Brand Identity – it reveals the Brand nature and its unique features from a point of view of the image; customer values – the subject to consideration here are the values inherent to the target audience, which provide support and are in full compliance with the Brand image; emotional pluses – the subject to description here is only the imaginary differences of the Brand and the emotions that need to emerge in the product user during the process of its use; functional advantages – here the benefit from the Brand is decoded from a rational point of view; and attributes – there is reproduction of the Brand essence as a product, which is to be offered to the public (and to voters).

One of the most famous models used upon brand development, known as the "Brand Wheel", consists of the fact that the Brand is deemed as an overall complex of five "covers" fitting into one another. This model allows to systematize in detail all aspects of the interaction between the Brand and the customer, where "Brand Essence" means the proposal to the customer; "Brand Identity" means the identity of the type; "values" means the type of emotions required by its use; "advantages" report the results from its use; and "attributes" means its physical description as a brand.

The next universal model is the so-called "Thompson Model", where the main elements of the successful brand are the quality of the ideas, the quality of the product, the customers' understanding of the Brand, as well as the efficient use of the communication channels. This model is impacted by a number of factors connected with marketing communications, with the customers' specifics and with the market conditions. That's why the Brand is divided into several levels (each of which is the center of the next one), which are as follows: product (commodity), positioning, target audience, and individuality. Here the Brand main body is the product – the thing that represents it; positioning, on the other hand, shows the purpose of the product and its distinguishing features as compared to the other brands; the target audience is connected with potential customers; the Brand individuality reflects the identification resulting from positioning as a process.

And last model characterized with an extremely wide applicability is the "Brand Dynamics" model, which allows measurement of the Brand force and its potential growth via the following pyramid scheme:



**Figure 1. The Brand Pyramid for measuring the path to loyalty**

Source: Percia, V. *Branding: Young Fighter Course*. Moscow: Peter, 2005, p. 56.

This model makes it obvious that each upper layer of the pyramid is smaller than the lower one, the so that when moving towards the pyramid top the Brand



enters more and more complex levels of interaction with customers (voters). The analysis of the Brand levels, on its part, allows us to draw a conclusion on the change of the marketing program for its development [1: 165], for the attitude of the different voters, for the separate electoral segments, etc.

The second and more specific level is characterized with several possible techniques (or models) of the political brand depending on the strategy in the political process of a country. However, before examining the above, let us remind that we need to add to the leading technique called "star strategy" another material fact: in the Internet era this technique takes new pre-election dimensions, which may be determined with the so-called "Internet Brand" formed by different parties (and leaders) during elections. This is a new moment in modern political advertising, which comes from the "electronic" development of the "star strategy" (technique) and which expands more and more with every other election its efficient impact on the political life of the society. In this regard, the Internet Brand as a technique of political advertising (or as a part of it) is a specific visual image of a given brand or person in politics, thus aiming at imposing electronically the most distinctive properties of the respective political subjects in the pre-election campaign (leader, party, organization). Naturally, this is not only the well-known standard photo of a familiar party leader, but also an important component of the overall technology of the "star strategy", thus aiming at the overall establishment of the "Brand star" (person) in the "pre-election" public consciousness in order for the same to literally "engrave himself/herself" ("sink", "rush") into it. Furthermore, the "star strategy", as well as the Internet Brand is an important unit of a huge technological chain for production of modern political advertising, because of which most techniques of this advertising are connected with or derivative of the "Brand star" in politics (we differentiate the other techniques based on that assumption). Looking back to the types of techniques of the second or of the more specific level, we will distinguish them in the following logical order:

First Technique: Development of the policy (the political leader or the party) up to a brand level or its gradual turning into a brand. For example: Zhelyo Zhelev – SDS, Simeon II – NDSV, Ivan Kostov – DSB, Volen Siderov – "Ataka", Ahmed Dogan – DPS, Sergey Stanishev – BSP, Nikolay Barekov – BBC, etc. Here the first trend is branding the person himself, his/her "live presence", and the second trend – the visual identification of the actually existing person – a TV clip portrait, a photo in daily papers, a graphic or artistic image, posters, billboards, etc. Furthermore, when the case is about a party, a coalition or a movement, the identification may take place by color (red, blue, purple, yellow), by sound (party anthem or song) or both. This technique of developing a policy or the party into a brand requires a great financial, organizational and time resource and certain differentiation between parties, coalitions, movements, on the one hand, and politicians, on the other hand. The so-called "living brands" may be just a limited number of politicians – usually these are the party leaders who play the role of a peculiar "umbrella" to shelter the other candidates from the election party lists.

Second Technique: Identification of a policy and the party through the Brand at a secondary level. The effect of the Brand is intensified by the fact that the brand name is use for the informal marking of another object having formal definitions, for

example: DPS – "the Turkish party of Dogan", DSB – "the Commander's party", NDSV – "the Kind's party", GERB – "the General's party", BSP – "the communists' party", NFSB – "the nationalists' party", etc.

Third Technique: Adding to the political brands (either personal or party) with elements, which give the so-called "associative effect" (the effect of belonging). As an illustration here we may use the moto of BSP during the parliamentary elections in 2005. "One For All, All For One"; "political credo" of the President G. Parvanov at the presidential elections in 2006. "Every action of mine... as a President has been motivated by the understanding that I am the President of all Bulgarian citizens, no matter the ethnic origin, religion, age, residence...". Of course, this addition may be also graphical, color, sound, stylistic, verbal, non-verbal, etc., etc.

Fourth Technique: Replacement of a poorly recognizable political subject (a party, a politician, or a leader) with other symbols and their positioning up to a brand level. In Bulgaria, for example, this is the logo of the Federation "Active Citizen Society" (FAGO). Thus, after these symbols become popular and grow into a specific brand, their signs and significance are transferred onto the main subject – the party or the person. This practice proves its effectiveness to a certain extent, for such branding in politics always aims at a unique or relatively well-known historical symbol (e.g. the sign of Political Party "Ataka", which resembles the swastika and was used in Hitler's time) [1: 166 – 167].

As regards the reviewed techniques at this more specific level, we will also add the technique of the "star strategy", thus extending to a much greater extent our ideas of the modern political advertising (and branding) (Figure 2). In other words, these five techniques of the political advertising have already become too popular and have been most frequently used by different political parties worldwide, for using the advantages of political marketing (and branding) for the formation of a positive image in politics.



**Figure 2. Technique of the "star strategy"**

In many cases the above considered techniques of political advertising (and branding) cause the non-argued mixture of different concepts, terms and categories, as for example the political brand, political image and political advertising, because of which we will try to differentiate them depending on their similarities and differences with the purpose of their precision and specification from a scientific point of view.

What are the similarities between the three terms?

The first and most significant similarity is that the political brand, political image and political advertising are important elements in the structural scope of the global political marketing and as such have some similar features, signs and characteristics, especially upon their technological preparation during pre-election campaigns.

The second important similarity is of a methodological nature due to the fact that the reviewed terms are some of the key scientific categories in the system of the political marketing, which play a material role and are of significant importance in the border scope of marketing in politics.

The next visible similarity comes from the circumstance that all three specified terms use equally the rich theoretical potential of the political marketing upon the development of the respective brands, images and advertisements, which is another essential evidence of their scientific nature.

And the last material similarity refers in particular to the political brand and political image, the similarities between which we find in two of their characteristics as a minimum: the establishment of a permanent brand and image through the mechanisms of psychological impact and manipulative suggestion to people and the electorate in different countries.

What are the differences between the political brand, political image and political advertising?

Firstly, one of the main differences comes down to the fact that the political brand is characterized with narrower parameters of building, while the political image is a wider term in view of the formation, composition, structure and way of practical application. Thus, for example it is not always necessary that the party brand is prepared and announced during pre-election campaigns unlike the political (and party) image, which necessitates the permanent development of some kind of a conceptual framework during elections.

Secondly, unlike the political brand, which is most a collection of different impressions and which is used to establish the uniqueness and outstanding nature of the Brand, the political image (except for all stated above about it) is a combination of associations for the formation of purposeful ideas in people (and voters) through several of its characteristics, namely: established ideas of a given brand (cognitive construction), non-hierarchy of the image, a number of ideas of the Brand, idiosyncrasy (a collection of individual perceptions, judgements and views), variability (different people may have dissimilar images of the same brands) [2: 20 – 21], etc.

Thirdly, it is possible to point out that as compared to the role of the political brand the meaning (and role) of the political advertising according to the so-called "eminence model" significantly differs due to the fact that: 1) advertising aims at

making popular a given new political brand (either personal or group), but not at creating a priori a positive attitude towards it by making it look "better", "the best" or "the distinguishing one"; 2) advertising sometimes has a protective function, thus aiming at maintaining the brand, but not at creating, re-creating and over-exposing it in politics; 3) the essence of advertising is that it is the artistic proclamation of the political brand; 4) the brand needs the creative proclamation of advertising in order for it to be noticed by those who do not know it when it comes to the political reality; and 5) the point of political advertising should be mostly sought in the eminence of brands [2: 77 – 78] in order to them to keep their strong positions on the "ungovernable" political market.

Fourthly, there are differences between the political brand and the pre-election political advertising, which are of a technological (and practical) nature: firstly, let us point out that the political brand is not mandatory as preparation within a campaign, while pre-election advertising is a priority imperative component in the work of political parties; secondly, let us note that the development of a quality political brand and a more time-consuming political process (especially for new leaders and parties), while pre-election advertising has less time-consuming production terms; and finally, there is a difference between the effectiveness of both categories, as far as the good pre-election advertising achieved quicker effectiveness (in most cases), and the formation of the political brand does not always result in a rapid outcome.

In our opinion, the above are some of the most significant differences between the three fundamental terms, namely: "brand", "image", and "advertising", as we make no claim to achieve great thoroughness and exhaustiveness on this important matter, which yet remains a poorly "ploughed" area in the theoretical field of modern political marketing.

In conclusion, let us make the following brief summary: firstly, political branding (and brand) has been establishing itself more and more year after year both as a constant practical element of the global preparation of political parties for elections (and participation in the power), and as an essential theoretical aspect of the political marketing arsenal; secondly, elections after elections the political brand has been taking a larger place that is also richer in content when it comes to the preparation of pre-election campaigns and, more importantly, constantly turns into a "brand test" for voters as regards the policy of one or another political party; thirdly, decade after decade the political branding in Bulgaria has been finding its natural ground for realization, for almost all political powers in our country use its indisputable advantages when it comes to imposing political brands; and lastly, the Brand in politics and the political advertising are just like "identical twins": they cannot live without one another – there is no quality political brand when there is no quality political advertising, the preparation and maintenance of which – however mostly during elections, require very serious financial resources.

**References:**

1. Baykov, B. (2007). Branding – Challenge to Modern Political Theory. Veliko Tarnovo: Abagar.
2. Zhelev, S. (2010). Positioning. In the Middle of the Desired, the Possible and the Real. Sofia: Stopanstvo.
3. Kotler, Ph., Ph. De Bes. (2005). Lateral Marketing. New Techniques for Finding Breakthrough Ideas. Sofia: Locus Publishing.
4. Manolov, G. (2015). Political Branding. – In: Economic Studies, Book 3, 2015, pp. 46 – 71.
5. Percia, V. (2005). Branding: Young Fighter Course. Moscow: Peter.



## European academy of sciences (Coventry, United Kingdom)

Invites you to take part in  
The International Seminar-Internship:  
«Science and Education: European approach»

### Target groups

teaching staff, heads of higher educational institutions, postgraduates, doctoral students, undergraduates, representatives of state and local self-government bodies, public organizations, enterprises, financial and other institutions, all interested persons.

**Form of participation:** correspondence (remote)

### Program of International Seminar-Internship:

	36 hours	72 hours	108 hours	138 hours
<b>Participation fee in EURO</b>	€ 100	€ 150	€ 200	€ 250

### Participation fee includes

- publication of an article in a collection of scientific articles or in a scientific journal
- obtaining an international certificate of a training completion
- the cost of mailing by registered letter of a collection of articles (or a scientific journal) with the international certificate of a training completion

### Contacts

**E-mail:** [org@conferencii.com](mailto:org@conferencii.com)

**Website:** <http://conferencii.com>

### Services

№	Form	Cost
1	Development of a layout for publishing in the printing house and / or printing by the author of various types of printing products: monographs (author and collective), books, pamphlets, textbooks, manuals, collections of articles and conference materials and other soft and hardcover materials, (from 1 to 1000 copies)	contractual value
2	Professional proofreading of the text	\$ 1 for 1 page A4
3	Professional translation of the text into: English, German, French and other languages	\$ 3-5 for 1800 characters including spaces
4	<b>Assignment of output data of the publishing house and ISBN:</b> - <b>Australia,</b> - <b>Austria,</b> - <b>Great Britain,</b> - <b>Germany,</b> - <b>United States</b>	<b>200 \$</b> <b>200 €</b> <b>200 €</b> <b>200 €</b> <b>200 \$</b>
5	Publications in foreign journals included in Web of Science and Scopus: the period of publication with the receipt of the pdf-version - 1 month from the date of payment	from \$ 1500 (without the cost of translation services in English)

# **Education, Law, Business**

**Collection of scientific articles**

Copyright © 2019 by the authors  
All rights reserved.

**WARNING**

Without limitation, no part of this publication may be reproduced, stored, or introduced in any manner into any system either by mechanical, electronic, handwritten, or other means, without the prior permission of the authors

Edited by the authors.

**ISBN 978-84-854922-0-5**