

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
БУДІВНИЦТВА І АРХІТЕКТУРИ

БУДІВЕЛЬНО-ТЕХНОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра товарознавства та комерційної діяльності
в будівництві

**Міжнародна науково-практична інтернет-
конференція**

***Маркетингові стратегії,
підприємництво і торгівля:
сучасний стан, напрямки
розвитку***

**14 квітня 2020 року
м. Київ**

УДК 339.138.631.11
М 75

*Поширення і тиражування без офіційного дозволу
Київського національного університету будівництва і архітектури заборонено*

Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан,
М 75 напрямки розвитку : Матеріали Міжнародної наук.-практ. інтернет-конф. :
(Київ, 14 квітня 2020 року: тези доповідей). Відп. ред. П.В. Захарченко.
Київ : КНУБА, 2020. – 172 с

ISBN 978-611-01-1862-0

У збірнику опубліковано матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Маркетингові стратегії, підприємництво і торгівля: сучасний стан, напрямки розвитку». Представлено результати досліджень зі стратегій, технологій та перспектив розвитку підприємництва і торгівлі; ідентифікації і фальсифікації товарів; управління якістю та безпечністю товарів; маркетингових стратегій на ринку товарів та послуг; енергозбереження та енергоефективності будівельних товарів і споруд; стану та перспектив розвитку ринку нерухомості України; логістичних ланцюгів в торгівлі будівельними товарами; формування професійних компетентностей товарознавців-комерсантів і маркетологів на сучасному етапі.

Науковий комітет:

Захарченко П. В. – к. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Гоц В. І. – д. т. н., професор, декан будівельно-технологічного факультету КНУБА; Притульська Н. В. – д. т. н., професор, перший проректор з науково-педагогічної роботи Київського національного торговельно-економічного університету; Стойкова Т. В., к. т. н., доцент, директор Центру якості товарів та захисту споживачів Економічного університету – Варна (Болгарія); Кузьор Олександра – проф., заступник декана SUT (Глівіце, Польща); Джвігола-Барош Маріола – д-р., SUT (Глівіце, Польща); Квілінський Олексій – д-р., SUT (Глівіце, Польща); Лич В. М. – д. е. н., професор, завідувач кафедри економічної теорії, обліку та оподаткування КНУБА ; Ляліна Н. П. – д. т. н., професор, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА.

Організаційний комітет:

Захарченко П. В. – голова, к. т. н., професор, завідувач кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Юдічева О. П. – секретар, к. т. н., доцент, доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Самойленко А. А. – к. т. н., доцент, професор кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві КНУБА; Шеремет М. М. – директор «Епіцентр К-7»; Войтенко С.В. – генеральний директор ПТК «АГРОМАТ».

Публікується в авторській редакції

ЗМІСТ

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ ПІДПРИЄМНИЦТВО І ТОРГІВЛЯ: СТРАТЕГІЇ, ТЕХНОЛОГІЇ, ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Кавун-Moshkovska O. A. TECHNOLOGICAL INNOVATIONS DRIVING THE FUTURE OF RETAIL	7
Майстренко К. Я., Алавердян Л. М. РОЗВИТОК ТОРГОВИХ ЦЕНТРІВ В УКРАЇНІ	9
Рильник В. О., Алавердян Л. М. МІЖНАРОДНИЙ РИНОК КЕРАМІЧНОЇ ПЛИТКИ ТА ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ КОРОНАВІРУСУ НА ЙОГО СТАН.	12
Романенко О.В., Лозовська В. А. РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: СТАН ТА ПРОБЛЕМИ	15
Сеник Л. Я., Адамович В. А. ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА УСПІШНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ (НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ МАЙСТЕРНІ ШОКОЛАДУ).	17
Сеник Л. Я., Герасимчук М. М. ВЕНДИНГОВИЙ БІЗНЕС: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ.	23
Чуприна Д.М., Алавердян Л. М. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА НИНІШНЬОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ	28

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ ІДЕНТИФІКАЦІЯ І ФАЛЬСИФІКАЦІЯ ТОВАРІВ

Кайнаш А. П., Будник Н. В. ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ГРИБІВ МАРИНОВАНИХ	32
Калашник О. В., Руцький В.О. МАРКУВАННЯ ТРУБ ІЗ ПЛАСТИЧНИХ МАС	35
Лемешенко О. О., Юдичева О. П. ШАМΠΑНСЬКЕ VEUVE CLICQUOT (ВДОВА КЛІКО): КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ЗА ПАКОВАННЯМ І МАРКОВАННЯМ.	37
Мартосенко М. Г., Кострикiна Н. Ф. ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ВЕРХНЬОГО ОДЯГУ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧИХ ЕКСПЕРТИЗ	41
Сапожник Д. І. ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЙНОЇ НАЛЕЖНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ЗАСОБІВ ОСОБИСТОГО КОРИСТУВАННЯ	44
Сєноґонова Л. І., Кондратьєв О. Л. КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБІВ КОНДИТЕРСЬКИХ ПРЯНИКОВИХ ДЛЯ ЦІЛЕЙ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ	48

Стефанова О. М., Юдічева О. П., Ковальчук Ю. І. ЗНАЧЕННЯ ЧИСЛА ЛЮССОН-ЖИРАРА ПІД ЧАС ІДЕНТИФІКАЦІЇ РОМУ	52
Шумський О. В., Беднарчук М.С. ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ КЛАСИФІКАЦІЇ ВИРОБІВ САНІТАРНО-ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ ЗА ВИМОГАМИ УКТЗЕД	55
Шурдук І. В., Берлінова Л. В. ІДЕНТИФІКАЦІЯ МОТОРНИХ МАСТИЛ ЗА ІНФОРМАЦІЄЮ НА СПОЖИВЧОМУ ПАКОВАННІ ПРИ ПРОВЕДЕННІ СУДОВО-ТОВАРОЗНАВЧИХ ЕКСПЕРТИЗ.	60

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ТА БЕЗПЕЧНІСТЮ ТОВАРІВ

Басова Ю. О., Кобищан Г. Д., Губа Л. М., Ткаченко А. С. ЕКОЛОГІЧНА СЕРТИФІКАЦІЯ – ЯК ЗАСІБ ГАРАНТУВАННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ	64
Доманцевич Н. І., Василюшин Л. В. ВИКОРИСТАННЯ СПІНЕНИХ ПОЛІМЕРНИХ МАТЕРІАЛІВ ДЛЯ СИСТЕМ ТЕПЛОІЗОЛЯЦІЇ	66
Захарченко П. В., Лисенко А. В. ВПЛИВ ОНОВЛЕНОГО ДБН НА ДОСТУПНІСТЬ БУДИНКІВ І СПОРУД ДЛЯ МАЛОМОБІЛЬНИХ ГРУП НАСЕЛЕННЯ	67
Лозова Т. М., Вдовичин Р. І., Климів Ю. А. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ	69
Мотузка Ю. М., Романенко О. В., Романенко Р. П. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕЧНІСТЮ ПРОДУКТІВ ДЛЯ ЕНТЕРАЛЬНОГО ХАРЧУВАННЯ	72
Романчук А. О., Юдічева О. П. ВПЛИВ СЕЗОНУ ЗБИРАННЯ ЧАЙНОГО ЛИСТЯ НА ОРГАНОЛЕПТИЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ЧОРНОГО БАЙХОВОГО ЧАЮ ДАРДЖИЛІНГ	76
Самойленко А. А. ЯКІСТЬ МАСЛА ВЕРШКОВОГО.	78
Siemohanova H. I. THE INFLUENCE OF THE FUNCTIONAL COMPOSITION «SPORT SLIM» ON THE ATHLETE'S BODY.	82
Сирохман І. В., Гирка О. І. МЕЛАМІН І ЙОГО ВИЯВЛЕННЯ В ХАРЧОВИХ ПРОДУКТАХ.	84
Хоменко О. С., Даценко Б. М. ТЕХНОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ВИРОБНИЦТВА ЯКІСНИХ КЕРАМІЧНИХ ПОКРИТТІВ	87
Шпеник Л. П. ПІДВИЩЕННЯ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ З ВИКОРИСТАННЯМ НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ.	90
Yudicheva O. P., Prodchenko O. L. THE RAW FOR GLUTEN-FREE FLOUR	93
Яцишин Б. П., Лесько П. В., Янишин А. І. ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОСКЛАДСЬКИХ УМОВ ЗБЕРІГАННЯ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ.	95

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ
МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ НА РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

Березівська Н. С. ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА	96
Гавриш О. М. СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ СИСТЕМ СУХОГО БУДІВНИЦТВА КНАУФ	99
Кордзая Н. Р., Ковалів І. О. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ НОВИХ БАТОНЧИКІВ ЗЕРНОВИХ	102
Луців Н. В., Гриб В. С. СТАН РИНКУ ПОЛІМЕРНИХ ТРУБ В УКРАЇНІ . . .	105
Луців Н. В., Гуртова К. М. АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА КУХОННИХ МЕБЛІВ.	108
Ляліна Н. П., Вотченікова О. В., Грабінська М. В. СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ФАСАДНИХ СИСТЕМ НА РИНКУ УКРАЇНИ	110
Ляліна Н. П., Вотченікова О. В., Кацан І. В. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ. .	113
Попсуй В. В., Алавердян Л. М. ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.	117
Романенко О. В., Алавердян Л. М. СИТУАТИВНИЙ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ШВИДКОГО ПРИВЕРТАННЯ УВАГИ ДО БРЕНДУ АБО ТОВАРУ .	119
Романенко О. В., Гук А. О. ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ ТА ІНСТРУМЕНТИ.	121
Стефанова О. М., Самойленко А. А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СОНЯШНИКОВОЇ ОЛІЇ В УКРАЇНІ . .	124

ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ
ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ БУДІВЕЛЬНИХ ТОВАРІВ І СПОРУД

Демидчук Л. Б. МЕТОДИ УТРИМАННЯ ТА ЕКСПЕРТНИЙ НАГЛЯД ЗА СИСТЕМАМИ ТЕПЛОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ	127
Захарченко П. В., Іващенко Ю. В. ЗАСТОСУВАННЯ ВИРОБІВ З ГАЗОБЕТОНУ У ЗВЕДЕННІ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНИХ БУДИНКІВ	130
Захарченко П. В., Огороднік І. В., Назарчук Н. В. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ	132
Назарчук Н. В., Захарченко П. В. МОНІТОРИНГ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБІВ З АВТОКЛАВНОГО НІЗДРЮВАТОГО БЕТОНУ У БАГАТОКВАРТИРНОМУ ЖИТЛОВОМУ БУДІВНИЦТВІ.	135
Омельченко Н. В., Браїлко А. С. ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СУЧАСНИХ ТЕПЛОІЗОЛЯЦІЙНИХ МАТЕРІАЛІВ	139

**ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ
РИНОК НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ**

Кривенда В. С., Алавердян Л. М. ОГЛЯД СТАНУ СУЧАСНОГО РИНКУ СКЛАДСЬКОЇ НЕРУХОМОСТІ В КИЄВІ ТА ПЕРЕДМІСТІ. 145

**ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ
ЛОГІСТИЧНІ ЛАНЦЮГИ В ТОРГІВЛІ БУДІВЕЛЬНИМИ ТОВАРАМИ**

Кулік А. В., Харсун Л. Г. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК САНТЕХНІЧНИХ КЕРАМІЧНИХ ВИРОБІВ ДО ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» 149

Самойленко А. А. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК САНТЕХНІЧНИХ КЕРАМІЧНИХ ВИРОБІВ 153

Самойленко А. А., Кулік А. В. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК УМИВАЛЬНИКІВ КЕРАМІЧНИХ ТОВ «ЦЕРСАНІТ ІНВЕСТ» ДО ТОВ «ЕПІЦЕНТР К» 156

Шарко В. В. ІНСТРУМЕНТИ ІННОВАЦІЙНОЇ ТА ІНТЕГРАЦІЙНОЇ ПАРАДИГМ ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВА. 159

**ТЕМАТИЧНИЙ НАПРЯМ
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
ТОВАРОЗНАВЦІВ-КОМЕРСАНТІВ І МАРКЕТОЛОГІВ НА
СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Бондар-Підгурська О. В., Гаврилюк А. О., Дудка Р. Р. ЕФЕКТИВНІ КОМУНІКАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЯК ЗАПОРУКА ЙОГО УСПІШНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ 162

Захарченко П. В., Юдічева О. П. ВИКОРИСТАННЯ ПІДХОДІВ СТУДЕНТООРІЄНТОВАНОГО НАВЧАННЯ ПІД ЧАС ВИКЛАДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ «ТЕХНОЛОГІЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПРОЦЕСІВ ТА МЕРЧАНДАЙЗИНГ». 165

Мороз С. Е., Калашник О. В. ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ. 167

Юдічева О. П. ЗАСТОСУВАННЯ «ГОДИН ГЕНІЯ» ПІД ЧАС ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 076 «ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ» 170

товаропросування; основ проектування загальнотоварних і спеціальних складів; факторів, що впливають на організацію складського технологічного процесу і принципів його раціональної організації; особливостей процесу управління товаропостачанням роздрібною торговельною мережі та порядком визначенням економічної ефективності технологічних рішень під час організації товаропостачання; процесом організації виконання основних і допоміжних операцій технологічного процесу в магазині; мерчандайзингом як способом підвищення доходності магазинів.

Під час проведення занять з навчальної дисципліни «Технологія торговельних процесів та мерчандайзинг» можна взяти до уваги наступні моменти:

а) підготувати завдання, які студенти можуть впевнено виконати і надалі розповісти про те, як вони це зробили;

б) розробити ситуації, які потребують спільної участі для успішного завершення;

в) створити групу експертів із студентів, які будуть перевіряти виконані завдання;

г) викладачу скоротити час на пояснення завдань і переконатися, що існує достатня кількість завдань, що збільшує час на те, щоб вислухати студентів;

д) викладачу потрібно зосередитися на керівництві і на моніторингу, а не на довгих поясненнях.

Таким чином, застосування студентоорієнтованого навчання під час викладання навчальної дисципліни «Технологія торговельних процесів і мерчандайзинг», в першу чергу, спрямоване на результат. Воно здатне розширити можливості окремих учнів, підібрати нові підходи до викладання і навчання, більш чітко зосереджувати увагу на тому, хто навчається, сприяти формуванню професійних компетентностей.

Список використаних джерел

1. 15 Examples of Student-Centered Teaching.
URL:<https://www.teachthought.com/pedagogy/15-examples-student-centered-teaching/>(дата звернення: 25.03.2020)

2. 10 Characteristics of Student-Centered Learning.
URL:<https://englishpost.org/student-centered-learning/> (дата звернення: 25.03.2020)

УДК 378

ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ SOFT SKILLS СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

*Мороз С. Е. к.п.н., доцент, Калашник О. В. к.т.н., доцент
Полтавська державна аграрна академія, м. Полтава*

У педагогіці проблемі формування готовності майбутніх фахівців до різних видів професійної діяльності завжди приділялася велика увага, проте, за останнє десятиліття вона набула стратегічного значення у результаті

приєднання України до Болонського процесу. Мова йде, зокрема, про впровадження європейського досвіду професійної практичної підготовки майбутніх фахівців, який передбачає реалізацію компетентнісного підходу у навчанні та формування нової системи діагностичних засобів, що оцінюватимуть не знання та уміння випускника закладу вищої освіти, а компетенції та компетентність.

Переорієнтація знанневої парадигми вищої освіти у компетентнісну супроводжується розробкою сучасних освітніх програм та стандартів із чітко прописаними переліками загальних та спеціальних професійних компетентностей і результатів навчання. Здавалося б, проблему удосконалення професійної підготовки майбутніх фахівців вирішено, однак, з урахуванням нових ідей, висловлених у швейцарському Давосі на Всесвітньому економічному форумі [1], спостерігаємо чергову зміну пріоритетів у діяльності вищої школи.

На численних дискусійних майданчиках з питань освіти знову активно обговорюються актуальні питання, пов'язані з компетенціями випускників, а поряд з поняттями «компетенція» та «компетентність» з'явилися поняття «hard skills» та «soft skills», які доволі часто переводять, як «жорсткі навички» та «м'які навички». У педагогічній риторичі сьогодні зустрічаємо чимало англійської термінології, однак осмислення і визначення власних позицій у розумінні нових сучасних підходів до формування професійної компетентності майбутніх фахівців потребує теоретичного підґрунтя, у тому числі дослідження та співставлення термінологічної бази.

Аналіз наукових літературних джерел показав, що існує безліч пояснень змістового наповнення hard skills та soft skills, не зважаючи на це, дискусійними залишаються питання щодо способів їх розвитку та вимірювання. Примітним є те, що до вирішення цих питань залучено чимало фахівців із самих різних професійних сфер. Дослідники розглядають і визначають поняття «soft skills» через призму свого сприйняття і сфери наукових інтересів. Однак, практично всі визначення частково взаємопов'язані, і деякі з них тісно переплітаються один з одним.

Прийнято вважати, що hard skills – це формалізовані технічні навички, пов'язані з професійною діяльністю: діловодство, логістика, програмування, робота з касовим апаратом, викладка товару, формування асортименту тощо. Тобто це прямі професійні навички у розумінні основ професії. Hard skills стійкі, вимірні, легко ідентифікуються і порівнюються з конкретними конструкціями. Як правило, вони входять до переліку вимог, окреслених у посадових інструкціях, елементарно піддаються декомпозиції на ряд простих і кінцевих операцій та легко спостерігаються у повсякденному житті.

Soft skills – це збірний термін, який посилається на різні варіанти поведінки фахівця, наприклад, такі, як робота у команді, уміння переконувати, знаходити підхід до співрозмовників (міжособистісне спілкування), виявляти ініціативу, лідерство, ведення переговорних процесів, особистісний розвиток, управління часом, ерудованість, креативність і т. ін.

Вивчаючи дисципліни професійного спрямування, майбутні фахівці торговельної сфери набувають спеціальних компетенцій у галузях товарознавства, організації та технології торговельних процесів, комерційної діяльності та ін. і легко опановують hard skills елементарно спілкуючись із викладачем, або наслідуючи дії наставника під час проходження практики. Розвиток же soft skills безпосередньо залежить від індивідуальних особливостей кожного студента і, як зазначає К. Коваль [2], «...навчання цим навичкам не передбачене у сучасних освітніх стандартах».

Базуючись на наявному на сьогодні досвіді та проведених у визначеній сфері дослідженнях, можна зазначити, що основною умовою забезпечення цілісності навчання «м'яким навичкам» є розуміння цільовою аудиторією їх сутності, завдань та контексту застосування. Як показує практика, формування компетенцій у здобувачів вищої освіти без опори на їх особисті цінності і пріоритети, рідко призводить до позитивних результатів навчання. Тому на початковому етапі формування soft skills цільовою аудиторією шляхом самоаналізу та самооцінки мають бути чітко визначені та усвідомлені проблеми, які у майбутньому можуть заважати професійній самореалізації.

Володіння такою інформацією допоможе викладачу урахувати психофізіологічні особливості студентів, обрати оптимальні шляхи впливу на них, тобто зорієнтувати процес навчання на результат та забезпечити умови формування soft skills. На наш погляд, для забезпечення ефективності цього процесу необхідно, щоб навчання відбувалося в умовах невимушеного спілкування суб'єктів навчання, сприятливого психологічного клімату у колективі, доброзичливій, довірливій атмосфері.

У даному контексті цікаву думку висловлює А. Мушинські, яка зазначає, що пасивне очікування фахівців на сприятливі умови на ринку праці чи сподівання на те, що їх кар'єрою займуться інші, є способом мислення, неприпустимим для тих, хто хоче отримати перспективну і високооплачувану роботу, тобто відповідальність за проектування власного шляху професійного розвитку несе кожен [3].

Отже, підготовка фахівців торговельної сфери повинна здійснюватись з урахуванням вимог сьогодення на засадах компетентнісного підходу з проекцією на формування необхідних soft skills.

Список використаних джерел

1. The World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org> (дата звернення 11.04.2020 р.)/
2. Коваль К. О. Розвиток «soft skills» у студентів – один з важливих чинників працевлаштування. Вісник Вінницького політехнічного інституту. 2015. № 2. С. 162–167.
3. Мушинські А. Вимоги сучасного ринку праці до професійних та особистісних якостей фахівців у контексті їх безперервної освіти в Польщі. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Педагогіка. 2014. № 3. С. 141-146.