



Наукові перспективи
Видавнича група

ISSN 2786-5274 (Print)
DOI:10.52058/2786-5274-2024-11(39)

*Ми їстимось за те, чому
немає цини в усьому світі —
за Батьківщину.
О. Довженко*



Наукові інновації та передові технології

СЕРІЯ "ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ"

СЕРІЯ "ЕКОНОМІКА"

СЕРІЯ "ПРАВО"

СЕРІЯ "ПЕДАГОГІКА"

СЕРІЯ "ПСИХОЛОГІЯ"

№ 11(39) 2024

Всеукраїнська Асамблея докторів наук із державного управління



у рамках роботи Видавничої групи «Наукові перспективи»

«Наукові інновації та передові технології»

(Серія «Управління та адміністрування», Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»)

Випуск № 11(39) 2024

Київ – 2024

Ukrainian Assembly of Doctors of Sciences in Public Administration



within the work of the Publishing Group «Scientific Perspectives»

«Scientific innovations and advanced technologies»

(Series «Management and administration», Series «Law», Series «Economics», Series «Psychology», Series «Pedagogy»)

Issue № 11(39) 2024

Kyiv – 2024



ISSN 2786-5274 Print

УДК 001.32:1 /3/(477)(02)

DOI: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11\(39\)](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11(39))

**«Наукові інновації та передові технології» (Серія «Управління та адміністрування»,
Серія «Право», Серія «Економіка», Серія «Психологія», Серія «Педагогіка»):
журнал. 2024. № 11(39) 2024. С. 2001.**

Рекомендовано до друку Президією Всеукраїнської Асамблеї докторів наук з державного управління (Рішення від 06.11.2024, № 6/11-24)

*Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації:
серія КВ № 24962-14902Р від 13.09.2021 р.*

Журнал видається за наукової підтримки: Інституту філософії та соціології Національної Академії Наук Азербайджану (Баку, Азербайджан), громадської організації «Асоціація науковців України», громадської організації «Християнська академія педагогічних наук України» та громадської організації «Всеукраїнська асоціація педагогів і психологів з духовно-морального виховання».



Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 30.11.2021 № 1290 журналу присвоєно категорію "Б" із права

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 01.02.2022 № 89 журналу присвоєно категорію "Б" із педагогіки

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 07.04.2022 № 320 журналу присвоєно категорію "Б" із економіки та державного управління

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 20.06.2023 № 768 журналу присвоєно категорію "Б" зі спеціальностей 073 - менеджмент, 076 - підприємництво та торгівля, 015 - професійна освіта

Згідно наказу Міністерства освіти і науки України від 23.08.2023 № 1035 журналу присвоєно категорію "Б" зі спеціальності 053 - психологія



Наукове видання включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus, міжнародної пошукової системи Google Scholar та до міжнародної наукометричної бази даних Research Bible.

Журнал заснований з метою розвитку вітчизняного наукового потенціалу у галузях державного управління, права, економіки, психології, педагогіки та його інтеграції у світовий науковий простір, шляхом оприлюднення результатів наукових досліджень.

Головний редактор:



Романенко Євген Олександрович — доктор наук з державного управління, професор, Заслужений юрист України, полковник Центрального науково-дослідного інституту Збройних Сил України, Президент громадської наукової організації «Всеукраїнська асамблея докторів наук з державного управління» (Київ, Україна)





Редакційна колегія:

- Абуселідзе Георгій - завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Батумського державного університету імені Шота Руставелі (Батумі, Грузія)
- Бахов Іван Степанович — доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри іноземної філології та перекладу Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Беньковська Наталя Борисівна — кандидат педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри мовної підготовки Інституту Військово-Морських Сил Національного університету "Одеська морська академія" (Одеса, Україна)
- Бельська Тетяна Валентинівна - доктор наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри менеджменту Інституту підготовки кадрів державної служби зайнятості (м. Київ, Україна)
- Бондар-Підгурська Оксана Василівна - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри менеджменту ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», (Полтава, Україна)
- Будник Вікторія Анатоліївна - кандидат економічних наук, професор, професор кафедри бізнес-логістики та транспортних технологій Державного університету інфраструктури та технологій (Київ, Україна)
- Гбур Зоряна Володимирівна - доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри управління охороною здоров'я та публічного адміністрування Національного університету охорони здоров'я України імені П.Л.Шупика (Київ, Україна)
- Дацій Олександр Іванович — доктор економічних наук, професор, Заслужений працівник освіти України, завідувач кафедри фінансів, банківської та страхової справи Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Дегтяр Олег Андрійович — доктор наук з державного управління, доцент, доцент кафедри менеджменту і адміністрування Харківського національного університету міського господарства ім. О. М. Бекетова (Харків, Україна)
- Демідова Юлія Євгенівна - кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки і психології управління соціальними системами Національного Технічного Університету «Харківський Політехнічний Інститут» (Харків, Україна)
- Дем'янишина Олеся Андріївна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів, обліку та економічної безпеки Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (Умань, Україна)
- Дранус Любов Сергіївна — кандидат економічних наук, доцент, оцент кафедри менеджменту Чорноморського національного університету імені Петра Могили
- Журавльова Лариса Петрівна — доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри психології Поліського національного університету (Житомир, Україна)
- Заячківська Оксана Василівна - кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів та економічної безпеки Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Ільїн Валерій Юрійович - доктор економічних наук, професор (Київ, Україна)
- Ільїна Анастасія Олександрівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри публічного управління і адміністрування Національного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)
- Ічанська Олена Михайлівна - кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Кайдашев Роман Петрович — доктор юридичних наук, професор, професор кафедри адміністративного, фінансового та банківського права Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Каламаж Руслана Володимирівна - доктор психологічних наук, професор, проректор з навчально-виховної роботи Національного університету «Острозька академія» (Рівне, Україна)
- Кардаш Оксана Любомирівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри комп'ютерних технологій та економічної кібернетики Навчально-наукового інституту автоматизації, кібернетики та обчислювальної техніки Національного університету водного господарства та природокористування (м. Рівне, Україна)
- Калашнік Наталія Василівна — кандидат педагогічних наук, доцент кафедри українознавства Вінницького національного медичного університету ім. М.І.Пирогова, (Вінниця, Україна) kalashnuknatalia@gmail.com
- Кобець Дмитро Леонтійович - кандидат економічних наук (доктор філософії), доцент Хмельницького національного університету, доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування (м. Хмельницький, Україна)
- Коваленко Олена Михайлівна - кандидат педагогічних наук, провідний науковий співробітник відділу профільного навчання Інституту педагогіки НАПН України (Київ, Україна)
- Корильчук Неоніла Іванівна – кандидат медичних наук, доцент кафедри терапії та сімейної медицини Тернопільського національного медичного університету імені І.Я.Горбачевського МОЗ України (Тернопіль, Україна)
- Корнієнко Петро Сергійович - доктор юридичних наук, доцент, адвокат, заступник першого проректора по роботі з коледжами, професор кафедри філософії та соціально-гуманітарних дисциплін Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)



- Кошова Світлана Петрівна — кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри управління охорони здоров'я Національної медичної академії післядипломної освіти імені П. Л. Шупика (Київ, Україна)
- Кравчук Володимир Миколайович — доктор юридичних наук, доцент, доцент кафедри конституційного, адміністративного та міжнародного права Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна)
- Кравчук Людмила Степанівна - кандидат педагогічних наук, доцент, професор кафедри фізичної терапії, ерготерапії, фізичної культури і спорту Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна», завідувач кафедрою фізичної терапії, ерготерапії, фізичної культури і спорту Хмельницького інституту соціальних технологій Університету "Україна" (Хмельницький, Україна)
- Литвиненко Віктор Іванович — доктор юридичних наук, професор, завідувач кафедри міжнародного права та порівняльного правознавства Навчального наукового інституту права Міжрегіональної академії управління персоналом (Київ, Україна)
- Лич (Назарук) Оксана Миколаївна - доктор психологічних наук, доцент, член-кореспондент української академії акмеології, член громадської спілки «Національна психологічна асоціація», доцент кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Марушева Олександра Анатоліївна - доктор наук з державного управління, доцент, завідувач кафедри публічного управління та інформаційного менеджменту ПВНЗ Університету Новітніх Технологій (м. Київ, Україна)
- Міхальський Томаш — доктор наук, доцент кафедри географії регіонального розвитку Гданського університету (Польща)
- Мізюк Вікторія Анатоліївна – кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету управління, адміністрування та інформаційної діяльності Ізмаїльського державного гуманітарного університету (Ізмаїл, Україна)
- Миргород-Карпова Валерія Валеріївна - кандидат юридичних наук, заступник директора з наукової роботи, старший викладач кафедри адміністративного, господарського права та фінансово-економічної безпеки Сумського державного університету (Суми, Україна)
- Непомняща Ірина Миколаївна - кандидат педагогічних наук, доцент кафедри теорії та методики дошкільної освіти Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»
- Новак-Каляєва Лариса Миколаївна — доктор наук з державного управління, професор, професор кафедри державного управління Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України (Львів, Україна)
- Огієнко Альона Володимирівна - доктор економічних наук, доцент кафедри організації авіаційних робіт та послуг Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Орлова Наталія Сергіївна - доктор наук з державного управління, професор кафедри державного управління, публічного адміністрування та регіональної економіки, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Харків, Україна)
- Павлов Костянтин Володимирович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри підприємництва і маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна)
- Павлова Олена Миколаївна - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки, підприємництва та маркетингу Волинського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, Україна)
- Пагута Тамара Іванівна - кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри загальної педагогіки та дошкільної освіти, директор Інституту педагогічної освіти Приватного вищого навчального закладу «Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука» (Рівне, Україна)
- Помиткін Едуард Олександрович — доктор психологічних наук, професор, провідний науковий співробітник Інституту педагогічної освіти і освіти дорослих імені Івана Зязюна НАПН України (Київ, Україна)
- Помиткіна Любов Віталіївна — доктор психологічних наук, професор, завідувач кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Приходькіна Наталія Олексіївна - доктор педагогічних наук, професор кафедри педагогіки, адміністрування і спеціальної освіти Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДЗВО «Університет менеджменту освіти» НАПН України (Київ, Україна)
- Савенко Олена Анатоліївна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту і права Дніпровського державного аграрно-економічного університету, членкиня громадської наукової організації "Фінансово-економічна наукова рада" (Київ, Україна)
- Сапожников Станіслав Володимирович - доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри педагогіки та психології Університету імені Альфреда Нобеля (Дніпро, Україна)
- Сопілко Ірина Миколаївна - доктор юридичних наук, професор, Відмінник освіти України, Заслужений юрист України, декан юридичного факультету Національного Авіаційного Університету (Київ, Україна)
- Титко Анна Василівна — кандидат юридичних наук, провідний науковий співробітник Національної академії внутрішніх справ (Київ, Україна)





- Трушкіна Наталія Валеріївна — кандидат економічних наук, член-кореспондент Академії економічних наук України, дійсний член Центру українсько-європейського наукового співробітництва, старший науковий співробітник відділу проблем регуляторної політики та розвитку підприємництва, Інститут економіки промисловості НАН України (Київ, Україна)
- Турчинова Ганна Володимирівна — кандидат педагогічних наук, доцент, декан факультету природничо-географічної освіти та екології Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова (Київ, Україна)
- Фаловська Ірина Дмитрівна - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри педагогіки та психології Комунального закладу вищої освіти «Луцький педагогічний коледж» (Луцьк, Україна)
- Хохліна Олена Петрівна — доктор психологічних наук, професор, професор кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Чепурна Мирослава Володимирівна - кандидат педагогічних наук, доцент, завідувачка кафедри іноземних мов та міжнародної комунікації Черкаського державного технологічного університету (Черкаси, Україна)
- Чернуха Надія Миколаївна — доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри соціальної реабілітації та соціальної педагогіки Київського національного університету імені Тараса Шевченка (Київ, Україна)
- Якимчук Аліна Юріївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри державного управління, документознавства та інформаційної діяльності Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)
- Яковицька Лада Савелівна — доктор психологічних наук, доцент, професор кафедри авіаційної психології Національного авіаційного університету (Київ, Україна)
- Якушева Оксана Вікторівна — кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва Черкаського державного технологічного університету (Черкаси, Україна)

Статті розміщені в авторській редакції. Відповідальність за зміст та орфографію поданих матеріалів несуть автори.

© автори статей, 2024
© Всеукраїнська Асамблея
докторів наук із державного управління, 2024
© Видавнича група «Наукові перспективи», 2024





ЗМІСТ

СЕРІЯ «Управління та адміністрування»

Романенко Є.О., Трушкіна Н.В. <i>МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ В ОРГАНІЗАЦІЯХ</i>	22
Антипенко І.В., Заглинський С.В. <i>ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ РЕАЛІЗАЦІЇ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО СТАТУСУ ДЕРЖАВНОГО СЛУЖБОВЦЯ В УКРАЇНІ</i>	50
Бельська Т.В. <i>ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОДУКТИВНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ПАНДЕМІЧНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ</i>	59
Богданенко А.І. <i>ПАРАДИГМА МІЖДИСЦИПЛІНАРНИХ ЗВ'ЯЗКІВ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ І ХРИСТІЯНСЬКОЇ ТЕОЛОГІЇ: ЛОГІКА ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ НАУКОВОГО ЗНАННЯ</i>	69
Головня Ю.І., Паладійчук С.Б., Губа М.І. <i>СТРАТЕГІЯ ФОРМУВАННЯ МІНІЦИПАЛЬНОГО БРЕНДУ</i>	84
Гончаренко В.С. <i>ФОРМИ І МЕТОДИ УЧАСТІ ГРОМАДСЬКОСТІ У НАЦІОНАЛЬНОМУ ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ</i>	95
Єсенніков К.В. <i>ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШІ У РОБОТІ СТРУКТУР МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ (ІНОЗЕМНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД)</i>	105
Косач І.А., Мазун Р.В. <i>ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ФАРМАЦЕВТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В КОНТЕКСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я</i>	117
Кравченко М.В. <i>СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НОРМАТИВНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ</i>	127
Липовська Н.А., Сахарова К.О. <i>ПРІОРИТЕТИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я</i>	140





Мартинюк В.П., Цигилик Н.В. <i>СИНЕРГЕТИЧНІ ВПЛИВИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ НІМЕЧЧИНИ, ВЕЛИКОБРИТАНІЇ, ПОЛЬЩІ ТА УКРАЇНИ</i>	150
Медведчук А.О. <i>РИЗИКИ І ВИКЛИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНИХ ПРОЕКТІВ З БУДІВНИЦТВА ОКРЕМИХ ОБ'ЄКТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	162
Назаренко А.М. <i>СУЧАСНІ АСПЕКТИ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ ДО РОЗВИТКУ МІСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ</i>	175
Пукір Д.О. <i>ЕКОНОМІЧНІ МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНОЮ ЕКОНОМІКОЮ</i>	185
Сидоренко Н.С. <i>ІНСТИТУЦІЙНА СПРОМОЖНІСТЬ ЯК ДРАЙВЕР ПУБЛІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	195
Стороженко Л.Г., Охріменко В.О. <i>РОЛЬ ЦИФРОВИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ</i>	208
Чумакова Г.В., Мінчев С.І. 219 <i>АНАЛІЗ ПРАКТИК ЗАСТОСУВАННЯ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В КРАЇНАХ ЄС ТА УКРАЇНІ</i>	
Чуприк А.В., Мартинюк Г.Ф. <i>ПЕРЕВАГИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДІЛОВОДСТВА У ДІЯЛЬНОСТІ АРХІВНИХ УСТАНОВ</i>	234
Шарий В.І., Самойленко Л.Я., Мельник Д.Я. <i>ЗОВНІШНЬОПОЛІТИЧНІ МЕХАНІЗМИ ЄС В СУЧАСНИХ УМОВАХ: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ</i>	247
Алієв Т.В. <i>ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЄКТНИХ КОМАНД У ЕЛЕКТРОННІЙ ПРОМИСЛОВOSTІ</i>	261
Васін А.І. <i>ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІНФРАСТРУКТУРНИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ</i>	272
Германюк Н.В., Карпенко О.С. <i>ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА</i>	290
Германюк Н.В., Мазуренко С.В. <i>ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ</i>	299



- Другова О.С., Кіриченко С.В., Павлій К.В.** 316
РОЛЬ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ В АНТИКРИЗОВОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПІСЛЯВОЄННОЇ УКРАЇНИ
- Жданова-Неділько О.Г., Большая О.В., Іщенко І.С., Білай Д.В.** 326
СУПЕРЕЧНОСТІ САМОАКТУАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ Й КОМАНДНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПРОФЕСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ
- Ільчук П.Г., Суховарова-Жорнова І.А., Коць О.Р.** 338
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПРОЕКТАХ, ЯКІ РЕАЛІЗУЮТЬСЯ НА ЗАСАДАХ ПУБЛІЧНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА
- Кібік О.М., Ковиркіна О.В.** 351
АКТИВІЗАЦІЯ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ПРОЄКТНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
- Кібік О.М., Корнілова О.В., Нетребський Д.Ю.** 360
ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
- Красностанова Н.Е., Камінський Д.М.** 369
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЯК ФАКТОРА СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ
- Лазоренко Л.В., Гринчак Н.А.** 381
СУЧАСНІ МЕТОДИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ
- Малярчук І.І., Процайло М.М.** 393
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА: ВИКЛИКИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ
- Паркулаб Т.І., Дутчак О.І., Шикеринець В.В., Федорак В.В., Жук О.І.** 402
ЗАПОБІГАННЯ ТРАВМАТИЗМУ В ТРАНСПОРТНІЙ ЛОГІСТИЦІ: ЗАХОДИ БЕЗПЕКИ ТА ОХОРОНИ ПРАЦІ
- Рак А.В.** 412
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІТ КОМПАНІЙ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА
- Смірнов Р.В., Охріменко І.М.** 425
УПРАВЛІНСЬКА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КЕРІВНИКА СУЧАСНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ: СУТНІСТЬ ТА КОМПОНЕНТИ
- Філіппов В.Ю., Перевозна М.О., Войцеховський Р.Е.** 442
ВПЛИВ ФАКТОРІВ ТА ІНСТРУМЕНТІВ УПРАВЛІННЯ КАДРАМИ НА СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ
- Янків М.Д.** 456
ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ Й ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ УПРАВЛІННЯ : НОВІ МОЖЛИВОЇ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ БЕЗПЕКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ



СЕРІЯ «Право»

Жукова І.В. <i>ОКРЕМІ ПИТАННЯ ІЗ УДОСКОНАЛЕННЯ НОРМАТИВНОГО ВРЕГУЛЮВАННЯ ПРАВОВІДНОСИН У СФЕРІ ЗАГАЛЬНОЇ СЕРЕДНЬОЇ ОСВІТИ</i>	465
Аванесян К.А. <i>НАУКОВІ ПІДХОДИ ЩОДО ВИКЛИКІВ У СФЕРІ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ</i>	476
Баганець О.О. <i>ПРАВОВІ ОСНОВИ РЕГУЛЮВАННЯ ТРАНСПЛАНТОЛОГІЇ В УКРАЇНІ</i>	486
Берч В.В. <i>ПРАВОВІ АСПЕКТИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ КРИЗЬ ПРИЗМУ ТИПОВОГО ЗАКОНУ ЮНСІТРАЛ ПРО ЕЛЕКТРОННУ ТОРГІВЛЮ</i>	496
Василик В.В. <i>ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ПРОБАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	509
Василів С.С. <i>ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ АДВОКАТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІСПАНІЇ</i>	518
Герасименко О.М. <i>ОСОБЛИВОСТІ ДОСУДОВОГО РОЗСЛІДУВАННЯ КРИМІНАЛЬНИХ ПРАВОПОРУШЕНЬ НА ОБ'ЄКТАХ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТИ</i>	525
Гомонай В.В. <i>ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В ЕПОХУ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ</i>	544
Дешко Л.М., Васильченко О.П., Лотюк О.С. <i>ЛЮСТРАЦІЯ ЯК ВИД КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТА ВІДШКОДУВАННЯ МОРАЛЬНОЇ ШКОДИ, ЗАВДАНОЇ В РЕЗУЛЬТАТІ ПОРУШЕННЯ ПРАВА ОСОБИ НА УЧАСТЬ В УПРАВЛІННІ ДЕРЖАВНИМИ СПРАВАМИ: ПРАКТИКА ЄСПЛ У СПРАВАХ ПРОТИ УКРАЇНИ</i>	554
Дробіна І.О. <i>ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ МАЙНА, ЩО НАДІЙШЛО ДО ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ ЯК ВОЛОНТЕРСЬКА ДОПОМОГА</i>	567
Капустіна М.В. <i>СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ ОРГАНІВ КРИМІНАЛЬНОЇ ЮСТИЦІЇ</i>	577
Кішінець Ю.А. <i>КРИМІНАЛЬНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ У СФЕРІ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН: ПРОБЛЕМИ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ТА КЛАСИФІКАЦІЇ</i>	586



Наджафлі Емін <i>ВТІЛЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЕЛЕКТРОННОГО СУДУ В ЗАКОНОДАВСТВІ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ІСТОРИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ</i>	602
Петрушин Б.Б. <i>ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА У СУЧАСНОМУ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОМУ ДИСКУРСІ</i>	616
Піфко О.О. <i>ОКРЕМІ ПРОБЛЕМИ ГАРАНТУВАННЯ РЕЧОВИХ ПРАВ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО В УКРАЇНІ</i>	629
Правдюк А.Л. <i>ІНФОРМАЦІЙНИЙ СУВЕРЕНІТЕТ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ</i>	639
Романенко Л.М., Сьох К.Я. <i>ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ СТАНОВЛЕННЯ СУЧАСНОГО КОНСТИТУ- ЦІОНАЛІЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ</i>	652
Салівончик О.С., Стрельченко О.Г. <i>АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ, ЯКІ ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ РОБОТУ АЗАРТНИХ ІГОР</i>	662
Скриньковський Р.М. <i>УПРАВЛІННЯ ДЕРЖАВНОЇ ОХОРОНИ УКРАЇНИ У ЗАГАЛЬНОДЕРЖАВНІЙ СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОГО СПРОТИВУ</i>	671
Турчин-Кукаріна І.В., Парфанович Б.Я., Парфанович І.І. <i>СПОРТИВНІ СЕКЦІЇ ЯК КОМПОНЕНТ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ І СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ</i>	682
Ховпун О.С., Домбровська О.В. <i>ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ГУМАНІТАРНОГО ПРАВА ЩОДО ЗАХИСТУ КУЛЬТУРНИХ ЦІННОСТЕЙ У ЗАКОНОДАВСТВО УКРАЇНИ</i>	693
Хоменко О.В. <i>ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У МІЖНАРОД- НОМУ ГУМАНІТАРНОМУ ПРАВІ</i>	702
Ювсечко Я.В., Морська Н.Л., Муравйова І.А. <i>ПРИНЦИПИ ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ У ГЛОБАЛІЗОВАНОМУ СВІТІ: ВАЖЛИВІСТЬ ТА ШЛЯХИ ВПРОВАДЖЕННЯ</i>	712
Юник І.Г. <i>ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОБОРОНОЗДАТНОСТІ ДЕРЖАВИ</i>	726



СЕРІЯ «ЕКОНОМІКА»

- Ткачук В.А., Мединська Н.В., Новаковська І.О., Костюк Т.О.** 733
ІНТЕГРАЦІЯ СОЦІАЛЬНИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ
- Безпаленко О.В.** 750
ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ДЕРЖАВИ: ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК МІЖ БОРГОВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ, БЮДЖЕТНОЮ ЗБАЛАНСОВАНІСТЮ ТА СОЦІАЛЬНИМИ ДИСПРОРЦІЯМИ
- Белкін І.В.** 764
ЕСТЕТИКА ТА ДИЗАЙН ТОВАРІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ
- Білоусько Т.Ю., Шовкун-Заблоцька Л.В.** 777
ІННОВАЦІЙНІ ЗАСАДИ ОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ В ТВАРИННИЦТВІ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГАЛУЗІ
- Вознюков Є.В.** 791
МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ВПЛИВУ ІНСТИТУЦІЙНОЇ ВОЛАТИЛЬНОСТІ НА РИНОК ПРАЦІ РЕГІОНУ
- Войтко С.В., Хмарський А.В., Юрчишин О.Я., Степанець О.В.** 804
ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ ПОСЛУГ ЦИФРОВОГО ХАБУ ДЛЯ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ
- Галега В.В.** 819
ПРОБЛЕМАТИКА РОЗРОБКИ ЕФЕКТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДТРИМКИ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ
- Голик Р.Ю., Мар'єнко В.В.** 830
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КРИТЕРІЇВ ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЗАЄМОДІЇ ВИРОБНИЧИХ СТРУКТУР
- Демченко Т.А.** 843
ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ В УКРАЇНІ
- Джога О.В., Благополучна А.Г., Босецька Н.Г.** 854
ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ФЕРМЕНТАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ
- Дмитришин М.І., Пшик Р.В.** 862
МОДЕЛІ ОЦІНКИ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ВИРОБНИЧОЇ СИСТЕМИ
- Ємцев В.І., Слободянюк Н.М., Ємцева Г.Ф.** 875
ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ АКВАКУЛЬТУРИ ЯК ФАКТОР ВІДРОДЖЕННЯ РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ



Ємцев В.І., Ємцева Г.Ф., Шпакович В.І. <i>ВНЕСОК ВІТЧИЗНЯНОГО ПТАХІВНИЦТВА У ФОРМУВАННЯ РЕСУРСНОЇ БАЗИ М'ЯСОПРОДУКТОВОГО ПІДКОМПЛЕКСУ АПК УКРАЇНИ</i>	885
Живко З.Б., Лелюк Н.Є., Родченко С.С., Родченко О.В. <i>РОЛЬ СТРАХОВИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ В ВОЄННИЙ ЧАС</i>	896
Іоанно В.В. <i>БІЗНЕС-КОНСУЛЬТУВАННЯ У СФЕРІ ФІНАНСОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ НА ШЛЯХУ ДО ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ</i>	905
Ковальчук А.М., Сафонік Н.П. <i>СТРАТЕГІЧНІ ДЕТЕРМІНАНТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРО- МОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В КОНТЕКСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЄКТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	921
Кравченко М.О., Немировський Ф.В. <i>ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА»</i>	932
Кулиняк І.Я. <i>ТЕРИТОРІАЛЬНА СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ УКРАЇНИ У СФЕРІ ТУРИЗМУ: ЧИННИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ</i>	944
Лапін А.В., Грінчук І.О., Українець В.Р. <i>ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕСУ</i>	956
Михаліцька Н.Я., Яцик М.Р. <i>ОСНОВНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ</i>	969
Онофрійчук О.П., Коваль Л.А., Яковлєв В.Ю., Підгрушний В.А., Семенюк В.П., Авдейчик О.М. <i>ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА: ПРОБЛЕМИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ВІЙНИ</i>	980
Перетятко Л.А. <i>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ У СВІТЛІ БІЗНЕС- ДЕМОГРАФІЇ</i>	989
Писаренко Н.В., Ярошенко Ю.О. <i>ЗАСТОСУВАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ НЕЙРОМАРКЕТИНГУ У ФОРМУВАННІ СТРАТЕГІЇ БРЕНДУ</i>	1005
Сагайдак-Нікітюк Р.В., Нікітюк В.Г. <i>АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕКОЛОГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА</i>	1019
Смачило В.В., Рудаченко О.О. <i>СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНЕ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ</i>	1034



Тесак О.В. <i>МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ: ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ</i>	1044
Філюк Н.В. <i>СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО СТАБІЛЬНОСТІ ТА РОЗВИТКУ</i>	1052
Хайло Я.М. <i>РОЗВИТОК МОНІТОРИНГОВОГО КОНТРОЛЮ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ ЖИТТЄЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІСТ</i>	1060
Хомайко Є.І. <i>МІЖНАРОДНІ ІНВЕСТИЦІЇ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ, КЛЮЧОВІ ПРОЕКТИ ТА НОВІ МОЖЛИВОСТІ</i>	1070
Чупрун Є.І. <i>ВИДИ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ СТРУКТУР В ІТ-КОМПАНІЯХ</i>	1083
Чучман І.-Б.А. <i>ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПОТЕНЦІАЛ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ В УМОВАХ ДИНАМІЧНИХ ЗМІН: АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ФАКТОРІВ</i>	1095
Шовкун-Заблоцька Л.В., Золотарьова С.А. <i>ЕКОЛОГО-ЕКОНОМІЧНІ ВИМОГИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПІДХОДІВ ТА КЛЮЧОВІ ПРИНЦИПИ</i>	1106

СЕРІЯ «Педагогіка»

Burlimova V.M. <i>FEATURES OF THE PROFESSIONAL TRAINING OF FUTURE SPECIALISTS IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS</i>	1115
Чепка О.В. <i>CORRECTIVE AND DEVELOPMENTAL WORK WITH CHILDREN WITH SPEECH DISORDERS IN THE CONDITIONS OF INCLUSIVE EDUCATION</i>	1122
Glushanytsia N.V., Erman Akilli <i>BASIC PRINCIPLES OF MILITARY LANGUAGE TRAINING IN UKRAINIAN MILITARY INSTITUTIONS</i>	1134
Pashchenko O.A., Koroviaka Ye.A., Kaliuzhna T.M., Khomenko V.L., Rastsvietaiev V.O. <i>THE INFLUENCE OF MODERN TECHNOLOGIES ON THE EDUCATIONAL PROCESS</i>	1145
Shenderuk O.B., Perminova V.A., Lytvyn S.V. <i>NINE LEVELS OF LEARNING (ROBERT GAGNÉ MODEL) IN FOREIGN LANGUAGE TEACHING: STRATEGIES AND APPROACHES</i>	1158



- Біда О.А., Чичук А.П., Кучай Т.П., Дутка Г.Я.** 1168
*ВПРОВАДЖЕННЯ ЗАСОБІВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ДЛЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ*
- Бойко О.М.** 1178
*ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ
СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ: ДОСВІД ЄС*
- Васильєва С.А.** 1190
*ТЕХНОЛОГІЯ МЕТОДИЧНОГО СУПРОВОДУ ПЕДАГОГІВ ТА БАТЬКІВ
ДІТЕЙ РАНЬОГО І ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ У ЦИФРОВОМУ ОСВІТНЬОМУ
СЕРЕДОВИЩІ*
- Ващенко В.В.** 1202
ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ОСВІТИ ДОРОСЛИХ У КРАЇНАХ БАЛТІЇ
- Войтюк І.В.** 1215
*МИСТЕЦТВО СТВОРЕННЯ ЕСТЕТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА ЛАНДШАФТНОГО
ДИЗАЙНУ ДІТЬМИ СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ*
- Гонтаренко І.С.** 1225
*ВПЛИВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЯКІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ В УНІВЕРСИТЕТАХ КИТАЮ ТА УКРАЇНИ*
- Гуцуляк Л.І.** 1234
СОЦІАЛЬНЕ ПРОЄКТУВАННЯ У ВОЛОНТЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
- Демчик Н.О.** 1241
*СТАТЕНЕ ВИХОВАННЯ ЯК НЕВІДЄМНИЙ КОМПОНЕНТ У ПІДГОТОВЦІ
УЧНІВ ДО СТВОРЕННЯ СІМ'Ї У СКАНДИНАВСЬКИХ КРАЇНАХ*
- Дзинглюк О.С., Стадній А.С., Печарська В.П.** 1252
*ІНТЕРАКТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В НАВЧАННІ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ДЛЯ
ПІДВИЩЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ МОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ*
- Димовська А.К.** 1260
*ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ПРИЙОМІВ ДРАМАТИЧНОГО ВИХОВАННЯ НА УРОКАХ
ПОЗАКЛАСНОГО ЧИТАННЯ В ПОЧАТКОВІЙ ШКОЛІ*
- Жукова Ю.В.** 1272
*КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ КОМУНІКАЦІЇ У ФАХОВІЙ
ПЕРЕДВИЩІЙ ОСВІТІ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА*
- Ігнатенко О.В., Самусь Т.В., Ігнатенко Г.В.** 1280
*ЗДІЙСНЕННЯ КОНТРОЛЮ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ СТУДЕНТІВ ПЕДА-
ГОГІЧНИХ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ*
- Каніболоцька О.А., Бородкіна А.А.** 1293
*ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ СТАРШО-
КЛАСНИКІВ З ІСПАНСЬКОЇ МОВИ*





- Кінд-Войтюк Н.В.** 1305
*УКРАЇНСЬКИЙ ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ, КОМПОЗИТОР,
ПЕДАГОГ, ГОЛОВА ТОВАРИСТВА «ПРОСВІТА»: АНАТОЛЬ ВАХНЯНИН*
- Ключник Р.М., Шолокова Г.В., Кулько В.А.** 1313
*ВИКОРИСТАННЯ МАСМЕДІА У ВИКЛАДАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ЗДО-
БУВАЧАМ ВИЩОЇ ОСВІТИ ГАЛУЗІ ЗНАНЬ «СФЕРА ОБСЛУГОВУВАННЯ»*
- Козак Л.В., Гірченко Т.В.** 1321
*СУЧАСНІ ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ МЕДІАГРАМОТНОСТІ У ДІТЕЙ
СТАРШОГО ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ*
- Кузнецов Р.М.** 1334
*КОМПЛЕКСНИЙ ПІДХІД ДО ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У ПРОФЕСІЙНІЙ ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ (СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ
«БУДІВНИЦТВО ТА ЗВАРЮВАННЯ»)*
- Кучай О.В., Сопіга М.О.** 1349
*ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
ЛОГІСТИКИ У МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ІНФОКОМУНІКАЦІЙ*
- Ладонько Л.С., Скорик Т.В. Духвин К.Д.** 1359
*ПОЗАШКІЛЬНА МИСТЕЦЬКА ОСВІТА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ
СЬОГОДЕННЯ*
- Лесіна Т.М., Панченко І.В.** 1372
*ТЕОРЕТИЧНИЙ БАЗИС ТА МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ
СТУДЕНТІВ ДО МІЖКУЛЬТУРНОЇ ВЗАЄМОДІЇ В ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ
ФРАНЦУЗЬКОЇ МОВИ*
- Леськів-Бондарчук Г.В.** 1381
*РОЛЬ СПЕЦКУРСУ В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ З ФІЗИЧНОГО ВИХОВАННЯ
ДО СПОРТИВНО-ОЗДОРОВЧОЇ РОБОТИ З ЛЮДЬМИ ТРЕТЬОГО ВІКУ*
- Литвиненко Я.О., Сидоренко Н.В., Марєєв Д.А.** 1389
*ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА
ЗАКЛАДУ ОСВІТИ ЗАСОБАМИ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ*
- Ломака О.С.** 1397
*СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТ-
НОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НА УРОКАХ «Я ДОСЛІДЖУЮ СВІТ»*
- Мамиченко С.А., Ковалевський І.С.** 1406
*ПЕДАГОГІЧНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ ШЛЯХИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ
МОТИВАЦІЇ ДО НАВЧАННЯ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ У ЗВО*
- Марєєва Т.В., Марєєв Д.А.** 1417
*ФОРМУВАННЯ ІНШОМОВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В ДІТЕЙ СТАРШОГО
ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ НА ЗАСАДАХ ІНТЕГРОВАНОГО ПІДХОДУ*



- Маринченко Є.О., Ситніков О.М., Галісевич В.Г.** 1435
ВИКОРИСТАННЯ STEM ТЕХНОЛОГІЙ ТА НАВЧАЛЬНИХ ЗАСОБІВ У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ
- Мартиненко С.М., Довгий В.М.** 1442
ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ ОСОБИСТОСТІ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ
- Москаленко А.М.** 1455
УНІВЕРСИТЕТСЬКІ СТУДІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА СПІВПРАЦІ ПРОФЕСОРСЬКО-ВИКЛАДАЦЬКОГО СКЛАДУ І ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
- Олійник Т.І.** 1469
ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ НА УРОКАХ МИСТЕЦТВА З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ
- Павленко О.А.** 1477
КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ-ЗВ'ЯЗКІВЦІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ
- Постова С.А., Мисюк О.Ю., Черняк Ю.Г.** 1486
STEM-ОСВІТА ЯК КЛЮЧ ДО РОЗВИТКУ ЛІДЕРІВ МАЙБУТНЬОГО: ФОРМУВАННЯ КЛЮЧОВИХ НАВИЧОК
- Приходькіна Н.О.** 1499
ТЬЮТОРИНГ В ОСВІТІ ДОРΟΣЛИХ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
- Рускуліс Л.В., Грибович С.М., Рускуліс А.В.** 1515
ВИКОРИСТАННЯ УСЕМЕРЕЖЕВИХ ПЛАТОРМ У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ЕЛЕКТИВНИХ КУРСІВ: ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ
- Свиридюк В.П.** 1527
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНО СПРЯМОВАНОЇ ПИСЕМНОМОВЛЕННЄВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ НІМЕЦЬКОЇ МОВИ ПІД ЧАС САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ
- Сосік О.Д.** 1537
ЕТНОДИЗАЙН І FOLK DESIGN ЯК ПРОЄКТНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ПІДГОТОВЦІ ХУДОЖНИКІВ ДЕКОРАТИВНО-ПРИКЛАДНОГО МИСТЕЦТВА
- Сторонська О.С., Кравець С.Ф.** 1547
ПРІОРИТЕТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МУЗИКОТЕРАПЕВТІВ В НАУКОВО-ПЕДАГОГІЧНІЙ ДУМЦІ США ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТОЛІТТЯ
- Філімонова Т.В.** 1557
ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ ДО ФОРМУВАННЯ В УЧНІВ ПРИРОДНИЧОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗАСОБАМИ ІНТЕРАКТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ





- Фоміна Л.В.** 1569
ПЕДАГОГІЧНА ТЕХНІКА ВИКЛАДАЧА МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ
- Царенко В.А.** 1578
КРИТЕРІЇ СФОРМОВАНOSTІ ХУДОЖНЬОГО СВІТОГЛЯДУ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА МУЗИЧНОГО МИСТЕЦТВА
- Чорноус В.П.** 1586
ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ СПРЯМОВАНOSTІ ОСОБИСТOSTІ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ
- Шевчук Г.Й.** 1594
ІНДИВІДУАЛЬНА ОСВІТНЯ ТРАЄКТОРІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПУ СТУДЕНТОЦЕНТРИЗМУ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ
- Шостачук Т.В., Петухова Т.А., Денисенко А.О., Трегуб А.М., Піддубна О.М.** 1602
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ У СВІТІ ТА В УКРАЇНІ
- Яремович М.А.** 1612
ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ СОЛІДАРНОСТІ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ НУШ

СЕРІЯ «Психологія»

- Андрусик О.О.** 1623
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОЇ ОБДАРОВАНOSTІ
- Белякова С.М., Гожельник Т.Є.** 1635
ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНОЇ ГОТОВНОСТІ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ
- Белякова С.М., Захаренкова Ю.М.** 1646
ОСОБЛИВОСТІ КОРЕКЦІЇ ЕМОЦІЙНИХ СТАНІВ ЛЮДЕЙ ДОРΟΣЛОГО ВІКУ В УМОВАХ ВІЙНИ
- Белякова С.М., Ткачук Н.В.** 1657
ОСОБЛИВОСТІ КОРЕКЦІЇ ТА ПРОФІЛАКТИКИ ПОЯВИ СУЇЦИДАЛЬНИХ НАМІРІВ У ДОРΟΣЛИХ
- Богдановський С.О.** 1669
ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ЖИТТЄЗДАТНОСТІ ТА ДОЛАЮЧОЇ ПОВЕДІНКИ У ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ
- Бочелюк В.Й., Панов М.С., Сорока Д.Г.** 1679
ЗАГАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО НАДАННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ ПРИ ОСОБИСТІСНИХ КРИЗАХ
- Бульченко Д.В.** 1691
АКТИВНЕ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНЕ ПІЗНАННЯ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ОСОБИСТІСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАЙБУТНІХ ПСИХОЛОГІВ



- Гапоненко Л.О.** 1704
РЕФЛЕКСІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ЯК ФУНДАМЕНТАЛЬНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ДІАЛОГІЧНОГО СПІЛКУВАННЯ
- Горенко М.В.** 1716
СПЕЦИФІКА КОМУНІКАТИВНИХ ПРОБЛЕМ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ В КРАЇНІ
- Грищенко М.В., Сидорович О.І., Ільченко Р.М.** 1725
ПСИХОЛОГІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА САМОРЕАЛІЗАЦІЯ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В УКРАЇНСЬКОМУ ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ
- Гуляк У.М.** 1741
РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДИНАМІКИ МОТИВАЦІЙНО-ЦІННІСНИХ ДЕТЕРМІНАНТ БОЙОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗС УКРАЇНИ ПРИЗВАНІХ ПО МОБІЛІЗАЦІЇ НА ОСОБЛИВИЙ ПЕРІОД
- Джеджера О.В., Джеджера К.В.** 1755
ВЗАЄМИНИ З ВИКЛАДАЧЕМ ЯК ЧИННИК ВПЛИВУ НА ЕМОЦІЙНІ ПЕРЕЖИВАННЯ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ
- Запорожцев Є.Г.** 1767
ПРОФЕСІЙНА ЗРІЛІСТЬ ПРАЦІВНИКА МОРЕГОСПОДАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ЯК ЧИННИК СТУПЕНЯ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ
- Каландирець М.С.** 1783
ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРАННЯ ПЕДАГОГІВ ЗАКЛАДІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ
- Католик Г.В.** 1792
ШЛЯХИ АКТИВІЗАЦІЇ ОСОБИСТІСНИХ РЕСУРСІВ У СКЛАДНИХ ЖИТТЄВИХ СИТУАЦІЯХ: ВІКОВИЙ АСПЕКТ
- Козлова А.Г., Лейбенко Я.В.** 1803
ФОРМУВАННЯ БЕЗПЕЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ В ІНТЕРНЕТІ
- Лич О.М., Кожушко К.П.** 1813
КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ
- Матвієнко Д.С.** 1826
ІНДИВІДУАЛЬНА БЕСІДА: ПРИЙОМИ, СУТЬ ТА ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ В ІНДИВІДУАЛЬНІЙ РОБОТІ ВІЙСЬКОВОГО ПСИХОЛОГА З ВІЙСЬКОВО-СЛУЖБОВЦЯМИ
- Олійник І.В.** 1835
ПОЄДНАННЯ ЛОГО- ТА АРТТЕРАПЕВТИЧНИХ КОНЦЕПТІВ У ПСИХОТЕРАПЕВТИЧНІЙ РОБОТІ З ЕКЗИСТЕНЦІЙНОЮ КРИЗОЮ
- Оріщенко О.А., Фучіжі С.А.** 1850
ЖИТТЄСТІЙКІСТЬ ТА СМИСЛОЖИТТЄВІ ОРІЄНТАЦІЇ МАТЕРІВ ДІТЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ: ІНДИВІДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ





- Симоненко С.М., Костюніна О.В., Кузнецова Л.В.** 1865
ІНТЕГРАЛЬНІ СОЦІАЛЬНО – ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ПРОФЕСІЙНОГО ВИГОРЯННЯ ФАХІВЦІВ АДВОКАТУРИ
- Стадник В.А.** 1880
МОДЕЛЬ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ АДАПТОВАНOSTІ НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ ДО СТРЕСО-ГЕННИХ ФАКТОРІВ ВІЙНИ
- Хараджи М.В., Карпик Л.М.** 1890
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ СТРАХІВ ДІТЕЙ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ, ЩО ВИКЛИКАНІ ВІЙНОЮ
- Хараджи М.В., Постернак О.А.** 1903
ПОДОЛАННЯ ДЕСТРУКЦІЙ ПСИХОЛОГІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ ЖІНОК-БІЖЕНОК ЗАСОБАМИ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
- Хрущ О.В.** 1916
ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ РОЗРОБКИ МЕТОДІВ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНЦЕНТРАЦІЇ УВАГИ В ПРОЦЕСІ ЦІЛЕСПРЯМОВАНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
- Шаумян О.Г., Нікулічев О.Ю.** 1929
ВЕКТОРИ ФОРМУВАННЯ ПРАВОСВІДОМОСТІ І САМОЗМІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ ЗАКЛАДІВ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ
- Шевченко А.В.** 1942
ВПЛИВ КОЛЬОРІВ НА НАСТРІЙ ТА ЕМОЦІЇ ЛЮДИНИ
- Шевченко В.В.** 1950
ОСОБЛИВОСТІ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ ОФІЦЕРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГВАРДІЇ УКРАЇНИ ДО РИЗИКУ В УМОВАХ ВИКОНАННЯ СЛУЖБОВО-БОЙОВИХ ЗАВДАНЬ
- Шиловська О.М.** 1962
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ТОЛЕРАНТНОСТІ ДО НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ПЕДАГОГІВ РІЗНОГО ВІКУ В УМОВАХ ВІЙНИ
- Шиловська О.М.** 1975
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ СТРЕСОСТІЙКОСТІ ПЕДАГОГІВ ЯК ЧИННИКА РОЗВИТКУ ЖИТТЄВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ
- Шоу Біньбінь** 1989
ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ЕТНІЧНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ



УДК 7.012:111.852

[https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11\(39\)-764-776](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-11(39)-764-776)

Белкін Ігор Володимирович кандидат педагогічних наук, доцент кафедри аграрного менеджменту та маркетингу, Вінницький національний аграрний університет, вул. Пирогова 3, м. Вінниця, 21037, тел.: (067) 431-60-79, <https://orcid.org/0000-0003-0403-8420>

ЕСТЕТИКА ТА ДИЗАЙН ТОВАРІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Анотація. Уданій статті автор обґрунтовує потреба в оновленні знань, що стосуються визначення, функцій та структури зв'язків естетики в дизайні. Підкреслюється необхідність формування нових уявлень про гармонійність дизайнерського продукту, які відрізняються від тих, що пропонуються «технічною естетикою». Це включає аналіз взаємодії у системах «річ – людина» та «річ – людина – середовище». Звертається увага на те, що концепція гармонії завжди пов'язана зі знаннями та актуальними проблемами, які людство прагне розв'язати. Приділяється увага поняттю «конкуренція» як важливого важеля управління ринковими процесами в тому числі напрямками естетики та дизайну товарів.

Автор підкреслює, що взаємовідносини між особистісною та предметною формами естетичної культури є важливими складовими для майбутнього розвитку суспільства, забезпечуючи тим самим взаємозв'язок між формою і образом об'єкта дизайну та процесом життя людини.

Згідно з теоретичним визначенням, дизайн-система - це комплексний набір правил, методів та інструментів, які формують візуальний стиль бренду. До неї входять кольори, шрифти, іконки, верстка, підходи до контенту та навіть анімації. Доведено, що багато людей не люблять змін, проте цифрові бренди можуть мати більш динамічний дизайн, який легко і непомітно адаптується відповідно до потреб. У цьому контексті дизайн-система виступає корисним інструментом для підтримання актуальності.

Увага акцентується на тому, що соціокультурні трансформації суспільства, зміни в історичному, економічному та інших контекстах його розвитку, а також емоційно-почуттєвий і художній досвід людства вплинули на зміни в розумінні та формуванні естетичних цінностей, зокрема в дизайні продуктів. Визначено, що суб'єктно-об'єктні відносини дизайнера з предметним світом і проєктованим середовищем відіграють ключову роль у цих процесах. Саме в рамках цих відносин виникає, формується і проблематизується зміст естетичного в дизайні. Обґрунтовано, що ці відносини корелюють із суспільними та споживчими запитами на властивості,



якість і цінність дизайн-продукту, а процес їх оновлення в дизайн-діяльності можна вважати не лише циклічним, а й реверсним.

Ключові слова: дизайн, естетика, гармонія, ринок, потреба, споживач.

Belkin Ihor Volodymyrovych Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Agrarian Management and Marketing, Vinnytsia National Agrarian University, str. 3 Pirohova St., Vinnytsia, 21037, tel.: (067) 431-60-79, <https://orcid.org/0000-0003-0403-8420>

AESTHETICS AND DESIGN OF GOODS IN TODAY'S CONDITIONS

Abstract. In a successful article, the author justifies the need to update knowledge related to the definition, functions, and structure of connections of aesthetics in design. The need to form new ideas about the harmony of a design product, which differ from those offered by "technical aesthetics", is emphasized. This includes the analysis of interaction in "thing-person" and "thing-person-environment" systems. Attention is drawn to the fact that the concept of harmony is always connected with knowledge and actual problems that humanity seeks to solve. Attention is paid to the concept of "competition" as an important lever for managing market processes, including areas of aesthetics and product design.

The author emphasizes that the relationship between personal and object forms of aesthetic culture are important components for the future development of society, thereby ensuring the relationship between the form and image of the design object and the human life process.

According to the theoretical definition, the design system is a complex set of rules, methods and tools that form the visual style of the brand. It includes colors, fonts, icons, layout, approaches to content and even animations. It has been proven that many people do not like change, but digital brands can have a more dynamic design that easily and seamlessly adapts to the needs. In this context, the design system is a useful tool for maintaining relevance.

Attention is focused on the fact that the socio-cultural transformations of society, changes in the historical, economic and other contexts of its development, as well as the emotional, sensory and artistic experience of mankind influenced changes in the understanding and formation of aesthetic values, in particular in the design of products. It was determined that the subject-object relations of the designer with the objective world and the designed environment play a key role in these processes. It is within the framework of these relationships that the content of the aesthetic in design arises, is formed, and is problematized. It is substantiated that these relations are correlated with public and consumer requests for properties, quality and value of a design product, and the process of their renewal in design activity can be considered not only cyclical, but also reversible.

Keywords: design, aesthetics, harmony, market, need, consumer.





Постановка проблеми. В умовах сучасного розвитку суспільства та ринкових відносин питання людської потреби та процес її задоволення набуває все більшої актуальності. Товар як елемент постає у вигляді ключової позиції на даному шляху розвитку конкуренції. У цьому контексті дизайн, як художньо-проектна творчість, здобув особливу важливість для розуміння його ціннісних орієнтирів та нових креативних пошуків. Таким чином, формування естетичної культури як окремої особистості-дизайнера, так і людства в цілому, є важливим аспектом становлення фахівця, що відображає особливу грань його творчості. Сьогодні важко уявити собі поняття «новий товар» без урахування таких термінів як «естетика» та «дизайн». Саме ці та ряд інших показників визначають зміст споживчої цінності товару і як наслідок – якісного задоволення людської потреби.

Пригадаймо виробничі процеси часів радянського союзу, коли товар довгі роки міг не оновлюватися переходячи тим самим у розряд морально застарілих. Споживча потреба вимагала більшого, проте відсутність оновлення продукції залишав усе без змін. Але зараз, коли ринок диктує свої умови ставлячи тим самим на перше місце ринок покупця все кардинально змінилося. Починаючи процес розробки нового товару виробник у першу чергу має враховувати його естетично-дизайнерський вигляд, що у свою чергу в майбутньому буде визначати його рівень конкурентоспроможності. Говорячи про надбання вітчизняної науки, слід зазначити, що «технічна естетика» тривалий час вважалася дисципліною, яка формує теоретичну основу дизайну. Технічна естетика вивчала суспільні аспекти і закономірності розвитку дизайну, принципи художнього конструювання, а також проблеми професійної діяльності художника-конструктора. Вона також аналізувала вимоги до виробів та їхніх комплексів у предметно-просторовому середовищі. Проте, акцент на уніфікацію, стандартизацію та серійне виробництво, разом із недостатньою увагою до індивідуальних психофізіологічних потреб людей і соціокультурних запитів, призвели до теоретичної та методологічної нездатності технічної естетики адаптуватися до умов постіндустріального розвитку.

Відтак, ми вважаємо, що естетичний дискурс естетики та дизайну актуалізується як важлива наукова проблема. Він залишається малодослідженим, дискусійним і має складну систему різних векторів для аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На даному етапі варто відзначити, що впродовж ХХ століття естетичні питання розглядалися переважно в контексті інших гуманітарних наук, таких як соціологія, лінгвістика, психологія та семіотика, а не в спеціальних дослідженнях. Це сприяло виникненню різних естетичних концепцій і теорій, зокрема феноменологічної естетики. Її основним поняттям є інтенціональність (лат. *intentio* - прагнення, спрямованість), яка стосується процесу конструювання об'єкта пізнання свідомістю. Серед значних напрямів розвитку естетичної



думки можна виділити психоаналітичні концепції З. Фрейда та Г. Юнга, естетику екзистенціалізму Ж.-П. Сартра, А. Камю та М. Хайдегера, а також естетику персоналізму Ш. Пегі, Е. Мунье та П. Рікера. До того ж, існують естетичні концепції структуралізму і постструктуралізму, представлені К. Леві-Стросом, Р. Бартом і Ж. Дерріда, а також соціологічні підходи Т. Адорно і Г. Маркузе. Сучасна естетична думка розвивається в рамках постмодернізму, зокрема в працях І. Хассана і Ж.-Ф. Ліотара. Для естетики постмодернізму характерне свідоме ігнорування правил і обмежень, встановлених попередньою культурною традицією, що призводить до іронічного ставлення до самої цієї традиції.

Питанням естетики та дизайну приділяють увагу сьогодні чимала кількість науковців, зокрема І.Белкін, Р.Логоша, К.Мазур та інші. Ключовою думкою кожного з них є підкреслення значимості ролі даних показників сучасному ринковому просторі.

Мета статті. Дана стаття спрямована на розкриття ключових аспектів комплексного розуміння специфіки естетично-дизайнерського сприйняття предметного середовища, що надасть можливість ефективно вирішувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми в галузі маркетингової діяльності.

Виклад основного матеріалу. Нині, як ми вже підкреслювали вище, ключовою основою на ринку виступає саме позиція покупця, який своїм попитом формує відповідний попит. Сьогодні важко уявити галузь господарства, де б на існуючий попит не існувало жодної пропозиції. Дія цього процесу також має і свої особливості. Давайте уявимо собі цілком злагоджений напрямок, коли кон'юнктура на ринку є ідеальною, тобто коли існує потреба, яка у свою чергу сформує відповідну пропозицію. Здавалось би все ідеально. Але це є висновки тільки першого погляду. Під впливом дії часу та конкуренції, споживчі смаки змінюються. Якщо ж пропозиція залишатиметься без змін – рано чи пізно вищеописаний процес зайде в тупик. Відтак, навіть при ідеальній кон'юктурі ринку, потрібно постійно вдосконалювати товар який вже існує. І навіть якщо товар гарно зарекомендував себе на ринку, відсутність його вдосконалення – це завідомо хибний шлях.

Саме тому, на арену виходять поняття естетики та дизайну товару. Своєчасне використання даних прийомів зводитиме на нівець, зокрема такого поняття як моральна застарілість. У сучасному конкурентному середовищі естетика, ергономіка та функціональність продуктів стають ключовими факторами, які визначають їхню привабливість для споживачів. Сьогодні важко уявити будь-яку сферу діяльності, де не було б дизайнерів. Ця професія, яка спочатку виникла серед архітекторів і художників, стала самостійною галуззю проектно-художньої діяльності і почала активно впливати на створення художніх і архітектурних форм. Тепер ми звикли до таких термінів, як дизайн одягу, зачісок, графічний та ландшафтний дизайн, а також фото- і



фітодизайн. Кількість напрямів і спеціалізацій у дизайні продовжує зростати, що підкреслює його значущість у сучасному житті.

Зростання вимог споживачів до гармонійного поєднання корисних властивостей та естетичного вигляду виробів є характерною ознакою розвитку світового ринку. Сьогодні, коли технології, витрати на виробництво та обслуговування в розвинутих країнах приблизно однакові, відрізнити один виріб від подібних можна лише завдяки застосуванню досягнень технічної естетики та ергономіки при створенні нових товарів. Ці напрямки наукового пошуку є важливими складовими ефективною та творчою діяльністю людини, яка бере участь у процесі створення інноваційних продуктів.

Естетичний рівень товару впливає на перше враження, а приємний дизайн може значно підвищити зацікавленість споживачів. Ергономічні властивості забезпечують комфорт і зручність використання, що підвищує задоволеність користувачів. Функціональність ж гарантує, що продукт відповідає потребам і очікуванням споживачів.

Коли ці три аспекти поєднуються, продукт не лише виглядає привабливо, але й є зручним та ефективним у використанні, що робить його більш конкурентоспроможним на ринку. Це змушує компанії інвестувати в дослідження і розробки, щоб залишатися на гребені хвилі інновацій.

У світі, де технології стали майже однаковими, естетика та ергономіка дійсно відіграють ключову роль у вирішенні, чому споживач обирає один продукт замість іншого. Технічна естетика не лише формує зовнішній вигляд товару, але й впливає на його сприйняття споживачами, тоді як ергономіка забезпечує зручність і ефективність використання. Поєднання цих двох елементів дозволяє створити не тільки красивий, але й функціональний продукт, що відповідає потребам користувачів. Це, у свою чергу, може стати конкурентною перевагою на ринку, де споживачі шукають не просто товари, а цінний досвід користування.

Дизайн, як важлива складова європейської культури, відображає її основні цінності, включаючи раціоналізм, аналітичність і системність. Це означає, що в дизайні враховуються не лише естетичні аспекти, а й функціональність, ефективність та практичність. Раціоналізм спонукає до створення виробів, які вирішують конкретні проблеми та відповідають потребам користувачів. Аналітичний підхід дозволяє досліджувати й оцінювати різні рішення, а системність сприяє інтеграції різних елементів дизайну в єдину цілісну концепцію. Таким чином, європейський дизайн стає не просто набором форм і кольорів, а складним процесом, який відображає світоглядні та ціннісні орієнтири суспільства, що веде до створення інноваційних і гармонійних продуктів.

Головна мета дизайну полягає у полегшенні взаємодії між людиною та виробом, створюючи комфортні умови для діяльності і відпочинку. Це особливо важливо в контексті сучасного життя, де стрес і навантаження часто



стають нормою. В Україні дизайн-об'єкти охоплюють широкий спектр продукції — від промислових зразків до побутових товарів. У багатьох країнах розширення цього поняття включає також дизайн виробничих приміщень і технологічних процесів, що свідчить про системний підхід до дизайну. Такі «дизайн-програми» дозволяють інтегрувати естетику, функціональність і технології в єдину цілісну концепцію, що, в свою чергу, покращує ефективність виробництва та підвищує якість життя. Це показує, наскільки важливим є комплексний підхід у дизайні, який враховує всі аспекти взаємодії людини з навколишнім середовищем.

Що ж стосується *естетичності* виробу дійсно є важливим вираженням художнього конструювання. Це поняття охоплює не лише зовнішній вигляд, а й ряд властивостей, які формують загальне враження про товар. Раціональність форми, цілісність композиції та досконалість виконання є критично важливими для досягнення художньої виразності. Ці характеристики сприяють тому, щоб продукт виглядав гармонійно, оригінально та відповідав контексту, в якому він використовується. Успішний дизайн враховує стилістичні тенденції та сучасні модні віяння, що робить товар не лише функціональним, а й привабливим для споживачів. Таким чином, естетичність стає важливим фактором конкурентоспроможності на ринку, оскільки споживачі все більше цінують не лише якість, але й естетичне задоволення від користування продуктом.

Розкриваючи сьогодні один із головних напрямків ринку, такий як задоволення людської потреби ми не будемо обмежуватися тільки термінами «естетика» та «дизайн». Адже у своєму змісті вони можуть виступати лише базисом.

Ергономічність - це ключовий аспект, який визначає, наскільки комфортно і ефективно споживач може взаємодіяти з виробом. Це стосується не лише фізичного комфорту, але й інтуїтивності використання продукту. Раціональне ергономічне конструювання враховує специфіку системи "людина-техніка-середовище". Це означає, що дизайнери повинні враховувати: *вид виробу та особливості його роботи* - різні продукти вимагають різного підходу до взаємодії. Наприклад, інструменти для роботи, побутова техніка або комп'ютерні програми мають свої специфічні вимоги. *Своєрідність людського організму* - фізичні розміри, пропорції та інші біологічні характеристики користувачів, а також їхні потреби й звички. *Умови навколишнього середовища* температура, вологість, освітлення та інші фактори, які можуть впливати на комфорт і ефективність використання товару.

Облік цих компонентів дозволяє створювати продукти, які не лише функціональні, але й зручні у використанні, що, в свою чергу, підвищує задоволеність споживачів.

Комплекс вимог до відносно простих виробів не складний, але для сучасного технологічного обладнання і енергонасиченої побутової техніки



обов'язковими ергономічними вимогами є достатність робочого простору, раціональність розміщення та чіткість потрібних показників, зручність нагляду за сигнальними пристроями, а також нормальний рівень природного та штучного освітлення. Достатній робочий простір дозволяє користувачам працювати без дискомфорту, раціональне розміщення елементів управління і чіткі показники допомагають уникнути плутанини, а зручність нагляду за сигнальними пристроями забезпечує безпеку і ефективність роботи. Освітлення, як природне, так і штучне, має бути достатнім для комфортного використання техніки, щоб запобігти втомі очей і підвищити продуктивність. Всі ці вимоги сприяють створенню комфортного, безпечного та ефективного середовища для користувачів.

У сучасному світі естетичний рівень, ергономічні та функціональні властивості товарів стають усе вагомішими чинниками їхньої конкурентоспроможності. Досягнення високого рівня та органічного поєднання цих властивостей забезпечується виконанням комплексу спеціальних художньо-конструкторських робіт, які здійснюються на етапах проектування та виготовлення товару. У технічному завданні включають спеціальний підрозділ: «Естетичні та ергономічні вимоги», де прописані вимоги до декоративно-конструкційних матеріалів, технології обробки, а також до ергономіки виробу. У технічній пропозиції, на підставі аналізу різних варіантів, вибирають основний варіант художньо-конструкторського, ергономічного та фактурно-кольорового вирішення. Це дозволяє створити продукт, який не лише відповідає вимогам функціональності, але й забезпечує естетичне задоволення споживача.

Відтак, термін «дизайн» у його найпоширенішій формі охоплює всю сферу художнього конструювання. Він включає творчість художників-конструкторів, які займаються проектуванням, результати їхньої роботи — вироби, що пройшли художньо-конструкторську розробку і є продуктами дизайну, а також теоретичні основи художнього конструювання. Це поняття враховує не лише естетичні характеристики, але й функціональні та ергономічні аспекти, які забезпечують комфорт і ефективність використання створених об'єктів. Таким чином, дизайн стає ключовою складовою сучасного виробництва, впливаючи на сприйняття товарів і їхню конкурентоспроможність на ринку.

Розробка товарів є важливим елементом маркетингової стратегії і служить засобом досягнення визначених маркетингових цілей. Виведення нових товарів на ринок дозволяє компанії реалізувати кілька ключових завдань: збільшити обсяги продажу, завоювати частку ринку, підвищити прибутковість, зменшити залежність від одного товару чи асортиментної групи, ефективніше використовувати наявну систему розподілу, а також сформувати або підтримувати репутацію інноваційної компанії. Новий продукт може бути або вдосконаленим варіантом наявного товару, або повністю новим рішенням.



Естетика стала новим критерієм професіоналізму, якості та надійності. Це означає, якщо ваш бренд створює враження естетичності, споживачі готові довіряти йому та вкладати гроші. Естетика швидко переходить від статусу «конкурентної переваги» до «базової необхідності» для бізнесу. Сьогодні естетичність вже не є просто додатковою можливістю для отримання прибутку, вона стала обов'язковою умовою для успішного існування на ринку.

Психологи давно помітили, що люди схильні надавати більше позитивних рис тим, хто виглядає привабливо. Цей феномен також стосується бізнесу, де естетика може суттєво впливати на сприйняття бренду споживачами.

Коли споживач сприймає ваш сервіс або товари як естетично привабливі, він може бути готовий заплатити за них більше, ніж це обґрунтовано з точки зору логіки чи функціональності. Це свідчить про те, що естетика значно впливає на споживчий вибір: краса та стиль можуть підвищувати цінність продукту в очах клієнтів. Люди часто надають перевагу естетично приємним речам, і це може вплинути на їхні фінансові рішення, спонукаючи їх витратити більше на те, що виглядає елегантно або красиво, навіть якщо функціональні характеристики можуть бути подібними до менш привабливих альтернатив.

Ось кілька важливих аспектів, на які варто звернути увагу при формуванні чи оцінці естетики вашого бізнесу:

Брендинг: Переконайтеся, що ваш логотип, кольорова палітра та шрифти відображають сутність вашого бренду. Вони повинні бути узгодженими та запам'ятовуваними.

Упаковка: Для товарів важливо, щоб упаковка була не лише функціональною, але й естетично привабливою. Вона має підкреслювати якість продукту.

Дизайн вебсайту: Ваш сайт повинен бути візуально привабливим, зручним для навігації та адаптивним для мобільних пристроїв. Естетика онлайн-простору має відповідати загальному стилю бренду.

Інтер'єр і зовнішній вигляд: Якщо у вас є фізичне приміщення, дизайн інтер'єру та зовнішнього вигляду має бути продуманий, щоб створити приємну атмосферу для клієнтів.

Комунікація: Тон і стиль спілкування вашого бренду, включаючи рекламні матеріали та соціальні мережі, повинні відповідати естетиці вашого бізнесу.

Фотографія та візуальний контент: Використовуйте якісні зображення, які підкреслюють естетичність ваших товарів і послуг. Це важливо для створення позитивного враження.

Клієнтський досвід: Естетика також включає в себе загальний досвід клієнта, тому важливо звертати увагу на кожен контакт із брендом, щоб забезпечити естетичне задоволення.

Адаптація до тенденцій: Слідкуйте за сучасними трендами в дизайні та естетиці, щоб залишатися актуальними та привабливими для вашої цільової аудиторії.



Зворотний зв'язок: Регулярно отримуйте відгуки від клієнтів щодо естетики вашого бренду і враховуйте їх у процесі вдосконалення.

Основними умовами ефективного художнього конструювання є системний аналіз і адаптація дизайн-об'єктів до навколишнього середовища. Системний аналіз виступає початковою передумовою для формування характеристик виробу. Крім того, виріб завжди слід оцінювати в контексті його органічної єдності з оточенням.

Зосередження уваги на цих аспектах допоможе створити цілісну та привабливу естетику вашого бізнесу, що в свою чергу покращить сприйняття бренду і залучить більше клієнтів. Ми виділили основні, характерні для нашого погляду фактори, але хочемо зауважити, що спектр вищезгаданих прийомів може бути значно ширшим. Клієнтські враження, досвід і пам'ять - це те, на чому варто зосередитися підприємцям. Адже естетика - це не просто про візуальне оформлення вашого бренду, а потужний інструмент комунікації та лояльності, який може забезпечити успіх вашого бізнесу. Вона формує емоційний зв'язок зі споживачами, впливаючи на їхнє сприйняття та готовність обирати ваш продукт знову. Тому важливо враховувати, як естетичні елементи впливають на загальний досвід клієнта і його бажання підтримувати ваш бренд.

Широке впровадження дизайнерських послуг призвело до формування сучасного життєвого середовища. Дизайн повернув естетичний аспект у виробничу сферу та всі сфери життя людини, сприяючи гуманізації простору, в якому ми щоденно живемо. Завдяки дизайну стало можливим покращення технологій і техніки з метою гармонізації людського життя в техногенному оточенні. Введення естетичного компонента у виробництво стало основою для розвитку дизайну, що стимулює створення товарів, які не лише виконують свої функції, але й задовольняють естетичні потреби споживачів.

Продовжую розгляд напрямку нашого дослідження ми хочемо звернути увагу на іншу сторону даного процесу. До цього монету ми говорили лише про те, що норми постійного оновлення товару є безумовно потрібним на ринку. Але тут може виникнути певна проблема. Кожен може погодитися, що судження про красу, до якого додається навіть найменший інтерес, стає дуже пристрасним і не є справжнім судженням смаку. Складність у формуванні основних категорій естетики виникає з того, що суб'єктивні враження та оцінки часто можуть конфліктувати з об'єктивними критеріями. Людське сприйняття краси та естетичних якостей залежить від індивідуальних вподобань і досвіду, що ускладнює узгодження з більш універсальними або загальноновизнаними стандартами. Це протиріччя між особистими думками та об'єктивними параметрами створює труднощі у визначенні чітких і стабільних категорій в естетичному аналізі. Судження про об'єкт задоволення можуть бути цілком незацікавленими, але водночас дуже захоплюючими. Це означає, що вони не залежать від особистого інтересу, але можуть викликати цікавість;



саме так виглядають усі чисті моральні оцінки. Проте судження смаку не створюють жодного інтересу самі по собі. Попри це, існує певне розмежування між приємним і гарним: приємне стосується відчуттів, тоді як гарне сприймається через розум і концептуальне усвідомлення. Але обидва ці поняття завжди пов'язані з певною зацікавленістю у їхніх предметах.

Постає питання, як розрізнити добрий і поганий смак. Чи існують об'єктивні критерії для оцінки смаку? Відповіді на це питання різняться. Деякі вчені вважають, що судження смаку є суб'єктивними, через що відкидають потребу в об'єктивних критеріях якості смаку. Однак більшість дослідників переконані, що ані релятивізм, який визнає всі смаки правомірними, ані догматизм, що вимагає чітких норм доброго смаку, не можуть вирішити цю складну проблему. Добрий смак, як і поганий, має безліч варіантів і може проявлятися у різних формах. Проте їх все ж можна відрізнити, адже існують певні об'єктивні критерії смаку. Судження естетичного смаку, як вже було зазначено, є оцінкою реальності, що базується на естетичних почуттях, потребах, інтересах і світогляді людини. Таким чином, естетичний смак являє собою єдність об'єктивного і суб'єктивного. У цьому судженні відображаються не лише якості сприйманого предмета, а й особливості суб'єкта, який його сприймає. Це включає індивідуальні почуття, інтелект, культурний рівень, освіченість і соціальний статус особистості.

Сучасні тенденції в моді можна сміливо охарактеризувати як еkleктичні. Ми спостерігаємо змішання різних епох, стилів і трендів, навіть в окремих моделях. Ми маємо унікальну можливість вивчати ці знання, комбінувати їх, об'єднувати або використовувати окремо. Ця "вседозволеність" має одне цікаве, але дуже конструктивне пояснення: ми вступили в Еру Водоля. Це період, коли людство накопичило достатньо знань і досвіду для того, щоб творити на їх основі. Ніколи раніше у людей не було стільки інформації та можливостей. Те, що відбувається сьогодні, є кристалізацією нашого існування на новий рівень, де є місце всьому, де все враховано і нічого не залишається поза увагою. Це стосується не лише моди, але й ширшого контексту. Сучасні технології зазнали значних змін, і тому використовувати усталені прийоми та методи пропорціонування сьогодні не завжди можливо. Необхідно творче осмислення пропорцій, особливо при розробці складних об'ємно-просторових структур. Наприклад, пропорції архітектури не можна просто перенести в техніку без адаптації. Пропорції стають дієвим композиційним інструментом лише тоді, коли вони враховують специфіку виробу, а не накладаються безконтрольно.

Естетичний смак є важливою характеристикою особистісного розвитку, що відображає рівень самоусвідомлення кожної людини. Це означає, що естетичний смак не просто полягає в умінні робити естетичні оцінки; він охоплює не лише оцінку, а й процес присвоєння або заперечення культурних естетичних цінностей. Тому точніше буде визначити естетичний смак як



здатність особистості обирати естетичні цінності, що, в свою чергу, сприяє її саморозвитку і вихованню. Дійсно, людина з розвиненим естетичним смаком вирізняється серед інших завдяки своїй завершеності і цілісності; вона є не лише індивідом, а й особистістю. Різниця полягає в тому, що, окрім індивідуальних характеристик - таких як стать, вік, зріст, колір волосся і очей, а також тип психіки - особистість має унікальний внутрішній духовний світ, що формується під впливом соціальних цінностей і уподобань.

Сучасні принципи дизайну полягають у створенні цілісної структури та гармонійної форми, які об'єднують усі суспільно необхідні якості проєктованого об'єкта. Основними категоріями, на яких ґрунтується дизайнерське проєктування, є образ, функція, морфологія, технологічна форма та естетична цінність. Для реалізації ідеї створення цілісного об'єкта потрібно глибоке знання основних законів і тенденцій розвитку економіки, виробництва та споживання, а також розуміння духовних потреб суспільства. Таким чином, дизайн базується на наукових засадах моделювання об'єктів, поєднуючи наукові принципи з художніми в проєктному образі, і знаходить застосування в інших сферах суспільної діяльності, що відомо як соціальний дизайн.

Щоб провести маркетингову аналітику для сучасного дизайнера, ми радимо дотримуватись наступних кроків:

Визначте свої цілі. Перед тим як почати аналіз даних, необхідно чітко сформулювати, чого ви прагнете досягти за допомогою свого дизайну. Це можуть бути цілі, такі як підвищення рівня конверсії, зміцнення лояльності клієнтів або створення впізнаваності бренду. Ваші цілі повинні бути конкретними, вимірюваними, реалістичними, актуальними та мати визначений термін виконання. Це дозволить зосередитися на ключових аспектах і оцінити результативність ваших дій.

Збереження важливих нотаток. На цьому етапі ви переходите до дослідження користувачів. Тепер, коли ви чітко визначили свої цілі та конкурентів, ви можете дослідити кожен продукт або послугу, які пропонують конкуренти, і зафіксувати відповідні аспекти, які можуть бути корисними. Наприклад, ви можете порівняти їх логотипи, кольорові схеми, шрифти, стиль комунікації та інші елементи.

Систематизуйте свої висновки. Після того як ви зібрали всі необхідні дані, важливо упорядкувати їх у зручному форматі для аналізу та презентації. Ви можете використати таблицю, діаграму, інфографіку або будь-який інший візуальний засіб, який допоможе ефективно представити ваші результати.

Використовуйте свої дані для прийняття рішень. Останній крок полягає в застосуванні ваших висновків у рамках дизайну проєкту. Вам слід використовувати ці дані для вдосконалення дизайну, налаштовуючи його під потреби та очікування вашої цільової аудиторії, виділяючи його серед конкурентів і досягаючи поставлених цілей. Також важливо регулярно перевіряти і вдосконалювати свій дизайн на основі отриманого зворотного зв'язку та аналітики.



Підводячи умовні підсумки нашого дослідження зупинимось *перспективах* цього напрямку. Тут можна виокремити кілька ключових аспектів. По-перше, вивчення закордонного та успішного вітчизняного досвіду свідчить про те, що підготовка підприємців у сфері дизайну має здійснюватися за практично орієнтованими навчальними програмами. По-друге, гнучкі модульні програми повинні постійно вдосконалюватися на основі зворотного зв'язку від успішних підприємців, зокрема випускників навчальних закладів. По-третє, важливо інтенсифікувати освітній процес шляхом впровадження інтерактивних методів навчання та використання сучасних інформаційних і технічних засобів. Окрім цього, необхідно запроваджувати елементи інфраструктури для підтримки підприємництва, такі як бізнес-інкубатори, технопарки та навчально-ділові центри, щоб забезпечити формування практичних навичок у майбутніх підприємців у сфері дизайну.

Сьогодні багато виробників, працюючи над дизайном своїх товарів, приділяють велику увагу фактору зручності. Яскравим прикладом буде упаковка. Наприклад, вигнута форма пляшки для зручного утримання у руках. Створюючи додаткову цінність продукту, дизайн також впливає і на ціну товару та його сприйняття споживачами. У процесі створення маркетингових матеріалів варто пам'ятати про кінцеву мету документів та якого ефекту маркетингологи хочуть досягти на цьому етапі комунікації.

Висновки. Тенденції розвитку сучасної культури та дизайну свідчать про зростання значення естетичного дискурсу в усіх його формах – вербальних, невербальних, а тепер і віртуальних. Цей аспект вимагає системного аналізу та глибокого наукового осмислення. Перспективи використання результатів дослідження полягають у подальшому вивченні естетики та її здатності виражати ціннісні змісти в об'єктах дизайну, пов'язані з суспільними запитам на формування ідейних концепцій сталого розвитку та їх практичне впровадження. Естетична культура особистості відображає рівень творчої самовіддачі, духовні орієнтації та пошуки людини, а також її місце в системі художніх цінностей. Ця культура слугує основою для розвитку людських якостей, підтримуючи прогресивне та духовно багате існування суспільства. Ключовими складовими естетики як науки є естетичні категорії. Це найосновніші та фундаментальні концепції, які відображають загальні властивості і взаємозв'язки явищ у світі та процесах їх пізнання.

Якісний дизайн відіграє ключову роль у популяризації торговельної марки, допомагаючи їй виділитися на ринку. Високоякісний дизайн не лише привертає увагу споживачів, а й сприяє збільшенню обсягів продажу товару.

Література:

1. Белкін І.В. Використання сучасних технологій маркетингу у сфері ринку освітніх послуг. / І.В. Белкін// Актуальні питання в сучасній науці. - 2023. - № 2 (8). - С. 22-33.
2. Філіп Котлер. Основи маркетингу. Класичне видання. /Ф. Котлер. - Центр учбової літератури, 2023. - 622 с.



3. Белкін І.В. Особливості вірусного маркетингу, бенчмаркінгу та соціально відповідального маркетингу як перспективних напрямків на ринку /І.В.Белкін// Економіка та суспільство. - 2022. - Випуск 37. - С. 195–202.

4. Логоша Р.В. Маркетинг-менеджмент у системі управління аграрних підприємств./ Р.В.Логоша, Л.М., Пронько// Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2022. - № 3 (61). - С. 77-91.

5. Белкін І.В. Професійна підготовка менеджера маркетингових комунікацій на основі ділових ігор. /І.В. Белкін // Інвестиції: практика та досвід. - 2021. - № 15. С. - 31-37.

6. Мазур К.В. Особливості державного стимулювання відновлення діяльності підприємств України./К.В.Мазур, А.Л.Лиманець// Підприємництво та інновації. – 2023 - Вип. 29. - С. 33-37.

References:

1. Belkin I.V. (2023). Vykorystannia suchasnykh tekhnolohii marketynhu u sferi rynku osvithnikh posluh. [Use of modern marketing technologies in the field of educational services market]. *Aktualni pytannia v suchasni nauksi - Current issues in modern science*. 2(8), 22-33. [In Ukrainian].

2. Filip Kotler. (2023). *Osnovy marketynhu. Klasychne vydannia* [Basics of marketing. Classic edition]. Tsentр uchbovoi literatury [In Ukrainian].

3. Belkin I.V. (2022). Osoblyvosti virusnoho marketynhu, benchmarkinhu ta sotsialno vidpovidalnoho marketynhu yak perspektyvnykh napriamkiv na rynku [Peculiarities of viral marketing, benchmarking and socially responsible marketing as promising trends in the market] *Ekonomika ta suspilstvo - Economy and society*, 37, 195–202 [In Ukrainian].

4. Lohosha R.V. & Pronko L.M. (2022) Marketynh-menedzhment u systemi upravlinnia ahrarnykh pidpriemstv. [Marketing management in the management system of agricultural enterprises] *Ekonomika, finansy, menedzhment: aktualni pytannia nauky i praktyky. - Economics, finance, management: topical issues of science and practice* № 3 (61), 77-91. [In Ukrainian].

5. Belkin I.V. (2021) Profesiina pidhotovka menedzhera marketynhovykh komunikatsii na osnovi dilovykh ihor.[Professional training of a marketing communications manager based on business games]. *Investytsii: praktyka ta dosvid - Investments: practice and experience*. № 15, 31-37. [In Ukrainian].

6. Mazur K.V., & Lymanets A.L. (2023) Osoblyvosti derzhavnoho stymuliuvannia vidnovlennia diialnosti pidpriemstv Ukrainy. [Peculiarities of state stimulation of the recovery of Ukrainian enterprises]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii - Entrepreneurship and innovation*. Vyp. 29. 33-37. [In Ukrainian].