

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ

МАТЕРІАЛИ
студентської наукової конференції

16-17 квітня 2020 рік

Том I

Полтава

Редакційна колегія:

Аранчій В. І., ректор академії, кандидат економічних наук, професор.

Горб О. О., проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, професор кафедри екології збалансованого природокористування та захисту довкілля, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Галич О. А., декан факультету економіки та менеджменту, директор Навчально-наукового інституту економіки та бізнесу, професор кафедри інформаційних систем та технологій, кандидат економічних наук, професор.

Дорогань-Писаренко Л. О., декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень, кандидат економічних наук, професор.

Дудніков І. А., декан інженерно-технологічного факультету, професор кафедри галузеве машинобудування, кандидат технічних наук, доцент.

Кулинич С. М., декан факультету ветеринарної медицини, професор кафедри хірургії та акушерства, доктор ветеринарних наук, професор.

Маренич М. М., декан факультету агротехнологій та екології, професор кафедри селекції, насінництва і генетики, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Муравльов В. В., завідувач відділу з питань інтелектуальної власності.

Опара М. М., фахівець відділу з питань інтелектуальної власності, професор кафедри землеробства і агрохімії ім. В. І.Сазанова, кандидат сільськогосподарських наук, доцент.

Поліщук А. А., декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, доктор сільськогосподарських наук, професор.

Чайка Т. О., начальник редакційно-видавничого відділу, кандидат економічних наук.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії, 16-17 квітня 2020 р. Том І. – Полтава: РВВ ПДАА, 2020. – 429 с.



**СЕКЦІЯ НАВЧАЛЬНО-НАУКОВОГО
ІНСТИТУТУ ЕКОНОМІКИ,
УПРАВЛІННЯ, ПРАВА ТА
ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

світі надзвичайно важливо, щоб зорові сигнали, які отримують від вас інші, передавали необхідну інформацію і характеризували вас як професіонала. Розглядайте себе як члена команди. Ви хочете грати за правилами, а відповідна форма – частина цієї гри. Якщо ви раптом прийдете без форми, вам, можливо, і не дозволять грати [3].

Таким чином, можемо стверджувати, що імідж – це здатність спілкуватися з навколишнім світом за допомогою зовнішнього вигляду, мови, міміки, жестів, манер й ароматів. Відтак, імідж завжди є індивідуальним, оскільки включає внутрішні властивості й характеристики особистості, які ми підкреслюємо.

Список використаних джерел

1. Кравцов Ю. С. Конспект лекцій з курсу «Професіональна та корпоративна етика» освітньо-професійної програми другого (магістерського) рівня вищої освіти для всіх спеціальностей. Кам'янське, ДДТУ, 2017. 176 с.

2. Семенчук Т. Б., Басараб Н. А. Формування іміджу підприємства. Мукачівський державний університет. 2016. № 7. С. 473–477. URL : http://economyandsociety.in.ua/journal/7_ukr/79.pdf.

3. Герасимчук А., Тимошенко О., Дашкевич Я. Етика й етикет сучасного бізнесу – запорука економічної безпеки підприємств. Київ : Вид-во Європейського університету, 2007. 285 с.

ЗНАЧЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, ЇЇ ЦІЛІ ТА ТЕХНІКИ

*Кривчун Р.Ю.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Загальновідомо, що презентація себе – особливо важлива частина професійної діяльності як керівника, так і співробітника організації. І неважливо, кому ви себе будете презентувати, головне, чим докладніше і цікавіше ви розповісте про себе і про те, чим ви займаєтеся, тим краще враження залишите. Чим краще ви залишите про себе враження, тим вище шанс, що вас запам'ятають і порекомендують.

Необхідно відмітити, що поняття «самопрезентація» походить від англійського «самоподача», тобто представлення себе іншим людям. Англійський енциклопедичний словник надає наступне трактування терміну: «самопрезентація – це вміння подавати себе, притягуючи до себе увагу, актуалізуючи інтерес людей до своїх відео- та аудіокастей» [1, с. 49].

Вибір конкретної техніки самопрезентації залежить від її цілей. Виділяють три основні цілі й відповідно три групи технік самопрезентації [2, с. 244]:

1) техніки піднесення в самопрезентації; мета – підвищити значущість, що сприймається статус, авторитетність, переконливість образу; частіше використовуються при створенні іміджу керівника, політика;

2) техніки створення неповторного образу в самопрезентації; мета – привернути увагу, запам'ятатися, стати неповторним; використовуються найчастіше в шоу-бізнесі, мистецтві;

3) техніки формування позитивного ставлення; мета – викликати позитивні почуття: довіру, симпатію, інтерес.

Безумовно, важливим у самопрезентації вважається мова тіла. Співрозмовники навіть не здогадуються, як багато інформації про них можна почерпнути, виходячи з невербальних сигналів: міміки, жестів, рухів тіла. Те, як ви відкриваєте двері, тримайте поставу, сідаєте на стілець, професіонал помітить і зробить відповідні висновки. Досить пари репетицій перед дзеркалом, правильного дихання і внутрішнього спокою.

Грамотний співрозмовник за вашою позою завжди зуміє визначити, говорите ви правду чи лукавите, боїтеся або ведете себе нахабно, готові до дії чи вам все набридло [3].

Окремі деталі в зовнішньому вигляді можуть значно впливати на формування першого враження. Тому, важливими є одяг, аксесуари, зачіска тощо. Ще одним чинником в одязі, який є ознакою статусу, є її колір. Значення кольорів різняться в різних культурах. У європейських країнах існує негласне правило: вважають, що чим яскравіший «колір», тим нижчий статус [4].

Темп і манера мови, гучність голосу, інтонація і чіткість вимови – це те, на підставі чого про вас складеться думка в перші хвилини розмови. Темпоритм мови має бути спокійним, без зайвої експресії.

Щоб слова дійшли до свідомості слухачів, потрібно вкласти в них силу за допомогою ритму, тембру, висоти голосу, дикції, інтонації. Рекомендується говорити короткими і простими реченнями, в яких не більше 10-12 слів. Якщо у вимові пропозицій немає паузи більше 6 секунд, то таку промову розуміти складно. Погіршується сприйняття змісту сказаного при високій швидкості вимови – понад 150 слів на хвилину.

Якщо хочете перевірити, як ви вмієте вербально подавати себе, запишіть власну мову на диктофон, а потім прослухайте запис. При необхідності відкоригуйте свою промову в бік більшої рішучості та визначеності. Головне – будьте щирі. Коли народжується чітка картина самопрезентації, з'являються легкість і впевненість, усвідомлення власної сили.

Таким чином, самопрезентація дає особистості, професіоналу додаткову можливість представити себе, заявити про свої досягнення, наміри, уміння і навички.

Список використаних джерел

1. Михайлова Е.В. Самопрезентация: теории, исследования, тренинг. СПб. : Речь, 2007. 224 с
2. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций : монограф. Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. 495 с.
3. Луньов О. Формування власного позитивного іміджу. Київ : Ін-т громад, суспільства, 2001. 70 с.
4. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета. Київ : Кондор, 2004. 234 с.

ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТІВ У КОЛЕКТИВІ

*Стешенко К.В.,
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр,
ННІ ЕУПІТ*

*Науковий керівник – Воронько-Невіднича Т.В.,
кандидат економічних наук, доцент*

Конфлікт - суперечність, яка виникає між окремими людьми, неформальними і формальними об'єднаннями у процесі їх спільної трудової діяльності за умови протилежності інтересів, відсутності взаєморозуміння між двома й більше сторонами. Слово «конфлікт» походить від латинського слова «conflictus», що в достовірному перекладі означає «зіткнення», а в довільному – «протидія», «протиборство».

Безумовно, конфлікти між колегами негативно впливають на атмосферу в колективі, а також породжують образи, які можуть призвести до жорстокості. Отже, серед причин виникнення конфлікту можуть бути питання розбіжності поглядів з питань рівня заробітної плати, працевлаштування, протилежності поглядів та інтересів; психологічну несумісність. Коли у колективі є люди зовсім з різними, навіть протилежними характерами та темпераментами [1].

Для вирішення проблеми конфліктів у колективі необхідне знаходження керівником головних напрямків роботи щодо попередження конфлікту.

У найбільш розповсюдженому, найширшому розумінні попередження конфлікту передбачає дії, що виключають зародження конфліктної ситуації чи усувають причини, джерела конфлікту, які призводять до розрядки конфліктної напруженості, запобігання формуванню конфліктної свідомості, кризи і конфліктних дій. Керівник повинен володіти знаннями про методи правильної та своєчасної діагностики, а також запобігання конфлікту, якими є регулярне ділове спілкування із співробітниками та диференційований підхід до людей; засновані на діловій аргументації та відсутності емоцій індивідуальні бесіди; прийняття управлінського рішення, здатного усунути базу конфлікту. І чим

Тіщенко В. В. СТАН ТА ОСНОВНІ ПРИЧИНИ ПОГІРШЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ПРИРОДНИХ ВОД УКРАЇНИ	122
Шкода В.В. СУТНІСТЬ АГРАРНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ	124
Ткачова І.В. ІМІДЖ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ.....	126
Сухорук К. В. СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ	127
Сухорук К. В. ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ІМІДЖУ	129
Кривчун Р.Ю. ЗНАЧЕННЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ, ЇЇ ЦІЛІ ТА ТЕХНІКИ	130
Стешенко К.В. ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ КОНФЛІКТІВ У КОЛЕКТИВІ	132
Козелько М.О. ПРИНЦИПИ ТА ТЕОРІЇ КОНЦЕПЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ	134
Онищенко Т.В. ПРИЧИНИ ТРУДОВИХ КОНФЛІКТІВ В АГРАРНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	135
Клименко А. В. ЗМІЦНЕННЯ ДОВІРИ ГРОМАДЯН ДО ОРГАНУ МІСЦЕВОГО СА- МОВРЯДУВАННЯ ЗА РАХУНОК ІМІДЖЕВИХ ФУНКЦІЙ Е-ВЗАЄМОДІЇ	137
Кулинич В.І. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПОСАДОВИХ ОСІБ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ ЧЕРЕЗ ЕТИЧНІСТЬ ПОВЕДІНКИ	139
Мирна Н. Л. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПАТРОНАТНОГО ВИХО- ВАННЯ: НЕДОЛІКИ ТА ПЕРЕВАГИ	141
Ступенко С.Г. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ	143
Колотій І. С. ОКРЕМІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ОПОРНИХ ШКІЛ У ПРОЦЕСІ РЕ- ФОРМИ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ.....	145