

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний авіаційний університет  
Інститут післядипломного навчання

ПОЛІТ  
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ

Тези доповідей XIV міжнародної  
науково-практичної конференції  
молодих учених і студентів

*2-3 квітня 2014 року*

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ

Київ 2014

УДК 001:378-057.87(063)

**ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки. Технології управління:** тези доповідей XIV міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів, м. Київ, 2-3 квітня 2014 р., Національний авіаційний університет / редкол.: М.С. Кулик [та ін.]. – К.: НАУ, 2014. – 24 с.

Матеріали науково-практичної конференції містять стислий зміст доповідей науково-дослідних робіт молодих учених і студентів за напрямом «Технології управління».

Для широкого кола фахівців, студентів, аспірантів і викладачів.

## **РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ**

### **Головний редактор:**

*Кулик М.С.*, ректор Національного авіаційного університету, д-р техн. наук, професор; заслужений діяч науки і техніки України; лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

### **Заступники головного редактора:**

*Харченко В.П.*, проректор з наукової роботи, д-р техн. наук, професор; заслужений діяч науки і техніки України; лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

*Михальченко О.А.*, директор Інституту післядипломного навчання, канд. екон. наук

### **Члени редколегії:**

*Шпильовий В.Д.*, канд. техн. наук, доцент; лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки

*Казарінов Ю.І.*, канд. техн. наук, доцент

*Чайка Н.Г.*, канд. техн. наук, доцент

### **Відповідальний секретар:**

*Герашенко Л.В.*, завідувач сектора організації науково-дослідної діяльності молодих учених і студентів

*Рекомендовано до друку*

*вченою радою інституту післядипломного навчання (протокол №10 від 27.05.2014р.),*

*вченою радою Національного авіаційного університету (протокол № 7 від 18.06.2014р.).*

**ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ**

УДК 303.52.001.18(043.2)

**Shpilova T.S.**

*National Aviation University, Kyiv*

**ORGANIZATION OF APPROACH TO THE PROJECT SCREENING ON THE EARLY PHASES OF THE INNOVATION PROCESS**

Successful innovation development of the society is determined by institutional changes largely, which are based on systemic nature of innovation. Some difficulties appear during the implementation of the project activity of innovation systems, which are new forms of innovation structure. These barriers are associated with effective use of some methods and procedures. One of the causes of appearing such problems should be mentioned the procedure of screening. In this context a special attention requires development of new methods and modernization the old ones, as the instrument of success to achieve purpose.

Traditionally «the project screening» means the assessment of project opportunities and selection of the best for next realization. This process includes the previous review and the receiving data about economic effect or time-consuming and costly effort. At the end the best project opportunity will be chosen and it'll be the final result.

The process of screening includes comparative analysis of project opportunities of primary criteria (strategic interest; nature of project work; resource capacity; competitive position; customer readiness) and secondary criteria (break-even time; internal impacts; market position and market share; business risk; cost of ownership).

Should be emphasized that such approach usually is used in an areas of business administration and it is difficult to use in the areas of fundamental and scientific& applied researches the project activity of the innovation systems.

In connection with the materials that has been considered, appears a need in the formation of conducting project screening approaches which will allow to substantiate the selection of the best project alternatives at the early phases of the innovation process (including radical)

For the application of the screening for early stages of innovation process is necessary to determine the criteria which will be held expert analysis of project alternatives. Based on these criteria, can be define a matrix screening, which will be the basis for the evaluation and selection procedures.

The approaches are fundamental for the development of methods of project screening in the early phases of the innovation process and determine further research on:

- monitoring activities
- forecast
- providing sustainability and success

*Scientific supervisor – V.D.Shpylyovyi, Ph.D., assistant prof.*

## **СЕРВІСНЕ ОБСЛУГОВУВАННЯ ПАСАЖИРІВ В АЕРОПОРТАХ УКРАЇНИ**

Як відомо, аеропорт – це комплекс інженерних споруд призначений для прийому, відправлення та технічного забезпечення повітряного транспорту, а також обслуговування пасажирів та вантажу. Кожен із вищеперахованих аспектів є дуже важливими, але слід звернути увагу на не менш важливу функцію аеропорту – обслуговування пасажирів.

Аеропорти є організаційно-економічною стійкою системою, де забезпечено взаємозв'язане управління його прибутками та наданням послуг. В сучасному світі вимоги ринку не обмежуються попитом. Споживач диктує свої умови також в області складу і якості послуг, що робляться йому в постачальницько-збутовому процесі. Робота по наданню послуг, т. е. по задоволенню чийх-небудь потреб, називається сервісом.

На даному етапі розвитку сервісного обслуговування в аеропортах України існує актуальна проблема: аеропорти на підготовлені для довгого перебування пасажирів. Про це свідчить некомфортабельні зали очікування, дуже високі ціни на продукти харчування, відсутність стаціонарних станцій підзарядки пристроїв, спеціалізованих місць для дітей та людей з обмеженими можливостями. В аеропортах існують тільки комфортабельні VIP зони авіакомпаній, вхід до яких коштує дуже дорого та дозволяється лише при наявності відповідних карток/зніжок. Пересічні пасажир не мають змоги відпочити в такого роду залах. За даними міжнародного порталу The Guide to Sleeping in Airports Київський аеропорт "Бориспіль" посів п'яте місце в Топ-10 найгірших аеропортів світу для сну та відпочинку пасажирів.

Закон України «Про аеропорти та аеропортову діяльність», Розділ 1 повідомляє: «Метою закону є створення умов для залучення приватних інвестицій в розвиток і реконструкцію аеропортів України, забезпечення їх ефективного управління та надання якісних послуг споживачам.»

Створення спеціалізованих зон комфорту в аеропортах щороку набуває все більшої популярності, оскільки вони орієнтовані на більш вузьку аудиторію й надають послуги більш обмеженому типу аудиторії. Проте вибаглива аудиторія обирає для себе ту чи іншу послугу, виходячи зі своїх часу та фінансового становища. З огляду на це, вважаємо за доцільне аналізувати спеціалізовані зони комфорту не тільки з точки зору типологічних характеристик, а й з огляду ретельного обстеження соціального портрету потенційної аудиторії, її компетентності, матеріального становища та середнього часу перебування в транзитній зоні.

Наступним кроком досліджень аналізу буде питання щодо доцільності створення бюджетного варіанту зони комфорту, включаючи дитячі кімнати та місця для інвалідів, оскільки такий вид послуг на передбачено в сучасних аеропортах України.

*Науковий керівник – О.А. Михальченко, канд. екон. наук*

## **ПРОЕКТ ПОРТАЛУ ОНЛАЙН-ОСВІТИ В ГАЛУЗІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ МЕТОДОЛОГІЇ СФК**

Ми живемо у вік інформаційних технологій, які постійно розвиваються, майже кожного дня даючи нам все нові і нові відкриття. Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій у світі посідає 43 місце (дані 2012). Такі дані оприлюднила міжнародна громадська організація Всесвітній економічний форум. У попередньому рейтингу Україна займала 76 позицію.

С такими показниками важко навіть уявити, що в Україні, як і по всьому світі дуже низький рівень пропозицій на вакансії, пов'язані з інформаційними технологіями. Рівень навчання у державних вищих навчальних закладах не завжди відповідає вимогам сфери ІТ, і після отримання диплому про вищу освіту, студентам доводиться витратити багато часу на освоєння матеріалу, що не викладався в рамках університетської програми.

На допомогу у вирішенні проблеми освіти приходять все ті ж інформаційні технології, а саме – портали онлайн-освіти, які на сьогоднішній день займають майже 70% серед джерел отримання знань в галузі інформаційних технологій.

Для розробки якісних рекомендацій та засад щодо реалізації проекту доцільно використовувати розроблену японськими вченими методологію СФК, або QFD (Quality Function Development або Функція Розгортання Якості).

За допомогою QFD легко та прозоро розставляються потреби ІТ компаній щодо своїх працівників за важливістю. Потім вони трансформуються в інженерні характеристики продукції, тобто, в те, що може запропонувати проект у відповідь на конкретну вимогу. Розставляються пріоритети для кожної послуги і одночасно визначається завдання в галузі розвитку продукції або послуги. Ця технологія не тільки допомагає легко налаштувати проект на необхідний лад, вигідний як для клієнтів, так і для управління, вона до того ж допомагає збудувати його майбутнє. Результатом стануть виділені найбільш перспективні шляхи вирішення проблеми, які не тільки повністю задовольняють споживачів, а й принесуть неабияку користь та прибуток. Окрім того, у проекті із використанням QFD також проведена паралель із існуючими російськими та американськими конкурентами. Так, це інститут “ИНТУИТ” у Росії та широко відомі ресурси “Coursera” та “EDX” у Америці. Це надасть безперечну перевагу проекту на етапі створення та управління.

Для України методологія СФК – нововведення, але зі світових прикладів, можна побачити, наскільки багато світових успішних компаній постійно використовують її у своїй діяльності: від Toyota, Samsung, Hyundai, TaoBao тощо на Сході, до Oracle, IBM, Ford, Coca-Cola, Google, Intel і т.д. на Заході.

Як бачимо, майбутнє стоїть саме за інформаційними технологіями в цілому, та за новими методологіями, як QFD, у сфері створення та управління проектами. Ми змусимо майбутнє прийти до нас як щомога раніше!

## **ЗАДОВОЛЕННЯ ТА ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ НА ІТ РИНКУ ЗА ДОПОМОГОЮ ІТ-КОНСАЛТИНГУ**

На сьогодні ринок ІТ-консалтингу України – найдинамічніший і найінтегрованіший серед міжнародних ринків. Дуже швидко розвиваються системи зв'язку, інтернет-торгівля, системи електронних платежів. У ІТ-секторі України представлено майже 4000 компаній, в яких працює понад 47 тис. осіб. У 2012–2013 роках зростання ринку ІТ-технологій в Україні становило 40–45%. Це найвищий показник темпів зростання серед країн Центрально-Східної Європи. У грошовому еквіваленті він перевищив 3,4 млрд доларів, а за ємністю ринку Україна посідає на четверте місце після Росії, Польщі і Чехії.

Консалтинг в області інформаційних технологій є найбільш молодого галуззю консалтингу. Багато підприємств, та впроваджувальні фірми до цих пір вважають, що до ІТ консалтингу відносяться безпосередні роботи з впровадження інформаційної системи. Проте значна кількість українських підприємств відходить на задній план бізнесового ринку, деякі з них ліквідуються через так звану комп'ютерну неграмотність. На цьому етапі життєвого шляху компанії ІТ-консалтинг здатен врятувати бізнес та вирішити такі проблеми:

- Можливості визначити області та шляхи застосування ІТ технологій та інформаційних систем в компанії, визначити які ресурси необхідні для розвитку ІТ і організувати ефективне управління цими ресурсами;
- Зниження ризиків ІТ-проектів і відповідно інвестиційних ризиків;
- Поліпшення управління ІТ та якості послуг, ІТ-послуг;
- Скорочення витрат за рахунок застосування більш сучасних технологій і ефективного використання вже наявних ІТ-ресурсів;

Служба ІТ стає стратегічним ресурсом бізнесу. Це означає, що ІТ підрозділ готовий брати участь у поліпшенні операційної діяльності компанії, бізнес готовий дати повноваження ІТ для цих цілей. Основні види робіт в області ІТ консалтингу:

- Діагностика існуючої системи інформаційного забезпечення підприємства, її відповідності цілям компанії та розробка ІТ стратегії;
- Діагностика організаційної структури і бізнес-процесів ІТ служби, оцінка ступеня їх відповідності поточним і планованим в майбутньому завданням;
- Забезпечення діяльності підприємства та розробка рекомендацій щодо їх вдосконалення;
- Аналіз стійкості, надійності та продуктивності інформаційної системи, видача рекомендація щодо її вдосконалення за заданими параметрами;
- Розробка та впровадження системи управління ІТ сервісами.

*Науковий керівник – А.М. Овсянкін, канд. техн. наук, професор*

## ДОСЛІДЖЕННЯ СТАРТАПІВ ПРОЕКТІВ

В світі все найбільше набуває широке розповсюдження створення досконалих умов для стартапів. Такі компанії гіганти як Google виконують блискучу роботу для людей і підприємців, надаючи змогу зібрати та поліпшити різні ідеї, програми, технології. На протязі 20 місячного існування кампусу Google, було багато зроблено для стартапів Лондона та інших міст, де розташовані аналогічні умови, що призвело до створення нових робочих місць, впровадження новітніх технологій, привабило значні інвестиції.

На теперішній час в Україні є всі необхідні умови для створення єдиної систематизованої організації, де буде запропоновано:

- усе необхідне для надання можливості зібрати та поліпшити різні ідеї, програми, технології;
- місце, де будуть надаватися необхідна інформація та консультації для просування початківців у світі підприємницької діяльності;

Україна має багато талановитих людей, які мають безліч прибуткових ідей і всі ці ідеї вони бажають розвивати. На жаль сьогодні ми маємо малі перспективи технологічного, наукового, освітнього розвитку та ін.. через децентралізацію та обмежені знання однієї людини стосовно широкого спектру кваліфікацій, а саме бухгалтерія, економіка, юриспруденція, інтелектуальна власність.

Запропоноване містечко буде в собі консолідувати усі необхідні умови, що через 1-2 роки (після його побудови) призведе до зосередження більшості стартапів України в одному місці, а саме в Україні. Тут початківці отримають відповіді на багато питань, що цікавлять їх та стосуються старту і розвитку свого бізнесу, а також будуть мати можливості послухати презентації професіоналів, зустріти нових партнерів і встановити корисні ділові контакти. Інвесторам буде в значній мірі зручніше виконувати інвестиції у нові проекти, які будуть прибутковими.

*Науковий керівник – А.М. Овсянкін, канд. техн. наук, професор*

## СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

УДК 378.01 : 004.032.6(043.2)

**Бойко С.В.**

*Національний авіаційний університет, Київ*

### **СУЧАСНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРІ**

Проникнення інформаційних технологій в навчальний процес ВНЗ дозволяє педагогам якісно змінити зміст, методи та організаційні форми навчання. Інформатизація навчального процесу сприяє прискореному процесу адаптації студента як майбутнього фахівця до його професійної діяльності, підвищує якість його підготовки, надає можливість студенту більш вільно орієнтуватися у сучасному житті, у сфері професійної діяльності.

Розвиток методів і організаційних форм навчання обумовлено можливостями сучасних інформаційних технологій як потужного інструменту відкриваючого кожному студенту доступ до практично необмеженого об'єму інформації та її аналітичного опрацювання, що забезпечить «безпосереднє включення» в інформаційні потоки за допомогою мережових технологій. Сучасні інформаційні технології – це, перш за все, мультимедійні технології, завдяки чому вони становлять собою універсальний засіб пізнавально-дослідницької діяльності.

Педагогічно доцільне використання сучасних інформаційних, мультимедійних технологій дозволяє посилювати інтелектуальні можливості студента. Все це веде до неминучого перегляду організаційних форм навчальної роботи, що склалися: збільшення самостійної, індивідуальної роботи, відхід від традиційних лекцій та практичних занять, збільшення об'єму робіт пошукового та дослідницького характеру, поза аудиторні заняття, які будуть складовою частиною цілісного навчального процесу. Інформаційна магістраль дозволяє спільно використовувати навчальний матеріал і таким чином розповсюджувати досягнення кращих педагогів. Застосування комп'ютера в навчальному процесі ВНЗ веде до передачі йому таких функцій викладача як контроль, корекція, тренінг.

Стрімкий розвиток сучасних інформаційних технологій та інформатизація суспільства висуває підвищені вимоги до підготовки спеціалістів з будь-якого фаху. В зв'язку з цим, найважливішою задачею вищої школи слід вважати випуск фахівців, які в своїй професійній діяльності здатні ефективно використовувати такий потужний інструменти як сучасні інформаційні технології.

Комп'ютерна підтримка (навчальне середовище) будь-якої дисципліни у вищому навчальному заході разом з авторською програмою із застосованими «know how» (винаходи, оригінальні технології, знання, уміння тощо) викладача з цієї дисципліни, матеріальним та інформаційним забезпеченням, в комплексі складають так звану інформаційну систему, котра, в свою чергу, є невід'ємною частиною нової технології навчання. Така технологія дозволяє вирішити задачу інтенсифікації та організації навчального процесу вищого навчального закладу за рахунок використання сучасних інформаційних засобів.

*Науковий керівник – М.Ф. Головатий, д-р. політ. наук, професор*



**ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІДНОСИН  
У ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ**

В Україні згідно зі ст.6 Закону України «Про інформацію» від 2 жовтня 1992 р. здійснюється державна інформаційна політика, тобто сукупність основних напрямів і способів діяльності держави щодо одержання, використання, поширення та збереження інформації. Державну інформаційну політику розробляють та впроваджують органи державної влади загальної компетенції та відповідні органи спеціальної компетенції.

Інформація як сукупність спеціалізованих відомостей, даних, фактів, характеристик про відповідні предмети, явища, процеси, відносини, події тощо, зібраних і систематизованих у придатну для використання форму, складає основу державного управління. В державному управлінні відбувається взаємодія не з усією інформацією, а тільки з тією, котра безпосередньо необхідна для формування і реалізації державно-управлінських впливів, тобто з управлінською інформацією. Характер і обсяг управлінської інформації має відповідати компетенції державних органів, функціям і повноваженням державних посад.

Стан інформаційного забезпечення державного управління багато в чому залежить від розподілу, просування інформації всередині державного органа та її якості. Керівник повинен особливо уважно управляти рухом інформації, не допускати її монополізації та завжди об'єктивно оцінювати її. Варто також добиватися доступності необхідної інформації для всіх посадових осіб даного органа, бо це сприяє кращому виконанню службових функцій.

Ефективне інформаційне забезпечення залежить від відповідної інформаційної системи органу державної влади і органу місцевого самоврядування. Тобто, взаємодія цих структур у відповідному виді діяльності, забезпечує достатню кількість достовірної та розлогої інформаційної бази, яка у відповідний час забезпечує ухвалення швидкого та правильного рішення. Сучасна організація керуємих об'єктів та їх взаємодій, характер інформаційно-оброблюючої техніки, можливості новітніх засобів зв'язку та інші фактори обумовлюють єдність і всеосяжність інформаційної системи державного управління. Інформаційно-технологічні нововведення в державному управлінні мають комплексний характер, пов'язані з одночасним і узгодженим використанням організаційних, правових, соціально-психологічних, кадрових, технічних та багатьох інших чинників.

Все це потребує комплексного підходу, щодо внесення якісних змін як до системи роботи з інформацією всієї вертикалі виконавчої влади, так і до функціональної та організаційної структур управління кожного владного органу, до складу і структури всієї управлінської діяльності та управлінських відносин.

*Науковий керівник – М.Ф. Головатий, д-р. політ. наук, професор*

## **ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ**

Процеси розвитку інформаційно-комунікаційних технологій в наш час є досить динамічними, адже їх можливості для суспільства і економіки лише починають масштабно використовуватись. Сьогодні Інтернет став ефективним інструментом ведення бізнесу, оскільки завдяки застосуванню мережових інформаційних технологій більшість товаровиробників та підприємств з надання послуг спромоглися не лише зменшити витрати на просування і збут продукції, але й розширити існуючі та освоїти нові ринки збуту.

Використання інтернет-технологій в просуванні товарів і послуг надає можливість принести реальну економію і прибуток, що пов'язано з автоматизацією процесів взаємодії з клієнтами, надаючи індивідуальне обслуговування в зручний час, а також ефективно організувати зворотний зв'язок, оперативно отримувати маркетингову інформацію і, на цій основі, приймати ефективні, обґрунтовані маркетингові рішення, проводити високоєфективні рекламні кампанії.

Інтернет вносить нові переваги в просуванні товарів та послуг в порівнянні з маркетингом, заснованому на традиційних технологіях, а саме:

- перехід ключової ролі від виробника до споживача;
- глобалізація діяльності і зниження трансакційних витрат;
- персоналізація взаємодії;
- зниження трансформаційних витрат.

З цих позицій інтернет-маркетинг потрібно розглядати як новий вид маркетингу, який передбачає застосування традиційних та інноваційних інструментів і технологій у мережі Інтернет для визначення і задоволення потреб і запитів споживачів (покупців) шляхом обміну з метою отримання товаровиробником (продавцем) прибутку чи інших вигод.

Останніми роками все більшої популярності набувають інтернет-магазини як основний елемент збутової політики в середовищі Інтернет. Інтернет-магазини мають багато переваг у порівнянні з традиційними, зокрема:

- дозволяють економити час покупців на пошук і підбір товару;
- забезпечують детальний опис товару, відгуки на нього покупців;
- дають змогу оперативно робити замовлення і розраховувати вартість доставки;
- інтернет-магазин веде історію взаємовідносин з покупцем, відповідно, надає знижки постійним клієнтам, впроваджує різноманітні програми лояльності;
- використовують соціальні мережі, найбільш відомі пошукові системи, чим забезпечується охоплення широкої аудиторії потенційних покупців у різних регіонах і країнах.

**ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Розгляд організацій як спільнот, що мають однакове розуміння своїх цілей, значення та місця, цінностей і поведінки, викликало до життя поняття корпоративної культури.

Культура в широкому розумінні включає в себе предметні результати діяльності людей (машини, споруди, результати пізнання, твори мистецтва, норми моралі і права тощо), а також людські сили і здібності, реалізовані в діяльності (знання, вміння, навички, рівень інтелекту, морального і етичного розвитку, світогляд, способи і форми спілкування людей). У більш вузькому сенсі – сфера духовного життя людей.

Організаційна (корпоративна культура) має певну структуру, будучи набором припушень, цінностей, вірувань і символів, проходження яким допомагає людям у створенні справлятися зі своїми проблемами. В даний час стало вже традиційним виділяти три рівня корпоративної культури: поверхневий (символічний) рівень, підповерхневий рівень, базовий (глибинний) рівень.

Ч. Ханді виділив такі види корпоративних культур: «Культура влади» («культура Зевса»), «Рольова культура» («культура Аполлона»), «Культура задачі» («культура Афіни»), «Культура особистості» («культура Діоніса»).

Культура корпорації містить як суб'єктивні, так і об'єктивні елементи. До суб'єктивних відносять вірування, цінності, ритуали, табу, образи та міфи, пов'язані з історією організації та життям засновників, прийняті норми спілкування. Об'єктивні елементи відбивають матеріальний бік життя організації. До об'єктивних елементів можна віднести будівлі, архітектуру, забарвлення, місце розташування, устаткування та меблі, кольори й обсяг простору, зручності, кімнати прийому, оснащення робочих місць.

Мета корпоративної культури, як явища, – допомогти людям більш продуктивно виконувати свої обов'язки в організаціях і від цього отримати задоволення. І це, у свою чергу, приведе до більш продуктивної праці.

Корпоративна культура є ефективним інструментом, використання якого може привести підприємство до процвітання та стабільності, але невміле застосування корпоративної культури може мати негативні результати. Тому, корпоративну культуру необхідно вивчати, стежити за її формуванням та розвитком, вдосконалювати. Вона повинна стати органічною частиною всього підприємства, відповідати сучасним вимогам, які є продиктованими технологічним розвитком, специфікою українського законодавства й менталітету, а також специфікою конкретного підприємства.

*Науковий керівник – Л.С.Нецька, канд. юрид. наук, доцент*

## **СУТНІСТЬ ДІЛОВОГО ЕТИКЕТУ ТА ЙОГО ЗНАЧЕННЯ У ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Професійна етика – це галузь етичного знання, що відображає рівень моральнісного ставлення людини до суспільства та до себе самої в опредметнених формах: у змісті, засобах, процесі та наслідках діяльності.

Професійна етика розглядає шляхи та засоби ефективного самоутвердження людини в суспільно вироблених видах діяльності. Професійна діяльність не тотожна сутності людини, тим не менше є одним із вагомих чинників вивау її творчих умінь та моральних чеснот.

Ділова етика в широкому розумінні – це сукупність етичних принципів і норм, якими повинна керуватись діяльність організації, у сфері управління й підприємництва. Вона включає елементи різного порядку: етичну оцінку як внутрішньої, так і зовнішньої політики організації в цілому; моральні принципи членів організації; професійну мораль; моральний клімату колективі; норми ділової етики – ритуальні зовнішні норми поведінки.

Етикет у собі поєднує формальні правила поведінки у визначених ситуаціях та здоровий глузд, раціональність і доцільність тієї чи іншої дії.

Практичне значення етикету полягає в тому, що він дає людям можливість без особливих зусиль використовувати вже готові форми загальноприйнятої ввічливості для спілкування з різними групами людей і на різних рівнях.

Діловий етикет – норми, які регулюють стиль роботи, манеру поведінки і спілкування при вирішенні ділових проблем; це встановлений порядок і норми взаємовідносин на службі, з керівництвом, у відносинах між колегами, партнерами, клієнтами.

Важливими сферами та формами ділового етикету є: офіційні та протокольні форми привітання та представлення; подарунки в ділових відносинах; етикет національних символів; візитна картка; діловий одяг; ділова субординація; етикет в рекламі та ін.

Діловий етикет побудований на певних принципах: принцип розумного егоїзму; – принцип позитивності; принцип передбачуваності поведінки в різних ділових ситуаціях; принцип доцільності; принцип «умовно заборонених» тем.

Основою етикетних норм є: дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, уміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, уміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу чи авторитет та ін.

Діловий етикет потрібно розглядати в поєднанні з етикою, оскільки лише за такої умови його використання є плідним, бо сприяє ефективній взаємодії керівника з підлеглими, співробітників між собою, працівників будь-якої установи з клієнтами.

*Науковий керівник – М.Ф. Головатий, д-р. політ. наук, професор*

УДК 005.95(043.2)

Мокшина А.А.

*Національний авіаційний університет, Київ*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Перехід до ринкової системи економіки спричинив за собою зміни у веденні кадрової політики. Постійне вдосконалення системи управління персоналом є запорукою розвитку підприємства. Наявна концепція організації праці та взаємодії з працівниками вимагає постійних коректив.

Почати вдосконалення системи управління персоналом слід з ретельного аналізу існуючої ситуації в організації. Необхідно вивчити кадровий склад, виявити потреби в його змінах в той чи інший бік; ознайомитися зі штатним розкладом і проаналізувати те, наскільки він ефективний; ретельно вивчити систему нарахування заробітної плати і визначити те, наскільки вона відповідає встановленим законом нормам. Проведення вивчення цих аспектів варто довірити незацікавленій особі, котра надасть в підсумку звіт, де буде докладно описана ситуація, що склалася в компанії і рекомендації для того, що робити, щоб вдосконалення системи управління персоналом пройшло найбільш успішно.

Неможливо провести вдосконалення організації праці та виробництва без застосування сучасної матеріально-технічної бази. Використання інноваційних методів на підприємстві дозволить не тільки скоротити витрати роботодавця, а й забезпечить комфортну та цікаву роботу його співробітникам. Виходячи з цієї тези, можна сказати, що разом з впровадженням нових технологій у роботу повинно відбуватися підвищення кваліфікації співробітників. Багато керівників помітили, що навчити власний персонал набагато вигідніше, ніж відкривати нові робочі місця для тих, хто вже володіє новими знаннями. Це дозволяє виростити у своєму штаті відмінних фахівців, зацікавлених у своїй роботі та знаючих усі її тонкощі.

Для успішної діяльності компанії начальнику дуже важливо налагодити контакти зі своїми підлеглими, дати їм відчуття власну значимість для справи. При цьому дуже важливо, щоб межа між різними щаблями в корпоративній ієрархії зберігалася.

Всяке вдосконалення системи управління персоналом має за мету активізувати трудові ресурси. Розробка стимулюючих заходів та їх апробація є обов'язком співробітників кадрового відділу. Покладаючись на дані, отримані в ході спільного дослідження, вони повинні розробити таку систему мотивуючих заходів, що зацікавлять працівників.

Розробка і впровадження нових методів управління персоналом має відбуватися поетапно, бути логічно пов'язаною, доступною для розуміння кожному працівнику. Дуже важливо удосконалювати режим праці, способи її оплати, зберігати здорову конкуренцію в колективі. Правильно організована робота з кадрами допоможе керівнику збільшити прибуток і придбати висококласних фахівців.

*Науковий керівник – Н.Г. Чайка, канд. істор. наук, доцент*

## **ДОКУМЕНТУВАННЯ ВИРІШЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ ЗАВДАНЬ З ОХОРОНИ ПРАЦІ ПІДПРИЄМСТВА**

Завданням контролю за виконанням документів є забезпечення своєчасного і якісного їх виконання.

Згідно з розподілом обов'язків, відповідальність за організацію здійснення контролю несе загальне керівництво та керівники структурних підрозділів.

Контролю підлягає виконання всіх зареєстрованих документів з охорони праці, для яких зазначено термін виконання.

Відповідальність за своєчасне та якісне виконання документа несуть особи, вказані у розпорядчому документі (наказі, рішенні, вказівці тощо) або резолюції керівника.

Важливою й місткою частиною контролю є збір контрольованої інформації, її вивчення, аналіз, систематизація, перевірка на місцях, оцінка стану справ з питань охорони праці, що вивчалось, і вироблення відповідних пропозицій щодо заходів для поліпшення та забезпечення роботи.

Однією з найважливіших умов успішного здійснення контролю за виконанням розпоряджень, наказів, доручень, планів, програм є якісна підготовка документів, їх конкретність (що, кому, до якого часу виконати?), компетентність, обґрунтованість. Документація повинна бути розбірливою і легко ідентифікованою, має супроводжуватися зазначенням дати введення в дію та терміну дії документа, що є особливо важливим для контролю за дотримання санітарних норм та правил з охорони праці.

Багаторічна практика свідчить, що використання загальних фраз типу «поліпшити», «поглибити», «сприяти», «постійно вдосконалювати», «піднести на вищий рівень», «систематично аналізувати» тощо без їх конкретизації, перекладання на мову реальних завдань і чітких термінів для виконавців примушує будь-яке управлінське рішення на не контрольованість і невиконання.

Законодавчі і нормативно-правові акти з питань охорони праці визначають відповідальність працівників у сфері охорони праці, систему контролю на підприємстві, порядок розробки інструкцій з охорони праці.

Не має значення форма власності, чисельність й вид діяльності підприємства. Якщо є наймані працівники – документація з охорони праці повинна бути розроблена в повному обсязі відповідно до вимог законодавства, штатного розкладу та видів виконуваних робіт. На підприємстві повинна бути нормативна, розпорядна, звітна й облікова документація з питань охорони праці. Уся документація повинна зберігатися в службі охорони праці підприємства в належному стані, зручному для використання при необхідності або у випадку контролю підприємства з боку органів державного нагляду у сфері охорони праці.

*Науковий керівник – Л.С.Нецька, канд. юрид. наук, доцент*

**ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СКЛАДОВА У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

В сучасному суспільстві ринкових відносин існує реальна загроза формування ринкового соціального характеру, що є все більшим відчуженням від моральних норм та правил. Згідно з проведеними опитуваннями 65 % респондентів вважають, що загальний рівень ділової етики в Україні за останніх десять років знизився, що свідчить про спад культурного розвитку людей.

Перші етичні вимоги до дій фахівця можна зустріти в давньоєгипетському манускрипті «Настанови начальника міста і візира Птаххеттепа», датованому III тисячоліттям до н. е., в «Кодексі Хаммурапі» 1750 р. до н. е., в якому викладаються витоки медичної етики, що регламентують роботу лікарів і плату за лікарську допомогу. В наш час професійна етика систематизує накопичений в процесі історичної практики досвід, характерний для різних видів діяльності, узагальнює його і удосконалює у міру вдосконалення самого виду діяльності. Так, до сьогоднішнього дня майбутні лікарі вимовляють старованій кодекс професійної етики – «Клятву Гіппократа».

Як відзначає А.Г. Ковальов у роботі «Колектив та соціально-психологічні проблеми» однією із сторін поведінки людей є етикет, тобто встановлений порядок поведінки. Існує багато норм етикету, але є загальна направленість – визначення та підтримання значимості, поваги до людини, з якою виникає контакт.

Розумне дотримання норм ділового етикету суттєво підвищить ефективність діяльності будь-якого підприємства. Так, у 1936 р. Д. Карнегі писав: «Успіхи тієї чи іншої людини у її фінансових справах на 15 % залежать від її професійних знань і на 85 % – від її вміння спілкуватися з людьми».

Діловий етикет потребує особливої поведінки у спілкуванні з клієнтами. В кожному виді послуг, що надаються клієнтам, є свої професійні тонкощі та секрети поведінки. Слід завжди пам'ятати, що клієнт найдорожчий та найбажаніший відвідувач.

Діловий етикет у туристичній діяльності – це встановлений порядок поведінки співробітників туристичного підприємства з клієнтами й основи стосунків персоналу між собою: керівників і підлеглих, а також рівних за посадами.

При спілкуванні з гостями готелю треба уважно дотримуватись правил ділового етикету, бо в кожній культурі присутні особливі тонкощі ділового етикету. Хоча останнім часом спостерігається значне зближення правил етикету, прийнятих у різних країнах, в напрямку європейських правил хорошого тону, що особливо помітно в діловій практиці, проте національний колорит в поведінці людей постійно присутній.

*Науковий керівник – М.Ф.Головатий, д-р.політ.наук, професор*

## **PR-ДІЯЛЬНІСТЬ БЛАГОДІЙНОГО ФОНДУ**

Практика вирішення державою проблем, пов'язаних з додатковим фінансуванням соціальних установ (дитячих будинків, геронтологічних центрів, спеціалізованих інтернатів тощо) за рахунок коштів благодійних фондів і приватних пожертвувань широко поширена в сучасному світі. Дехто вважає спонсорство однієї з потужних PR-технологій, тому що цей інструмент дозволяє створювати і підтримувати позитивні відносини між організацією та громадськістю.

Проте, сьогодні благодійні фонди починають приділяти все більшу увагу взаємодії зі ЗМІ та просуванню своєї діяльності. Найближчим часом ця зацікавленість у вибудовуванні відносин зі зв'язків з громадськістю та розробці PR-стратегій буде тільки зростати. Це обумовлено наступними причинами: зростання популярності теми соціальної відповідальності та корпоративної філантропії, внаслідок чого природним чином посилюється конкуренція на цьому ринку; поява нових (українських) інституційних донорів; зацікавленість благодійних фондів у формуванні сприятливого клімату для розвитку філантропії, здійсненні партнерських програм, залученні нових донорів; поява організацій, які спеціалізуються на інформаційній та PR-підтримці фондів, просуванні соціальної діяльності корпорацій; необхідність формування позитивного ставлення засобів масової інформації до теми соціальної відповідальності та філантропії.

Залежно від завдань, що стоять перед PR-діяльністю благодійних фондів, а також цільової аудиторії, для якої вона проводиться, можна виділити наступні напрямки: публіситі, media relations – робота зі ЗМІ; корпоративний PR – формування позитивного іміджу компанії; HR (human resources) – серед інших функцій HR – створення зацікавленості співробітника працювати саме в цій компанії; IR, або інвестиційний піар – встановлення відносин з інвесторами, фінансовими колами, акціонерами, клієнтами, представниками влади; GR, або політичний піар – встановлення відносин з державними органами та місцевим населенням; внутрішньокорпоративний PR – розвиток корпоративних відносин, формування корпоративної культури з урахуванням стратегічних завдань компанії.

За останнє десятиліття в очах правлячої еліти благодійність і філантропія змінили знак з негативного на позитивний. Адміністрації всіх рівнів навчилися використовувати благодійні фонди як механізм перерозподілу ресурсів або як засіб «законного» підвищення рівня життя. Благодійність і філантропія розглядаються представниками влади суто утилітарно, як засіб зниження навантаження на бюджет. Окрім соціальної відповідальності в якості інших мотивів благодійності можна назвати традиційне співчуття, а також меркантильний намір просування товарів або послуг.



УДК 659.4(043.2)

Пономаренко І.І.

*Національний авіаційний університет, Київ***ПАБЛІСІТІ ЯК СКЛАДОВА ЗОВНІШНЬОЇ ІНФОРМАЦІЙНО-РЕКЛАМНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Пабліситі – це організована діяльність з метою представити компанію та її продукцію у вигідному світлі шляхом дії на відповідні групи людей – акціонерів, споживачів, урядовців і керівників інших фірм. Пабліситі є елементом більш широкого поняття – зв’язків з громадськістю (паблік рилейшнз), які, у свою чергу, припускають:

- встановлення і підтримку зв’язків із засобами масової інформації;
- лобізм (захист інтересів фірми в законодавчих органах);
- консультування;
- товарну пропаганду.

Перевагами пабліситі є: довіра споживачів незалежним джерелам інформації; відсутність необхідності в значних витратах; можливість посилення дії інших елементів комунікації. Недоліки: оскільки організацією пабліситі займається відділ паблік рилейшенз, воно може бути слабо пов’язано із загальною стратегією маркетингу – і взагалі, пабліситі складно контролювати.

Види пабліситі:

- прес-релізи – інформація для преси про нові товари, технології, новини в компанії або з метою протидії негативним подіям; можуть бути і відеорелізи;
- повідомлення про компанію – в газетах, журналах, випусках новин;
- спеціальні заходи – шоу, спонсорство, добродійність;
- сувеніри із символікою фірми, фірмовий журнал.

З точки зору маркетингу, пабліситі є частиною просування товару, що, у свою чергу, є складовою маркетингу.

Дуже важливу роль у системі управління підприємством відіграють маркетингові комунікації, які зумовлені поліпшенням економічних показників діяльності підприємства, а саме збільшенням товарообігу, поширенням частки ринку, завоюванням нових ринків для збуту продукції, збільшенням прибутку підприємства через притягнення нових споживачів та налагоджуванням взаємовигідних відносин із організаціями-партнерами, формуванням здорового клімату у колективі, який зменшує нераціональні витрати робочого часу працівників.

Маркетингові комунікації забезпечують отримання максимальної швидкості поєднання попиту та пропозицій, тобто такої швидкості, коли поєднувались би найвигідніші темпи появлення ідей, перетворення їх на товари (послуги), виробництво, розподіл і просування при мінімальних витратах на основі безперервного аналізу поведінки споживачів, постачальників і конкурентів та механізму адаптації компанії до факторів, які змінюють маркетингове середовище.

*Науковий керівник – Л.С.Нецька, канд. юрид. наук, доцент*

## **ЗНАЧЕННЯ ЕТИЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ОРГКУЛЬТУРИ КОМЕРЦІЙНОЇ УСТАНОВИ**

Теоретико-методологічний аналіз поняття «організаційна культура» свідчить про її зростаючу роль у підвищенні ефективності діяльності підприємства, високій конкурентоспроможності та розвитку соціально-трудових відносин. Природа цього зростання бачиться в тому, що організаційна культура охоплює все більшу частину явищ духовного й матеріального життя колективу. Тому цілеспрямоване формування організаційна культура дозволить: ефективно використовувати людські ресурси підприємства для реалізації стратегії, мети та цілей організації; поліпшити рівень управління підприємством; підсилити згуртованість команди працівників; використати її як стратегічний мотивуючий фактор, що спрямовує співробітників на досягнення цілей підприємства.

Організаційна культура є основою життєвого потенціалу такого складного механізму як підприємство. Вона втілює в собі стійкі норми й принципи життя в діяльності організації, все те, що не тільки відрізняє одну організацію від іншої, але й істотно визначає успіх функціонування і виживання організації в довгостроковій перспективі.

Значення корпоративної етики, як складової організаційної культури визначається певним рядом обставин. По-перше, етика надає співробітникам організаційну ідентичність, визначає внутрішнє уявлення про підприємство та його головні цінності, є важливим джерелом стабільності на підприємстві. По-друге, знання про головні принципи корпоративної етики підприємства допомагають новим співробітникам правильно інтерпретувати ті явища, які відбуваються на підприємстві, визначаючи в них все найбільш важливе і вагомє. По-третє, корпоративна етика стимулює свідомість і високу відповідальність працівників, які виконують поставлені перед ними завдання.

Практика роботи організацій та підприємств показує, що чим міцніший і змістовніший зв'язок між членами колективу, тим успішніше він вирішує виробничі та інші проблеми, тим яскравіше у колективі виявляються індивідуальні особливості кожного працівника, тим багатше і змістовніше життя колективу, міцніші відносини колективізму, товариськості та взаємодопомоги, що у свою чергу обумовлює сприятливий соціально-психологічний клімат колективу.

Найважливішою проблемою у вивченні соціально-психологічного клімату є виявлення чинників, які його формують. Головним завданням вивчення соціально-психологічного клімату в колективі є: виявлення факторів, за допомогою яких можна керувати кліматом та діяти на нього з метою формування позитивних тенденцій в колективі.

*Науковий – Н.Г. Чайка, канд. істор. наук, доцент*

**ДОКУМЕНТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ**

На сучасному етапі рівень інформаційно-аналітичної діяльності органів місцевого самоврядування у тому числі й з правових питань є незадовільним.

Одним із визначальних факторів управлінського впливу як на перебіг, так і на результат управлінського процесу є діяльність місцевих рад, пов'язана з документуванням та організацією роботи з документами з правових питань. Процес прийняття управлінського рішення включає в себе отримання інформації, її переробку, аналіз, підготовку та прийняття рішення і залежить від документального забезпечення управління.

Критеріями документування управлінської діяльності інформації є: необхідність документованої інформації для правового забезпечення діяльності підприємства, котрі розташовані на території громади, що регламентує статус цих підприємства, права, обов'язки і відповідальність його співробітників; необхідність документованої інформації для забезпечення управлінської діяльності; необхідність документованої інформації як доказ джерела на випадки виникнення конфліктних ситуацій; необхідність передачі правової інформації в офіційному вигляді; важливість інформації як історичного джерела, що розкриває напрямки й особливості діяльності органу самоврядування.

Відповідно до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» органи місцевого самоврядування видають розпорядчі акти. Ради та їх виконавчі комітети приймають рішення, сільські, селищні та міські голови видають розпорядження.

Незалежно від місця розташування у відповідності до Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні» № 280/97-вр місцеві ради наділяються правом видання розпорядчих документів.

Основна функція організаційно-розпорядчих документів – регулятивна; цільове призначення – регулювання діяльності, яке дозволяє органу місцевого самоврядування забезпечувати реалізацію поставлених перед ним завдань.

На всіх етапах творення та життя офіційних актів місцевої влади – від ініціювання до відміни – присутня інформаційна складова.

Як зазначає ст. 29 Закону України «Про інформацію», доступ до відкритої інформації забезпечується шляхом: систематичної публікації її в офіційних друкованих виданнях (булетенях, збірниках); поширення її засобами масової комунікації; безпосереднього її надання заінтересованим громадянам, державним органам та юридичним особам. Органи місцевого самоврядування можуть активно сприяти самоорганізації членів територіальної громади, веденню роз'яснювальної та інформаційної роботи.

*Науковий керівник – Н.Г. Чайка, канд. істор. наук, доцент*

## **ПРАВОВИЙ АСПЕКТ ДІЛОВОЇ ДОКУМЕНТАЦІЇ**

Документ є основою будь-якого обліку, що ведеться на підприємстві, чи то бухгалтерський, статистичний або оперативний. Раціональна організація документообігу покращує продуктивність і ефективність праці, виконуваної працівниками підприємства, скорочуються витрати, пов'язані з функціонуванням апарату управління. Правильна організація документообігу важлива для стання іміджу сучасної установи.

На міжнародному рівні загальним визнано визначення документа як записаної інформації, яка може бути використана як одиниця в документальному процесі. Таке визначення розроблене та затверджене Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO).

Згідно зі стандартом ISO, інформація може бути записана будь-яким способом фіксування відомостей, за допомогою не тільки знаків письма, але й зображення, звука тощо. Таке визначення дозволяє перерахувати до документів усі матеріальні об'єкти, які можуть бути використані для передавання інформації в суспільстві.

В Україні офіційно прийняті три визначення поняття «документа», зафіксовані в деяких Державних стандартах (ДСТУ):

- ДСТУ 2392-94: «Документ – записана інформація, яка може розглядатися як одиниця під час здійснення інформаційної діяльності».

- ДСТУ 3017-95: «Документ – матеріальний об'єкт з інформацією, закріпленою створеним людиною способом для її передавання в часі та просторі».

- ДСТУ 2732:2004: «Документ – інформація, зафіксована на матеріальному носії, основною функцією якого є зберігати та передавати її в часі та просторі».

У статті 1 Закону України «Про інформацію» говориться, що документ – матеріальний носій, що містить інформацію, основними функціями якого є її збереження та передавання у часі та просторі.

Головні функції документа – це зберігання й передача інформації в часі та просторі. Створюється документ з метою забезпечення потреб суспільства за допомогою розмноженої документної інформації.

Управлінську функцію виконують документи, створені для цілей управління і в процесі управління. Управлінські документи складають найбільш значний масив документації.

Управління може бути ефективним лише за наявності актуальною (оперативною) або навіть випереджаючою (перспективною) інформації, яка дозволяє приймати своєчасні та правильні рішення.

Правова функція документа – функція закріплення та зміни правових норм і правовідносин. Існують дві категорії документів, що виконують правову функцію: ті, що створені в правових цілях, і ті, що набувають правову функцію тимчасово.

*Науковий керівник – Л.С.Нецька, канд. юрид. наук, доцент*

**ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ**

Тема етики та етикету ділового спілкування обумовлена тим, що в даний час існує потреба у підготовці фахівців високого професійного рівня, здатних формувати сучасні ринкові відносини з позицій етичних стандартів. Глобальні проблеми сучасності актуалізують фактори, що упорядковують, організують і дисциплінують поведінку людей форми і спілкування між ними.

Етикетом є історично сформований універсальний культурний код міжособистісного спілкування й індивідуальної поведінки, яка обумовлена факторами соціальної взаємодії у сфері моральної діяльності. Стверджується, що етикет ідентифікує себе з двох позицій: як доступні спостереженню події, що відбуваються конкретно-емпіричну поведінку, і як специфічна система інформації про пристойну поведінку, що трансформується в систему моральних відносин.

Етикет тісно пов'язаний із життям суспільства як невід'ємна складова культури. Зокрема, етикет службових взаємин, підсумовує і реалізує духовну культуру людства, є логічним виявом найкращих норм і правил поведінки. Він набуває сенсу обов'язковості повсякденного шанобливого ставлення до людей, незважаючи на їхню посаду або суспільне становище.

Стратегія дотримання етичних норм поведінки керівника та ділового етикету інколи змушує підприємство відмовлятися від досить привабливих пропозицій, але твердість і принциповість у таких питаннях створюють організації репутацію надійного ділового партнера, тобто інвестиції в етику окупуються. Дотримання етичної поведінки працівниками та ділового етикету керівником полегшує встановлення контактів у процесі управління, сприяє взаєморозумінню, успішному вирішенню проблем, а їх недотримання – поєсу настрій, погіршує відносини, роз'єднує, не сприяє досягненню бажаних результатів.

У сучасному менеджменті важливого значення набуває службовий етикет, що означає встановлений порядок і форми поведінки на службі, у стосунках між працівниками, він включає: зовнішній вигляд; манеру розмовляти; вітання співробітників; форму спілкування менеджера й підлеглого; надання розпоряджень; етику заохочення й покарання.

Правила етичної поведінки базуються на таких моральних категоріях, як ввічливість, тактовність, коректність, порядність, доброзичливість, їхнє засвоєння та неухильне дотримання сприяє розвитку почуття такту, вміння говорити і діяти з урахуванням індивідуальних психофізіологічних особливостей співрозмовників, розвиває здатність гідно поводитись у складних ситуаціях (у тому числі конфліктних, стресових), формує власний авторитет працівників та імідж організації загалом, створює сприятливий психологічний клімат ділового спілкування, що сприяє розвитку ділових контактів.

## **ТРАДИЦІЇ СУЧАСНОЇ АВІАЦІЇ**

У будь-якому авіаційному середовищі живуть, підтримуються і розвиваються авіаційні традиції, ступінь дотримання яких авіаторами може бути різна в залежності від виду авіації, авіаційної структури та авіаційної професії. Важко сказати, звідки беруть початок авіаційні традиції, це предмет окремого дослідження, але наші наставники навчили нас ці традиції поважати і дотримуватися.

Крім того, в авіації міцно прижилися деякі забобони та прикмети, які намагаються враховувати практично всі льотчики. І роблять вони це скоріше не через те, що вірять в їх магічну силу, а, переважно, з тієї ж причини: поваги до традицій колишніх поколінь льотчиків.

Прикмети, забобони.

1. Якщо перед вильотом щось забув – не повертатися. Зазвичай просили друзів або технічний склад принести забуте.

2. Перед польотом не фотографувати. Говорять так: фото перед польотом – фото на пам'ятник.

3. Голитися не вранці, а тільки з вечора (правда, дотримувалися одиниці).

4. Погана прикмета – підпускати жінку до кабіни літака.

5. На території аеродрому завжди можна зустріти багато польових квітів. Але вважається поганим тоном приносити додому квіти з аеродрому.

6. У спілкуванні практично не застосовується слово «останній», воно замінюється словом «крайній». Неавіаційній людині застосування слова «крайній» (іноді явно недоречним в даному реченні), можна визначити діючого або колишнього льотчика.

7. У планових польотах льотчика, ніколи не планували літати в його день народження.

8. Вважалося поганою прикметою одягати на виліт щось нове з обмундирування.

9. Якщо за час льотної практики відбувалися випадки, коли льотчик знаходився «на межі», після другого такого випадку рекомендується подумати про припинення льотної роботи («пролунало два дзвінки», третій може виявитися останнім).

Крім усього іншого, в льотному середовищі існує думка: «В сім'ї справжнього льотчика народжуються тільки дівчатка». Дійсно, у багатьох знаних висококваліфікованих льотчиків з дітей у родині були тільки дівчатка, і в цьому навіть простежувалася якась закономірність. Але, оскільки офіційної статистики не існує, подібне твердження не можна ні підтвердити, ні спростувати.

*Науковий керівник – Н.Г. Чайка, канд. істор. наук, доцент*

## ЗМІСТ

	<i>Стор.</i>
Інноваційні технології управління проектами .....	3
Сучасні технології управлінської діяльності .....	8

*Наукове видання*

ПОЛІТ  
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ

Тези доповідей XIV Міжнародної  
науково-практичної конференції  
молодих учених і студентів

*2-3 квітня 2014 року*

ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ

*Опубліковано в авторській редакції  
однією з трьох робочих мов конференції:  
українською, англійською, російською*