

– фірмі, у якої є сформований бренд, вивести будь-який новий товар легше за рахунок довіри споживача до вже відомого на ринку бренду.

Володіння популярним брендом – це не лише успішний збут власної продукції це можливість розширення та надання брендом на основі франчайзенгу іншим компаніям можливість торгівлі товарами бренду. Можна позбутися всіх виробництв, залишитися без основної маси фахівців, можна взагалі позбутися активів, але якщо за компаніями залишається такий актив як відомий, популярний і дорогий бренд, то для компанії ще нічого не втрачено і вона цілком може відновитись, головним є слідування власній філософії, що являє собою цінність та яскраву індивідуальність на ринку інших подібних товарів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аакер Д. Створення сильних брендів. 2-ге вид. Москва : Видавничий будинок Гребеннікова, 2008. 586 с.
2. Капферер Ж.-Н. Бренд назавжди: створення, розвиток, підтримка цінності бренду. Москва : Вершина, 2007.
3. Котлер Ф. Маркетинг XXI сторіччя. / Пер.з англ, за ред. Т Р. Теор. Санкт-Петербург : Видавничий Дім Нева, 2005.
4. Tim Cook. The Genius Who Took Apple до Next Level. 2019. 272 p.

Руденко Володимир Миколайович

доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри інформаційно-комунікаційних технологій
та методики викладання інформатики
Рівненського державного гуманітарного університету
Рівне, Україна

Руденко Наталія Миколаївна

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри дошкільної педагогіки і психології
та спеціальної освіти ім. проф. Т. І. Поніманської
Рівненського державного гуманітарного університету
Рівне, Україна

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАЙБУТНІХ ПЕДАГОГІВ ПЕРШОГО (БАКАЛАВРСЬКОГО) РІВНЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Участь України у процесах європейської інтеграції є на сьогоднішній день імперативом становлення її національної конкурентоспроможності. Вступ до ЄС вважається запорукою модернізації усіх важливих сфер суспільного життя у тому числі й освіти [3; 4]. Отже, закономірно, що останнім часом у вітчизняній психології та педагогіці спостерігається тенденція

активізації наукової діяльності, спрямованої на пошук нових підходів, методів і засобів підготовки випускників вищої школи до конкуренції на ринку праці (Н. Андрусевич, А. Гальчинський, І. Гриник, Л. Лісогор, Л. Михалова, Л. Мартинова, Р. Офіцинський, А. Сало, І. Петрова, Р. Хавула та ін.). Проте, дослідження указаних авторів в основному пов'язані в контексті євроінтеграції з окремими аспектами підготовки фахівців, як правило, питаннями формування професійної компетентності, готовності до професійної діяльності, удосконаленням змісту навчально-пізнавальної діяльності тощо.

Формування конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти є процесом багатофакторним. Конкурентоспроможність фахівця залежить від набутих професійних і соціальних компетентностей, здатності до безперервного освітньо-професійного розвитку, прояву трудової та професійної мобільності на ринку праці [5, с. 297].

Як наукове поняття термін «конкурентоспроможність» з'явився у вітчизняній науці наприкінці ХХ століття. Дане поняття належить до числа найменш розроблених як у філософській, так і психолого-педагогічній літературі. Науковці пояснюють це складністю самого поняття, яке є досить новим для категоріального апарату гуманітарних та соціальних наук і потребує поглибленого обґрунтування його теоретико-методологічних основ [2].

Конкурентоспроможність фахівця визначається ступенем відповідності особистісних якостей і професійних знань, умінь та навичок об'єктивним вимогам професійної діяльності у певних соціально-економічних умовах.

І. Гриник, Р. Хавула зазначають, що конкурентоспроможність фахівця варто розуміти як особистісне утворення у єдності професійної компетентності та професійно-особистісних якостей, що визначають здатність фахівця здійснювати діяльність, перевершуючи досягнення конкурентів [1].

Результативність та ефективність підготовки конкурентоспроможних фахівців залежить не тільки від рівня викладання професійних дисциплін, а й від характеру співпраці між навчальними закладами та роботодавцями (можливостей організації стажування здобувачів вищої освіти та викладачів, оновлення навчальної бази); обсягів фінансування освітнього процесу та модернізації науково-технічної бази (за рахунок державного та місцевих бюджетів, коштів роботодавців); якості управління системою освіти [5].

Метою презентованої роботи було виявлення рівня сформованості деяких (переважно психологічних) складових конкурентоспроможності випускників закладів вищої освіти. Базою дослідження обрано Рівненський державний гуманітарний університет. Вибірка складала 50 студентів 4 курсу педагогічних спеціальностей факультету математики і інформатики та педагогічного факультету першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Діагностика інтегральних характеристик конкурентоспроможної особистості фахівця виконувалася за наступними методиками: анкета «Основні компетентності випускника закладу вищої освіти»; опитувальники

«Інтелектуальна лабільність», «Діагностика емоційного інтелекту», «Визначення спрямованості особистості».

Результати обстеження показали, що високий рівень розвитку полікультурної компетентності та готовності до відповідальності має переважна більшість випускників, а тому можна констатувати, що у них розвинене розуміння та взаємна повага до мови, культури та релігії інших людей, а також вміння свідомо та відповідально приймати рішення. На високому рівні у випускників університету також розвинені готовність до самоосвіти, комунікативна і соціальна компетентності.

Здобувачі вищої освіти, як правило, швидко переключаються з одного виду діяльності на інший та мають хорошу здатність навчатися, що є свідомством переважно середнього рівня їх інтелектуальної лабільності.

Результати діагностики складових емоційного інтелекту показали, що у більшості випускників середні показники емпатії. Найменше у них розвинена емоційна винахідливість, тому їм важко керувати своїми емоціями. За результатами методики «Визначення спрямованості особистості» було встановлено, що більшість здобувачів вищої освіти мають виражену спрямованість на ділову активність, намагаються в будь-яких умовах підтримувати хороші стосунки з людьми, орієнтуються на соціальне схвалення, на ділову співпрацю, є залежними від групи, здібні відстоювати в інтересах справи свою особисту думку, яка корисна для досягнення загальної мети.

Отже, можна зробити висновок про те, що респондентам вибірки потрібно розвивати технологічну та інформаційну компетентності, вміння керувати своїми емоціями, вчитись впливати на емоційний стан інших людей, формувати вміння успішно виходити з різноманітних життєвих ситуацій. Для цього у якості психологічного забезпечення можна рекомендувати на заняттях з психолого-педагогічних дисциплін, а також в умовах поза аудиторної роботи активніше розвивати у студентів прагнення до самопізнання, до підвищення рівня самосвідомості. До того ж, керуючись теоретичними підходами до проблеми конкурентоспроможної особистості [1], необхідно також формувати адекватність самооцінки та оцінки інших людей; удосконалювати становлення оптимістичної життєвої позиції; розвивати навички спілкування (уміння слухати, передавати інформацію вербальними та невербальними засобами, конструктивно вирішувати конфлікти); розвивати здатність емоційно сприймати стан іншої людини; формувати навички самоаналізу, аналізу професії; порівнювати власні здібності з вимогами професії; необхідне коригування варіантів розвитку кар'єри в контексті особистісного та життєвого самовизначення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гриник І. Я., Хавула Р. М. Теоретичні підходи до проблеми конкурентоспроможної особистості. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 2022. Вип. 2. С. 14–19.

2. Лісогор Л. С. Підготовка конкурентоспроможних фахівців системою вищої освіти: проблеми та перспективи. *Вісник Черкаського університету. Серія : Економічні науки.* 2017. Вип. 4(1). С. 48–54.
3. Мартинова Л. Б. Підвищення конкурентоспроможності людського потенціалу у наближенні соціально-економічного розвитку України до країн ЄС. *Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол. : В. А. Дерій (голов. ред.) та ін. Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2016. Том 24. № 1. С. 57–62.*
4. Петрова І. Соціальні наслідки євроінтеграції для України. URL : http://www.idss.org.ua/monografii/DCFTA_Labour%20Market_Petrova.rar (дата звернення 2.09.2022)
5. Сало А. В. Конкурентоспроможність випускників в умовах інноваційних трансформацій ринків праці та глобальних викликів. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки.* 2018. Вип. 34. С. 297–310.

Савелюк Наталія Михайлівна

доктор психологічних наук, професор кафедри психології
Тернопільського національного педагогічного
університету імені Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна

ПЕРЕЖИВАННЯ СТРЕСУ СТУДЕНТСТВОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ЯК ЗНАЧУЩИЙ ЧИННИК ПРОФЕСІЙНОГО СТАНОВЛЕННЯ

Вступ. Всесвітньою організацією охорони здоров'я (ВООЗ) стрес названо «епідемією ХХІ століття у сфері здоров'я». За оцінками фахівців, для прикладу, американській економіці стрес коштує 300 мільйонів доларів на рік, а понад 50 % американців визнають, що він негативно впливає на їх робочу продуктивність. Крім того, за період від 1983 року стрес, за різними даними, у середньому зріс та охопив від 10 до 30 % від загальної чисельності представників різних соціально-демографічних спільнот США [5].

В Україні, за даними національного репрезентативного опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС), не менш як дві третини (69 %) від усіх респондентів у 2021 році пережили певну стресову ситуацію. Констатовано, що за останні 10 років це найвищий показник. Така негативна статистика у зазначеному році пов'язується, насамперед, з пандемією COVID-19, яка істотною мірою виснажила українців. Серед поширених власне психологічних аспектів переживання стресу вказуються: «втратити віру в людей, зіштовхуватися з підлістю» (10 %), «відчувати свою безпорадність» (7 %), «втратити віру у власні сили» (3 %) та ін. [1]. Початок повномасштабної війни в Україні актуалізував необхідність