

**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**

## ІМІДЖ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

*Ткачова І.В.,  
здобувач вищої освіти СВО Бакалавр  
ННІ ЕУПІТ*

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

У наш час, так само як і в минулі століття, зв'язок одягу й соціальної ролі людини є й досі. Ми йдемо по шаблону, який нам нав'язали. Нам кажуть як одягатися, як вести себе, як правильно харчуватися, як голосно говорити, як естетично виглядати і ким потрібно працювати щоб тебе сприймали інші.

Кажуть, що одяг – візитна картка людини і підприємства, на якому вона працює. Але чому підприємства цього не враховують? Люди нижчих рангів не можуть дозволити собі одяг з модних магазинів, а лише з ринків, інтернет-магазинів, секонд-хендів. Чому так? Тому що більшість підприємств не згодні платити за це додаткові кошти. У них є люди, які заключають договори, ходять на бесіди і все це у гарному брендовому одягу. Але працівники нижчих рангів це і є підприємство, вони формують його імідж, і те, що більшість з них не слідкує за модою, – відповідальність підприємства.

Прислів'я «зустрічають по одягу, а проводжують по розуму», є наглядним прикладом того, що перше ми бачимо в людині. Так було завжди і буде продовжуватися. Адже соціальна верхівка, мода, влада диктують нам свої правила. Але все ж таки зовнішній вигляд не є самодостатнім у формуванні сприятливого іміджу людини. Він не компенсує духовну і інтелектуальну бідність [2].

Згідно із Г. Зіммедем, мода є засобом диференціації, ознакою певної групи. Це ієрархія у суспільстві: «Мода не існує у племінних та безкласових суспільствах». Виходячи з цього, люди нижче середнього класу не можуть мати свого стилю, іміджу і не можуть користуватися порадами від кутюр'є. Доволі смішно, чи не так? Адже чим ми гірші за інших? [1]

Також гендерна рівність багато значить у моді. Але чому жінок і досі не сприймають як належне? Нас заганяють у рамки. І при цьому жінка повинна вміти смачно готувати, вміти управляти бізнесом і бути при цьому гарною ідеальною дружиною і матір'ю.

Д. Стенлі, узагальнивши результати тестів здібностей і тестів досягнень, дійшов до висновку, що «у середньому розходження між статями невеликі...». Отже, здібності чоловіків і жінок можуть бути однаковими. Статева розбіжність це скоріше соціальний фактор, а ніж психофізіологічний [1].

Здатність досягати високих результатів швидше пов'язана із статевою роллю. Ми звикли вважати, що жінка – м'яка, слабка, залежна, емоційна, інтуїтивна. Але вона також може бути сильною, стійкою, вольовою, раціональ-

ною з чітким орієнтиром. Щодо іміджу, то як жінки, так і чоловіки повинні дотримуватися певних правил у виборі свого гардеробу.

Отже, як висновок необхідно зазначити, що стереотипи потрібно ламати, бо ми назавжди залишимося лише шаблоном, який нам намалювали і подали як за належне.

### **Список використаних джерел**

1. Simmel G. Fashion. Georg Simmel. The American Journal of Sociology. 1957. Vol. 62.№ 6. P. 541–548.

2. Прикладна іміджелогія: мистецтво створення образу. URL : <https://studfile.net/preview/5166974/page:14/>

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА РОЗВИТОК КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

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

*Науковий керівник – Іщейкін Т.Є.,  
кандидат економічних наук*

На сучасному етапі розвитку суспільства консалтинг є надзвичайно важливим елементом ринкової інфраструктури розвинених країн світу. Становлення та розвиток консалтингу в Україні зумовлені процесами ринкової трансформації економічної системи, реформування відносин власності, започаткуванням інституту підприємництва. Причому поступове надбання вітчизняним бізнесом рис цивілізованої діяльності потребує відповідної професіоналізації консалтингу.

Сьогоднішні українські підприємці, менеджери чітко усвідомлюють необхідність такого консультування, при якому фахівець-консультант здійснює не лише локальне вирішення вузьких проблем, а і поглиблено займається комплексними питаннями стратегічного розвитку певного підприємства, організації, установи. Саме тому постає питання вдосконалення управлінського консультування на українському ринку і адаптації зарубіжного досвіду до національних проблем, що повною мірою визначає актуальність дослідження.[2]

Консалтинг початку ХХІ ст. характеризується системним і ситуаційним підходом до вивчення і розв'язання управлінських проблем підприємств, створенням інтелектуальних продуктів, що розробляються на стиках функціональних аспектів менеджменту, у межах міжгалузевої взаємодії, завдяки розвитку кластерної економіки. У теперішній час консультування по економіці та управлінню в більшій кількості країн світу виступає як окремий сектор послуг [1].

Більшість українських консультаційних компаній знаходяться на тому етапі розвитку, коли вони можуть визначити власну спеціалізацію, компетенції,

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