

спрямована на соціальне становлення та розвиток дітей та молоді; активізувати діяльність територіальної громади стосовно захисту прав дітей; забезпечити організацію соціальної реклами та широке висвітлення у засобах масової інформації питань соціально-правового захисту дітей, виконання положень Конвенції ООН про права дитини, проблем дітей, які перебувають у складних життєвих обставинах.

У Національному плані дій обов'язково передбачається проведення моніторингу, оцінювання ефективності заходів, що здійснюватимуться виконавцями Національного плану дій. Такими виконавцями разом із державними органами можуть бути громадські організації, міжнародні фонди.

Отже, розв'язання проблем сім'ї, дітей та молоді лежить через державну законодавчу, інформаційну, матеріально-технічну та іншу допомогу. Чим швидше на усіх рівнях влади розпочнеться здійснення молодіжної політики з урахуванням пріоритетності й для майбутнього нашої молоді держави, тим більше шансів на початку XXI ст. мати покоління освічених, культурних, високоморальних громадян із потужним творчим потенціалом.

#### **Використані джерела**

1. Робочі матеріали Збарзького районного центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді за 2007-2017 роки.
2. Постанова Кабінету Міністрів України від 30.05.2018 року №342 Загальнодержавна програма «Національний план дій щодо реалізації Конвенції ООН про права дитини» на період до 2021 року, затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 30.05.2018 року №453 [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/KP180453.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP180453.html)

**Бойко Олександр**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Овсянюк-Бердадіна О. Ф.)

## **ТЕНДЕНЦІЇ АНТИКРИЗОВОГО УПРАВЛІННЯ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

Вирішення сучасних проблем стабілізації національної економіки, досягнення високих темпів економічного зростання, забезпечення соціального розвитку суспільства потребує вдосконалення процесу управління. Цей процес реалізується через управлінські рішення, які і є визначальними детермінантами результатів діяльності організації. За цих умов особливої актуальності набуває створення такої системи підтримки прийняття рішення, яка б дозволяла вчасно вирізняти стан керованої системи навіть малою кількістю інформації і непрямих ознаках посилення кризових тенденцій, а також створювати базу для прогнозування імовірних наслідків. Ці завдання вирішуються в процесі діагностування стану організації, як складової частини антикризового управління.

Система антикризового менеджменту характеризується специфічними ознаками, які зумовлюють особливості самого механізму управління: гнучкість і адаптивність, здатність до диверсифікації та відповідного ситуаційного реагування, а також можливість ефективно використовувати об'єктивні властивості організації і неформальні методи менеджменту.

Ці специфічні особливості механізму антикризового управління забезпечуються вирішенням задач діагностики, до яких можна віднести своєчасне визначення симптомів, факторів та причин кризи, класифікація останньої, експертну характеристику антикризових заходів та перспектив розвитку об'єкта управління. Діагностика кризового стану є багатофакторною системою підтримки сприяння управлінських рішень, заснованою на принципово новій антисипативній концепції управління. Така система покликана гарантувати комплексне виявлення, аналіз, запобігання та прогнозування проблем організації з метою забезпечення прийняття попереджаючих управлінських рішень, спрямованих на досягнення його стратегічних та тактичних цілей.

Заходи з антикризової діяльності повинні, насамперед, враховувати людський фактор, бо саме завдяки цілеспрямованій діяльності персоналу можна досягти успіху як у запланованих заходах щодо уникнення або подолання кризи, так і в діяльності підприємства в цілому. Разом з тим, через дії або бездіяльність працівників, підприємство може зазнати глибокої кризи й навіть збанкрутувати. Тому для забезпечення ефективної антикризової діяльності сучасним підприємствам доцільно приділяти пильну увагу процесу управління персоналом.

Для виходу організації з кризового становища менеджери організації повинні боротися не тільки з причинами, але й з наслідками кризи. Тобто, необхідно зробити кризу персоналу організації керованою, а її рівень по максимуму помірним. Для виконання цього завдання фаховий розвиток персоналу організації повинен ґрунтуватися на реалізації програм підготовки та підвищення його кваліфікації шляхом розширення меж професійної компетентності й мобільності з метою недопущення кризових явищ або ліквідацію існуючих в діяльності організації.

Як інструмент удосконалення системи управління персоналом в умовах кризи нами пропонується формування команди адаптивних менеджерів, які будуть здатні розробити та реалізувати антикризову програму організації. Особливу увагу при підборі нових кадрів слід приділяти таким властивостям фахівців як прагнення до професійного росту, креативне мислення, творчий підхід до справ тощо. Саме з таких професіоналів слід формувати антикризову команду та призначати їх на основні посади, оскільки саме ці кадри забезпечуватимуть успіх реалізації антикризової програми та запланованих перетворень.

### Використані джерела

1. Овсянюк-Бердадіна О. Ф. Підходи до формування функціонально адаптованого менеджера / О. Ф. Овсянюк-Бердадіна // Науковий журнал "Інтелект ХХІ". – 2017. – Випуск 4. – С. 104-107

**Блошук Олеся**

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри менеджменту та публічного управління Крисько Ж.Л.)

### **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕКЛАМИ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО**

Як відомо, нині реклама вважається феноменом сучасного світу, яка пройшла усі етапи створення розвинутого суспільства та розвитку культури в цілому. Реклама розглядається як форма комунікації, важлива частина набору заходів, що використовуються для просування товарів, переконання і маніпулювання суспільством.

Найвідомішими в сфері реклами експертами, які досліджували дане явище є Д. Огільві (Англія), Ф. Котлер, Ф. Джефкінс (США), П. О'Тул (Ірландія), К. Бове (Франція). В Україні наукову ефективність галузі реклами досліджували С. Гривняк, Т. Дяченко, О. Лозовий.

Проте, поточний стан ринкової економіки, яка характеризується якістю та швидким розширенням асортименту продукції, створюють перешкоди в рекламному секторі. Тому тема дослідження є важливою, так як аналіз характеристик і рекламних тенденцій поліпшить його якість і ефективність.

Значимо, що використання традиційних форм реклами таких як телевізійна реклама, преса, радіо вже має не такий інтенсивний вплив на споживачів як це було раніше. Тому вирішення проблеми традиційної реклами має бути всеосяжною, оскільки вона завжди повинна створювати високу якість конкуренції та бути заснованою, головним чином, на останніх ідеях та тенденціях.

Реклама в сучасному світі вимагає, щоб для кожної групи людей були свої особливості. Наприклад, для дітей мають домінувати характеристики доброти, дружби та радості. Тенденцією творчих змін реклами на сьогоднішній час є креативна реклама стилю «постмодерн», яка робить акцент у своїх відео на зображення конкретних частин тіла: очей, обличчя, рук чи ніг. Нещодавно реклама почала використовувати тілесні частини тварин. Так, компанія Канон, яка виробляє програмне і апаратне забезпечення, користується в своїх рекламних роликах зображенням очей рептилії та людини з камерою. Компанія, котра випускає автомобілі відомої марки БМВ, створює рекламні зображення з акцентом на очі леопарда, які зображують автомобільні фари. У всіх цих випадках, модернізація і використання комп'ютерних технологій здійснюється