

- розвинену творчу уяву;
- стійку інформаційну систему, що розкриває сутність, структуру та види інноваційної освітньої діяльності;
- здатність цілеспрямовано генерувати нові, нестандартні ідеї за допомогою інтелектуальних засобів і механізмів самореалізації;
- психолого-педагогічні знання щодо розвитку та реалізації інноваційних процесів у системі освіти;
- спеціальні психолого-педагогічні методи, прийоми та засоби, використання яких дозволяє активно брати участь в інноваційній педагогічній діяльності.

Тому, в структурі професійної особистості педагога готовність до інноваційної діяльності є показником його здатності нетрадиційно вирішувати важливі для особистісного становлення проблеми.

#### Список використаних джерел:

1. Васюренко О.В. Ризик як складова економічних процесів // Фінанси України. – 2005. № 7. С.68–74
2. Управління інноваціями : навч. посібник / О.І. Гудоров, Л.І. Михайлова, І.О.Шарко, С.Г. Турчіна, О.В. Киричок. – Вид. 2-ге, доп. – Харків: «Діса плюс», 2016. – 266 с.
3. Управління проектами: навч. посібн. / уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.

## МІКРОКЛІМАТ У ТРУДОВОМУ КОЛЕКТИВІ ТА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

*Кононова О. В.*  
*Полтава, Україна*

**Науковий керівник:** *Пивовар Ніна Михайлівна* – доцент кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І. А. Зязюна Полтавського національного педагогічного університету імені В. Г. Короленка

Продуктивність роботи управлінця має багатофакторну залежність. Чинники, що впливають на процес менеджменту поділені на об'єктивні та суб'єктивні і не залежать цілком і повністю від особистісних якостей менеджера. Наш інтерес зумовлений дослідженням впливу мікроклімату у колективі на процес прийняття управлінських рішень як одиниці управлінської діяльності.

Мікроклімат в установі визначається та залежить від взаємної поваги, співпраці між працівниками як колегами, свідомого підпорядкування власної поведінки інтересам колективу, взаємодії управлінців і підлеглих. Соціальний мікроклімат відображає сумлінність співробітників, їх участь у процесах управління, врахування керівниками думки своїх підлеглих, дотримання правових та моральних норм, що регулюють статус кожного працівника [2, с. 74].

Моральний мікроклімат є важливим чинником для ефективної роботи. Товариськість, дружба, взаємопідтримка, глибока повага до кожного члена колективу створює позитивний психологічний мікроклімат у процесі діяльності та взаєминах між колегами.

Налагоджене харчування, санітарія, гігієна є невід'ємним елементом організації соціальних умов праці – факторів виробничого середовища.

На думку В. В. Третяченко, найважливішою ознакою управлінського рішення є його безпосередня спрямованість на організацію колективної праці. В. В. Третяченко вважає, що управлінське рішення можна визначити як «процес знаходження зв'язку між існуючим станом системи (організації) і бажаним станом, визначеним метою управління» [3, с. 29].

Робота зі створення сприятливих умов праці повинна мати комплексний системний характер. Вона розпочинається з проектування компаній і установ. Насамперед це стосується санітарно-гігієнічних та естетичних умов праці, що створюються під впливом розробленої техніки і технологій, архітектурного проектування і конструкції будівель, внутрішнього планування вузлів і пристроїв обслуговуючих приміщень, робочих меблів тощо.

Не менш важливим є розроблення заходів щодо проектування та поліпшення умов праці на діючих об'єктах. Праця тут є важливим елементом, проте особлива увага надається психофізіологічним, соціально-психологічним факторам, які формуються під впливом виконуваної роботи, міжособистісних стосунків, яких не може бути при проектуванні.

У міру того, як у сучасних економічних умовах все більше уваги надається активізації людського фактору, зростає роль соціально-психологічних умов, які сприяють посиленню мотивації праці та прагненню до більшої творчої діяльності фахівців [1, с. 34].

Комплексний підхід до забезпечення сприятливих умов праці знаходить відображення в спеціальних міжпрофесійних вимогах і нормативних документах.

Сприятливий психологічний клімат є результатом системної роботи керівників, психологів та всіх працівників закладу.

При порушенні позитивної атмосфери колективу визначають основну сферу занепокоєння: характеристики і фактори сприятливого і несприятливого психологічного мікроклімату, формування і поліпшення якого вимагають від психологів, емоційний стан людей, настрої та стосунки. Довіра є потужною універсальною силою, яка впливає майже на все, що відбувається в установі та у відносинах між її працівниками, є структурною та культурною характеристикою кожної організації.

Нові соціальні умови потребують розробки і нових системних підходів до ефективного управління організаціями та їх розвитком, що вимагає психологічної компетентності керівників, особливо в галузі психології ефективних управлінських рішень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бондарчук О.І. Взаємозв'язок розвитку організації та особистісного розвитку її працівників / О.І. Бондарчук // Психологічні умови розвитку конкурентоздатності організації: тези VI міжнародної наук.-практ. конф. З організаційної та економічної психології (м. Керч, 25–27 червня 2009 р.) / за наук. ред. Л.М. Карамушки. – К.: Наук. світ, 2009. – С. 62–64.
2. Геберт Д. Организационная психология. Человек и организация / Д. Геберт, Л.Фон Розенштиль ; [пер. с нем.]. – Харьков: Гуманитарный центр, 2006. – 624 с.

3. Управління проєктами: навч. посібн. / уклад.: Л.Є. Довгань, Г.А. Мохонько, І.П. Малик. – К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 420 с.

## ВАЖЕЛІ РЕКЛАМИ ТА PR-ТЕХНОЛОГІЙ В СУЧАСНІЙ ІННОВАТИЦІ

*Коритько О.С., Школяр С.П.  
Полтава, Україна*

Вплив важелів реклами та PR-технологій в сучасній економіці, яка базується на принципах інноватики вельми значний. Дані важелі мають узагальнюючі риси, незважаючи на те, що світова економіка сьогодення розвивається за різними напрямками, об'єднуючими рисами яких є інноваційність, системність, наявність проєктного підходу. Тому актуальним питанням є підготовка менеджерів до прийняття проєктних управлінських рішень [1] в будь-якій галузі, в тому числі в галузі реклами та PR-технологій. Така підготовка, зокрема, передбачає збір, обробку, аналіз достовірної інформації, пов'язаної як з матеріальними об'єктами, так і з об'єктами права інтелектуальної власності. Отже інформація є інструментом, який дозволяє менеджеру приймати зважені рішення, концептуально охоплюючи проблему, що представлена для реалізації [2].

Будь-яка галузь діяльності, зокрема діяльність в освітянському просторі потребує акцентування уваги на формуванні комунікаційних стратегій і тактик. Професійне та продумане просування освітніх послуг абітурієнтам, формування планів комунікаційної діяльності та ефективна організація реклами є потужними шляхом популяризації закладу вищої освіти. Ринок освітніх послуг – це система соціально-економічних відносин, що встановлюються між закладами вищої освіти та абітурієнтами з метою надання і отримання освітніх послуг. Цей ринок включає постійну конкуренцію за студентів, кращих викладачів, спонсорів та державну підтримку. Зараз ця боротьба стала досить серйозною. Виникла потреба у використанні сучасних технологій.

Для ефективного поширення інформації про освітні програми слід використовувати різноманітні комунікаційні технології. Кожна комунікаційна технологія – чи то реклама, пропаганда (маркетингові публікації) чи зв'язки з громадськістю (PR) – має свої особливості впливу на абітурієнта.

Реклама передбачає використання різноманітних медіа-носіїв [3]: друкована реклама (листівки, буклети, плакати, проспекти, довідники та ін.); зовнішня реклама (рекламні щити, банери, білборди, афіші, сіті-лайти та ін.); реклама в пресі (розміщення блокової і текстової реклами в ЗМІ); радіо- та телереклама; поштова реклама; сувенірна реклама (календарики, ручки, флаери, футболки з логотипом університету та ін.); інтернет-реклама.

PR – це використання інформації для впливу на громадську думку [4]. Метою PR-технологій в сфері освітніх послуг є створення відкритого діалогу та злагодженості між закладами освіти та громадськістю. Нині найпопулярнішим інструментом PR в освіті є сайт закладу освіти. Він не лише надає найповнішу інформацію, а й покращує позиціонування закладу, забезпечує впізнаваність «бренду» закладу та стимулює потенційних