

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ  
«НАУКА ТА ОСВІТА БЕЗ КОРДОНІВ»

*XXI Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція*

**«ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ  
СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»**

Тези доповідей

Частина 3

11 жовтня 2019 р.



Харків

2019

**УДК 0.82**

**ББК 94.3**

Інноваційні вектори розвитку сучасних наукових досліджень: XXI Міжнародна науково-практична інтернет-конференція: тези доповідей, Харків, 11 жовтня 2019 р. – Ч. 3. – Дніпро: ГО «НОК», 2019 – 68 с.

У збірнику містяться матеріали, подані на XXI міжнародну науково-практичну інтернет-конференцію «Інноваційні вектори розвитку сучасних наукових досліджень». Для науковців, аспірантів, здобувачів, викладачів та студентів вітчизняних та зарубіжних вищих навчальних закладів та науково-дослідних установ.

Оргкомітет інтернет-конференції не несе відповідальності за матеріали опубліковані в збірнику. У збірнику максимально точно збережена орфографія і пунктуація, які були запропоновані учасниками. Всі матеріали надані в авторській редакції та виражають персональну позицію учасника конференції. Повну відповідальність за достовірну інформацію несуть учасники, їх наукові керівники та рецензенти.

Бібліографічний опис матеріалів міжнародної науково-практичної інтернет-конференції зареєстровано в міжнародній наукометричній базі «*Google Scholar*».



Всі права захищені. При будь-якому використанні матеріалів конференції посилання на джерела є обов'язковим.

## ЗМІСТ

### ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

<b>Гайдай І. О.</b> Ретроспективний аналіз проблеми підготовки вчителя-філолога подвійного профілю в періодичних джерелах.....	5
<b>Гоголева О. М., Волошина А. О.</b> Роль рухової активності в житті людини.....	11
<b>Печерская Т. В., Печерская-Громадская Е. Ю.</b> Использование компьютерной техники для повышения эффективности самостоятельной работы студентов при изучении физики.....	14
<b>Римик О. О., Криштанович М. Ф.</b> Передумови розвитку та сутність дистанційного навчання у ЗВО України.....	17
<b>Скибицький І. Г., Мохунько О. Д.</b> Вдосконалення програми підготовки до марафонського бігу.....	20
<b>Скибицький І. Г., Руденко Г. А.</b> Аналіз техніки бігу на 3000 метрів з перешкодою (стипель-чез).....	23
<b>Фідірко М. О., Антіпова Ж. І.</b> Формування у студентів мотиваційної складової до занять фізичним вихованням.....	25
<b>Химай Н. І.</b> Форми реалізації моделі змішаного навчання на заняттях з іноземної мови.....	27
<b>Шалова Н. С.</b> Вибір стратегій навчання читання в університеті з метою формування міжкультурної комунікації.....	32

### ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

<b>Волоський Г. А.</b> Концептуалізація сучасних збройних конфліктів.....	36
<b>Губань Р. В., Колеснікова Е. П.</b> Боротьба з дискримінацією як умова миробудівництва в Україні.....	41
<b>Покровська А. В.</b> Ультраправі рухи у суспільно-політичному житті України.....	46

## МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

<b>Буднікевич І. М., Зайчук Ю. П.</b> Особливості маркетингу в закладах швидкого харчування.....	53
<b>Lysenko M. V.</b> Features of university brand book creation as an element of marketing strategy.....	59
<b>Linova K. V.</b> Rebranding as the instrument for increasing consumer loyalty.....	62

## ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

### РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ВЧИТЕЛЯ-ФІЛОЛОГА ПОДВІЙНОГО ПРОФІЛЮ В ПЕРІОДИЧНИХ ДЖЕРЕЛАХ

*Гайдай І. О.,*

*кандидат педагогічних наук,*

*старший викладач кафедри теоретичної та прикладної лінгвістики*

*Державний університет «Житомирська політехніка»*

*м. Житомир, Україна*

Проблеми професійної підготовки майбутнього вчителя-філолога, в тому числі подвійного профілю, стає предметом висвітлення у періодичних джерелах із часів свого започаткування і до сьогодні. Метою даної статті є проаналізувати матеріал періодичних джерел у різні часи від започаткування підготовки майбутнього вчителя-філолога подвійного профілю до початку XXI ст.

Ця проблема постала в СРСР у середині 1950-х рр. у зв'язку з суттєвою нестачею вчителів іноземних мов. У цей час у радянській періодиці почали з'являтися публікації про те, що іноземні мови, особливо в сільських малокомплектних школах, доводиться викладати вчителям-сумісникам. Причиною цього, з одного боку, була нестача вчителів іноземних мов у цей період, а з другого – відсутність повного навантаження з основної спеціальності. Наприклад, у статті вчителя М. Карпова повідомлялося, що навантаження вчителя історії у 8-му класі сільських шкіл становило 8 год., тоді як з іноземної мови – не менше 11 год. на тиждень, проте обидві навчальні дисципліни, взяті окремо, не давали вчителю повного навантаження [3, с. 95-96]. У цій публікації, а

також у статті «Про методичну допомогу вчителям сільських малокомплектних семирічних шкіл» йшлося також про необхідність методичної допомоги таким учителям з боку адміністрації шкіл, методичних об'єднань, інспекторів райвно та інститутів удосконалення шляхом очних та заочних консультацій [8, с. 124]. Таким чином, у середині 1950-х рр. у загальносоюзній освітянській періодиці почала формулюватися потреба запровадження в педагогічних інститутах спеціальностей подвійного профілю.

Підготовка вчителів-філологів широкого профілю швидко набула розповсюдження та стала предметом активного обговорення. Так, у матеріалах Міжвузівської конференції з вивчення іноземних мов (1961 р.) розглядалися навчальні плани до цих спеціальностей. Наприклад, було проаналізовано курс методики викладання іноземних мов як другої спеціальності на ФФ і з'ясовано шляхи його вдосконалення. Оскільки цей курс був перенавантажений, адже при вивченні педагогіки, психології та трьох методик – української чи російської, літератури та іноземних мов – дублювалися деякі положення, то проводилася робота з подолання цього паралелізму [6, с. 155-158].

Зі збірника доповідей і повідомлень республіканської наради завідувачів кафедр української мови й літератури педагогічних інститутів УРСР, яка відбулася 17-20 квітня 1962 року в м. Запоріжжі, дізнаємося, що на нараді були заслухані й обговорені доповіді, повідомлення та видані рекомендації, присвячені питанням перебудови навчальної, наукової та виховної роботи філологічних кафедр. Зокрема, П. Дудик наголошує на змінах у плануванні програмового матеріалу та перебудові лекційної роботи. Ф. Гужва в повідомленні зацентрував увагу на тому, що з погляду мовознавчої науки об'єднання української (російської) мови з іноземною є виправданим, адже всі мовознавчі дисципліни мають спільні предмет, об'єкт, методи дослідження і т. д. При викладанні рідної та

іноземної мов необхідно використовувати метод зіставлення фонетики, лексикології, граматики. Є. Сокрутенко та С. Вайнтруб у доповіді зазначили, що спеціальність «мова, література та історія» є однією з найвдаліших поєднань і має велике наукове та практичне значення, глибокі життєві традиції. Головним завданням для підготовки спеціалістів на історико-філологічних відділеннях поставав взаємозв'язок та координація у викладанні мови, літератури та історії, усунення паралелізму та дублювання при вивченні навчальних дисциплін [1].

Якщо на початку запровадження спеціальностей широкого профілю на сторінках періодичної преси розглядалися загальні положення підготовки вчителів за кількома спеціальностями, то на кінець 70-х рр. XX ст. починають вирізнятися окремі аспекти широкопрофільної підготовки вчителів-філологів, зокрема методи такої підготовки, професійна спрямованість, порівнюється кількість навчальних годин на вивчення однієї та іншої спеціальності. Так, у статті Г. Солдатова наголошується на невіршеній доти потребі у вчителях двох іноземних мов, особливо у сільських школах. Автор нарікає, що у педагогічних інститутах на вивчення другої іноземної мови – німецької – та методики її викладання виділяється набагато менше часу, ніж першій іноземній мові – англійській – і дає рекомендації з удосконалення вивчення методики другої іноземної мови [9, с. 44-48].

Одним із перших науковців досліджувати проблеми підготовки вчителя другої іноземної мови як спеціальності взявся Б. Лапідус. Науковець зосередив увагу на виокремленні двох кіл проблем:

- 1) пов'язаних із тим, що друга іноземна мова викладається людям, які володіють рідною мовою, а також основною іноземною мовою;
- 2) пов'язаних із тим, що на вивчення другої іноземної мови виділяється набагато менше навчальних годин, ніж на вивчення першої іноземної

мови [4]. Крім того, Б. Лapidус займався розробкою проблеми міжмовної інтерференції при вивченні другої іноземної мови [5].

У 1980-х рр., у фахових виданнях спостерігається підвищення інтересу до розробки проблем практичної та методичної підготовки вчителів-філологів, у тому числі подвійних спеціальностей. На сторінках провідних на той час журналів «Іноземні мови у школі» та «Радянська педагогіка» здійснюється висвітлення питань професійно-педагогічної, методичної та практичної підготовки таких учителів. Стаття О. Борзової присвячена проблемі проходження практики студентами з другої іноземної мови [2, с. 59-61].

Незважаючи на багаторічний досвід підготовки вчителів-філологів широкого профілю, до другої половини 1980-х рр. студенти подвійних спеціальностей вивчали методику викладання лише основної спеціальності. Тому важливою проблемою, яка почала розроблятися науковцями в цей період, було введення з 1986/87 н. р. у навчальні плани факультету іноземних мов із 5-річним терміном навчання нової навчальної дисципліни – методика вивчення другої іноземної мови. Про зміст і організацію методичної підготовки з другої іноземної дізнаємося зі статті В. Неустроєвої, в якій зазначаються найбільш важливі особливості змісту цього предмета з опорою на методику вивчення першої іноземної мови [7, с. 81-84].

Характеризуючи наукові джерела пострадянського періоду, відзначимо, що у перше десятиліття незалежної України у вітчизняних фахових виданнях спостерігається зниження інтересу до проблеми підготовки вчителя, зокрема філолога широкого профілю. Передусім це було пов'язано з політичними та суспільними змінами в Україні після розпаду СРСР. Проте згодом поступово підготовка вчителя почала регулюватися на державному рівні. Так, була затверджена Цільова комплексна (згодом – Державна) програма «Вчитель» (1997, 2002 рр.),



Національна доктрина розвитку освіти України у ХХІ столітті, Закон України «Про вищу освіту» (2002). З'явилося багато українських періодичних фахових видань, у яких порушується проблема підготовки вчителів, зокрема і філологів. Серед них одними з найавторитетніших є «Англійська мова та література», «Іноземні мови», «Іноземні мови в навчальних закладах», «Педагогіка і психологія», «Початкова школа», «Рідна школа» та «Шлях освіти». У деяких із них час від часу публікуються статті, у яких розглянуті проблеми викладання спеціальностей, які складаються з двох мов (української/російської та іноземної, двох іноземних).

М. Сосяк у своїй статті говорить про необхідність створення інтегративних навчальних курсів з урахуванням специфіки другої іноземної мови, відзначає важливість застосування новітніх інформаційних технологій та запровадження дистанційного навчання при її вивченні [10, с. 23-26].

Отже, аналіз радянської та пострадянської періодики підтвердив, що проблема професійної підготовки майбутнього вчителя-філолога, в тому числі подвійного профілю, часто є предметом висвітлення в таких джерелах. Зокрема, розглядаються тенденції розвитку вищої школи від початку запровадження подвійних спеціальностей і до сьогодні, реформування вищої освіти, наукові розвідки про підготовку вчителя-філолога та ін. Ці наукові праці відіграють велику роль у дослідженні вивчення проблеми становлення вчителя-філолога подвійного профілю як фахівця. Проте практично відсутні праці, в яких досліджується процес становлення і розвитку підготовки вчителів-філологів подвійного профілю. Ці питання можуть стати предметом вивчення та подальшої наукової розробки.

## Література:

1. Білодід, І. К. Підготовку вчителів-філологів на рівень нових завдань: доповіді та повідомлення на республіканській нараді завідуючих кафедрами мови й літератури педагогічних інститутів Української РСР, 1962, Запоріжжя.
2. Борзова, Е. В. Об усилении профессиональной направленности практических занятий по второму языку в педагогических институтах. Иностранные языки в школе, № 1, 1982, с. 59-61.
3. Карпов, Н. С. Трудности при обучении иностранным языкам в сельских школах глубинных районов. Иностранные языки в школе, № 6, 1954, с. 95-96.
4. Лapidус Б. А. Обучение второму иностранному языку как специальности. М.: Высшая школа, 1980, 173 с.
5. Лapidус, Б. А., Есютина, А. М. и др. Вопросы методики преподавания второго иностранного языка как специальности. Сборник научных трудов. Выпуск 237, 1984, Москва.
6. Лемперт, Б. Д. Межвузовская конференция по изучению иностранных языков. Советская педагогика, № 10, 1961, с. 155-158.
7. Неустроева, В. П., 1988. О содержании и организации методической подготовки по второму иностранному языку. Иностранные языки в школе, № 4, 1988, с. 81-84.
8. О методической помощи учителям сельских малокомплектных семилетних школ. Советская педагогика, № 11, 1956, с. 124.
9. Солдатов, Г. А. О методах подготовки студентов по языку второй специальности. Иностранные языки в школе, № 2, 1977, с. 44-48.
10. Сосьяк, М. М. Управлінські аспекти організації навчального процесу з другої іноземної мови у педагогічних університетах. Іноземні мови, № 1, 2001, с. 23-26.

## РОЛЬ РУХОВОЇ АКТИВНОСТІ В ЖИТТІ ЛЮДИНИ

*Гоголева О. М.,*

*старший викладач кафедри фізичного виховання  
Національний університет «Одеська юридична академія»  
м. Одеса, Україна*

*Волошина А. О.,*

*викладач кафедри фізичного виховання  
Національний університет «Одеська юридична академія»  
м. Одеса, Україна*

Здоров'я – одна з найважливіших цінностей людського суспільства. Сьогодні здоров'я нації – це показник цивілізованості держави, а стан здоров'я населення, в свою чергу, як індикатор суспільного розвитку, відображення соціально-економічного розвитку країни.

Сучасна дійсність, що характеризується скороченням тривалості життя, смертності в працездатному віці, високими показниками захворюваності дітей, закономірно актуалізує проблему зміни в самій системі суспільних цінностей. Цінність здоров'я в цьому випадку повинна розглядатися державою як ключова, оскільки здоров'я нації в цілому залежить від здоров'я кожного її громадянина і є умовою не тільки розвитку і зростання, але і виживання суспільства.

В даний час наука має достатньо велику кількість спостережень і експериментальних даних, які свідчать про нерозривний зв'язок здоров'я людини з його характером і способом життя. Рівень здоров'я і загальної задоволеності життям виявляється тісно пов'язаними з такими факторами, як: а) наявність великої кількості соціальних зв'язків і дружніх контактів;

б) міцна сім'я і наявність в ній дітей; в) цікава робота, що приносить моральне задоволення; г) активні заняття фізичними вправами на свіжому повітрі, які знижують рівень тривоги та депресії, кров'яний тиск і ризик серцево-судинних захворювань, нормалізують масу тіла; д) специфічний склад особистості, який характеризується високою переконаністю людини у своїй значимості і необхідності суспільству, внутрішнім локусом контролю, сприйняттям життєвих труднощів і проблем як джерела для особистісного зростання; е) віра у вищі ідеали і релігійність, що роблять людей прихильниками помірному способу життя без шкідливих звичок і сприяє умиротворенню сприйняття життя.

Існуючий зв'язок між руховою активністю і гарним здоров'ям свідчить про те, що малорухливий спосіб життя є головною причиною поганого здоров'я більшості людей. Тільки введення регулярної рухової активності в образ життя людини, що жила без цієї активності, забезпечує істотний приріст загального здоров'я [1-2].

Рухова активність забезпечує фізичне, психічне та психологічне благополуччя людини, робить благотворний вплив на його здоров'я в цілому. Оздоровче значення рухової активності значимо на всіх етапах життя людини. Численними дослідженнями доведено, що в результаті оздоровчих заходів підвищуються імунна функція організму, продовжується активний стан, фізична і розумова працездатність. Оздоровчий ефект фізичних вправ заснований на тісному взаємозв'язку працюючих м'язів з нервовою системою, обміном речовин, функціонуванням внутрішніх органів. При регулярному і систематичному виконанні фізичних вправ за допомогою моторно-вісцеральних рефлексів оптимізується регулювання всіх систем і органів організму людини. Поліпшується обмін речовин, доставка та використання кисню органами і тканинами, знижується вміст холестерину і атерогенних ліпідів, що спричиняють розвиток атеросклерозу, ефективніше виводяться з

організму продукти розпаду, спостерігається економізація діяльності дихальної, серцево-судинної, енергетичної, теплообмінної та інших функцій. Вельми значущі психологічне розвантаження і зарядка, які дають заняття оздоровчими фізичними вправами.

Необхідно зазначити, що при організації оздоровчих заходів, спрямованих на формування і зміцнення здоров'я людини, віковий аспект дуже важливий. До потребуючого обліку в цих питаннях особливостей кожного вікового періоду слід віднести: характер обміну речовин; переважаючий тип вегетативної нервової регуляції; швидкість включення в навантаження і відновлення після неї; особливості функціонування імунної системи; психічний статус; домінуючі потреби і інтереси.

Таким чином, сучасне фізичне виховання стало невід'ємним елементом способу життя, що істотно впливає на освіту, виховання і здоров'я людини, його положення в суспільстві, життєві позиції, працездатність, комунікабельність, відпочинок, розваги, зняття напруги і профілактику стресів, збільшення тривалості життя.

#### Література:

1. Гордон Н. Ф. Хроническое утомление и двигательная активность. Київ, 1999. 128 с.
2. Захарина Е. А. Формирование мотивации к двигательной активности в процессе физического воспитания студентов высших учебных заведений: дис. ... канд. наук по физ. восп. и спорту: 24.00.02 / Київський національний університет фізичної культури . Київ, 2007. 225 с.

# **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕХНИКИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ФИЗИКИ**

***Печерская Т. В.,***

*старший преподаватель кафедры общей физики и физики твердого тела*

*Национальный технический университет Украины*

*«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

*г. Киев, Украина*

***Печерская-Громадская Е. Ю.,***

*кандидат физико-математических наук,*

*доцент кафедры общей физики и физики твердого тела*

*Национальный технический университет Украины*

*«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

*г. Киев, Украина*

Профессиональная деятельность педагога неполноценна, если она строится только как воспроизведение однажды усвоенных методов работы, если в ней не присутствуют возможности для достижения более высоких результатов образования. Инновация в образовании – это способ организации творческой деятельности учащегося и педагога, ориентированный на использование активных методов обучения. Инновационная деятельность предполагает не создание чего-то принципиально нового, а обновление, введение элементов новизны в уже сложившиеся и успешно функционирующие системы.

Для того, чтобы студенты в дальнейшем были способны к инновационной деятельности необходимо формировать у них такое важнейшее качество, как стремление к самообразованию. Поэтому

ведущей тенденцией высшей школы становится увеличение объема и повышения качества самостоятельной работы студентов (СРС). Цель СРС формировать способность самостоятельно получать знания, как очень важного качества будущего специалиста.

Для повышения эффективности СРС при изучении физики в ВУЗе целесообразно использовать, в качестве технического средства обучения современную компьютерную технику (КТ).

В последнее время активно разрабатывается широкий спектр педагогических программных средств, предназначенных конкретно для изучения основ физики. Использование данного программного обеспечения в учебном процессе позволяет не только активизировать и разнообразить различные виды деятельности студентов, но и рассматривать более сложные учебные задачи, решение которых поможет лучше уяснить физический смысл изучаемых явлений. Кроме того, некоторые из подобных программных педагогических средств, помогают осваивать или повторять материал без помощи и контроля преподавателя.

Интерес среди программных средств представляет имитационно-моделирующее программное обеспечение, а также, системы контроля и учета знаний.

Однако эффективность использования компьютерных технологий обучения в СРС зависит не только от готовности преподавателей и студентов к их применению, но и от наличия «барьеров» (знаковый, тезаурусный, ситуативный, темпоральный, контрастивный), которые могут возникнуть в системе «преподаватель-студент-компьютер» Знаковый барьер возникает в случае, когда преподаватель облекает учебную информацию в форму недоступную студенту; тезаурусный барьер возникает, когда студент долго отсутствовал; контрастивный барьер свидетельствует о том, что информация отвергается студентом в силу недостаточной доказательности, несогласия с ней; ситуативный

барьер возникает, когда материальные, временные, пространственные условия не способствуют эффективной самостоятельной работе.

Важным аспектом в СРС являются «диагностика», «обратная связь», «самоконтроль студентов». В свою очередь компьютерные технологии позволяют осуществить все виды контроля знаний; получать обратную связь, накапливать и упорядочить информацию о результатах выполнения заданий и усвоения материала; представить любое действие в четкой развернутой последовательности операций; оценивать и усовершенствовать выбранный студентом алгоритм для выполнения того или иного задания; демонстрировать общую картину результатов и оценок проделанной работы.

Одним из важнейших нюансов есть то, что компьютерные технологии позволяют наилучшим образом индивидуализировать учебный процесс, при сохранении его целостности, так как обучение проходит в удобном для студентов режиме.

Одними из наиболее эффективных программ для организации самостоятельной работы студентов являются компьютерные моделирующие программы. Использование таких программ в комплексе с лабораторным и демонстрационным оборудованием значительно раздвигает границы познавательной деятельности студентов. Однако при самостоятельной работе студентов с компьютерными моделями следует учитывать психолого-педагогические, организационные и технические условия.

Подводя итог, можно сказать, что использование КТ в СРС позволяет:

– расширить круг учебных задач за счет использования вычислительных, моделирующих и других возможностей компьютера;



- збільшити можливість навчального експерименту, завдяки використанню комп'ютерних моделей процесів і явищ, спостерігати які в умовах навчальних лабораторій неможливо;
- розширити джерела отримання знань, тобто формувати інформаційну компетентність студента;
- підвищити ефективність засвоєння матеріалу;
- здійснити індивідуальний підхід до навчання.

#### Література:

1. Дробышевский А. А. / Модель організації самостійної роботи студентів з використанням комп'ютерних технологій навчання // Вестник Университета Российской академии образования. – 2011. – № 1. – 121-123 с.
2. Измайлова М. А. Организация внеаудиторной самостоятельной работы студентов. К., 2008. – 64 с.
3. Березин А. Ф. Развитие субъективности студентов-психологов в процессе самостоятельной учебной деятельности: дис. Ставрополь, 2002. – 188 с.

## **ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТА СУТНІСТЬ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ У ЗВО УКРАЇНИ**

***Римик О. О.,***

*магістрант кафедри педагогіки та інноваційної освіти  
Національний Університет «Львівська політехніка»*

*м. Львів, Україна*

***Криштанович М. Ф.,***

*доктор наук з державного управління, доцент,*

Дистанційне навчання – сучасні навчальні технології, які з'явилися в нашій державі зовсім недавно, і уже завоювали своє місце в академічному середовищі. Закономірність отакого методу навчання зумовлена різноманітними факторами, поміж котрих можна вказати на потребу в інноваційній взаємодії студентів та педагогів в ході дистанційного навчання, з наданням студентам перспективи осібної роботи по освоєнню досліджуваного матеріалу.

Тому, потрібно щоб дистанційне навчання було якісним, його необхідно безпомилково організувати за допомогою інформаційних технологій. З метою активізації функціонування та піднесення дистанційного навчання в Україні, дане питання було розглянуто на Колегії Міністерства освіти України [1]. Колегія відзначила вагомість піднесення системи дистанційного навчання, яке дуже збагатить перспективи і підніме конкурентоздатність на ринку освітніх послуг, збільшить доступ студентів різних ЗВО, та зробить кращі можливості для прискорення процесу підвищення їх професійного рівня.

Окрім того, колегія відзначає необхідність розглядати розвиток системи дистанційного навчання у контексті створення єдиного національного освітньо-наукового інформаційного середовища, що дозволить Україні приєднатися до Європейських освітньо-наукових комп'ютерних мереж та інформаційних ресурсів і зробить побудову системи дистанційного навчання у державі більш ефективною і менш затратною у використанні матеріальних і фінансових ресурсів.

Процес появи і поширення дистанційного навчання був нерозривно пов'язаний з історією розвитку інформаційних технологій.

Розуміння й світосприйняття ДН почалось тоді, коли в розпорядженні людини опинився комп'ютер, оснащений спеціальним програмним забезпеченням, що дозволяв працювати з різноманітною інформацією навчального призначення, представленою у вигляді статичної або динамічної комбінації тексту, звуку, відео, зображень тощо. Дистанційне навчання значно розширює потенціал навчання, робить навчальний процес простішими для розуміння, більш яким та прозорим.

На концептуальному рівні розуміння її сутності можна визначити як: технологію, що регламентує упорядкованість розроблення, діяльність і використання способів оброблення інформації усяких видів; інформаційний ресурс, утворений на підвалинах технологій обробки і представлення інформації різноманітних видів; комп'ютерні програмні засоби, діяльність яких пов'язано з обробленням і представленням повідомлення різноманітних видів; □ комп'ютерні апаратні засоби, за сприянням яких стає припустимою діяльність з інформуванням усяких видів; типове подання повідомлення, яке з'єднує в собі як звичну статичну візуальну (текст, графіку – статичні та рухомі зображення), так і динамічне інформування різноманітних видів (аудіо, відео, анімацію та ін..). Спектр застосувань дистанційного навчання охоплює як автономні, так і мережеві навчальні системи різноманітних видів складності.

Під поняттям «ІТ – дистанційного навчання» розуміється єдність методів, способів і прийомів, які забезпечують отримання, зберігання, опрацювання, передавання різних даних і продуктів, потрібних для підняття якості різноманітних видів функціонування. Стосовно дистанційного навчання, то використання засобів ІТ убезпечить підняття насамперед якості освіти, а теж підвищення ефекту наукових експериментів й керування системою навчання [2].

Саме дистанційне навчання може стати оптимальною формою навчання за визначених умовах. Незначні витрати часу та коштів на

навчання, швидкість і висока якість надання й отримання підручних матеріалів, зручний та ефективний рівень оцінювання засвоєних знань, можливість залучення значно більшої порівняно з іншими формами навчання кількості абітурієнтів, зручний інтерактивний інтерфейс, який дозволяє працювати без глибоких знань комп'ютера, а також доступ до системи із будь-якого куточку країни.

Все перераховане вище можна віднести до показників ефективності процесу дистанційного навчання. Таким чином, дистанційна освіта розвивається дуже швидко, і для України є перспективною формою вищої освіти.

#### Література:

1. Колегія Міністерства освіти України, протокол № 6/2-4 від 23 червня 2005 року.
2. Лавриченко Н. М. Перспективи інформаційної моделі школи / Наталія Миколаївна Лавриченко [Електронний ресурс] // Інформаційні технології і засоби навчання. – 2009. – № 1 (9). – Режим доступу: [www.ime.edu.ua.net/em9/emg.html](http://www.ime.edu.ua.net/em9/emg.html).

## **ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМИ ПІДГОТОВКИ ДО МАРАФОНСЬКОГО БІГУ**

*Скибицький І. Г.,*

*кандидат педагогічних наук,*

*доцент кафедри спортивного вдосконалення*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут*

*імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

**Мохунько О. Д.,**  
*старший викладач кафедри спортивного вдосконалення*  
*Національний технічний університет України*  
*«Київський політехнічний інститут*  
*імені Ігоря Сікорського»*  
*м. Київ, Україна*

Багато спортсменів, які займаються бігом на довгі дистанції виявляють бажання пробігти марафонську дистанцію (42 км. 195 метрів). Але традиційна система підготовки до марафонського забігу довга та виснажлива [1, с. 51; 2, с. 220; 3, с. 33]. Таких спортсменів переконали, що пробігти до кінця марафонську дистанцію можливо після тримісячних тренувань (мінімальний термін) та 30-35 кілометрових забігів [3, с. 72]. На наш погляд програму підготовки до марафонського забігу можна оптимізувати.

Мета роботи. Оптимізувати програму підготовки до марафонського бігу.

Відповідно до цього нами була запропонована двомісячна програма підготовки. Безумовно, щоб виконати цю програму, спортсмену треба мати достатній рівень фізичної та психологічної підготовки. Відомо, що після 30-35 кілометрів у спортсменів виникає бажання зійти з дистанції. Ось тут, незалежно від фізичної підготовки виникає психологічна складова [2, с. 21; 3, с. 125].

Запропонована методика підготовки до марафонського забігу не легка, але вона, на наш погляд не дуже виснажлива в порівнянні з іншими методиками.

На протязі двох місяців спортсменам рекомендувалось долати по 24 кілометри щонеділі. А потім збільшувати дистанцію наступним чином:

1-ша неділя – базовий кілометраж + одноразова пробіжка на 8 км. 2-га неділя базовий кілометраж та одноразова пробіжка на 16 км. 3-тя неділя – базовий кілометраж та разова пробіжка на 24 км. 5-та неділя – базовий кілометраж та пробіжка на 40 км., 6-та неділя – базовий кілометраж та пробіжка – 24 км. 7-ма неділя – базовий кілометраж та пробіжка 16 км. 8-ма неділя – базовий кілометраж та марафон.

В програмах підготовки до марафону є два ключових моменти, це недільний біговий об'єм та одноразові бігові пробіжки. В нашій програмі є перше та друге.

Виконання цієї програми не мало на меті встановлення рекордів. Головним завданням для спортсменів було подолати цю дистанцію.

В результаті цього експерименту всі 6 спортсменів, які готувались до забігу досягли фінішу.

Висновки.

При достатній фізичній підготовці до марафонського забігу можливо підготуватись за вісім неділь.

#### Література:

1. Кузнецов В. В. Модельные характеристики легкоатлетов / В. В. Кузнецов, В. В. Петровский, Б. Н. Шустин – К.:Здоров'я, 1979. – 88 с.
2. Жилкин А. И. и др. Легкая атлетика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / А. И. Жилкин, В. С. Кузьмин, Е. В. Сидорчук. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 464 с.
3. Книга тренера по легкой атлетике. / Под ред. Л. С. Хоменкова. – М., 1987. – 452 с. 3.

## **АНАЛІЗ ТЕХНІКИ БІГУ НА 3000 МЕТРІВ З ПЕРЕШКОДОЮ (СТИПЛЬ-ЧЕЗ)**

**Скибицький І. Г.,**

*кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри спортивного вдосконалення  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

**Руденко Г. А.,**

*викладач кафедри спортивного вдосконалення  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

Біг на 3000 метрів з перешкодою та ямою з водою (стипель-чез) є одним з видів легкої атлетики. Важкість цього виду полягає в необхідності не тільки бігової підготовки, а й вміння подолати перешкоду. В зв'язку з цим у степль-чезистів звичайний біговий ритм порушується [1, с. 21; 2, с. 56]. Це вимагає від спортсмена високої технічної та фізичної підготовки [2, с. 38; 3, с. 72]. Тому аналіз техніки бігу степль-чезу для спортсменів, які займаються в групах спортивного вдосконалення з легкої атлетики є актуальним.

Мета роботи. Проаналізувати основні фази техніки бігу на 3000 метрів з перешкодою.

Першим етапом підготовки в стиль-чезі є біг між перешкодами. Цей біг схожий з технікою бігу на довгі дистанції. Головним фактором тут є свобода рухів, тобто відсутність напруги. При цьому спортсмену необхідно бути постійно готовим до подолання перешкод. Тут важливим елементом бігу є відштовхування за рахунок розтягування м'язів. Після відриву ноги від доріжки починається фаза польоту. В цій фазі відбувається зведення стегон за рахунок натягнутих м'язів.

Техніка подолання перешкод. При подоланні бар'єру рекомендується техніка «без наступання», так як при бігу на 400 метрів з бар'єрами. Різниця тут є в тому, що долати перешкоду тут необхідно з групою інших бігунів.

Загальні критерії раціональної техніки подолання бар'єрної перешкоди такі:

1. Збереження ритму гладкого бігу перед перешкодою. Це пов'язано з тим, що більшість бігунів починають «дрибцювати» перед бар'єром.
2. Чітке попадання на місце для відштовхування (за 1,5-1,8 метрів перед перешкодою).
3. При подоланні ями з водою у більшості спортсменів змінюється частота кроків, що уповільнює біг.
4. В момент приземлення нахил тулуба назад може привести до падіння та травми.

Висновки.

При навчанні бігу на 3000 метрів з перешкодою слід звертати увагу на:

1. Збереження ритму гладкого бігу перед перешкодою
2. Чітке попадання на місце для відштовхування
3. Збереження частоти кроків.
4. В момент приземлення з перешкоди тулуб не можна відхиляти назад.



### Література:

1. Кузнецов В. В. Модельные характеристики легкоатлетов / В. В. Кузнецов, В. В. Петровский, Б. Н. Шустин – К.:Здоров'я, 1979. – 88 с.
2. Жилкин А. И. и др.. Легкая атлетика. Учебн. пособие для студентов ВУЗов.  
– М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 464 с.
3. Книга тренера по легкой атлетике. / Под ред. Л. С. Хоменкова. – М., 1987. – 452 с.

## **ФОРМУВАННЯ У СТУДЕНТІВ МОТИВАЦІЙНОЇ СКЛАДОВОЇ ДО ЗАНЯТЬ ФІЗИЧНИМ ВИХОВАННЯМ**

**Фідірко М. О.,**

*кандидат педагогічних наук,*

*доцент кафедри фізичного виховання*

*Національний університет «Одеська юридична академія»*

*м. Одеса, Україна*

**Антіпова Ж. І.,**

*старший викладач кафедри фізичного виховання*

*Національний університет «Одеська юридична академія»*

*м. Одеса, Україна*

Здоров'я студентської молоді, рівень її фізичної підготовленості і фізичного розвитку завжди привертали увагу спеціалістів. Результати досліджень за цією проблемою свідчать про те, що заняття фізичною культурою найбільш ефективні лише тоді, коли участь в них викликана відповідними мотивами [1-3].

Успішна реалізація таких мотивів викликає у студентів натхнення від успіху, бажання продовжувати заняття за особистою ініціативою, відчуття задоволення від самого процесу, умов занять, характеру взаємовідносин із педагогом, товаришами під час цих занять.

Для студентів, які не займаються спортом професійно, фізична культура повинна базуватися на зміні їх ментальності щодо занять фізичним вихованням та використовувати комплекси вправ з окремих видів спорту – атлетичної та ритмічної гімнастики, спортивних ігор тощо [4].

За допомогою анкетування та опитування студенток Національного університету «Одеська юридична академія» (вибірка склала 122 особи), було проведено дослідження стану їх здоров'я та рівня фізичної підготовки.

З цією метою нами були підготовлені методичні рекомендації, які базуються на оригінальних сценаріях виконання комплексів вправ та можуть використовуватися на заняттях з фізичного виховання. Такий підхід дозволяє ненав'язливо довести до студентів елементарні уявлення про заняття ритмічною гімнастикою, фітнесом та їх різновиди.

На кожному занятті ми ставили завдання, які б могли поліпшити фізичну підготовку студентів та мотивовано доводити їм необхідність фізичного удосконалення.

Результати проведеного дослідження свідчать про ефективність використаних засобів фізичної культури, методів та режимів їх впливу на кожного студента та дають підставу рекомендувати розроблену програму для практичного використання на заняттях з фізичного виховання.

#### Література:

1. Бальсевич В. К. Феномен физической активности как социально-биологическая проблема. *Вопросы философии*. 1981. № 8, С. 78-89.

2. Дуркин П. К. К проблеме воспитания личной физической культуры у школьников и студентов. *Физическая культура: воспитание, образование, тренировка*. 2000. № 2, С. 50-53.
3. Раевский Р. Т. Физическое воспитание как важный системообразующий деятельностный компонент здорового способа жизни студенческой молодежи Украины. Актуальные проблемы здорового образа жизни в современном обществе: зб. тез. міжнар.наук -практ.конф., м. Мінськ, 2003. С. 332-336.
4. Фідірко М. О. Самоленко Т. В. Фізичне виховання студентів у формуванні мотивації до занять. *Проблеми реабілітації*: матеріали наук. – практ. конф., м. Одеса, 24 квітня 2015 р. Одеса, 2015. С. 170-172.

## **ФОРМИ РЕАЛІЗАЦІЇ МОДЕЛІ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ НА ЗАНЯТТЯХ З ІНОЗЕМНОЇ МОВИ**

*Химай Н. І.,  
старший викладач кафедри англійської  
мови технічного спрямування № 2  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

Сучасні цифрові технології надають новітні ефективні інструменти для розвитку освіти в університетах та інших освітніх навчальних закладах. Сфера вищої освіти на сьогодні адаптується до можливостей використання інформаційних та комунікаційних технологій. Сучасні заняття поступово переходять на новий рівень передачі знань майбутнім фахівцям. Традиційні методи навчання поступаються місцем новим системам змішаного навчання. Викладачі, які дотримуються даного

нового стилю, з легкістю вдосконалюють старі методи, доповнюючи їх використанням нових технологій. Актуальні навчальні методи, які відповідають потребам сучасних студентів, нині успішно впроваджуються при навчанні іноземної мови.

Концепція змішаного навчання існує з 1960-х років. Змішане навчання це освітній підхід, який поєднує навчання з участю вчителя (обличчям до обличчя) і онлайн навчання. Змішане навчання передбачає елементи самостійного контролю учнем освітнього маршруту, часу, місця і темпу навчання, а також інтеграцію досвіду навчання з вчителем та онлайн [1].

Дослідження в області змішаного навчання і викладання англійської мови спрямовані на пошук способів використання цієї освітньої моделі при вивченні англійської мови як другої/іноземної мови (ESL/EFL). Змішане навчання було в центрі уваги багатьох наукових досліджень: Adas & Bakir, 2013; Akbarov, Gönen, & Aydoğlan, 2018; Alias & Pandian, 2012; Ghazizadeh & Fatemipour, 2017; Grgurovic, 2011; Liu, 2013; Manan, Alias, & Pandian, 2012; Shih, 2010; Yoon & Lee, 2010; Zhang & Zhu, 2018. До переваг використання змішаного навчання дослідники відносять розвиток самостійності студентів, індивідуальну допомогу педагога, сприяння спільному навчанню, розширення взаємодії та залучення учнів до навчального процесу, надання можливості практикувати мову поза рамками класу [2].

Головною метою вивчення іноземної мови є можливість ефективного спілкування. Навчальний матеріал, який отримують студенти, повинен бути різноманітним, і учні повинні розуміти отриману інформацію. Крім того, щоб полегшити оволодіння мовою, повинно бути створене таке навчальне середовище, яке сприяє самовираженню, забезпечує двосторонній потік інформації, надає шанси студентам спілкуватися між собою іноземною мовою та забезпечує ефективну

діяльність. Навколишнє середовище повинно змусити студентів до спілкування з носіями мови. Ці елементи полегшать учням навчальний процес та покращуватимуть результати їхньої роботи.

В багатьох університетах світу впроваджена система управління навчанням (Learning management system). Це система управління навчальною діяльністю, яка використовується для розробки, управління та поширення навчальних онлайн-матеріалів із забезпеченням спільного доступу [3]. Для організації системи змішаного навчання широко застосовується Moodle (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment – модульне об'єктно-орієнтоване динамічне навчальне середовище). Для викладачів іноземної мови платформа Moodle надає можливість створювати інтерактивні завдання, перевіряти виконані роботи й виставляти за них оцінки, а також спілкуватися з учнями за допомогою негайного зворотного зв'язку. Студентам Moodle дозволяє зробити процес навчання максимально інтерактивним і самостійним. Кожний учасник курсу має доступ до певної кількості ресурсів. Інтерфейс Moodle інтуїтивно зрозумілий у використанні. До інструментів «електронної платформи», які важливі для індивідуальної чи групової дослідницької діяльності (наприклад, підготовки тематичних проєктів) в області навчання іноземних мов, слід відносити наступні: чат – форма групового спілкування в мережі Інтернет в режимі реального часу; блог – Інтернет-щоденник, до якого регулярно додаються записи (пости), що містять текст або зображення; форум – набір розділів для обговорення / обміну думками щодо певних тем у віртуальній формі; вики – сайт в Інтернеті, структуру і зміст якого користувачі можуть самостійно змінювати за допомогою інструментів, що надаються самим сайтом.

Існує кілька інструментів навчання на основі ігор, більш відомих як гейміфікація. Гейміфікація дозволяє зробити процес вивчення іноземної мови яскравим, цікавим, підвищує мотивацію до навчання.

Основним принципом гейміфікації є постійний зворотний зв'язок викладач-студент. Вчитель завжди має можливість скорегувати процес навчання, утримуючи увагу класу. Гейміфікація передбачає використання деяких елементів гри для здійснення професійних, але не розважальних цілей. У змішаній формі навчання іноземної мови використовуються різні форми реалізації гейміфікації: комп'ютерні ігри, навчальні мобільні додатки, програми й додатки з елементами доповненої реальності. Одним з інструментів гейміфікації є Kahoot!. Kahoot! визнано корисним інструментом для розробки ігрових вікторин, тестів, опитувань та формування формального оцінювання.

Сучасна модель змішаного навчання передбачає, що: всі матеріали практичних занять доступні студентам і легко можуть використовуватися для самостійного вивчення, тобто навчальні матеріали існують не тільки в друкованому, але і в електронному вигляді; викладач складає ресурсну карту, в якій вказані основні та додаткові матеріали, посилання Інтернету, якими може користуватися студент; є можливість онлайн спілкування за допомогою таких інструментів як чат, форум, блог, вікі; ведеться розробка індивідуальних і групових проєктів, що розвиває навички пошуку, аналізу інформації, вчить працювати в команді, правильно розподіляти обов'язки та нести відповідальність за прийняті рішення [4]; використовуються різні форми гейміфікації, які роблять процес більш насиченим та динамічним.

Переважно змішане навчання інтегрує найважливіші елементи взаємодії віч-на-віч та в онлайн просторі таким чином, що дозволяє студентам самонавчатись та спонукає до цілеспрямованого мислення.

Таким чином, можна зробити висновок, що, змішане навчання – це стратегія навчання, яка інтегрує найважливіші елементи взаємодії віч-на-віч та в онлайн просторі таким чином, що дозволяє студентам самонавчатись та спонукає їх до досягнення головної цілі – оволодіння

іноземною мовою. Фактично, технології змішаного навчання стали мега-трендом, увібравши в себе можливості мобільного навчання, елементи гейміфікації та спрямованість на індивідуальний підхід. Студентам подобається використання мультимедійних засобів, але такі технології повинні бути впроваджені правильно й ефективно, з метою поліпшити та максимізувати результати навчання.

#### Література:

1. Смешанное обучение [Електронний ресурс] // Википедия. – 2018. – Режим доступу до ресурсу:  
[https://ru.wikipedia.org/wiki/Смешанное\\_обучение](https://ru.wikipedia.org/wiki/Смешанное_обучение)
2. Waheeb S. Albiladi. Blended Learning in English Teaching and Learning: A Review of the Current Literature / Waheeb S. Albiladi, Khlood K. Alshareef. // Journal of Language Teaching and Research. – 2019. – №10. – С. 232–238.
3. Система управління навчанням [Електронний ресурс] // Википедия. – 2019. – Режим доступу до ресурсу:  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Система\\_управління\\_навчанням](https://uk.wikipedia.org/wiki/Система_управління_навчанням)
4. Вардашкина Е. В. Модель смешанного обучения английскому языку студентов неязыковых вузов [Електронний ресурс] / Е. В. Вардашкина // Scientific World. – 2010. – Режим доступу до ресурсу:  
<https://www.sworld.com.ua/index.php/ru/pedagogy-psychology-and-sociology-411/interactive-learning-technologies-and-innovations-in-education-411/11043-411-0327>

## **ВИБІР СТРАТЕГІЙ НАВЧАННЯ ЧИТАННЯ В УНІВЕРСИТЕТІ З МЕТОЮ ФОРМУВАННЯ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

*Шалова Н. С.,*

*старший викладач кафедри англійської  
мови технічного спрямування № 2*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний університет*

*ім. Ігоря Сікорського»*

*Київ, Україна*

Під час навчання іноземної мови у вузі читання розглядають як вид мовленнєвої діяльності і воно займає одне з найголовніших місць по своїй значимості та доступності. Завдання викладача – навчити студентів читати і розуміти тексти на іноземній мові, прищеплювати любов до самостійного читання, сформувати міжкультурну компетенцію, залучаючи їх до читання художньої, публіцистичної, наукової та іншої спеціальної літератури іноземною мовою. При цьому студенти стикаються з низкою труднощів, головною з яких є незнайомі слова і словосполучення.

Наявність великої кількості незнайомої лексики значно знижує інтерес до читання. Особливі труднощі при читанні художніх текстів являє лексика, серед якої можна виділити:

- слова, що збігаються зі словами рідної мови за формою, але мають різні значення;
- слова, що входять до складу ідіоматичних виразів, але мають інший зміст;
- слова-реалії, значення яких часто розкривається за допомогою коментаря;



- фонова лексика, тобто лексика, що несе додаткову інформацію, часто незрозумілу для тих, хто вивчає іноземну мову;
- слова, обсяг значення яких може бути ширше значення слів у рідній мові;
- слова, походження яких пов'язане з абрєвіатурою, або скорочення, що знайшли широке використання в сучасній мові;
- слова арготичного походження або жаргонні (сленг) також часто використовуються в розмовній мові;
- багатозначні слова, які в поєднанні з іншими перекладаються по-різному;
- слова, що позначають географічні поняття, деякі власні імена [1, с. 6].

Отже, перш ніж приступити до читання тексту, який містить культурологічну інформацію, викладачеві необхідно ретельно вивчити його і підготувати завдання для роботи студентів з цим текстом. Працюючи з ним, студенти можуть здогадатися про значення незнайомих їм слів із контексту, що в значній мірі забезпечує загальне розуміння змісту. Крім того, в таких текстах часто зустрічається інтернаціональна лексика і запозичення, які використовуються в багатьох мовах, а також слова, що збігаються за формою і змістом в обох мовах. При цьому необхідно сформулювати вміння виокремлювати з тексту його смислову інформацію, а саме:

- виділити в тексті основну думку, факти, деталі, мовні засоби;
- узагальнити викладені факти, думки;
- співвіднести окремі частини тексту;
- зробити висновок на основі фактів або думок автора;
- оцінити зміст тексту;
- інтерпретувати текст.

Переказ тексту з вилучення заданої інформації – один з основних видів діяльності під час навчання іноземних мов у вузі. Сучасні технології навчання читання з метою формування міжкультурної компетенції припускають графічне зображення змісту текстів, структуровані за рівнями у вигляді асоціативних рядів, інформаційних таблиць, денотатних карт, хронологічних графіків.

Слід зазначити, що автентичний текст сприяє розвитку лінгвістичної, соціолінгвістичної, міжкультурної та дискурсивної компетенцій студентів. Автентичність структури, змісту та оформлення текстів викликають непідробний інтерес, отже, підвищують мотивацію і створюють умови для найбільш ефективного занурення в мовне середовище на заняттях.

Читання будь-якого іншомовного тексту, тим більше автентичного, пов'язане з певними труднощами. Отже, перед викладачем стоїть завдання створити у студентів орієнтовний образ цілісної діяльності читання, оперативні схеми мислення для здійснення конкретних дій. Технологія навчання пошукового читання автентичних текстів спирається на наступні положення:

- навчання пошукового читання з метою отримання кожним студентом корисної для нього автентичної інформації;
- випереджаюче ознайомлення з алгоритмом роботи з текстом для створення цілісного образу діяльності читання;
- формування механізмів дій, що становлять діяльність читання, за допомогою спеціальної системи вправ [2, с. 123].

Завдання, які ставить викладач перед студентами в процесі роботи над пошуковим читанням автентичного країнознавчого тексту, можуть бути найрізноманітнішими, але в результаті всі вони повинні підкорятися цілком певній меті: розумінню і вилученню з тексту необхідної інформації.

Ми переконані, що така організація навчання читання буде активно сприяти формуванню умінь і навичок повноцінного читання автентичних текстів, яке передбачає використання певних сигналів тексту для побудови гіпотез, припущень на різних рівнях осмислення. В кінцевому підсумку це повинно сприяти вірній смисловій орієнтації в автентичному тексті і успішному пошуку необхідної міжкультурної інформації.

#### Література:

1. Халеева, И. И. Интеркультура – третье измерение межкультурного взаимодействия / И. И. Халеева // Актуальные проблемы межкультурной коммуникации. – М., 2010. – С. 5-15.
2. Savignon S. J. Communicative Competence Theory and Classroom Practice / S. J. Savignon. – 2<sup>nd</sup> ed. – New York: McGraw-Hill, 2001. – 215 p.

## ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

### КОНЦЕПТУАЛІЗАЦІЯ СУЧАСНИХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

*Волоський Г. А.,*

*студент факультету історії та міжнародних відносин  
Донецький національний університет імені Василя Стуса  
м. Вінниця, Україна*

Після закінчення Холодної війни у науковому товаристві виникла дискусія щодо трансформації природи збройних конфліктів. У ході цієї дискусії були запропоновані ряд підходів до концептуалізації природи таких конфліктів. Умовно ці підходи можна поділити на 4 типи. Перший підхід ґрунтується на ідеї зіткнення цивілізацій та підкреслює зростаючу кількість етнічних конфліктів [1]. Другий підхід зосереджується на технічних інноваціях та військових технологіях, розглядаючи сучасні збройні конфлікти у рамках революції у військовій сфері (revolution in military affairs) [2]. Третій підхід зосереджується на розмиванні кордонів між миром та війною, між конвенційним та неконвенційним конфліктом. Такий підхід представлений концепцією гібридної війни [3]. Нарешті останній підхід підкреслює трансформацію політики та економіки сучасних збройних конфліктів у наслідок глобалізації. У рамках цього підходу сучасні збройні конфлікти характеризуються як нові війни [4].

Перший підхід був запропонований С. Гантінгтоном у роботі «Зіткнення цивілізацій». Цей підхід ґрунтується на ідеї існування 9 цивілізацій: західної, конфуціанської, японської, ісламської, індуїстської, православної, латиноамериканської, африканської та буддистської. Гантінгтон привертає увагу насамперед до трансформації причин ведення сучасних конфліктів. Він стверджує, що після закінчення Холодної війни

основні протиріччя полягають не у політичних, економічних чи ідеологічних протилежностях, а у протистоянні за цивілізаційними лініями [1]. Незважаючи на те, що теорія зіткнення цивілізацій не розроблялась Гантінгтоном для характеристики сучасних збройних конфліктів, дана теорія активно використовується у цій ролі. Такий підхід, втім, має суттєві недоліки. По-перше, існують очевидні протиріччя емпіричним спостереженням, адже переважна більшість сучасних конфліктів відбувається не між цивілізаціями, а всередині них. Так, громадянська війна у Сирії розпочалась між представниками ісламської цивілізації, а війна між Україною та Росією відбувається між представниками православної цивілізації. По-друге, зводячи сучасні збройні конфлікти до етнічного протистояння, ми втрачаємо важливі риси, які вирізняють сучасні збройні конфлікти: розмивання кордонів між миром та війною, зростаючий вплив невоснних методів ведення конфлікту, тактичні трансформації на полі бою, зумовлені технічною революцією.

Наступний підхід фокусується на технічній революції. Послідовники цього підходу стверджують, що розвиток безпілотних збройних апаратів, роботів, біотехнологій та нових засобів зв'язку призвів до революції у військовій сфері. Як результат, вони зосереджують свою увагу на тактичних змінах на полі бою, до яких призвела технічна революція. Такі зміни включають віртуалізацію війни, появу додаткової кібер складової конфлікту, зростання впливу інформаційних технологій [2]. У той час як перелічені особливості є важливими рисами сучасного збройного конфлікту, цей підхід ігнорує трансформації, що не пов'язані з тактичними бойовими діями. Саме тому, маючи цінність для розуміння змін на полі бою, даний підхід має обмежене застосування при спробах концептуалізації сучасних збройних конфліктів як таких.

Іншим підходом до розуміння збройних конфліктів є гібридні війни. Гібридні війни використовувались для опису тактики спеціальних підрозділів, які здатні використовувати як конвенційні, так і неконвенційні способи ведення бойових дій. Так, Р. Воукер використовує поняття для характеристики морської піхота США, а В. Немес описує ним тактику, що використовували чеченські підрозділи під час Першої російсько-чеченської війни [5-6]. Лише у інтерпретації Ф. Хоффмана термін розширився до характеристики війни у широкому сенсі. Він визначив гібридну війну як ту, що поєднує конвенційні та неконвенційні стратегії так, щоб досягти синергії [3]. Підкреслюючи важливі риси сучасних конфліктів, гібридні війни, втім, страждають від двох проблем. Перша проблема це відсутність єдиного розуміння феномену. Як вже зазначалось, існують суттєві відмінності у визначенні гібридних війн. В той час як В. Немес використовує поняття для характеристики підрозділів, для Хоффмана гібридні війни характеризують конфлікт як такий. Такі суттєві відмінності у інтерпретаціях негативно впливають на аналітичну цінність гібридних війн. Друга проблема полягає у невизначеності найпоширеніших інтерпретацій, адже поєднання конвенційних і неконвенційних стратегій є ординарною характеристикою більшості конфліктів в історії людства, а тому, принаймні у існуючій інтерпретації, не може бути використана для окреслення сучасного збройного конфлікту. Саме тому, в той час як концепція гібридних війн привертає увагу до важливих змін у природі конфлікту, вона не здатна їх чітко окреслити.

Останній підхід представлений концепцією нових війн. Найбільш цитованим прикладом такого підходу є робота М. Калдор «Нові та старі війни: організоване насилля у глобальну епоху» [4]. У цій роботі Калдор пропонує ідею старих війн – класичних міждержавних конфліктів, що фінансувались за допомогою держави та велись з метою встановлення

фізичного або ідеологічного контролю над територією або населенням. На противагу цим конфліктам у «глобальну епоху» виникають нові війни. Нові війни відбуваються між різними комбінаціями держав та недержавних акторів. Вони ведуться у ім'я ідентичності, на відміну від конфліктів під час Холодної війни, які велись у ім'я ідеологій. Метою таких конфліктів є політичний, а не фізичний контроль над населенням. Нарешті фінансуються такі війни більшою мірою завдяки «хижацької» економіки, що експлуатує ресурси та населення через контрабанду та організовану злочинність [4]. Робота Калдор зазнала критики за двома основними напрямками. По-перше, критику викликала теза про те, що нові війни є сучасним явищем. Наприклад, М. Бердал привертає увагу до того, що риси нових війн проявлялись і у інших конфліктах в історії людства [7]. По-друге, критиці піддавалась саме розділення на нові та старі війни. Так, С. Каливас стверджує, що фундаментальної різниці між новими та старими війнами не існує [8]. Третя проблема концепції нових війн постала у 2008 році після російсько-грузинської війни і стала більш очевидною в 2014 році після російської агресії в Україні. Ці конфлікти привернули увагу до того, що характеристики, які Калдор вважає визначальними для нових війн, проявляються і у старих, міждержавних конфліктах.

Таким чином, враховуючі проблеми існуючих концепцій сучасних збройних конфліктів існує необхідність реконцептуалізації сучасних збройних конфліктів. Підходом, який міг би поєднати сильні сторони, описаних концепцій, і уникнути їх слабких сторін, могла б стати соціологія війни. З цієї перспективи розвиток збройних конфліктів невідривний від розвитку суспільства. Тому зі структурними змінами у суспільстві, такими як технологічна революція або глобалізація, змінюється і характер збройних конфліктів, у яких бере участь це суспільство. Принциповою різницею між соціологією війни та описаними

підходами є те, що структурні зміни не ведуть до появи нових типів збройних конфліктів, а трансформують вже існуючі патерни конфліктів. Такий підхід має щонайменше три переваги. По-перше, він дозволяє пояснити існування суттєвих структурних трансформацій у старих війнах, що не можуть пояснити підходи, які визначають сучасні збройні конфлікти як новий тип війни. По-друге, такий підхід переносить проблематику у ширше поле соціології, що дозволяє охопити явища, які пов'язані з сучасними конфліктами, але виходять за рамки бойових дій як таких. До таких явищ відноситься мілітаризація поліції і поліцизація армії, розмивання кордонів між миром та війною, феномен пост-правди та його використання у пропагандистських компаніях під час війни, зростання впливу недержавних акторів та їх ролі у сучасних конфліктах. Нарешті, даний підхід розв'язує дискусію щодо того чи є сучасні збройні конфлікти принципово новим явищем. З перспективи соціології війни сучасні збройні конфлікти не є суто нових явищем у сучасних міжнародних відносинах, а є еволюційним продуктом розвитку вже відомих нам явищ. Такий підхід дозволяє пояснити нові явища, характерні для сучасних конфліктів, і існування їх окремих рис і форм у попередніх конфліктах.

#### Література:

1. Huntington S. *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order* / Samuel Huntington. – New York: Touchstone, 1997.
2. Fitzsimonds J. *Revolutions in military affairs* / J. Fitzsimonds, J. Van Tol. // Office of the Secretary of Defense, Washington DC. – 1994.
3. Hoffman F. G. *Conflict in the 21st century: The rise of hybrid wars* / F. G. Hoffman // Arlington VA: Potomac Institute for Policy Studies. – 2007.
4. Kaldor M. *New and Old Wars* / Marry Kaldor. – Cambridge: Polity Press, 2012.



5. Walker R. SPEC FI: The United States Marine Corps and Special Operations / Robert Walker. – Monterey, California. Naval Postgraduate School, 1998.
6. Nemeth W. Future war and Chechnya: a case for hybrid warfare / William Nemeth – Monterey, California. Naval Postgraduate School, 2002.
7. Berdal M. How "New" Are "New Wars"? / Mats Berdal. // Brill. – 2003. – №9.
8. Kalyvas S. “New” and “Old” Civil Wars: A Valid Distinction? / Stathis Kalyvas. // World Politics. – 2001. – №1.

## **БОРОТЬБА З ДИСКРИМІНАЦІЄЮ ЯК УМОВА МИРОБУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ**

***Губань Р. В.,***

*доктор юридичних наук, доцент,  
провідний науковий співробітник  
відділу організації наукових досліджень  
Національний педагогічний  
університет імені М. П. Драгоманова  
м. Київ, Україна*

***Колеснікова Е. П.,***

*старший викладач кафедри загальної  
фізики та фізики твердого тіла  
Національний технічний університет України  
«Київський політехнічний інститут  
імені Ігоря Сікорського»  
м. Київ, Україна*

Мабуть, нині в Україні немає більш нагального завдання, ніж встановлення миру. На сьогодні в результаті конфлікту на Сході України загинуло більше 13 тисяч осіб, десятки тисяч зазнали поранення, мільйони осіб стали внутрішніми переселенцями. Україна щодня несе фінансові втрати як з огляду на необхідність додаткового фінансування Збройних сил України, так і у зв'язку з тим, що через конфлікт на Сході рівень іноземних інвестицій, які надходили до України, суттєво впав.

Скориставшись ситуацією, яка нині склалася в Україні, Російська Федерація намагається на цьому фоні роздмухати в Україні полум'я громадянської війни, в першу чергу для того, щоб продемонструвати світові, що події на Сході України викликані не збройною інтервенцією Російської Федерації, а внаслідок недолугої внутрішньої політики України.

З огляду на це, однією з домінант політики України в сфері гуманітарної безпеки має стати недопущення створення сприятливих умов для виникнення протистояння в Україні. Одним з інструментів для досягнення цієї мети є освіта. Адже саме вона може стати надійним інструментом превенції суспільної напруги в Україні, особливо, якщо врахувати, який відсоток населення в Україні отримує середню та вищу освіту. Освітня політика держави повинна бути спрямована на формування культури толерантності, на розуміння неприпустимості різних видів дискримінації, адже підвищення рівня дискримінації у суспільстві спричинює зростання соціальної напруги, що є вкрай небезпечним в умовах агресії Російської Федерації проти України.

Власне, необхідність боротьби з дискримінацією усвідомлюється і міжнародною спільнотою. Як усвідомлюється нею також і те, що освіта в сфері прав людини є одним з дієвих механізмів у боротьбі з дискримінацією.

З нашої точки зору символічним є те, що третє тисячоліття розпочалося з масштабного заходу, покликаного сформувати основні засади боротьби з дискримінацією у планетарному масштабі – Всесвітньої конференції з боротьби проти расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаною з нею нетерпимістю, яка з 31 серпня до 8 вересня 2001 р. проходила у м. Дурбані під егідою Генеральної Асамблеї ООН [1]. Це, очевидно, був найбільший захід в світі присвячений проблемам дискримінації. Тому не дивно, що документи прийняті на цьому заході, згодом широко цитувалися Генеральною Асамблеєю ООН та її іншими органами.

Необхідно відзначити, що учасники конференції визнали, що освіта на всіх рівнях і для всіх вікових груп, включаючи виховання в сім'ї, і зокрема освіта в галузі прав людини, є ключем до зміни поглядів і поведінки, заснованих на расизмі, расовій дискримінації, ксенофобії і пов'язаній з ними нетерпимості, а також до заохочення терпимості і поваги до різноманіття в суспільстві. Учасники конференції також підтвердили, що така освіта є визначальним фактором в заохоченні, поширенні та захисті демократичних цінностей справедливості та рівності, що мають основоположне значення для запобігання поширенню расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаної з ними нетерпимості. Також було підкреслено зв'язок між правом на освіту та боротьбою проти расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаної з ними нетерпимості і наголошено на ключовій ролі освіти, в тому числі освіти в сфері прав людини, в попередженні та викоріненні всіх форм нетерпимості та дискримінації. З огляду на це, на конференції пролунав заклик до держав активізувати зусилля в галузі освіти, включаючи освіту в сфері прав людини, для поглиблення розуміння і підвищення обізнаності про причини, наслідки та вади расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаної з ними нетерпимості, і заохочувати розробляти

навчальні матеріали, включаючи підручники і словники, спрямовані на боротьбу з цими явищами. В підсумковому документі також містилося звернення до держав запроваджувати антидискримінаційні і антирасистські компоненти в шкільних навчальних програмах з прав людини, розробляти і удосконалювати відповідні матеріали, включаючи підручники з історії і інших дисциплін, забезпечувати умови для ефективної підготовки і належної мотивації викладачів, від яких залежить формування життєвих позицій і поведінкових моделей, заснованих на принципах недискримінації, взаємоповаги і терпимості.

Одна з рекомендацій стосувалася запровадження чи активізації освіти в сфері прав людини з метою викорінення передсудів, які призводять до расової дискримінації, і з метою заохочення взаєморозуміння, терпимості і дружби між різними расовими чи етнічними групами в межах шкільних програм і програм вищих навчальних закладів.

На конференції закликали держави розвивати і укріплювати підготовку з антирасистських і гендерних аспектів прав людини для державних посадовців, включаючи співробітників системи правосуддя, правоохоронних органів, органів виконання покарань, служб безпеки, а також органів охорони здоров'я, органів освіти і міграційних органів.

В підсумковому документі наради містилася норма із зверненням до держав забезпечити умови, щоб освіта і професійна підготовка викладацького складу сприяли повазі до прав людини і боротьбі проти расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаною з нею нетерпимістю, і щоб навчальні заклади реалізовували політику і програми, затверджені відповідними органами із забезпечення рівних можливостей, антирасизму, рівності статей і культурного, релігійного та іншого розмаїття.

Однак , заходи проти дискримінації тривали і після 2001 р. Зокрема, в резолюції від 22 грудня 2007 р. Генеральна Асамблея закликала в своїх навчальних і соціальних програмах на всіх рівнях культивувати вивчення різноманітних культур, цивілізацій, релігій, народів, країн і виховання терпимого і шанобливого ставлення до них [2].

В резолюції від 24 грудня 2010 р. Генеральна Асамблея відзначила важливу роль просвіти, включаючи навчально-просвітницькі заходи в сфері прав людини.

В документі від 18 грудня 2014 р. Генеральна Асамблея зауважила, що коріння екстремізму є багатограним і що з ним необхідно боротися такими заходами як освіта, підвищення рівня знань і розвиток діалогу. Також вона підкреслила особливу важливість того, щоб законодавчі заходи боротьби з екстремізмом доповнювались різноманітними освітніми заходами, включно з просвітою з прав людини [3].

Генеральна Асамблея ООН в резолюції від 19 грудня 2017 р. відзначила важливу роль просвіти в боротьбі проти расизму, расової дискримінації, ксенофобії і пов'язаної з ними нетерпимості, зокрема у справі заохочення принципів терпимості, соціальної згуртованості і поваги до етнічного та культурного розмаїття і попередження поширення екстремістських расистських та ксенофобських рухів і пропаганди [4]. В прийнятій того ж дня іншій резолюції Генеральна Асамблея ООН заявила, що просвіта має бути в тому числі спрямована на те, щоб не дати прорости насінню расизму, посіяному націоналістичним популізмом, вона повинна включати точний і репрезентативний виклад національної історії, який віддає належне расовому і етнічному різноманіттю і який виявляє брехливі спроби викреслити етнічні групи із національної історії і самосвідомості нації з метою збереження етнонаціональних міфів про чистоту нації з точки зору расового чи етнічного критерію [5].

Таким чином, ми бачимо, що освіта може стати потужним інструментом у боротьбі з дискримінацією та фундаментом для зусиль з миробудівництва в Україні.

#### Література:

1. Report of the World Conference against Racism, Racial Discrimination, Xenophobia and Related Intolerance [Electronic resource]. – Access mode: <https://undocs.org/en/A/CONF.189/12>
2. General Assembly of the United Nations A/RES/60 (CXLI) [Electronic resource]. – Access mode: <https://undocs.org/en/A/RES/60/143>
3. General Assembly of the United Nations A/RES/69 (CLX) [Electronic resource]. – Access mode: <https://undocs.org/ru/A/RES/69/160>
4. General Assembly of the United Nations A/RES/72 (CLVI) [Electronic resource]. – Access mode: <https://undocs.org/ru/A/RES/72/156>
5. General Assembly of the United Nations A/RES/73 (CLVII) [Electronic resource]. – Access mode: <https://undocs.org/en/A/RES/73/157>

## **УЛЬТРАПРАВИ РУХИ У СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ЖИТТІ УКРАЇНИ**

*Покровська А. В.,  
аспірантка відділу інформаційної безпеки  
та розвитку інформаційного суспільства  
Національний інститут стратегічних досліджень  
м. Київ, Україна*

Останніми роками ліберальна демократія по всьому світу переживає період кризи. Одним із ключових викликів, що сьогодні стоять

перед демократією, дослідники виділяють правий популізм, зростання крайніх націоналістичних та ксенофобських настроїв [1]. Хоча крайні праві в Україні, на відміну від європейських держав, не мають широкого політичного представлення в органах влади та у своїй більшості залишаються маргінальними гравцями, не варто нівелювати їх значення як потенційної загрози демократії, яка в нашій державі ще не є стабільною.

На фоні загального збільшення толерантності українського населення до насильства з часів початку війни на Донбасі, посилення попиту на справедливість через повільність реформ [2], радикальні способи вирішення суспільних та політичних протиріч поступово можуть стати загрозливою «нормальністю». Ряд ультраправих українських рухів свого часу зайняли чільне місце у подіях Революції Гідності, формуванні добровольчих батальйонів та безпосередній участі у протидії збройній агресії РФ. Не применшуючи їх внесок у визвольну боротьбу, втім, не можна не відзначити те, що їх активна участь у воєнних діях посприяла частковій легітимізації насильницьких методів боротьби поза межами поля бою.

Серед ключових сучасних гравців українського ультраправого спектру варто відзначити таких суб'єктів, як Всеукраїнське об'єднання «Свобода», так званий «Азовський рух» А. Білецького (до якого входять три ключових структури – полк Нацгвардії «Азов», політична партія «Національний корпус» та парамілітарний вуличний підрозділ «Національні дружини»), політичну партію «Правий сектор», партію «Братство», громадську організацію «С14», «Державницьку ініціативу Дмитра Яроша», мережеві та парасоликові організації на зразок «Традиція і порядок», «Катехон», «Національний спротив» тощо. За словами українського дослідника О. Корнієвського, оскільки українські праворадикали мають досить обмежену, хоча й швидко мобілізовану,

соціальну базу, «поширеним є дрейф членства, перетікання кадрів від однієї організації до іншої» [3, с. 100]. Серед загальних ознак, якими відзначаються ультраправі науковець називає критичне ставлення до парламентської демократії, євроскептицизм (хоча більшість підтримує вступ до НАТО), вузько етнічне визначення поняття нації, глорифікацію певних періодів української історії, антиурбанізм, ксенофобію, заперечення загального громадянства та рівності прав, мілітаризм та повернення Україні ядерного статусу, антикомунізм [3] (при цьому в економічних питаннях деякі організації, як, наприклад, те ж ВО «Свобода» дотримуються відверто соціалістичних підходів).

На думку дослідника В. Іщенка, для України загалом характерний брак чіткого політичного та ідеологічного кордону між ліберальними та праворадикальними силами, через що і відбувається легітимізація радикального націоналістичного порядку денного [4]. На вихід ультраправих з андеграунду у значній мірі вплинув несподіваний, як для українських реалій, успіх ВО «Свобода» на парламентських виборах 2012 року, коли націоналісти отримали 10,45 % голосів у багатомандатному окрузі і 37 місць у Верховній Раді. Хоча такий успіх можна пояснити не стільки збільшенням прихильності електорату до праворадикальної ідеології, скільки вдалим використанням тодішньою партією влади націоналістів як зручного, не критичного політичного опонента, цей успіх дав поштовх до активізації низки інших рухів, що раніше займали маргінальне становище. На відміну від їх європейських колег, українські праві сили не включені до політичного істеблішменту, однак стають потужною позапарламентською силою, якій вдалося проникнути у керівництво правоохоронними органами, створити парамілітарні структури та здобути підтримку серед громадянського суспільства, зокрема, завдяки потужній волонтерській роботі. Разом з тим, праві радикали останнім часом не отримували значної електоральної підтримки,



в тому числі і через відсутність широкої підтримки з боку олігархів та медіа [4], про що засвідчили вибори 2014 та 2019 років. Об'єднання правого табору (у якому через власні амбіції врешті не взяв участь А. Білецький), висунення єдиного кандидата в президента та спільний похід на дочасні парламентські вибори результатів не принесли.

Дослідник українських та російських правих рухів В. Ліхачов стверджує, що ультраправі «осіддали патріотичну хвилю», утвердивши себе як справжніх патріотів та захисників, але разом з тим, і значно просунулись на «ринку найманих бандитів» [5], про що свідчать неодноразові випадки їх співпраці з правоохоронними органами та використання у розбірках між різними політичними опонентами. За даними деяких досліджень, до так званого «ринку недержавного насилля» в Україні залучені від 15 до 30 тис. бійців – як учасників громадських організацій, парамілітарних структур, так і окремих осіб «у камуфляжі, що можуть діяти від імені чи під патронажем організацій учасників АТО, асоціацій ветеранів або ж і самі по собі» [6]. При цьому, часто правим радикалам вдається уникати належних покарань – наприклад, справа про вбивство у червні 2018 року рома Давида Поппа ультраправою групою молодиків «Твереза зла молодь» у березні 2019 року перестала проходити за статтею щодо расової дискримінації.

ГО «Інститут республіка», що займається моніторингом конфронтації та насильства ультраправих, підрахувала, що з жовтня 2018 по травень 2019 року сталося 36 конфронтацій та 56 випадків безпосереднього насильства проти людей чи майна [7]. Показовим при цьому є те, що кількість випадків конфронтацій/насильства ультраправих суттєво зменшилась після президентських виборів. Найактивнішими акторами ультраправого насильства виступили С14 (36 випадків, 21 з них – безпосереднє насильство) та «Національний корпус» (19 випадків, 19 – безпосереднє насильство) [7]. «Національний корпус» та «Національні

дружини» були особливо активними під час березневого регіонального турне П. Порошенка, провокуючи сутички з поліцією та вчиняючи спроби зірвати зібрання. «Традиційні» об'єкти праворадикального насильства на зразок ЛГБТ, феміністок та нацменшин також зберігалися у полі зору.

Значну увагу до дослідження ультраправих рухів України нещодавно почала приділяти міжнародна спільнота розслідувачів Bellingcat. Так, в одному з останніх досліджень Bellingcat доводить, що Україна стала «safe heaven» для російських неонацистів. Зокрема, йдеться про відкрито неонацистську російську організацію Wotanjugend, очільник якої Олексій Левкін свого часу приєднався до «Азову» наприкінці 2014 р., воював на Донбасі й може скоро отримати українське громадянство (адже влітку Верховна Рада прийняла законопроект № 3433 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо правового статусу іноземців та осіб без громадянства, які брали участь у захисті територіальної цілісності та недоторканності України», який відстоювали ультраправі, найбільше – А. Білецький). Дослідники переконані, що через «Азов», угруповання намагається підвищити свій міжнародний вплив [8] та координувати дії з іншими неонацистами, зокрема, з американськими.

Варто відзначити, що наратив про Україну як тренувальну базу для фашистських та нацистських радикалів активно використовувала РФ увесь час у своїх інформаційних спецопераціях [9], через що його надмірне просування з боку західних дослідників найбільше зіграє на руку Кремлю. Хоча правий радикалізм і може виступати чинником дестабілізації суспільно-політичного життя України (зокрема, для здійснення «керованої» радикалізації силами ворожих спецслужб), системної загрози національній безпеці він наразі не становить.

## Література:

1. Міжнародний центр перспективних досліджень. Інформаційно-політичні виклики цінностям відкритого суспільства у передвиборчий період в Україні: міжнародний досвід, ситуація в Україні, ефективні засоби протидії та комунікації. 2018. URL: [http://icps.com.ua/assets/uploads/images/images/eu/inform\\_vikliki.pdf](http://icps.com.ua/assets/uploads/images/images/eu/inform_vikliki.pdf).
2. Національний інститут стратегічних досліджень. Про стан розвитку громадянського суспільства в Україні. 2017. URL: [https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/17-civik-2018/rubrik\\_spryiannia/analit\\_zvit\\_2017.pdf](https://www.kmu.gov.ua/storage/app/media/17-civik-2018/rubrik_spryiannia/analit_zvit_2017.pdf)
3. Корнієвський О. Праворадикальні об'єднання в суспільно-політичному житті сучасної України. *European Political and Law Discourse*. 2019. №6, С. 100-107. URL: <https://epd13.cz/wp-content/uploads/2019/2019-6-2/17.pdf>
4. Ishchenko V. Nationalist Radicalization Trends in Post-Euromaidan Ukraine. 2018. URL: [http://www.ponarseurasia.org/sites/default/files/policy-memos-pdf/Peprn529\\_Ishchenko\\_May2018\\_0.pdf](http://www.ponarseurasia.org/sites/default/files/policy-memos-pdf/Peprn529_Ishchenko_May2018_0.pdf)
5. Ліхачов В. Ультраправий екстремізм як загроза українській демократії. 2018. URL: <https://freedomhouse.org/report/special-reports/far-right-extremism-threat-ukrainian-democracy-ukrainian-translation>
6. Проскуряков С. Правий та ще правіший. Як радикали разом з СБУ та МВС перетворюють Україну на мафіозне болото. 2019. URL: <https://zaborona.com/pravyj-ta-shche-pravishyj-iak-radykaly-razom-z-sbu-ta-mvs-peretvoriuiut-ukrainu-na-mafiozne-boloto/>
7. Інститут Республіка. Моніторинг конфронтації та насильства ультраправих в Україні: 15.10.2018 – 15.05.2019. 2019. URL: [https://inrepublica.org.ua/wp-content/uploads/2019/06/zvit\\_v1-8.pdf](https://inrepublica.org.ua/wp-content/uploads/2019/06/zvit_v1-8.pdf)
8. Colborne M., Kuzmenko O. The “Hardcore” Russian Neo-Nazi Group That Calls Ukraine Home. 2019. URL: <https://www.bellingcat.com/news/uk-and->

europe/2019/09/04/the-hardcore-russian-neo-nazi-group-that-calls-ukraine-home/

9. Сенькив Г., Покальчук О. Когда умрет миф об украинском «экстремизме»? 2019. URL: [https://rus.postimees.ee/6759669/kogda-umret-mif-ob-ukrainskom-ekstremizme?fbclid=IwAR3MY20FF7tC1W4Qm0fV0r66MKIWX\\_J2vVWKvIhShQy9JyBX2zrLSPoCiCE](https://rus.postimees.ee/6759669/kogda-umret-mif-ob-ukrainskom-ekstremizme?fbclid=IwAR3MY20FF7tC1W4Qm0fV0r66MKIWX_J2vVWKvIhShQy9JyBX2zrLSPoCiCE)

## МЕНЕДЖМЕНТ ТА МАРКЕТИНГ

### ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В ЗАКЛАДАХ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ

*Буднікевич І. М.,*

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри маркетингу,  
інновацій та регіонального розвитку  
Чернівецький національний  
університет ім. Ю. Федьковича  
м. Чернівці, Україна*

*Зайчук Ю. П.,*

*магістрант кафедри маркетингу,  
інновацій та регіонального розвитку  
Чернівецький національний  
університет ім. Ю. Федьковича  
м. Чернівці, Україна*

Ринок швидкого харчування в Україні досить далекий від насичення, але конкуренція в даному сегменті ресторанного бізнесу висока. Саме конкуренція породжує та розвиває маркетинг основних акторів будь якого ринку. Саме конкуренція примушує власників та керівників ресторанних закладів чітко ідентифікувати конкурентні переваги свого закладу в порівнянні з аналогічними підприємствами, обирати ті маркетингові інструменти та маркетингові технології, які будуть враховувати специфіку конкретного бізнесу та його сегментів. Маркетинг в закладах швидкого харчування відрізняється наявністю

специфічних завдань, організацією діяльності та технологій обслуговування клієнтів, однак, в своїй основі це такий ж процес з розробки продукту та надання споживачам послуг, що забезпечують певний спосіб життя; це діяльність спрямована на задоволення потреб відвідувачів, завоювання їх лояльності; це, в кінцевому підсумку система інструментів, технологій, засобів орієнтована на підвищення ефективності функціонування закладу та отримання прибутку. У залежності від розміру закладу, фінансових можливостей та організаційної форми маркетингові заходи в закладах швидкого харчування розробляють/реалізують: сам власник/ресторатор, або ці обов'язки покладені на головного менеджера; штатний професійний маркетолог; франчайзер; аутсорсингові компанії, які спеціалізуються на ресторанному маркетингу. Практики бізнесу «у стилі фаст-фуд», виділяють ряд завдань маркетингу такого формату закладів, які враховують його специфіку:

«1. Інформування відвідувачів про заклад на початковому етапі діяльності закладу – коли він відкрився і необхідно інформувати потенційних клієнтів про цю подію;

2. Розширення кола відвідувачів закладу – залучення тієї аудиторії, яка не зовсім властива даному закладу. У цьому ж криється серйозна небезпека, оскільки перетин різних типів відвідувачів може послужити погану службу;

3. Залучення цільової групи відвідувачів. Планувати цільову групу відвідувачів треба ще на стадії розробки концепції закладів. Концепція ж базується на маркетинговому дослідженні, в якому і вимальовується цільова група. На стадії розробки концепції визначаються параметри закладу, здатні залучити цільову групу, а також ті, що будуть відсікати небажану публіку;

4. Збільшення доходу з клієнта. Збільшення доходу з клієнта має на увазі, що клієнт або частіше приходить в заклад, або платить більше за

одне відвідування при тому ж графіку (бажано, звичайно, і те й інше);

5. Утримання клієнтів. В першу чергу це завдання відноситься до початкового етапу діяльності закладу – тобто, коли він відкрився і необхідно інформувати потенційних клієнтів про цю подію. Окремими випадками є зміна концепції закладу і інші, настільки сильні зміни в закладі, що в очах колишніх клієнтів він починає сприйматися як інший заклад» [1].

Системний маркетинговий підхід передбачає розробку комплексу маркетингу (marketing-mix) – набору контрольованих змінних чинників (інструментів) маркетингу, сукупність яких заклад швидкого харчування використовує в прагненні викликати бажану відповідну реакцію з боку цільових аудиторій. Традиційний склад такого міксу має конфігурацію «4Р» (продукт, ціна, місце, просування). Для ресторанного бізнесу, згідно пропозицій О. Жегуса та М. Михайлової, модель може трансформуватися у «5Р+Е», яка на відміну від існуючих, ураховує особливості діяльності підприємств галузі та разом із класичними елементами комплексу маркетингу включає специфічні складові – емоції та персонал [2]. Цікавою та інструментальною для закладів швидкого харчування є концепція «4Р+3Р», запропонована М. Бітнером (Bitner) та Б. Бомсом (Booms) [3] для сфери послуг, яка, окрім основних чотирьох, включила додаткові елементи: «фізичні атрибути» (*physical evidence*) – матеріальне середовище, в якому надається послуга і які впливають на її якість, на поточні та майбутні покупки; «люди» (*people*) – усі, хто присутні при наданні послуги, включаючи персонал та споживачів; «процес» (*process*) – сукупність процедур, механізмів, видів діяльності, необхідних для продуктування послуги.

За своєю природою продукт ресторану є комплексним, що включає матеріальну частину – товар і нематеріальну – послугу, і формує певні економічні відносини між споживачем і виробником послуг.

Нематеріальна частина продукту – послуга, є споживчою вартістю, корисна дія якої створюється діяльністю обслуговуючого персоналу ресторану. Згідно з концепцією маркетингу послуг на ринку закладів харчування клієнтам пропонується продукт, який є комплексом матеріальних і нематеріальних благ [4].

Специфічною особливістю продукції закладів швидкого харчування є те, що вона виникає кожен раз тільки на вимогу абсолютно певного споживача. Задовольняючи конкретні індивідуальні потреби, комплекс товарів і послуг вже носить соціальний характер, тому що його метою є найбільш повне задоволення потреб населення в раціональному, суспільно-організованому харчуванні та розвагах. Соціальну корисність підтверджує широка доступність послуг, створення максимальних зручностей споживачу, економія позаробочого часу [5].

Головним фактором, від якого залежить успішність закладу, є страви, які він пропонує споживачам. Для залучення нових клієнтів, а також утримання і підвищення лояльності постійних гостей необхідно оновлювати меню хоча б раз на півроку. Але не варто обмежуватися тільки введенням нових страв. Так як введення страв інших національних кухонь може негативно позначитися на стилі закладів, необхідно створити нові пропозиції, які будуть цікаві гостям. Введення в меню закладів сніданків допоможе збільшити число клієнтів в дообідній час, на яке припадає години затишшя. Останнім часом все більше людей намагаються не їсти жирну і важку їжу, а також стають вегетаріанцями. У багатьох закладах нашої країни вже пропонуються спеціальні страви для таких гостей, а в деяких навіть існує окреме меню для вегетаріанців, що свідчить про вдосконалення товарної політики компаній [6].

Наприклад на сьогоднішній день, мережа закладів OZZY зацікавлює не тільки любителів нездорової їжі, а й прихильників здорового харчування. Так як в його меню включена їжа орієнтована на



цю цільову аудиторію, наприклад: веган бургер, веган-рол та низка салатів із зелені і овочів [7].

Отже, сфера швидкого харчування – один з найскладніших типів підприємств сервісу. Маркетингу спрямований не тільки на створення ринкового продукту, а й на вміння створити емоції, особливу атмосферу закладу, позитивні асоціації з концептом швидкого харчуванням (адже для багатьох споживачів швидка їжа, не є корисною). В Макдональдс наприклад, під час виготовлення продукції використовуються тільки натуральні інгредієнти, які виготовляються на власних фермерських угіддях, що дозволяє ретельніше здійснювати контроль якості, про що, компанія відкрито повідомляє та посилається на власних імпорттерів [8]. Також компанія проводить низку акцій на підтримку хворих дітей, серед яких – «Долонька щастя», за допомоги якої було зібрано майже 4 млн. 376 тис. грн. на облаштування Сімейних Кімнат Рональда МакДональда в українських лікарнях, для того, щоб рідні могли бути поруч із хворими дітьми в лікарнях [9].

Наприклад, OZZY використовувала вірусну рекламу на основі ролика за головним героєм «ozzy-men», який боровся проти вирубки та вивезення лісу за кордон. Основні меседжі: «Твоя мама тобою гордиться!».

Головним завданням маркетингу будь-якого закладу громадського харчування є залучення нових клієнтів, утримання постійних гостей, збільшення доходу з кожного відвідувача. Формування бізнесу в закладах харчування забезпечує повернення інвестованих коштів і кінцевий вихід на прибутковий рівень. Істотним фактором успіху є формування лояльності гостей до ресторану. Гості закладу купують не просто їжу або напої, вони також набувають певний соціальний досвід. Співробітники ресторану можуть допомогти гостям перетворити ординарний перекус неприємну, подію, що запам'ятовується. Наприклад,

біля головного офісу OZZY в Чернівцях влаштовано відпочинкову зону зі зручними лавками, площадкою для скейтбордингу.

Відвідувачам закладів швидкого харчування, як і відвідувачам «мішелєнівських» ресторанів, необхідно забезпечити відповідний рівень задоволеності, який призведе до формування лояльності споживачів, фінансового зростання та добробуту підприємства. Для побудови успішної програми лояльності гостей необхідно надавати клієнтам цінності не нижче рівня їх очікувань, формувати програму лояльності для обслуговуючого персоналу, приймати участь у вирішенні проблем територіальної громади та суспільства в цілому.

#### Література:

1. Петраков А. Привлечь и удержать! Основы ресторанного маркетинга / Андрей Петраков. // Журнал «Маркетинг Менеджмент». – 2007. – № 5.
2. Жегус О. В. Оцінка маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства / О. В. Жегус, М. В. Михайлова, О. П. Афанасьєва // БІЗНЕСІНФОРМ. – 2016. – № 11. – С. 403-408.
3. Bitner, J. en Booms, B. Marketing of services // Journal of Marketing. – 1992. – Vol. 56. April. – N 2. – P. 57-71.
4. Заднепровская Е. Л. Ресторан как система производства, реализации и организации потребления комплексного продукта – ресторанной услуги / Е. Л. Заднепровская, Е. Г. Матушевская. // Аудит и финансовый анализ. – 2008. – № 1. – С. 338-341.
5. Заднепровская Е. Л. Демократизация – основная тенденция развития украинских ресторанных сетей / Е. Л. Заднепровская // Маркетинг услуг. – 2006. – № 3.
6. Гылымжанкызы Д. Кризис в ресторанном бизнесе. Крах или обновление? [Електронний ресурс] / Дария Гылымжанкызы // Центр деловой информации Капитал. – 2015. – Режим доступа:

<https://kapital.kz/business/37110/krizis-v-restorannom-biznese.html>.

7. Офіційний сайт OZZY fast food [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ozzy.ua/>.

8. Якість інгредієнтів МакДональдз в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: [https://www.mcdonalds.ua/ua/Know/quality/what\\_is\\_there.html](https://www.mcdonalds.ua/ua/Know/quality/what_is_there.html).

9. Звіт щорічної благодійної програми «ДОЛОНЬКА ЩАСТЯ». [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.mcdonalds.ua/happyday/>.

## **FEATURES OF UNIVERSITY BRAND BOOK CREATION AS AN ELEMENT OF MARKETING STRATEGY**

***Lysenko M. V.,***

*Master student of the Printing and Publishing Faculty*

*National Technical University of Ukraine*

*“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

*Kyiv, Ukraine*

For any educational institution, the process of identification is extremely important, because nowadays the market of educational services is oversaturated in both Ukraine and other countries. Therefore, there is a gradual increase in competition, which is relevant for both commercial and public institutions. Due to this issue, the university's management needs a unique brand image or a significant improvement of the current one. The key to competitiveness in the market of educational services gaining advantages in the fight for grant programs and research funding is the brand, reputation and image of the university. It is worth to mention that today both university

entrants (primary target audience) and their parents (secondary target audience) compare not only the prices and quality of education at different universities, but also the brand, reputation and image component.

So, it is of crucial importance to consider different attributes in branding process, as they can provide functional and emotional associations and could also be used in corporate identity formation for a particular university.

In order to identify attributes properly, the main essential characteristic of a brand should be studied accurately. For example, a brand attribute of the worldwide known universities such as Harvard, Cambridge, Oxford was their centuries-old, glorious history [2].

However, one of the latest rates of the best university brands in the world by Quacquarelli Symonds in 2018 shows a completely different trend. The most prestigious university in the world was named the Massachusetts Institute of Technology, followed by Stanford, closed three by Harvard University, while it had always won the championship before.

There is more: Oxford ranks only sixth, although it was previously in the top three. In addition, it is possible to observe that classics and power have given way to innovative research and the latest technology, which is exactly what is being associated with MIT. According to this, in order to maintain a reputation in the educational environment, now it is necessary to focus on perspective and innovation.

An university brand book should contain the same general branding elements as any organization, but it also has some specific features. The common structure of typical brand book is plan, corporate elements, business documentation, advertising products, souvenirs, clothing, interior, exterior, transportation, exhibition equipment, multimedia elements. Foreign universities tend to divide everything into separate documents – a brand book, a guide or a logbook (passport of standards) and a cut guide (technical documentation). It is important that the brand books are created there for internal use only, the

guideline gives instructions on the correct design of the symbols on different media; the cut guide contains a detailed description of the reproduction of branded elements. After the description and general information about the university in brand book the additional information can also be provided. The text creates a favorable image of the university-brand, by posting a description of what the university offers the student, such as areas of specialization, opportunities, quotes of famous graduates. It is also possible to find a short history of the university with the image of ancient coats of arms, which are displayed in modern logos [1]. As an example, the Columbia University has undergone many changes over its 255-year history, but still tried to bring centuries of experience to new generations. They managed to keep the official symbolics with the image of the crown almost unchanged [3].

It is worth remembering that just like any brand, educational institutions have their own slogan, which must be placed on the brand pages, because it is an integral part of corporate identity. It is the slogan that succinctly and vividly conveys the philosophy, basic idea and profile of the university's education.

It is interesting that many slogans, usually classical universities, are composed in Latin. This is because in the past, when all universities studied Latin, knowledge of the language was considered a sign of education and nobility, and these qualities emphasized Latin-speaking slogans. For example, the motto of Harvard University is very concise: "Veritas", which means "Truth". The motto of the London School of Economics: "Rerum cognoscere causas" means "Understand the cause of things", The motto of the University of Heidelberg: "Semper apertus immer offen" – "The book of knowledge is always open". A good slogan crashes into people's minds and stays there forever. This makes people remember a brand when it comes to at least the smallest association with its attributes [4].

To conclude, developed branding for a university is a necessary document for making it well-known among the target audience. By creating your own standards of graphic elements and prescribing an ideological component, the university will create a clear instruction for the use of corporate identity, facilitate the work of employees and thereby take the image of the university to a new level.

#### References:

1. Caltech – Identity Toolkit // California Institute of Technology : web-site. URL: <http://identity.caltech.edu/logoseal> (accessed: 09 October 2019).
2. ETH identity. Eidgenössische Technische Hochschule Zürich : web-site. URL: <https://www.ethz.ch/services/en/service/communication/.html> (accessed: 10 October 2019).
3. Alabata N. Branding essentials: Guide to creating a brand book // Lucidpress : web-site. URL: <https://www.lucidpress.com/blog/branding-essentials-guide-to-creating-brand-book> (accessed: 10 October 2019).
4. *Chalmers* Design Manual // Chalmers University of Technology : web-site. URL : [https://www.chalmers.se/SiteCollectionDocument/Chalme201.0\\_eng.pdf](https://www.chalmers.se/SiteCollectionDocument/Chalme201.0_eng.pdf) (accessed: 10 October 2019).

## REBRANDING AS THE INSTRUMENT FOR INCREASING CONSUMER LOYALTY

*Linova K. V.,*

*Master student of the Department of Publishing and Editing*

*National Technical University of Ukraine*

*“Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute”*

*Kyiv, Ukraine*

Today, in the course of technological and economic progress, the market dictates its conditions and determines the vector of development of both small enterprises and giants of market monopoly. The level of competition is increasing every day. New brands, similar products and services are emerging that cannot be identified over time in a competitive environment.

Each brand has its own life cycle and a downturn that results in a decline in consumer confidence and demand for a particular product or service. In the face of fierce competition and unique sales offers, quite often brands do not have the time to adapt to new trends and demands of their audience. Therefore, it is important today to respond to market changes and consumer behavior in order to maintain loyalty and increase brand awareness.

Sometimes it is not enough to change the external image position if the company does not meet the expectations of the target audience, does not solve the problem and does not meet basic needs. In this case, the brand needs a complete restart, from the creation of a new logo to the re-valuation of values, which is the basis of rebranding.

It is important to comprehensively analyze the problem, monitor it, examine consumer behavior to obtain a satisfactory and result that will not only restore brand activity but also increase sales.

Today, the concept of “rebranding” is widely used in the marketing environment and has various interpretations. It can be said that rebranding is a set of measures for updating a brand, which are intended to change the associations and perceptions of the brand, its external and internal components. Complete rebranding involves changing the name, logo, slogan, corporate identity with a new brand ideology – from communication with consumers to promotional materials. This approach helps the company to create a new “face”, to evoke new emotions and associations, to win the commitment of a new audience [1].

The rebranding process is complex and requires a certain algorithm of actions that professionals are guided by in their work. This algorithm of actions can be distinguished in the list of the most important steps that will help to obtain the maximum result, to accomplish tasks and to achieve desired goals.

1. Initially create the foundation of goal setting because all further measures will be used to implement them. This is where a vision of desired result is formed.
2. Internal audit of the company. Marketing research, including a comprehensive analysis of the strengths, weaknesses, threats and opportunities for development. Evaluation of brand position relative to its competitors. Definition of development strategy.
3. Development of tactics and strategy. Formation of effective tools to influence consumers based on the studies.
4. Creating a new image. The concept of a new name and slogan that will be associated with the company's business. Choosing corporate colors and fonts, logo design and corporate identity in line with modern trends.
5. Focus Image Testing. Analysis of the effectiveness of work performed on employees, customers and competitors. Identifying characteristics that need to be improved, making adjustments.
6. Evaluation of results. Determination of the effectiveness of rebranding based on indicators such as increasing sales, attracting new audiences and level of brand recognition.

The name creation process is considered an integral part of creating a successful brand. It is a time-consuming process of creating sound names for commercial properties to increase their recognition or awareness, as a good business name can set them apart from competitors and help attract new customers.

Developing a successful brand name involves dozens of methods and approaches that combine a single meaning: the company name, first and



foremost, should convey and disclose the mission of the company, its field of activity, emphasize the specialty and personality, and be unique, not borrowed, does not violate the rights of competitors.

In order to ensure brand identification, it is necessary to create not only verbal but also visual unity with the help of permanent graphic elements and exterior design. That is, to create your own corporate identity, which dictates uniform rules and constants, distinguishes the company among others.

The main elements of corporate identity include the logo, company slogan, corporate fonts and colors. Objects of corporate identity are business documentation and printing, promotional materials, prints, souvenirs, exterior and interior design of offices, intra-corporate identification.

When conducting a promotional campaign, all promotional forms must be consistent with one idea and concept, from outdoor advertising to print and search engine advertising. Even a simple flyer should not go beyond the chosen style.

One of the most important attributes of a brand along with its name is a slogan – a short phrase, a motto that covers information about a company or promotional offer of a product or service. It is intended to fulfill its specific tasks: to interact with the consumer, to stimulate loyalty, to increase sales, to make a profit. The slogan reveals not only the core mission of the brand, but also manipulates consciousness of the target audience.

When creating a brand slogan, experts recommend analyzing competitors by industry to avoid plagiarism. Performing a phonosemantic analysis that will help understand the target audience's response to the slogan, their associated associations, and identify ease of remembering.

An equally important part of creating a brand for any company is developing a logo. The logo is the face of the company and highlighted as a core element of corporate identity. To design a logo, developers use a variety of visual aids, such as fonts, shapes, symbols, and colors. The complexity of

creating a logo is a successful display of the name, slogan, philosophy of the company in graphic form for its continued use on the official site, in advertising and informative materials, outdoor advertising, corporate identity. It should be versatile and variable, clearly displayed on all external media of the brand [2].

There are no uniform rules for creating a logo because it depends on the creative abilities and characteristics of the specialist, but given the basic principles, correctly defining a portrait of the target audience, a specialist can create a competing product that will make the brand original and successful.

After updating the brand, it is important to inform customers, choosing the most active communication channels to show the changes and make sure that the image is perceived positively. The new philosophy must be clear, sometimes mythological. Emphasizing the brand's uniqueness. Proper brand positioning and the creation of good attributes will contribute to the emergence of competitive advantages, increased demand and customer satisfaction.

The nature of brand positioning implies an adaptation to the constant changes of the market, because they are a prerequisite for new needs and expectations of consumers. With continuous auditing, market research, social surveys – the brand can adapt to any market conditions and be relevant, modernized, demand.

It can be concluded that for many companies, rebranding can actually be an effective solution to the problems associated with positioning and perception of the company itself. Rebranding is a marketing tool that allows a company to keep up with changing times and trends, while leaving its unique features intact. A well-established name, combined with visual identification and philosophy, are the main components of successful branding.

#### References:

1. Nazaykin A. P. Rebranding: goals, objectives, stages : web-site.  
URL: [http://www.nazaykin.ru/\\_br\\_rebranding.htm](http://www.nazaykin.ru/_br_rebranding.htm)

2. Logo and basic requirements for its creation. Trademark classification: web-site. URL: [https://stud.com.ua/36928/marketing/logotip\\_osnovni\\_vimogi\\_yogo\\_stvorenniy\\_a\\_klasifikatsiya\\_tovarnih\\_znakiv](https://stud.com.ua/36928/marketing/logotip_osnovni_vimogi_yogo_stvorenniy_a_klasifikatsiya_tovarnih_znakiv)

*XXI Міжнародна науково-практична  
інтернет-конференція*

**«ІННОВАЦІЙНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ  
СУЧАСНИХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ»**

**Тези доповідей**

**Частина 3**