

Західний науковий центр  
НАН України та МОН України

Western Scientific Center of the  
National Academy of Sciences of  
Ukraine and the Ministry of Education  
and Science of Ukraine



**ISSN 2409-1375**

Громадська організація  
«Львівський аналітичний дім»

Public organization  
«Lviv Analytical House»

**Психологічні виміри  
культури, економіки, управління:  
науковий журнал**

**Psychological Dimensions  
of Culture, Economics, Management:  
Science Journal**

**ВИПУСК 18**

**Львів – 2019**

**Психологічні виміри культури, економіки, управління : Науковий журнал** / [відповідальний редактор Олег Лозинський]. Україна, Львів. – Випуск 18, 2019. – 74 с.

**Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management: Science Journal** / [responsible editor Oleg Lozynskiy]. Ukraine, Lviv. – Number 18, 2019. – 74 p.

Матеріали друкуються у редакції авторів. За дотримання авторських прав, достовірність інформації, коректність висновків відповідальність несуть автори.

Упорядники можуть не погоджуватися з ідеями авторів статей.

Права авторів захищені. При використанні читачами надрукованих у цьому журналі матеріалів слід обов'язково посилатись на автора та вихідні дані цього номеру наукового журналу.

Науковий журнал «Психологічні виміри культури, економіки, управління» зареєстрований:

- Міністерством Юстиції України (Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації, серія KB №22073-11973 ПР від 31.03.2016 р.);

- Міжнародним центром ISSN (Франція, ISSN 2409-1375 від 29.10.2014р.).

Науковий журнал діє у відповідності до законів України: «Про друковані засоби масової інформації в Україні» №2782-ХІІ від 16.11.1992 р.; «Про наукову і науково-технічну діяльність» №1977-ХІІ від 13.12.1991 р.

© ГО «Львівський аналітичний дім», 2019.

© Західний науковий центр НАН України та МОН України, 2019.

## Редакційна група

**Микола Буник** к. політ. н., доц. кафедри української та іноземних мов Львівського регіонального інституту дежуправління при Президентові України

**Оксана Гук** к. філос. н., доц. кафедри політичних наук та філософії Львівського регіонального інституту дежуправління при Президентові України

**Katarzyna Chudy-Laskowska** PhD, Department of Quantitative Methods, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

**Наталія Жигайло** д-р пс. н., проф. кафедри менеджменту Львівського національного університету ім. І. Франка

**Євгеній Захарчук** ст. наук. співроб. Західного наукового центру НАН України та МОН України

**Marzena Jankowska-Mihulowicz** PhD, Department of Entrepreneurship, Management and Ecoinnovation, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

**Ігор Карівець** д-р філос. н., професор кафедри філософії НУ «Львівська політехніка»

**Ірина Кожушко-Лозинська** ст. бібліогр. Львівського держ. університету внутрішніх справ

**Олена Кузнецова** д-р філол. н., проф. кафедри журналістики та ЗМК НУ «Львівська політехніка»

**Ореста Лосик** к. філос. н., доц. кафедри філософії Львівського національного університету ім. І. Франка

**Богдан Магура** к. техн. н., доц. кафедри лісопромислового виробництва та лісових доріг Національного лісотехнічного університету України

**Тарас Матвійчук** к. соц. н., пров. спеціаліст відділу освіти Мурованської селищної ради об'єднаної терит. громади Пустомитівського р-ну

**Алла Олійник** к. пс. н., ст. викл. кафедри теорет. та практичної психології НУ «Львівська політехніка»

**Уляна Парубій** ст. викладач кафедри української фольклористики ім. академіка Ф. Колесси Львівського національного університету ім. І. Франка

**Teresa Piecuch** DSc, PhD, Associate Professor, Department of Entrepreneurship, Management and Ecoinnovation, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

**Marta Pomykała** DSc, PhD, Associate Professor, Department of Law and Administration, Faculty of Management, Rzeszow University of Technology

**Олег Руденко** к. мистецтв., доц. кафедри книжкової та станкової графіки Української академії друкарства

**Степан Рутар** к. філос. н., доц. кафедри суспільних та природничих дисциплін Львівського інституту медсестринства та лабораторної медицини ім. А.Крупинського

**Ірина Семків** к. пс. н., доц. кафедри психології та психотерапії Українського католицького університету

**Elżbieta Szczygieł** PhD, Associate Professor, Department of Research on Sustainable Development Faculty of Social Science, Pedagogical University of Krakow

**Нігора Хазратова** д-р пс. н., доц. кафедри теоретичної та практичної психології НУ «Львівська політехніка»

**Ясінський В'ячеслав** ст. викладач кафедри психології Львівського державного університету внутрішніх справ

## **Зміст:**

<b>ПЕРЕДМОВА .....</b>	<b>5</b>
<b>Поцелуйко Андрій. Релікти практики ініціації-індивідуації в українських казках .....</b>	<b>7</b>
<b>Чайковська Оксана. Особливості розвитку мовленнєвих творчих здібностей дітей молодшого шкільного віку засобами ігор-фантазувань .....</b>	<b>21</b>
<b>Савицький Павло. Управління комунікаціями підприємства в умовах посиленої конкуренції .....</b>	<b>43</b>
<b>Лозинський Олег. Соціально-психологічні особливості роботи підприємництва за моделлю «фрілансінгу» .....</b>	<b>54</b>

## **Передмова**

Науковий журнал «Психологічні виміри культури, економіки, управління» видається з 2013 р. громадською організацією «Львівський аналітичний дім» та Західним науковим центром НАН України та МОН України з метою покращення наукової комунікації, захисту авторських прав науковців, підтримки молодих дослідників.

Науковий журнал виходить 4 рази на рік: у лютому, травні, жовтні, січні.

Автори статей отримують електронну версію Журналу у форматі PDF, при бажанні можна замовити друкований примірник видання.

Вимоги до статей: обсяг 10-12 стор., УДК, прізвище, ім'я, по батькові автора, місце праці (навчання), статус, контактні телефон та E-mail, поштова адреса для надсилання журналу автору; назва статті, україномовна та англomовна анотація, ключові слова; постановка проблеми, стислий огляд попередніх досліджень, мета статті, виклад основного матеріалу, висновки; список джерел; фото автора.

Стаття має відображати результати емпіричного дослідження. Теоретичні питання мають обґрунтовуватись «сильними аргументами» (посилання на теоретичні положення визнаних дослідників, закордонні публікації і т.п.).

Редакційна рада заохочує авторів публікувати результати міждисциплінарних досліджень на стику психології, економічної теорії, політології, міжнародних відносин, правознавства, історії, теорії масової комунікації, культурології, мистецтвознавства, релігієзнавства, педагогіки

тощо.

Наукові статті прохання надсилати на електронну скриньку: lviv-forum@ukr.net

Упорядники дотримуються принципів:

- захист авторських прав на наукові твори;
- оперативність оприлюднення наукових праць;
- Інтернет-поширення PDF версії Журналу для ширшого ознайомлення громадськості з публікаціями авторів;
- налагодження співпраці з іноземними науковцями та науковими установами;
- скерування зусиль на входження Журналу до наукометричних баз даних.

Архів усіх випусків наукового журналу «Психологічні виміри культури, економіки, управління» знаходиться на Інтернет-сторінках *Львівський аналітичний дім* та *Психологічні виміри культури, економіки, управління* у соціальній мережі Facebook.

## Поцелуйко Андрій. Релікти практики ініціації-індивідуації в українських казках



Кандидат філософських наук, доцент кафедри гуманітарної та соціально-економічної підготовки Львівської філії Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. акад. В.Лазаряна  
E-mail: senjababuin@gmail.com

---

© Поцелуйко Андрій, жовтень 2019.

*Стаття присвячена дослідженню архаїчного підґрунтя української етнокультурної спадщини за допомогою методологічних принципів порівняльної індоєвропейської міфології та висновків порівняльно-історичного індоєвропейського мовознавства. Реконструюються та аналізуються загальноіндоєвропейські соціо-функціональні архетипи, досліджуються загальноіндоєвропейські міфологеми.*

*Ключові слова: архетип, парадигма, міфологема.*

***Potselyuk Andriy. Relics of the practice of initiation-individuation in Ukrainian fairy tales. The article is devoted to the research of prephilosophical outlook of ancient Slavic tribes. This investigation is based on the methodologies of modern comparative Indo-European mythology, namely on the theory of trifunctional Indo-European ideology structure (the Dumézil's theor).***

*Key words: archetype, paradigm, mythologem.*

Порівняльно-історичний метод, успіхи семантичної реконструкції та структурні студії, зумовили серію опублікованих праць, які визначають окремі важливі фрагменти внутрішнього устрою племен-носіїв архаїчних

індоєвропейських діалектів. На основі відомостей лінгвістики окреслюється досить чітка картина культури. Саме тому актуальним є ґрунтовне академічне вивчення тих елементів дохристиянської міфології в системі української духовної спадщини, які сягають своїми витокami прадавньої індоєвропейської основи. Осмисленню досліджуваної теми присвячені праці сучасних вітчизняних науковців Ю.В.Павленка [1], М.В.Поповича [2;3], М.О.Чмихова [4], К.Ю.Рахно [5, 6], М.Ю. Рахно [7] в яких досліджено давньоукраїнські вірування та світоглядні уявлення в контексті індоєвропейської міфології, проте їх варто доповнити, залучаючи нову інформацію, зокрема не опрацьовані ними викладені нижче українські народні перекази.

Метою пропонованої статті є комплексний аналіз українських народних казок в світлі реконструйованої лінгвістичної структури індоєвропейського міфологічного пантеону для виявлення в них специфічних рис індоєвропейської ментальності, традиційного світогляду.

Для того, щоб глибше збагнути зміст ініціаційних мотивів українського фольклору, ми звернемось до досліджень присвячених жанру казок, в яких в найбільшій мірі виражена тематика ініціації-індивідуації.

Насамперед зазначимо, що добре відома нам класична чарівна казка це передусім індоєвропейська казка, прояв саме індоєвропейських ініціаційних практик.

«Найбільш популярна історико-географічна («фінська») школа досліджує сюжети, зібрані в «маркері казкових сюжетів» А. Аарне, складеному на основі аналізу європейських варіантів. Показчик відображає спільність казки більшості європейських і деяких азіатських народів, яка склалася історично в епоху, що слідувала за хрестовими



походами. Кожному сюжету покажчика дослідники «фінської» школи присвячують монографію, в якій зіставленням варіантів визначають його батьківщину. При такому способі вивчення казок аналізовані східні варіанти зазвичай «виявляються» відхиленням від класичних форм. У кращому випадку, якщо батьківщиною того чи іншого варіанту вважається Індія, європоцентризм набирає вигляду індоєвропеїзму.

Особливо неприйнятний європоцентризм при вивченні далекосхідного фольклору - казок Китаю, Індокитаю, Японії, Індонезії. У цих країнах склалася своєрідна культура, вельми далека від європейської; тому застосування європейських казкових схем при аналізі далекосхідного фольклору безглуздо. Навіть європейський синолог В. Ебергард, складаючи збірник китайських казок, змушений був відмовитися від використання покажчика Аарне » [8, 3-4].

Засновник порівняльно-типологічного методу в фольклористиці В.Я. Пропп зазначав, що ретроспективний погляд на розглянуті ним джерела показав те, що деякі з казкових мотивів сягають певних древніх соціальних інститутів, і особливе місце серед них займає обряд ініціації. Також велику роль відігравали уявлення про потойбіччя, про подорожі в інший світ. Ці два цикли дають кількісно максимальне число мотивів. Якщо перелічити здобуті результати, розташувавши їх за джерелами або історичними відповідностями, то отримаємо наступну картину. До комплексу посвяти сходять такі мотиви: відведення або вигнання дітей в ліс або викрадення їх лісовим духом, хатинка, запродаж, побиття героїв Ягою, обрубання пальця, піч яги, разрубання і ожив-

лення, проковтування і виверження, отримання чарівного засобу або чарівного помічника, травестизм, лісовий учитель і хитра наука. Наступний період до вступу в шлюб і момент повернення відображені в мотивах великого будинку, накритого столу в ньому, мисливців, розбійників, сестрички, красуні в труні, красуні в чудовому саду і палаці (Психея), в мотивах невмивайка, чоловіка на весіллі дружини, дружини на весіллі чоловіка, забороненої комори і деяких інших.

Ці відповідності дозволяють стверджувати, що цикл ініціації - найдавніша основа казки. Всі ці мотиви, взяті в цілому, можуть складатися в незліченну кількість найрізноманітніших казок.

Іншим циклом який виявляє відповідність з казкою, є цикл уявлень про смерть; сюди відносяться: викрадення дівчат зміями, різновиди чудесного народження, повернення померлого, відправка в шлях із залізною взуттям тощо., ліс як вхід в інше царство, запах героя, кроплення дверей хатинки, частування у яги, фігура перевізника, далекий шлях на орлові, коні, човні і т.д., бій з охоронцем входу, який прагне з'їсти прибульця, зважування на вагах, прибуття в інше царство і всі його аксесуари. Поєднання цих двох циклів дає майже всі основні складові казки. Між цими двома циклами не можна провести чіткої межі. Ми знаємо, що весь обряд ініціації уявлявся як подорож в країну смерті, і, навпаки, померлий переживав усе те, що переживав ініціант: отримував помічника, зустрічав поглинача і т. д.

Якщо уявити собі все те, що відбувалося з посвячуваним, і переказати це послідовно, то вийде саме та композиція, на якій побудована чарівна казка [9].

У світовій антропології існує унікальне поняття «обряд переходу». Це певні ритуальні, містично забарвлені дії, виконані як над окремою людиною, над групою осіб або навіть цілими культурами, з метою трансформації особистості, її духовного переродження, що забезпечує перехід на більш високий рівень функціонування.

«Обряди переходу» в тій чи іншій формі зустрічаються в усьому світі, практично у всіх культурах. І що дуже важливо: обряд переходу ґрунтується на ритуальному зіткненні зі «смертю-відродженням». Структура «обряду переходу» абсолютно така ж, як і структура переживання смерті в психоделічному стані і в голотропному стані, і в стані реально пережитого досвіду у осіб, які перенесли клінічну смерть.

Результати психоделічної терапії, як і голотропного терапії (С. Гроф) дослідним шляхом свідчать про величезний терапевтичний ефект переживань стану «смерті-відродження» в плані лікування невротичних, психосоматичних і ряду психічних розладів. Більш того, зіткнення зі станом смерті обумовлювало глибоку особистісну перебудову. Особистість людини, її структура зазнавали кардинальних змін.

Переживання, що виникають при зіткненні зі смертю викликаються не тільки реальним контактом або реальною загрозою, але і за допомогою різних психотехнік: тілесноорієнтованою психотерапією; медитативними прийомами; гіпнотичним навіюванням; в стані наведеного трансу: в результаті депривації сну, особливо парадоксальної його фази, монотонного співу, своєрідних танців і т.д. поряд з уже зазначеними: вживанням психоделічних

засобів і голотропного терапії.

Наші давні предки прекрасно знали і використовували цю унікальну здатність - зцілюватися, відчувати духовне переродження шляхом близького контакту зі смертю. Дорошенко В.А. Инициация смерти, как необходимый «обряд перехода» [10]

Китайська піктограма, що символізує кризу, чудово відображає ідею духовної кризи. Вона складається з двох основних знаків, або радикалів, один з яких означає "небезпека", а інший - "можливість". Таким чином, хоча проходження через подібного роду стан часто буває важким і страшним, воно наділене величезним еволюційним і цілющим потенціалом.

Правильно зрозуміла і розглянута в якості складної стадії природного розвитку, духовна криза може привести до спонтанного зцілення різних емоційних і психосоматичних розладів, до позитивних змін особистості, до вирішення важливих життєвих проблем і до еволюції в напрямку того, що інколи називають "вищою свідомістю" [11].

Як писав М. Еліаде, «в термінах філософських посвячення рівнозначне онтологічній зміні екзистенціального стану. До кінця випробувань неофіт набуває зовсім інше існування, ніж до посвячення: він стає іншим» [12, 12-13].

Особливу увагу дослідженню фольклорних текстів, як формі віддзеркалення давніх духовних практик приділяв К.Г.Юнг. Ключовими поняттями його вчення є поняття самості і індивідуалізації.

Як зазначає дослідниця українського фольклору в світлі юнгівського вчення О.Тиховська, «система персонажів чарівних казок осмислюється як нерозривна єдність

об'єктивованих архетипів, які в процесі взаємодії створюють мозаїчну картину індивідуації людини, котра долаючи межу між реальним та ірреальним, знаходить шлях до осягнення Самості...

...Усі чарівні казки тісно пов'язані з обрядом ініціації, про це писали В.Пропш, Х.Абендрот, А.Малаховська та ін. В аналітичній психології К.-Г. Юнга і його школи з ініціацією співвідноситься процес індивідуації. Індивідуація – це усвідомлення людиною своєї реальної психологічної унікальності, вона призводить до того, що регулюючим центром психіки стає Самість. К.-Г. Юнг під «Самістю» розумів «верховну особистість», і наголошував на відмінності цього архетипу від «Я» (Ego). Вчений дуже чітко розмежував Я, котре простягається так само далеко, як і свідомість, і цілісність особистості, в яку поряд зі свідомим компонентом включені і несвідомі. «Я» протистоїть Самості як частина цілому. У цьому контексті Самість є верховною. Юнг дійшов до висновку, що «Я» (Ego) є центром свідомості, а Самість є суб'єктом цілісної психіки, яка містить у собі і свідоме, і несвідоме» [13, 2-7]

Професор В.Івашків у передньому слові до монографії О.Тиховської «Українська народна чарівна казка: психоаналітичний аспект» визначає ці «казки як метафоричні сценарії становлення особистості, психологічної ініціації людини чи, кажучи мовою психоаналізу, – індивідуації».

Учениця Юнга Марія Луїза Фон Франц у своєму творі «Індивідуація в чарівних казках стверджує, що «індивідуація є природним, повсюдним явищем, яке знайшло безліч символічних описів в казках всіх країн світу. Можна навіть сказати, що більшість народних казок розповідають про

один або інший аспект цього найбільш значущого основного життєвого процесу в людині ...

Індивідуація - це термін, за допомогою якого К. Г. Юнг описує психологічний процес внутрішнього росту і централізації, за допомогою якого індивід виявляє свою Самість. Йдеться не про пошук власної его-ідентичності, як це описується багатьма сучасними психологічними школами. Під терміном Самість Юнг розуміє, в кінцевому рахунку, непізнаваний внутрішній центр всієї особистості і, врешті, саму цілісність. До цього центру можна лише наблизитися, але він не може бути інтегрованим.

Наша доля і наше здоров'я залежать від нього. У різних релігіях і міфологіях він символізується образом «скарбів, які важко добути», мандалою і всіма образами інтрапсихічного прояву божественності» [14].

Індивідуація, це процес, в якому свідомість і несвідоме повинні прийти в гармонійний стан. Юнг пише «Свідомість і Несвідоме не складають цілісності, якщо одне пригнічує і заподіює шкоду іншому. Якщо ж вони змушені одне одного долати, то нехай, принаймні, це буде чесна боротьба, в якій обидві сторони матимуть рівні права. Обидві вони - аспекти життя. Свідомість має захищати свій розум і свої можливості самовідгороджування, але й хаотичне життя Несвідомого також повинне мати можливість йти за своїм власним характером в тій мірі, в якій ми можемо його знести. Це означає відкриту боротьбу і відкрите співробітництво - так, ймовірно, повинне виглядати людське життя. Це стара-престара гра - молот і ковадло. Страждаюче залізо, яке опинилося між ними, загартовується і виковується в непорушну цілісність, а саме - в індивіда » [15].

Виступаючи як інтегруюче начало психіки, Самість покликана, в своїх межах, об'єднати всі суперечливі взаємодії психічної структури, виразити психічну цілісність особистості і забезпечити її реалізацію в якості суб'єкта. Ще одна якість самості як центру особистості полягає в тому, що вона дозволяє існувати структурі, рівноваги і порядку, не припускаючи порушення динаміки психіки. Ця єдність свідомості і несвідомого, втілює гармонію і баланс різних протилежних елементів психіки. Самість визначає функціонування цілісної психіки методом інтеграції. Самість є мета і результат індивідуації.

Архетип Самості у Юнга виступає суб'єктом цілісної психіки людини. Самість зумовлює всю життєдіяльність людини, спрямовану на досягнення цілісності і єдності складових його частин. Самість - центральний архетип, сумативність особистості. Юнг пише про самість, що вона «включає не тільки свідоме, а й несвідоме психічне буття ... Самість є центром сумативної цілісності, подібно до того, як Его є центром свідомого розуму ... самість є нашою життєвою метою, оскільки вона є завершеним вираженням тієї фатальної комбінації, яку ми називаємо індивідуальністю».

Шлях індивідуації, є спрямованим на реалізацію власної Самості, в процесі якого може статися щось більше, ніж досягнення первісної єдності і цілісності. У процесі індивідуації, відбувається об'єднання протилежно спрямованих і взаємнокомпенсаторних установок свідомості і несвідомого [16].

К.Г Юнг наголошував: «У тій мірі, в якій це дозволяє наш сьогоднішній досвід, ми можемо стверджувати те, що

несвідомі процеси знаходяться в компенсаторному зв'язку зі свідомістю. Я недвозначно вживаю слово «компенсаторний», а не слово «контрастуючий», тому що свідомість і несвідоме зовсім не обов'язково протилежні одне одному, але взаємно доповнюються до цілого - Самості. Відповідно до цієї дефініції самість є вищестоящою по відношенню до свідомого Я величиною» [17, 240]

Символом архетипу самості у Юнга є образ мандали. «Мандала: це самодостатність, внутрішня цілісність, що прагне до гармонії і не терпить самообману ... мандала і є цей центр, осередок всіх шляхів, тобто головний шлях, що становить індивідуальність ... психічного розвитку - самодостатність. Не існує лінійної еволюції, є якась замкнута «самість». Односпрямований розвиток можливий лише на початку, потім все виразніше проступає центр. Усвідомлення цього повернуло мені впевненість в собі і внутрішню рівновагу. Коли я з'ясував, що виражає мандала, я досяг свого кінцевого знання...» [18].

Цікаво пояснює генезу образу мандали і його значення в традиціях індоєвропейців Д.Кембел. «Після виверження вулкану Тера індоєвропейські Мікени стали домінуючим центром культури в ареалі Егейського моря. Арійський вплив виявляється на мікенській стелі, де зображена бойова колісниця. Зверніть увагу, що на цій широкій, двоколісній колісниці на колесі і осі можна побачити форму мандали. Вісь стає дуже важливим центром, навколо якого обертається все. Рух і спокій перебувають в одному місці, і вісь стає символом цієї точки, навколо якої відбувається весь рух: нерухома точка в центрі душі, точка спокою. Саме ця точка, яку потрібно знайти, в поданні - спортивному або драматичному, або в акті писемної тво-



рчості. Людина не повністю знаходиться в русі - виникає баланс між спокоєм в центрі і рухом навколо нього. Це духовна точка, яку починає символізувати колесо. Кінь є символом насильницької динамічної енергії тіла, а візник – контролюючим розумом [19].

Важливою для цілого ряду українських народних казок є така тема як асиміляція негативних аспектів архетипів Аніми і Тіні.

«Мати («прамати» і «земна мати») як верховна особистість («демонічна» і тому верховна...) і відповідна їй протилежність – дівчина, далі Аніма у чоловіка й Анімус у жінки». Тінь – це друге «Я» героя (alter ego), його недиференційована несвідома частина, один з проявів архетипу Духа.

Тінь може бути позитивною (у казках це – помічник героя), або негативною (антагоніст героя), її різновидом є образ трікстера. На думку К.-Г. Юнга, всі архетипи мають і позитивний, і негативний, і хтонічний аспекти.

Архетип Аніма – це персоніфікована «фемінність» у несвідомому чоловіків, яка об'єктивується тільки в «чоловічих» казках, оскільки вони є метафоричними сценаріями індивідуалізації чоловіка, а, отже, передбачають розвиток його Аніми або ж осягнення її в процесі складних випробувань. Аніма може проектуватися на молодих героїнь і залежно від їх ставлення до героя матиме або позитивну або негативну семантику (позитивна Аніма, справжня фемінність / негативна, демонічна)... часто аніма потрапляє під негативний вплив духа. І тому для оволодіння нею герою потрібен підйом свідомості, що відбувається тільки в результаті різноманітних випробувань; внаслідок кожно-

го з яких здійснюється проникнення несвідомого в свідомість...

Негативна Тінь об'єктивується в казках в образі Змія, царя Поганина, демона, зрадливих братів чи побратимів... У казках, де Тінь персоніфікується в образі Змія, часто зустрічається мотив вогню, загашеного кров'ю вбитого Змія. Зокрема, у казці «На Чорну Полонину» вогонь символізує просвітленість і чуттєвість, які герой втрачає під час боротьби з власною руйнівною інстинктивною Тінню (Зміями). Однак коли Змій жіночого роду (Зміїха), тоді в його образі слід бачити демонічну фемінність – уособлення негативної материнської Аніми... Царевич, убиваючи драконів, символічно вбиває власну інфантильність, позбувається залежності від материнського образу».

У чарівних казках нерідко бачимо образ... Страшної Матері, яка прагне знищити свого сина...» [13, 7-8].

Отже можемо зробити загальний висновок про значущий вплив давніх ініціативних практик на становлення та розвиток українських фольклорних текстів, що стали ретрансляторами архаїчних міфологем, які є невід'ємною частиною нашої духовної традиції, зберігшись до наших днів.

### **Список джерел:**

1. Павленко Ю.В. Дохристиянські вірування давнього населення України/ Ю.В.Павленко.- К.: Либідь, 2000.- 456с.
2. Попович М.В. Нарис історії культури України/ М.В.Попович.- К.: АртЕк, 1998.- 728с;
3. Попович М.В. Мировоззрение древних славян/ М.В.Попович.- К.: Наук. думка, 1985. – 167с.
4. Чмихов М.О. та ін. Археологія та стародавня історія України: Курс лекцій/ М.О.Чмихов. - К.: Либідь, 1992. - 376 с.
5. Рахно К.Ю. Киеворусский след скифских золотых даров // Nartamongae. The Journal of Alano-Ossetic Studies; Epic,

Mythology & Language. – Paris – Vladikavkaz/Dzæwdžyqæw, 2017. – Vol. XII. – № 1, 2. – С. 363-379.

6. Рахно К.Ю. Жир и жирные времена: об одном символе в «Слове о полку Игореве» // *Studia mythologica slavica*. – Ljubljana: Znanstvenoraziskovani center Slovenske akademije znanosti in umetnosti, Inštitut za slovensko narodopisje, Ljubljana, Slovenija; Università degli Studi di Udine, Dipartimento di Lingue e Civiltà dell' Europa Centro-Orientale, Udine, Italia, 2016. – Т. XIX. – С. 93-121.
7. Космогонія і есхатологія в українських думках і повчальних віршах та в германській міфопоетичній традиції / М. Рахно // *Сіверянський літопис*. - 2014. - № 5. - С. 375-382.
8. Мелетинский Е.М. Герой волшебной сказки. Происхождение образа.—М.: Изд-во вост. лит.,1958.— 246с.
9. Пропп В.Я. Исторические корни волшебной сказки – [Электронный ресурс]. Режим доступа: // [https://www.e-reading.club/chapter.php/46789/226/Propp\\_Istoricheskie\\_korni\\_Volshebnoii\\_Skazki.html](https://www.e-reading.club/chapter.php/46789/226/Propp_Istoricheskie_korni_Volshebnoii_Skazki.html)
10. Альманах «Фигуры Танатоса», Тема смерти в духовном опыте человечества. , Пятый специальный выпуск / Философский альманах. Материалы второй международной конференции Санкт-Петербург : 1995. – [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://anthropology.ru/ru/text/doroshenko-va/iniciaciya-smerti-kak-neobhodimyy-obryad-perehoda>
11. Станислав Гроф, Кристина Гроф Духовный кризис: понимание эволюционного кризиса – [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <http://psylib.org.ua/books/grofs02/txt01.htm>
12. Элиаде М. Тайные общества: обряды инициации и посвящения. - К.: София; М.: Гелиос, 2002. - 352 с.
13. Тиховська О.М. Система персонажів чарівних казок Закарпаття: психоаналітичний аспект: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата філологічних наук за спеціальністю 10.01.07 – фольклористика / Оксана Михайлівна Тиховська. – Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, 2009.
14. Мария Луиза Фон Франц Индивидуация в волшебных сказках – [Электронный ресурс]. Режим доступа: // <https://castalia.ru/perewody/yungiantsy-blichnij-krug/3199-mariya-luiza-fon-rants-individuatsiya-v-volshebnyih-skazkah-glava-1-belyiy-popugay.html>
15. Ребеко Т. Процесс индивидуации в понимании Юнга – [Елек-

тронний ресурс]. Режим доступу: // <https://www.psysovet.ru/threads/3782/>

16. Грузд О. Самость - архетип целостности психики - [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <https://www.b17.ru/blog/7003/>
17. Юнг К.Г. Психология бессознательного.- М.: Канон. 1994. - 319 с.
18. Юнг К.Г. Воспоминания, сновидения, размышления -- [Електронний ресурс]. Режим доступу: // [http://lib.ru/PSIHO/JUNG/memdreamrefs.txt\\_with-big-pictures.html](http://lib.ru/PSIHO/JUNG/memdreamrefs.txt_with-big-pictures.html)
19. Кембел Д. Богині. Прихід індоєвропейців -- [Електронний ресурс]. Режим доступу: // <https://castalia.ru/perewody/yungiantsy-novoe-pokolenie/2926-dzhozef-kembel-bogini-glava-3-prihod-indoevropeytsev.html>

## **Чайковська Оксана. Особливості розвитку мовленнєвих творчих здібностей дітей молодшого шкільного віку засобами ігор-фантазувань**



Практичний психолог, викладач психології Львівського центру професійно-технічної освіти Державної служби зайнятості.

Електронна адреса: OKSANA22CH@ukr.net

---

© Чайковська Оксана, жовтень 2019.

*У статті проаналізовані теоретичні та практичні шляхи визначення та розвитку творчих мовленнєвих здібностей дітей молодшого шкільного віку. Запропоновано систему розвитку творчих мовленнєвих здібностей шляхом використання ігор-фантазувань. Матеріали дослідження доцільно використовувати вчителям молодших класів та шкільним психологам у роботі з дітьми молодшого шкільного віку.*

*Ключові слова: творчість, здібності, мовленнєві творчі здібності дітей молодшого шкільного віку, визначення особливостей ігор-фантазувань як фактору розвитку мовленнєвих здібностей та дослідження впливу ігор-фантазувань на розвиток мовленнєвих здібностей молодшого школяра.*

**Постановка проблеми.** Особливості розвитку дитячих творчих здібностей є досить актуальною темою на сучасному етапі розвитку вікової психології. Дослідження дозволяють відзначити необхідність та можливість розвитку мовленнєвих творчих здібностей вже з молодшого шкільного віку.

Дітям цього віку притаманні конкретність і образність

мислення, емоційність, швидка зміна настрою. Недостатність життєвого досвіду й знань компенсується їх фантазією. Образність мислення, відсутність стереотипу, емоційність, естетичне ставлення до оточуючої дійсності, - ці якості притаманні всім молодшим школярам і свідчать про широкий рівень їх творчих здібностей.

У дітей молодшого шкільного віку складається свідоме естетичне сприйняття художніх творів, яке виявляється в розумінні змісту та ідеї твору, здатності виділяти та усвідомлювати його мовні засоби, хоча у складанні власних творчих доробок більшість дітей відчуває труднощі. Це виявляється у змістовій (наслідування, невиразність творів, алогічність змісту, бідність та не оригінальність сюжету) та фронтальних характеристиках висловлювання (порушення структури повідомлення, обмеженість у використанні стилістичних засобів), що пояснюється низьким рівнем літературознавчої обізнаності, несформованістю уявлень про жанрові, композиційні, мовленнєві особливості літературних і фольклорних творів та невмінням переносити набуті художні уявлення у власну творчість. Значна частина праць з цієї проблеми (А. Богуш, Д. Бараніна, Н. Гавриш, Т. Постоян) присвячена переважно створенню системи мовленнєвих вправ, мовленнєвих творчих занять, розробці спеціальних прийомів навчання фантазуванню (Н. Гавриш, Дж. Короткова, М. Михайленко).

Особливості розвитку мовленнєвих здібностей привертає увагу багатьох вчених. Зокрема вона була предметом дослідження Т. Комарової, Т. Козакової, Н. Сакуліної, О. Ушакової, Н. Фесюкової, В. Ягупкової та ін.

Актуальність і недостатня розробленість дослідженої проблеми обумовили вибір теми нашого дослідження

«Особливості розвитку мовленнєвих творчих здібностей дітей молодшого шкільного віку засобами ігор-фантазувань».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Над цією тематикою працювали різні вчені і дослідженими теоріями стали: теорія навчання і виховання як освоєння і передавання соціокультурного досвіду (Л.С. Виготський, Г.С. Костюк, С.Д. Максименко); теорія психічного розвитку дитини в молодшому шкільному віці (В.В. Давидов, О.К. Дусавицький, Д.Б. Ельконін, Ю.М. Швалб).

**Мета** цього дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити вплив ігор-фантазувань на розвиток мовленнєвих здібностей молодших школярів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Дослідження багатьох вчених дозволяють визначити необхідність і можливість розвитку творчих здібностей у дітей молодшого шкільного віку. Теорія здібностей представлена в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних психологів (Б. Ананьєв, Л. Виготський, С. Гончаренко, І. Іщенко, О. Ковальов, Г. Костюк, С. Кулачківська, В. Крутецький, О. Леонтєв, М. Лейтес, О. Матюшкін, В. Моляко, Л. Момот, Я. Пономарьов, Б. Теплов, С. Рубінштейн, В. Шандриков, В. Ямницький, Дж. Гілфорд, Д. Рензулі, К. Роджерс, С. Торренс та ін.), які визначають їх як психічні властивості індивіда, що регулюють досягнення людини і слугують умовою життєдіяльності; як властивості функціональних систем, що реалізують окремі психічні функції та мають індивідуальну міру прояву і виявляються в успішності та якісній своєрідності засвоєння і реалізації діяльності [15, с. 74].

Ще один підхід до вивчення проблеми здібностей акцентує увагу на індивідуально-психологічних особливостях особистості (М.Лейтес, Б.Теплов). Так, Б.Теплов називає три характерні риси здібностей: 1) те, що відрізняє одну людину від іншої; 2) те, що має відношення до успішності виконання дій; 3) легкість і швидкість оволодіння знаннями та навичками. Автор вирішує принципові питання проблеми здібностей до конкретних видів діяльності на-самперед виявлення якісної своєрідності здібностей та якісних індивідуально-психологічних відмінностей людей, які виявляють здібності до одного і того ж виду діяльності [16].

Представники іншого підходу усвідомлюють провідну роль особистості, і вбачають у здібностях оцінний критерій її потенційних можливостей, систему узагальнених дій, що є результатом розвитку психічних процесів і реалізується через внутрішні умови суб'єкта (Г. Костюк, Б. Ломов, Б. Теплов, С. Рубінштейн).

У сучасній теорії здібностей суперечливими лишаються питання про структуру здібностей, співвідношення між задатками і здібностями. Більш поширеною є думка, про задатки як органічну успадковану передумову розвитку здібностей. Щоб задатки перетворилися на здібності, окрім природженої схильності, потрібно, щоб людина включилася до діяльності, виявила зацікавленість, бажання займатися нею, певні вміння та навички [10]. Адже часто буває і так, що маючи неабияку схильність до певного виду діяльності, людина не використовує цей природний дар, не розвиває свої здібності.

Істотним моментом у проблемі здібностей є питання про взаємозв'язок між здібностями і вміннями. З одного



боку, розвиток здібностей неможливий поза процесом оволодіння відповідними знаннями, вміннями, та навичками. З іншого боку, процес формування знань і навичок залежить від індивідуальних особливостей людини, здібності дозволяють швидше, легше й глибше оволодіти відповідними знаннями, вміннями та навичками. Творчі здібності в мовленнєвій творчій діяльності вчені аналізують як психологічні особливості дитини, які сприяють оволодінню цією діяльністю. Важливо визначитися, які вміння потрібно сформувані в дітей, щоб вони відчували свободу своїх дій у мовленнєвій творчості, мали можливість проявити творчість, успішно здійснювати цю діяльність.

Б. Теплов стверджує, що здібності завжди є результатом розвитку, адже здібність не може виникнути поза відповідною конкретною діяльністю [16, с. 133]. Здібності не тільки виявляються й існують у певній діяльності, вони в діяльності народжуються і розвиваються. Так, наприклад, творчі мовленнєві здібності можуть розвиватися тільки в літературній діяльності.

Крім того, вчені виокремлюють поняття «загальні здібності» і «спеціальні здібності», водночас підкреслюючи їх взаємопов'язаність: розвиток спеціальних здібностей можливий лише за умови наявності в людини загальних здібностей. С. Рубінштейн стверджує, що загальні – це здібності до навчання і праці, а спеціальні – це лише різні прояви, різні сторони загальних здібностей до засвоєння досягнень людської культури та її подальшого руху .

Привертає увагу класифікація О. Лука, який поділяє здібності на три групи: здібності, пов'язані з мотивацією

(інтереси і нахили); з темпераментом (емоційність) і розумові здібності. До розумових здібностей, на його думку, належать: пильність у пошуку – бачити те, що інші не бачать; здібність до переносу; боковий зір; цільність сприймання; здібність до згортання розумових операцій, до пересилення функціональної фіксованості; здібність до оцінних дій, а також здатність швидко пов'язувати нові дані з попереднім досвідом .

Група вчених розглядають творчі здібності, які усвідомлюються ними як інтегральна якість особистості, що об'єднує когнітивну і особистісну сфери і виявляється при дозріванні психічних структур особистості (Д. Богоявленська, Г. Костюк, А. Маслоу, В. Шандриков, В. Ямницький). Учені наполягають саме на розвитку творчої особистості, не обмежуючись творчими здібностями. В основі творчості, на думку В. Шандрикова, лежить особлива категорія здібностей – духовні здібності, в яких він убаचाє «цілісну сутність», «інтегральний прояв інтелекту і духовності людини» . У цій новій сутності інтелект має інструментальний характер. Автор виводить, що в духовних здібностях проявляється особистість, «сутність індивідуальності людини».

Особливості розвитку творчих і спеціальних здібностей дітей вивчається в межах творчої мовленнєвої діяльності, пов'язаної зі сприйманням художніх творів, їх творчим виконанням і відтворенням здобутих вражень та уявлень у власній творчості. У процесі художньо мовленнєвої діяльності відбувається розвиток естетичних і художніх здібностей дітей [8, с. 30 – 31].

Педагог має розвивати не технічну сторону дитячої творчості, а передусім формувати в дітей художньо-естетичне

сприйняття прекрасного і дивного в навколишньому, прагнути відкрити очі, допомогти відчувати красу світу. Такої самої позиції дотримуються Е. Белкіна, Н. Ветлугіна, О. Дронова, Т. Комарова, Т. Казакова, Н. Сакуліна О. Ушакова. Так, Т. Комарова переконливо доводить існування закономірності: якщо не поспішати з показом дитині способів дії (технікою), проте піклуватися про набуття нею сенсорного досвіду, розвиток сприймання, тоді дитина раніше починає виявляти самостійність у творчій діяльності.

Учені відзначають, що порівняно з іншими видами здібностей, мовленнєві здібності виявляються пізніше, в підлітковому віці й далі. Водночас численні факти свідчать про те, що діти молодшого шкільного віку виявляють схильність до мовленнєвої творчості. Свої перші спроби вони починають за власною ініціативою, без спонукання з боку дорослих, просто тому, що їм це цікаво. Значення ж мовленнєвої творчості в молодших школярів для всіх дітей без виключення величезне і полягає в тому, що вона стає одним з активних засобів їхнього розумового, естетичного й морального розвитку, впливає на формування особистості в цілому.

Отже, з аналізу науково-методичної літератури можна зробити висновки, що мовленнєві творчі здібності – це рівень прояву психологічних особливостей, що забезпечує успіх у складанні власних творів, у зв'язному, змістовному образному висловлюванні своїх думок, вражень, переживань. Починати розвивати дані здібності потрібно вже з дошкільного віку, бо саме в цей період відбувається розвиток всіх психічних процесів: сприймання, мовлення, мис-

лення, творчої уяви, відбувається становлення особистості дитини.

Особливої важливості на сучасному етапі набуває процес розвитку мовленнєвих здібностей у дітей молодшого шкільного віку. Існують різні методики та моделі розвитку мовленнєвих здібностей.

Однією з найбільш відомих концептуальних моделей розвитку дитячої творчості в зарубіжній і вітчизняній науці являється модель Дж. Гілфорда, яка передбачає розвиток у дітей основних структур інтелекту як умови формування творчих здібностей, їхнього творчого потенціалу. Згідно цієї теоретичної моделі існує три основних види здібностей (інтелектуальні операції, зміст операцій, продукти), цілеспрямоване формування яких призводить до розвитку 120 окремих здібностей, стає підґрунтям будь-якої творчої діяльності. Провідною формою навчання виступає гра в різних її видах. Отже, дитина виступає, з одного боку, суб'єктом творчої діяльності, з іншого – об'єктом, на який спрямовані навчальні впливи з розвитку творчості [8].

Програма «Вільний клас» Є. Торренса орієнтована на розвиток дивергентного мислення, дитячої креативності. Вона є дуже гнучкою як за часом проходження її окремими дітьми, так і за організацією, адже максимально враховує індивідуальні можливості та досягнення кожної дитини. Дітям надається ініціатива у виборі занять, визначенні їх обсягу, засобів, темпу та ритму навчання. І все ж педагогічний вплив на розвиток творчих здібностей дитини є обов'язковою умовою навчання, що допомагає спрямувати творчу ініціативу дитини у правильне русло.

Російськими вченими також розроблені моделі розвит-

ку творчих здібностей. Центральною ідеєю моделі О. Матюшкіна є розвиток творчого потенціалу дітей. Висловлює думку про необхідність враховувати вікові можливості в побудові навчального процесу, а основним структурним компонентом у розвитку творчого потенціалу дитини вважає фактор проблемності, коли дослідницька активність дитини перетворюється в постановку та визначення проблеми [15].

Значна кількість різноманітних моделей, програм розвитку і стимулювання творчих здібностей заснована на своєрідних концептуальних підходах. Практично кожна модель включає особистісний (мотивація, індивідуальні особливості), когнітивний (конвергентне мислення, інтелектуальні здібності) та творчий (дивергентне мислення, творчі здібності) компоненти.

Учені сходяться на тому, що існує міцний зв'язок між творчими здобутками дитини в будь-якій творчій діяльності та розвитком її інтелектуальної сфери. Відповідно до теорії здібностей Л.С. Виготського, який визначав цим поняттям фактично окремі, але невідривно взаємопов'язані вищі психічні функції, науковці розкривають процес розвитку здібностей як нелінійне інтегративне складне утворення засобів людського пізнання, в центрі якого, за словами Л. Виготського, знаходиться знак і слово. Цінними є дані вченого щодо значення творчих завдань як засобу забезпечення єдності емоційно-когнітивного досвіду, що зумовлюється рівнем розвитку творчої уяви та символічного опосередкування.

Найбільш сприятливою для розвитку мовленнєвих творчих здібностей дітей є розвивальна форма навчально-

виховного процесу, яка визначає знання засобом їх розвитку.

Термін «навчання» у дитячій мовленнєвій творчості використовується у значенні «опосередковане навчання». В його зміст вкладається допомога дитині в оволодінні вміннями та здібностями, необхідними для творчої мовленнєвої діяльності: складання різноманітних типів мовленнєвого висловлювання (описи, сюжетні розповіді, міркування), сприймання літературних творів у єдності змісту та художньої форми, збагачення когнітивного та мовленнєвого досвіду тощо. Отже, під час творчої мовленнєвої діяльності на спеціальних заняттях створюється ситуація, в якій процес словесної творчості спрямовується, керується педагогом, але без використання прямих способів впливу, коли вирішуючи одні педагогічні завдання, отримуємо ще і додаткові результати.

Актуальним є розглядання таких видів навчання: як латентне (приховане), що забезпечується накопиченням чуттєвого та інформаційного досвіду, який складає базу точних і неточних знань; пряме (безпосереднє) навчання, регламентоване в часі та межах цілеспрямованої навчально-виховної діяльності, у процесі якої неточні знання та псевдопоняття переростають в точні знання і автентичні (справжні) поняття; та опосередковане навчання, в якому у процесі навчального співробітництва дітей і дорослих паралельно з головними розв'язують додатково інші не визначені педагогічні завдання [7, с. 8 – 9].

За влучним висловом О.Г. Макарової: «кожна дитина – окрема тема в загальному багатоголоссі» [14, с. 84]. Чітке дотримання цього принципу в організації художньо-мовленнєвої діяльності дітей орієнтує педагога на пріори-

тетність творчого процесу над творчим продуктом.

Для педагога, який виховує дітей, важливо не прагнути будь що до надвисоких результатів у мовленнєвотворчій діяльності – це неможливо, адже, крім умінь і елементарних літературних і мовних знань, художнього досвіду, у кожної дитини є свій особливий рівень природних здібностей. У прагненні тільки до результату існує небезпека занурення у «технічну сторону» проблеми і нівелювання індивідуальних якостей мовлення кожної дитини.

Науковець Г. Сміт, пропонує більш широке коло умов. Це фізичні умови (матеріали для творчості й можливість кожну хвилину діяти з ними); соціально-емоційні умови (створення внутрішньої безпеки, відчуття розкріпаченості й волі); інтелектуальні умови (розвиток уміння розв'язувати творчі завдання, розвиток інтуїції як поєднання знань, інстинктів, емоцій, моралі та ціннісних суджень).

У моделі навчання Д. Рензулі серед умов розвитку творчих здібностей дитини визначені: розширення кругозору, надання можливості діяти за інтересами, можливість ставити перед собою завдання; використання в навчальному процесі методів, що сприяють розвитку здібностей до мислення і сприймання [6, с.15]. Гра – це найбільш доступний для дітей вид діяльності, спосіб переробки отриманих з навколишнього середовища вражень. В грі яскраво проявляються особливості мислення і уяви дитини, здатність до фантазування, також його емоційна активність, потреба в спілкуванні.

Гра – соціальна практика дитини. Д. Ельконін, В. Давидов підкреслювали роль гри як специфічної дитячої дія-

льності, як засобу та методу всесторонньої навчально-виховної роботи.

Суттєвий вплив на подальше вивчення проблеми дитячої гри дала педагогічна система А. Макаренка. Центральні її положення: формування в особистості дитини комунікативних здібностей через гру.

Важливе місце в розвитку дитячої гри займають роботи А. Усової. Запропонована нею система навчання на заняттях сприяла підвищенню дитячих ігор. Тільки сукупність формування всіх видів діяльності гри, навчання, праці підкреслювала А. Усова можна досягти повноцінних результатів в розвитку всіх видів діяльності (образотворчої, мовленнєвої, трудової та ін.) та розвитку особистості взагалі.

Гра має великий вплив на розвиток різноманітних здібностей дитини в тому числі і творчих. Дитина розвивається під впливом виховання, вражень від оточуючого середовища. У неї з'являється інтерес до життя. Гра – найбільш доступний для дитини вид діяльності, своєрідний спосіб переробки отриманих вражень. Враження пробуджують у дітей різноманітні почуття, мрії та підштовхують їх до творчості. Через гру можна розвивати різноманітні творчі здібності: образотворчі, мовленнєві, музичні здібності.

У розвитку мовленнєвих творчих здібностей використовуються різні види ігор: дидактичні, театралізовані, сюжетно-рольові, ігри-фантазування.

Ігри-фантазування є найбільш ефективним засобом розвитку творчості дитини. В цих іграх молодший школяр має змогу грати зі словами, промовляючи низку звуків рідної мови, створює незвичайні слова, загадки, віршики,



казки, оповідання. У гри-фантазуванні дитина може проекспериментувати, багаторазово виконати якусь дію, від якої вона отримує задоволення і бачить продукт своєї діяльності.

Ігри-фантазування сприяють розвитку мовленнєвих здібностей, пізнавальної активності, самостійності, творчості, самореалізації дітей. Вони включають в себе вирішення багатьох завдань: навчальних, розвивальних, пізнавальних, інтелектуальних, трудових, нестандартних, творчих (І. Лернер, М. Махмутов, В. Моляко, Г. Сирота, І.А. Барташніков). [2, с. 75 – 80].

Психологи і педагоги доводять, що в учнів молодших класів величезний творчий потенціал, який за різних причин не завжди повністю реалізується.

Тому важливо створити таку ситуацію, яка б сприяла бурхливому сплеску дитячої фантазії, атмосферу творчого натхнення, зацікавленість дітей створити свою історію [9, с. 78].

Творча розповідь за мотивами знайомих казок, оповідань - це теж один з видів ігор-фантазувань, і є добрим стимулом для розвитку мовленнєвих творчих здібностей. Глибокий вплив художнього твору на емоційну чуттєву сферу дитини, поява яскравих уявлень народжують нові образи, дитина проявляє цілком природне бажання «пограти» з героями улюбленого твору на вербальному рівні [8, с. 28].

Ще один з можливих варіантів таких ігор-фантазувань – складання історій за темою, запропонованою вчителем або самою дитиною. Захопленість, незвичайність, казковість формулювання теми творчої розповіді розбудять ди-

тячу фантазію, забезпечать успіх у досягненні поставленої мети Ігри-фантазування розвивають у дітей уяву, яку часто співвідносять з фантазією. [1, с. 268 – 273].

Отже, на основі цього ми можемо зробити висновок, що ігри-фантазування є один з найефективніших засобів розвитку мовленнєвих здібностей у дітей молодшого шкільного віку. Вони сприяють розвитку зв'язного мовлення у дітей, відіграють велику роль у досягненні дітьми високого рівня мовленнєвої культури, що характеризується багатством, точністю і виразністю, формують у дітей граматичну компетентність, розвивають всі психічні процеси, головне спонукають дитину до творчості, до самостійної творчої діяльності.

Емпіричне дослідження проводилось у СЗШ № 74 м. Львова. Для дослідження було обрано 2– В клас, кількістю 30 учнів, які були розділені на дві групи.

З метою виявлення рівня розвиненості виділених критеріїв було підібрано експериментальні завдання.

**Завдання 1** (Тема: «Розповідь за власним малюнком») передбачало визначення характеру взаємозв'язку мовленнєвої творчої та образотворчої діяльності, охарактеризувати складені дітьми розповіді за власними малюнками (за тематикою, типом розповіді, за жанром). Для цього дитині пропонували розглянути її власні малюнки і вибрати один, про який вона б хотіла розповісти. Перед складанням висловлювання педагог уточнював, то була казкова історія чи реальна, спонукаючи дитину скласти повну, завершену розповідь замість окремих слів-пояснень: «Давай розглянемо твої малюнки. Пам'ятаєш, як ти це малював? Який тобі подобається понад усі? Розкажи, про що ти намалював так, щоб було зрозуміло».

**Завдання 2** (Тема: «Обговорення задуму») було спрямоване на вивчення вміння складати пояснювальне висловлювання з елементами міркування; з'ясувати, як дитина використовує мовлення для формулювання задуму, дотримується свого задуму чи змінює сюжет за ходом малювання, тобто чи впливає вербально висловлений задум на розкриття образу в дитячому малюнку. Педагог пропонував дитині намалювати щось за власним бажанням, але спочатку розповісти про свій задум детально: що вона хоче відобразити, де, що намалювати, яким кольором, яку назву буде мати малюнок.

**Завдання 3** (Тема: Малюнок-розповідь на тему: «Пригоди жучка») передбачали виявити вміння дітей складати розгорнуте висловлювання-розповідь, виділяти головну думку кожної її частини, визначати її словесно або за допомогою символічних знаків. Для виконання цього завдання експериментатор пропонував дитині зробити книжку-розкладанку з чотирьох частин, з малюнком на першій сторінці, звертався до дитини з такими словами: «Давай складемо казку про жучка, який врятував стрибунця. Послухай, я вже придумала, що було спочатку. Був собі жучок. Жив він у лісі, на кущику. Одного разу він вирішив погуляти по галявині і зустрів своїх друзів. Йде жучок лісом, і раптом зустрічає коника-стрибунця...». Педагог разом з дитиною розглядав першу сторінку, пропонував розповісти, які події відбулися з жучком далі, звертав увагу дитини на те, що в книжці чотири частини, тож і розповідати треба детально, щоб на кожному аркуші відобразити якийсь момент казки, уточнював, чим казка відрізняється від оповіді.

З метою виявлення сформованості мовленнєвих здібностей були розроблені наступні рівні: від 0 до 1,6 балів – низький рівень; від 1,7 до 2,3 – середній рівень, від 2,4 до 3 – високий рівень.

Результати констатуючого експерименту свідчать про доцільність організації спеціальної роботи розвитку мовленнєвих здібностей у дітей молодшого шкільного віку. Ми виконали поставлену мету, вимірявши показники первинного рівня сформованого об'єкту дослідження в експериментальній і контрольних групах. Провели якісний аналіз отриманих результатів. Це обумовило доцільність проведення формуючого експерименту в експериментальній групі. У ході констатуючого експерименту виявлено, що діти добре володіють набутими навичками та вміннями, але не впроваджують в своїй роботі новий матеріал. Беручи до уваги аналіз даних, ми визначили групу № 1 експериментальною, а групу № 2 - контрольною.

Ми виконали поставлену мету, вимірявши показники первинного рівня сформованого об'єкту дослідження в експериментальній і контрольних групах. Провели якісний аналіз отриманих результатів. Це обумовило доцільність проведення формуючого експерименту в експериментальній групі.

Головна мета формуючого експерименту – через спеціально підібрані ігри-фантазування сприяти розвитку мовленнєвих творчих здібностей як компонента креативності особистості.

**Завдання №1.** Тема: «Складання колективної казки про пригоди ведмедика і жовтого зайчика». Мета: вчити дітей складати сюжетну розповідь за допомогою структурно-логічної схеми, дотримуватися основної сюжетної лінії,

характеризувати головних героїв. Розвивати уяву, фантазування, підвести дітей до пошуку різноманітних способів розгортання сюжету. Вид творчості: колективний.

Матеріал: іграшкові ведмедик та зайчик, кольорові олівці, аркуші паперу. Психолог демонстрував дітям дві іграшки – ведмедика та жовтого зайчика, пропонував уважно їх розглянути, розповісти про них: хто з них старший, який в кожного вигляд, що їм найбільше подобається робити, чому в зайчика такий не звичайний колір. Можливо, з ним трапилася надзвичайна пригода, друг ведмедик вирішив допомогти зайчикові стати знову таким, як завжди.

У процесі переказу, складання самостійних висловлювань дітей тренували у вживанні простих і складних синтаксичних конструкцій, різноманітних типів. Використовували такі прийоми, як складання дітьми плану переказу і переказ за планом, який спочатку оформлювався в малюнках, потім діти називали кожную смислову частину розповіді та переказували її за словесним планом. Ускладненим варіантом був вибірковий переказ, причому - цілого тексту. Ми заохочували дітей до виконання творчих завдань, які спрямовували їх на вільний переказ.

**Завдання № 2.** Тема: «Гудзик». Складання колективної казки «Про чарівний гудзик». Мета: вправляти дітей у добір різних груп слів до заданого слова, вчити. Усвідомлювати пряме та переносне значення слів. Уточнити уявлення дошкільнят про жанрові та композиційні особливості казкового жанру. Вміти складати казку з опорою на літературознавчі уявлення. Розвивати творчу уяву, дивергентне мислення дітей. Вид творчості: колективний.

Логіка побудови заняття була така, що головному творчому завершенню скласти казку – передували численні цікаві лексичні, граматичні вправи, які допомагали актуалізувати необхідний для творення словник, активізуючи, збуджували мислення, уяву, емоційний стан дітей. Все це дозволяло розіграти їх, викликати сильне бажання придумувати, створити атмосферу радісної фантазуючої гри.

Зазначимо, що на інших заняттях ми теж використовували прийоми малювання ілюстрацій до епізодів казки. Потім вчитель, зазвичай, пропонував дітям назвати свій епізод ключовим словом, реченням і розповісти казку ще раз.

**Завдання № 3.** Тема: складання ліричної казки за віршем Г. Химча «Вербові котики».

Мета: навчити дітей складати самостійно розповідь за темою вірша, передаючи його характер, настрої, жанрові особливості казки. Розвивати образність мовлення дітей. Матеріал: гілочки верби з мохнатими котиками, олівці. Папір, клей.

Психолог пропонує дітям уважно роздивитись ілюстрації котиків, і обговорює її разом з дітьми. Потім пропонує скласти ліричну казку.

Після проведення формувального експерименту було проведено повторне вимірювання рівня сформованості мовленнєвих здібностей у дітей молодшого шкільного віку. Контроль на етапі констатувального експерименту здійснювався за тією ж методикою з використанням наступних завдань: завдання №1 «Розповідь за власним малюнком»; завдання №2 «Обговорення задуму»; завдання №3 «Розповідь на тему «Пригоди жучка»» .

Аналіз результатів показав, що в експериментальній

групі значно підвищився рівень сформованості мовленнєвих здібностей, а в контрольній групі фактично залишився на тому ж рівні.

Аналіз кількісних даних дозволяє відзначити покращення результатів виділених показників у експериментальній групі, побачити динаміку їх розвитку протягом експерименту. Аналіз контрольного експерименту засвідчив, що зменшилась кількість дітей, що належать до низького рівня розвитку творчості, - їх стало 13%, віднесених до середнього рівня - 47%, віднесених до високого рівня - 40% (в експериментальній групі).

Результати підсумкового експерименту свідчать, що у контрольній групі показники майже не змінилися. Вважаємо це наслідком традиційної методики навчання дітей.

Аналізуючи результати експерименту, необхідно підкреслити, що значно зросла ініціативність дітей, їх активність фантазування у складанні власних творів. Цікаво, що діти не копіювали зразків психолога, а виготовляли знайомі предмети з пам'яті. Кількість дітей, що виконали роботу з пам'яті в експериментальній групі становить 38% від загальної кількості, а 62% створили фантастичні, незвичайні роботи загальний рівень розвитку мовленнєвих творчих здібностей дітей експериментальної групи значно підвищився.

Таким чином, аналіз контрольного експерименту продемонстрував ефективність використання ігор-фантазувань у розвитку мовленнєвих здібностей, що підтвердило висунуту нами гіпотезу. Дані дослідження свідчать, що використання ігор-фантазувань сприяє розвитку активності ініціативності та творчості.

**Висновок.** В результаті проведеної теоретико-експериментальної роботи з теми дослідження мною були зроблені наступні висновки:

1. Уточнено, що творчі здібності – це інтегральна якість особистості, яка об'єднує когнітивну та особистісну сфери і виявляється при дозріванні багатьох психічних структур. До них відносять музичні, художні, мовленнєві здібності, тобто спеціальні здібності.

2. З'ясовано, що розвиток мовленнєвих творчих здібностей відбувався за трьома основними напрямками:

- розширення світогляду дитини,
- надання можливостей діяти за інтересами,
- надання можливості визначати самостійно власні інтелектуальні завдання та проблеми, самостійно їх вирішувати.

3. Аналіз результатів констатувального етапу експерименту дозволив підтвердити наявність 3 рівнів сформованості показників у дітей: високий 13%, середній 47%, низький 40%, що дало змогу побудувати відповідну методику роботи, яка складалась з комплексу ігор-фантазувань включених в заняття з розвитку мовлення.

4. Аналіз результатів констатувального і формувального етапів експерименту показав, що рівень розвитку мовленнєвих творчих здібностей у дітей молодшого шкільного віку в експериментальній групі підвищився, отримано: високий рівень на 27%, середній – на 7%, а низький рівень зменшився на 25%, а в контрольній групі залишився майже незмінним високий рівень збільшився на 5%, середній – на 10%, а низький зменшився на 5%.

5. Доведено, що ігри-фантазування є найбільш ефективним засобом в розвитку творчості дитини, тому що в да-



них іграх молодший школяр має змогу грати зі словами, промовляючи низку звуків рідної мови, створює незвичайні слова, загадки, віршики, казки, оповідання. Має змогу проекспериментувати, багаторазово виконати будь-яку дію, від якої дитина отримує задоволення і бачить результат своєї праці.

### **Список джерел:**

1. Андреев В.Н. Диалектика воспитания и самовоспитания творческой личности. Основы педагогики творчества. – Казань: Изд-во Казан. ун-та. 1998. – 237 с.
2. Барташнікова І.А., Барташніков О.О. Розвиток уяви і творчих здібностей у дітей 5 – 7 років. – Тернопіль: Богдан, 1998. – 85 с.
3. Белкіна Е.В. Естетичне виховання дітей шестирічного віку засобами образотворчого мистецтва (на матеріалі живопису). – К.: Вища школа, 1996. – 190 с.
4. Бібік Н.М. Формування пізнавальних інтересів молодших школярів. – К.: ІЗМН, 1997. – 92 с
5. Богуш А.М. Концепція розвитку дитячого мовлення за Ж. Піаже // Педагогіка і психологія. – 2000. – № 3. – С 22 – 29.
6. Болтівець С. Психологія творення мови // Дивослово. 1997. – №4. – С 31 – 35.
7. Бургін М. Розвиток інтелекту: єдність теорії і практики // Шлях освіти. – 1998. – №1. – С. 6 – 10.
8. Волощук І.С. Методи розвитку творчих здібностей учнів молодшого шкільного віку. Метод, посібник // Рідна школа. – 1998. – № 3. – С 29 – 52.
9. Волощук І.С. Науково-педагогічні основи формування творчої особистості. – К.: Пед. думка. 1998. – 156 с
10. Гавриш Н., Котик І. Методика розвитку мовленнєвої діяльності: К: Вища школа, 1996. 259 с.
11. Дьяченко О.М. Проблема развития способностей: до и после Л.С. Выготского // Вопросы психологии. 1996. – №3. – С. 92 – 95.
12. Каган М.С. Искусство как феномен культуры // Искусство в системе культуры – М.: Искусство, 1987. – С. 17 – 24.
13. Кучерявий О.Г. Педагогіка і психологія дитячої творчості (Аспект самоформування вмінь організувати творчість дітей):

Навч. посібн. – К: ІЗМН, 1998. – 156 с.

14. Макарова Е.Г. В начале было детство: записки педагога. – М. Педагогика, 1990. – 256 с.
15. Матюшкин А.М. Концепция творческой одаренности // Вопросы психологии. – 1989. – № 6. – С. 74 – 81.
16. Теплов Б.М. Избранные труды. Т. 1. – М., 1985. – С. 214 – 248.
17. Торшина К.А. Современные исследования проблемы креативности в зарубежной психологии // Вопросы психологии. – 1998. – № 4 – С. 123 – 132.
18. Ушакова Т.Н. Текст как объект психологического анализа // Психологический журнал. – 1989. – Т. 10. – № 1. – С. 107 – 115.
19. Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. Изд-е 5-е. – М.: Изд-во полит. литературы. 1986. – 514 с.

## **Савицький Павло.** **Управління комунікаціями підприємства** **в умовах посиленої конкуренції**



*Магістрант, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського»*

E-mail: pashasavickiy1996@gmail.com

---

© Савицький Павло, листопад 2019.

*Актуальність вибраної теми зумовлена питанням підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок дослідження комунікаційних процесів, які складаються з цілої системи утворень комунікацій зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. За умов посиленої конкуренції підприємство постійно працює в напруженому темпі. З кожним роком працівникам доводиться оброблювати все більші, та більші об'єми інформації. З'являються нові канали зв'язку і тому потрібно розширяти інструментарій керуваннями комунікаціями, щоб залишатися завжди в тренді. Неправильний підхід до управління комунікаціями призводить до сповільнення та втрати встановлених позицій на ринку. Саме тому постає питання аналізу сучасних тенденцій розвитку в сфері комунікацій та розробки ефективних шляхів покращення всіх процесів: переговорів, спілкування, передачі інформації, тощо. Перед власниками бізнесу завжди стояло питання про накопичення бази постійних клієнтів та отримання гарних відгуків у всіх мережах розповсюдження інформації. Кожен етап зв'язку з клієнтом повинен проходити для останнього дуже комфортно та продуктивно, тільки в такому можна досягти вищезазначе-*

них цілей.

Ключові слова: комунікаційна політика, конкуренція, маркетинг, діджиталізація, комунікація.

***Pavlo Savitskiy. National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute». Communication management at enterprises in terms of intensive competition. Abstract. The present article deals with the competitiveness of an enterprise throughout the examination of communicative processes. The last-mentioned consists of a whole system of external and internal communication methods within a firm. Due to intensive competitiveness, a company is always working in a tense atmosphere. Year by year employees have to deal with an always increasing amount of information. With the emergence of new communicative channels and to be in trend a company must extend its communication management. A wrong approach can lead to a slowing down and loss of certain positions on the market. Comparing political and economic situation on the market 10 years ago and nowadays, it is evident that the economic climate has turned upside down. Only a few years ago different means of communication, ways of negotiating and advertising campaigns seemed to be modern, but today they are considered ineffective and obsolete. For that very purpose, an analysis of modern tendencies in the communication sphere and development aimed at the improvement of negotiating, communicative and information transfer is very actual and important. For big companies, it was always important and actual how to have a stable client base and to obtain favourable responses via mass communication. In practice, these goals can be achieved through the development of a flexible system of communication, which would be able to adapt according to the client's preferences. The most important feature in communication with a client is that it should be comfortable and productive for him, this way main of an enterprise's aims may be achieved successfully.***

*Keywords: communicative policy, competitiveness, marketing, digitalization, communication.*

**Постановка проблеми.** Сучасні умови ведення бізнесу та утворення посиленої конкуренції майже у всіх сферах вимагають реорганізації та модернізації комунікаційної політики підприємства. Приведення рівня управління комунікацій до стандартів закордонних компаній з високим рівнем корпоративної культури, надасть змогу запропонувати нові стандарти сервісу. Адже, в умовах посиленої конкуренції, вітчизняні підприємства повинні скласти боротьбу і для закордонних корпорацій.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Поняття управління комунікаціями, вже здавна досліджується та аналізується науковцями різних аспектів та напрямів, оскільки комунікації відіграють першочергову роль в побудові стратегії будь-кого бізнесу. Тому питанням щодо управління комунікаціями та вдосконалення їх в умовах роботи різного роду підприємств, в різні часи цікавилися і цікавляться зараз чимала кількість дослідників. Серед їх представників: (Р.К. Юксвярава, Р.Доусон, І. А. Річардс, Д. Майнер, Ф.Чарльз Ікле, Д. Нілсен, А.В. Дайнека).

Аналізуючи та порівнюючи роботи закордонних і вітчизняних дослідників, можна зробити деякі висновки. Формулювання терміну комунікацій і методи їх покращення, у зарубіжних дослідників звучать дуже сучасно і з поглядом в майбутнє. Визначення вітчизняних дослідників формується з врахуванням переносу інформації на призму реальності, тому зазичай звучать дуже стримано.

**Формулювання цілей статті.** Метою даної статті є комплексне дослідження існуючих систем та методів

управління комунікаціями на підприємстві, а також визначення найбільш сучасних формулювань терміну – «комунікації».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Порівнюючи теперішню економічно-комунікативну ситуацію з тими, які були присутні на ринку в минулому, то здається, що все різко змінилось. Засоби ведення переговорів, комунікаційні інструменти та рекламні кампанії, які ще декілька років тому були сучасними, сьогодні вже виглядають неефективно та недоречно. Втриматись в умовах конкуренції можливо за умови, якщо розробити систему комунікації, яка змогла б підлаштовуватись під клієнта.

Ми живемо у світі комунікації, де більшість свого часу людина витрачає на спілкування. Дослідження показали, що близько 70% часу індивідуума припадає на комунікацію: людина пише, читає, говорить, слухає. Жодна людина чи група людей не може існувати без комунікації. Тільки комунікація забезпечує передачу інформації та ідей.

Нижче ми розглянемо загальні підходи до комунікації, згодом проаналізуємо сутність внутрішньої фірмової комунікації, завершимо аналіз засадами маркетингової комунікації фірми з клієнтами, споживачами, партнерами (конкурентами).

*Загальні підходи до комунікації.* Більшість комунікативних моделей розроблено у ХХ ст. Теорія комунікації оперує великою кількістю моделей загальнотеоретичного й прикладного характеру: соціологічними, психологічними, технічними й багатьма іншими. Найпопулярніше визначення основної проблеми комунікації дав у 30-х роках ХХ

ст. відомий американський дослідник Гарольд Д. Лассвел: «Хто говорить - що - кому - по якому каналу - з яким ефектом?». Формула Лассвелла вважається класичною. У цій моделі присутні п'ять компонентів комунікативного процесу: комунікатор - повідомлення (інформація) - канал передачі - адресат (аудиторія) - зворотний зв'язок.

Комунікаційний процес – це процес обміну інформацією між двома або більше людьми. Його мета – забезпечити передачу і розуміння інформації, що є предметом обміну. Якщо взаємне розуміння не досягається, то комунікація не відбулася, з цього можна зробити висновок, що обидві сторони грають в ній активну роль.

У таблиці наведено види комунікацій, що можуть бути використанні на підприємстві для оптимізації роботи компанії. Класифікація за видами комунікацій компанії наведені у табл. 1.

Таблиця 1. Класифікація комунікацій в організації.  
Джерело: створено на основі [4]

Ознака класифікації	Види комунікацій
По суб'єкту і засобам комунікації	Комунікації за допомогою технічних засобів, інформаційних технологій Міжособистісні
По формі спілкування	Вербальні Невербальні
По каналам спілкування	Формальні Неформальні
По організаційним ознакам	Вертикальні Горизонтальні Діагональні
По напрямку спілкування	Спадні Висхідні

Міжособистісні комунікації – комунікації, що здійснюються між людьми в ситуаціях «віч на віч» і в групах за допомогою слів і несловесних засобів спілкування. На міжособистісні комунікації впливають різні фактори: довіра, статус, компетентність, зворотній зв'язок. Ефектив-

ність міжособистісних комунікацій багато в чому залежить від зворотного зв'язку. З її допомогою відправник розуміє, чи передано повідомлення, чи отримане воно і чи правильно зрозуміле для одержувача.

Часто трапляється так, що передане повідомлення виявляється неправильно зрозумілим, а сам обмін інформацією – неефективним. Джон Майнер, видатний дослідник в галузі управління, вказує, що як правило, лише 50% спроб обміну інформацією призводить до спільної згоди сторін, що спілкуються. Найчастіше причина такої низької ефективності, полягає в нерозумінні того факту, що комунікація – це обмін.

Нерідко в літературі зустрічається визначення, що комунікація – це процес передачі інформації від джерела до отримувача, з ціллю змінити його знання, установки чи явну поведінку. Ці процеси пов'язані з ситуаціями коли для особи, що отримує інформацію її не достатньо. Якщо людина щось не розуміє, її мозок намагається заповнити пустоту своїми здогадками, які в більшості випадків засновані на попередньому досвіді. Відсутність інформації призводить до появи різного роду страхів клієнта, які в свою чергу роблять його підозрілим або навіть агресивним.

Основна мета комунікаційного процесу – забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак, сам обмін інформацією не гарантує ефективності спілкування людей, що брали участь в обміні. Щоб краще розуміти процес обміну інформацією й умови його ефективності, слід виділити наступні стадії процесу, в якому беруть участь двоє або більше число людей.

В ході обміну обидві сторони відіграють важливу роль.



Обмін інформацією відбувається тільки в тому випадку, коли одна сторона «пропонує» інформацію, а інша сприймає її. Щоб було саме так, слід приділяти пильну увагу комунікаційному процесу.

Конкуренцію як економічне явище можна трактувати по різному, для когось це велике обмеження для доміантності на ринку, а для когось це можливість розвивати нові ідеї і технології. Беззаперечним є той факт, що конкуренція між учасниками ринкового простору, як відомо, є рушійним фактором розвитку економічної системи і запорукою її прогресивних змін. На сьогоднішній момент важко знайти нішу бізнесу, що не має конкуренції. Такі умови створюють жорсткі правила для гравців ринку, в тому числі у середовищі комунікацій як всередині підприємства, так і ззовні.

Комунікативний процес можна описати як взаємодію між різними суб'єктами комунікації, при якому здійснюється обмін інформацією. Він включає динамічну зміну етапів формування, передавання, приймання, розшифрування і використання інформації в обох напрямках при взаємодії комунікантів.

Американський підприємець і бізнесмен Р. Доусон говорить про те що, комунікацію можна визначити як форму зв'язку. Він називає це, як один із проявів інформаційного обміну або обміну інформацією між живими істотами у процесі їх безпосереднього спілкування за допомогою технічних засобів [1,с.25].

Конструктивно поняття комунікації описав англійський бізнес-тренер І. А. Річардс, що комунікації – це все проникаючий і складний процес. Він включає людей, що розмо-

вляють під час особистого спілкування або в групах, на зборах, ведуть розмову по телефону чи читають і складають службові записки, листи і звіти. Таким чином, комунікація розглядається як спілкування за допомогою слів, букв, символів, жестів і як спосіб, за допомогою якого висловлюється відношення одного працівника до знань і розумінь іншого, досягається довіра, сприйняття поглядів тощо [2, с.46].

На практиці ефективність комунікацій знижується, якщо неточно формується повідомлення, має місце помилковий переклад або нечітке тлумачення, допускаються втрати інформації у процесі передачі її зберігання має місце неухважність працівників, недостатній час для адаптації, передчасна оцінка, страх, відсутність передачі та ін.

*Сутність внутрішньої фірмової комунікації.* Вирішення управлінських задач на підприємстві потребує правильного налаштування усіх процесів, що проходять в компанії, вони зв'язані між собою різного роду комунікаціями. Завдання полягає у тому, щоб насамперед вміло використати різноманітні види комунікацій, для різних процесів залежно від структури організації.

На думку проф. Р.К. Юксвярава, серйозною перешкодою у налагодженні ефективних комунікацій в ділових організаціях є авторитарне відношення адміністрації до підлеглих, нечіткість або небажання керівників виконувати свої обов'язки, відсутність здорової атмосфери у розробці ділової політики і мотивації для спілкування працівників між собою, неправильне визначення прав і відповідальності, страх керівників і підлеглих за наслідки при передачі надто відвертої інформації тощо [3,с.26].

Комуникативний потік, який переміщається від одного

рівня в групі або організації до іншого, більш низького рівня, є спадним. Як правило, ця інформація носить розпорядчий характер. Чим більше рівнів, тим більше спотворення інформації. Найбільш характерний спадний напрямок це – спілкування начальника з підлеглими.

Комунікативний потік, який в організації пересувається від нижчого до вищого рівня, є – підйомним або висхідним. Як правило, це інформація підлеглих про поточні проблеми і результати. Керівники низького рівня інформують керівників середньої ланки, останні – вищих керівників, і так далі. У горизонтальному напрямку спілкування відбувається між членами однієї групи, між керівником і персоналом одного рівня. Воно буває формальним і обов'язковим. Комунікативний ланцюг в організації складається: з джерела, кодування, носія інформації, декодування, одержувача, зворотного зв'язку, перешкод і бар'єрів. Джерелом інформації в організації є співробітники зі своїми ідеями, намірами і т.п.

*Засади маркетингової комунікації фірми з клієнтами.* Щоб ефективно застосувати сучасні підходи стратегії компанії, потрібно максимально раціонально та оптимізовано налагодити процес маркетингового впливу організації на процес прийняття рішення споживачем за допомогою комунікацій в мережі інтернет та рекламної політики.

Великі можливості смарт технологій вимагають постановки досить складного завдання для їхньої реалізації, щоб бути конкурентно-спроможними на ринку.

Комунікації, здійснювані за допомогою технічних засобів, інформаційних технологій в сучасних умовах набувають важливого значення. Вони здійснюються за

допомогою електронної пошти, телекомунікаційних систем, віджетів та месенджерів. Використовуючи всі можливі засоби менеджери можуть бути на постійному зв'язку як з колегами, так і з клієнтами.

Вже стає складно уявити собі складський або бухгалтерський облік без застосування спеціалізованого програмного забезпечення, торгові представники використовують спеціальні програми для оформлення та відправки замовлення в офіс прямо з планшета або мобільного телефону, досить велика частина замовлень приходить з сайту вже у вигляді готових до обробки документів. Але при цьому взаємовідносини з клієнтами, як показує практика, в середньому і малому бізнесі, дуже часто ведуться без впровадження автоматизації і достатньої уваги до обліку [5].

CRM – це прикладне програмне забезпечення для організацій, призначене для автоматизації стратегій взаємодії з замовниками (клієнтами), зокрема, для підвищення рівня продажів, оптимізації маркетингу і поліпшення обслуговування клієнтів шляхом збереження інформації про клієнтів та історії взаємин з ними, встановлення і поліпшення бізнес процедур та подальшого аналізу результатів.

**Висновки.** Підсумовуючи, можна сказати, що комунікації це ті явища та процеси, за допомогою яких відбувається постійний обмін інформацією. Правильно організований процес комунікації дає змогу швидше встановлювати потенційні зв'язки, надавати завжди потрібну інформацію, а також проводити аналізи і статистику всіх процесів на підприємстві.

Значення комунікації на сучасному етапі розвитку постійно зростає. Це пов'язано з тим, що підприємствам, ор-

ганізаціям, їх керівнику і співробітникам необхідно отримувати і освоювати все нову і нову інформацію. На кожному етапі процесу комунікації можуть виникати проблеми, що будуть породжувати неефективність передачі інформації.

Оскільки комунікації є однією з найважливіших складових управління, керівнику необхідно намагатися стежити за процесом обміну інформацією, виявляти проблеми на кожному з етапів та намагатися усувати їх з метою підвищення ефективності передачі і сприйняття інформації.

Розвиток Інтернету, популяризація соціальних мереж, блогів, веб-форумів призвели до суттєвих змін у структурі спілкування між людьми. Найбільш популярними комунікаційними технологіями є такі: пошукова оптимізація, соціальна реклама, CRM - системи, крауд маркетинг, банерна реклама, тощо.

### **Список джерел**

1. Доусон Р. Уверенно принимать решения: как научиться принимать решения в бизнесе и жизни: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ, 1996.
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент: Учебник для экон. спец. вузов. –М.: Высш. шк., 1994. –224с.
3. Менеджмент человеческих ресурсов: обзорная информация/сост. В.И. Яровой; под ред. Г.В. Щекина – К.: МАУ-УП,1995. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/81797/menedzhment/komunikatsiyi\\_or\\_ganizatsiyi\\_yihnya\\_klasifikatsiya](https://pidruchniki.com/81797/menedzhment/komunikatsiyi_or_ganizatsiyi_yihnya_klasifikatsiya)
4. Рамиль Кинзябулатов CRM подробно и по делу / Редакция 1 2016. – 141 с.

## Лозинський Олег. Соціально-психологічні особливості роботи підприємництва за моделлю «фрілансінгу»



Керівник ГО «Львівський аналітичний дім», підприємець.

Електронна адреса: lviv-forum@ukr.net

---

© Лозинський Олег, листопад 2019.

*Представлено соціально-психологічну сутність підприємницької діяльності за моделлю фрілансінгу, тобто роботи фізичної особи-підприємця, що самостійно виконує замовлення фізичних чи юридичних осіб. Представлено елементи бізнес-плану у сфері надання послуг з дизайну та оздоблення інтер'єру. Запропоновано заходи для зниження ризиків фріланс-діяльності.*

*Ключові слова: фрілансінг, переваги та недоліки фрілансінгу, бізнес-планування.*

***Socio-psychological features of work of entrepreneurship on the model of "freelancing".** The socio-psychological essence of entrepreneurial activity is presented according to the model of freelancing, that is, the work of a natural person-entrepreneur who independently executes the orders of natural or legal persons. Elements of a business plan in the field of interior design are presented. Measures to reduce the risks of freelancing activities are proposed.*

*Keywords: freelancing, advantages and disadvantages of freelancing, business planning.*

**Постановка проблеми.** У багатьох європейських країнах, США, Канаді та ін. на ринку праці є помітною частка виконавців робіт, які не перебувають у постійному штат-

ному розписі фірм, а виконують її по договорах підряду, за цивільно-правовими угодами. Таких виконавців називають фізичними особами-підприємцями або *фрілансерами*. В Україні також зростає відсоток позаштатних працівників, самозайнятих професіоналів-підрядників, які складають конкуренцію штатним співробітникам. За певних умов для виконання певного виду робіт громадянам або юридичним особами економічно або юридично не вигідно укладати трудові договори з штатними працівниками (що тягнуть за собою додаткові видатки та зобов'язання), тому фрілансери займають на ринку надання послуг своє окреме місце.

Явище фрілансу з соціально-психологічної точки зору є малодослідженою темою. Дослідження по цій темі можна проводити методами інтерв'ю, анкетування або самоспостереження. Однак на цей час немає наукових публікацій з результатами досліджень психологічної специфіки діяльності самозайнятих громадян за моделлю фрілансінгу.

*Мета* статті – проаналізувати соціально-психологічні особливості роботи фрілансерів у галузі дизайну та оздоблення інтер'єрів та сформулювати рекомендації щодо налагодження їх діяльності.

**Висвітлення проблеми.** Фрілансер - вільний працівник, це поняття запозичене з англійської мови («free» означає вільний, «lance» означає лицарський спис). У середньовіччі ним називали «вільних списоносців» (вільно-найманих воїнів), які на власний розсуд вибирали, кому служити. Здебільшого за певну плату їх наймали на обмежений час, наприклад, для військового походу, облоги фортеці, захисту торговців під час мандрівки.

Фрілансінг – це форма професійної самозайнятості людини, сутність якої полягає в тому, що приватна особа або фірма наймає для виконання певного завдання профільного спеціаліста, не зараховуючи його до штату. Такий спеціаліст може перебувати в іншому місті або навіть в іншій країні, але може працювати і у приміщенні замовника.

Зразу впадає у вічі, що фрілансерами ми не можемо назвати *продавців товарів* (їх ми називаємо продавцями), або надавачів послуг, які є штатними співробітниками державних та комерційних організацій (їх ми називаємо службовцями). Фрілансерами ми можемо назвати лише надавачів різноманітних *послуг*, які діють самостійно на ринку праці без легалізації або легально (як самозайняті фізичні особи-підприємці). Цим словом називають позаштатних фахівців, які виконують роботу (певне завдання, проект) без укладання довгострокового договору із замовником.

Фрілансер не є підлеглим, а замовник не є його начальником, оскільки ці дві особи не перебувають у службових відносинах. Їх поєднує лише короткострокова спільна угода реалізувати конкретно визначений обсяг роботи, надати певну послугу, досягти певного результату, підтримати певний процес і т.п. Фріланс-послуга може бути різною з огляду на її складність:

1) невисоккокваліфікована фріланс-послуга передбачає, що замовник самостійно міг би виконати необхідне завдання, однак у нього немає достатньо часу для цього, тому фріланс-виконавець продає йому свій час, свою увагу.

2) висококваліфікована фріланс-послуга передбачає, що замовник не має можливості самотужки отримати бажану



ний результат без сторонньої фахової допомоги, тому фріланс-виконавець має мати:

- розвинуті спеціальні та загальні здібності, глибокі професійні знання, натреновані професійні вміння;
- певні дороговартісні професійні інструменти та матеріали, без яких виконати певну роботу є вкрай важко, а також вміє їх застосовувати;
- необхідну мережу соціальних контактів, які сприятимуть успішній реалізації необхідної задачі;
- необхідні ліцензії чи інші дозвільні документи, без яких виконання необхідної роботи може бути заборонене.

З огляду на це у середовищі фрілансерів є як висококваліфіковані спеціалісти, так і студенти.

Водночас зрозуміло, що не кожна професія здатна існувати поза звичними організаційними рамками, оскільки є професії, які запрограмовані бути в структурі навчального закладу, державної установи, виробничого підрозділу і т.п. Водночас є професії, які називають «вільними» через те, що коли людина є добрим фахівцем такої професії, то вона спроможна самотужки знайти достатню кількість замовників чи клієнтів на пропоновані нею послуги, якісно виконати роботу й отримати винагороду для власного існування та розвитку власного підприємництва. Такому фріланс-спеціалістові не потрібний працедавець (на якого потрібно витратити частину прибутку), а за певних обставин йому знадобляться «бухгалтер», «продюсер», чи «підсобник-помічник». До таких «вільних» професій зараховують: *адвокатів, юристів, стоматологів, програмістів, архітекторів, інженерів-проектувальників, дизайнерів, кравців, модельєрів, бухгалтерів, перекладачів, висококваліфікованих*

*експертів і консультантів, ріелторів, маркетингологів, соціологів, репетиторів, акторів, журналістів, фотографів, художників, психологів, перукарів, манікюрників та візажистів, працівниць модельного бізнесу, будівельників-підрядників і т.п.*

Із розвитком телефонної та Інтернет-комунікації перелік професій, які наближаються до «вільних» збільшився, власники фірм задумуються про доцільність тримати штатних працівників та витратити кошти на утримання виробничих приміщень для виконавців робіт, які можуть повноцінно виконувати роботу у своїй квартирі або у замовника («на об'єкті») і ще й самостійно фінансувати пенсійні та податкові відрахування. За певних обставин підприємства чи фізичні особи наймають фрілансерів для виконання окремих разових замовлень, залучають їх періодично, а також можуть співпрацювати з ними на постійній основі.

Існує багато спеціалізованих Інтернет-сайтів, рекламних газет, що допомагають фрілансерам знайти наступні замовлення.

***Недоліки та переваги фрілансінгу.*** Слід узагальнити «мінуси» та «плюси» роботи за системою фрілансінгу. Почнемо з недоліків фріланс-зайнятості, оскільки через них більшість громадян шукають працевлаштування як наймані працівники у державних або приватних установах, погоджуються на роботу в рекрутованих адміністраторах колективах, змушені перебувати у підпорядкованому становищі щодо менеджерів фірм та організацій.

Недоліки фрілансінгу нічим не відрізняються від недоліків будь-якої підприємницької діяльності, яка, як відомо, є самостійною, ініціативною, систематичною, на власний

ризик господарською діяльністю з метою отримання прибутку і досягнення економічних та соціальних результатів (ст.42 Господарського кодексу України). Фрілансер самостійно змушений виконувати увесь обсяг багатоманітних задач (організаційних, виробничих, маркетинго-рекламних, бухгалтерських, юридичних та ін.), щоб забезпечити собі можливість безперервно працювати, отримувати дохід, сплачуючи податки. Перелічені функції в організаціях будь-якої форми власності розподілені між різними підрозділами та працівниками, тому фрілансер несе набагато більше навантаження, має мати компетенцію в усіх вказаних галузях. Таким чином «мінусами» фрілансінгу є:

- необхідність постійно самостійно шукати нові замовлення, що пов'язано з витратами часу та фінансів для оплати послуг спеціалізованих фріланс-сайтів чи газет, друкування та розповсюдження реклами (візиток, флаєрів);
- необхідність перебувати постійно на телефонному (Інтернет) зв'язку, мати ненормований робочий день;
- перебувати в обставинах непрогнозованості своїх доходів, маючи при цьому постійні фінансові зобов'язання (сплачуючи щомісяця податкові та інші платежі), що вимагає вміння планувати особистий бюджет;
- необхідність розраховувати на власні обігові кошти для закупівлі необхідного обладнання, інструментів, матеріалів, наштовхуючись на складнощі отримання банківських кредитів для розвитку свого підприємництва;
- необхідність самотужки слідкувати за ціновими тенденціями, готувати кошториси виробничих витрат, вести бухгалтерський облік доходів та видатків, сплачувати по-

датки, надсилати у податкові органи податкові звіти, нести фінансову відповідальність за невчасне їх подання або допущені помилки в їх заповненні;

- здебільшого неможливість отримати будь-які соціальні гарантії, а саме не мати лікарняні у випадку хвороби чи травмування, не мати відпускних; це накладає на фрілансера необхідність самостійно сплачувати медичну страховку (якщо таке можливо для ФОП-ів) та соціальні внески у пенсійний фонд для отримання у майбутньому пенсії;
- часто некомфортні умови праці, несприятливий температурний режим, нерегулярне харчування, якщо доводиться працювати на об'єкті, у осінньо-зимовий період і т.п.;
- ймовірність наразитись на ризики шахрайства, затримки в оплаті праці з боку замовників, оскільки не завжди вдається домогтись укладення з ними письмового договору; у таких випадках фрілансеру доводиться витратити час і додаткові зусилля для того, щоб замовник виконав свої фінансові зобов'язання;
- необхідність здійснювати щодо себе самоконтроль та самомотивування, мати навички прогнозування необхідних часових витрат на виконання замовлення, щоб уникнути конфліктів із замовниками щодо невчасного отримання ними послуги.

Бачимо, що далеко не усі люди здатні брати на себе такий обсяг зобов'язань і працювати у по суті екстремальних обставинах. Більшості психологічних типів особистостей більш комфортно працювати штатними співробітниками установ та організацій і виконувати лише вузький обсяг посадових обов'язків.

Водночас фрілансінг має свої «плюси», які є важливими для людей підприємницького складу характеру:

- відсутність посадової залежності, можливість проявляти ініціативу, відповідальність, лідерство;
- можливість розпоряджатись прибутками;
- відповідальність лише за власну роботу, нематеріальні авторські права на надані послуги та виготовлені продукти, можливість просувати свій бренд та ім'я (а не витрачати свої знання і професіоналізм на розкрутку чужого бізнесу, залишаючись анонімним виконавцем);
- можливість гнучкого графіку роботи, за певних випадків можливість працювати вдома (актуально для жінок, що доглядають за дітьми або людей, що мають проблеми зі здоров'ям);
- за певних обставин не надто високі видатки для організації власного бізнесу (без потреби витратитись на оренду офісу, чи транспортні витрати);
- можливість відмовитись від виконання роботи чи достроково розірвати угоду із замовниками, які провокують конфлікти, не виконують свої зобов'язання;
- можливість самостійно вибирати партнерів, а не підлаштовуватися під сформований колектив;
- більша свобода публічно висловлювати власну громадянську позицію, не оглядаючись на можливий бюрократично-адміністративний тиск (працівників державних чи приватних установ можуть звільнити з роботи).

Робота фрілансера, як бачимо, це, по суті, – відкриття власного малого підприємництва з усіма позитивами і негативами, яку слід виважено і критично планувати, самотужки організувати і усіма силами підтримувати.

Першим завданням фрілансера є обрання тих послуг, які він здатний професійно надавати, в яких є більш-менш стабільний попит, достатня кількість потенційних платоспроможних споживачів, до яких можливо знайти доступ. Обрана робота має бути цікавою для людини, від неї фрілансер має отримувати моральне та інтелектуальне задоволення. Він має мати глибокі професійні знання, навички та технічні засоби для швидкого, результативного виконання замовлення. Слід орієнтуватися у цінах конкурентів на схожого виду послуги, щоб визначити власні переваги і привабити клієнтів у ході переговорів. Одні залучають клієнтів низькими цінами, інші високою якістю, швидкістю надання послуги, забезпечення конфіденційності для клієнта чи іншими гарантіями. Слід знати свої сильні сторони і робити на них акцент під час переговорів із замовниками.

*Бізнес-план фрілансінгу у сфері надання послуг із дизайну та оздоблення інтер'єру.* Фрілансінг у названій галузі має загальні з іншими видами підприємницької діяльності та специфічні характеристики. Нижче розкриємо їх у формі бізнес-плану.

*Метою* є ведення професійної діяльності в сфері завершення будівництва та оздоблення інтер'єрів приміщень, що перебувають у приватній власності та їх матеріалізація професійними технологічними засобами для отримання прибутку. *Цілями* підприємництва є завоювання власної ринкової ніші, формування позитивного ділового авторитету та бренду. Для досягнення мети передбачені такі *завдання*:

- Зареєструвати фізичну особу підприємця, отримати передбачені законодавством документи, банківські рахунки

і т.п.;

- Сформувати стратегію виходу на ринок підприємництва, розробити рекламні засоби, налагодити канали для комунікації з потенційними споживачами (замовниками);
- Придбати повний комплект технічних засобів (інструментів), а також оволодіти новітніми технологіями виконання замовлень в сфері дизайну, завершення будівництва та оздоблення інтер'єрів;
- Виконувати замовлення швидко та якісно для формування позитивного бренду та репутації підприємництва.

*Привабливість для споживача.* Ринковими перевагами підприємництва є швидкість, висока якість надання послуг, культура обслуговування клієнтів.

*Основні переваги реалізації проекту* – значний обсяг будівництва нових житлових площ, що потребують виконання комплексу дизайнерських, завершувальних оздоблювальних робіт.

*Необхідний обсяг інвестицій.* Проект не потребує сторонніх інвестицій через високий рівень рентабельності виконання робіт. Для здійснення підприємницької діяльності слід впродовж першого року залучити 39805 грн власних коштів.

Основні фінансові показники проекту:

- Термін окупності - 4 місяці.
- Індекс прибутковості - 2,3.
- Проста рентабельність інвестицій - 308,9%.
- Рентабельність витрат - 541,4%.

Структура витрат:

- Початкові інвестиції – 39805 грн.

- Витрати на маркетинг і збут - 4200 грн.
- Загально виробничі витрати - 4450 грн.
- Річні податки та інші обов'язкові платежі – 14505 грн.

Коди за КВЕД:

43.33 – покриття підлоги та облицювання стін;

43.34 – малярні роботи та скління;

43.39 – інші роботи із завершення будівництва;

74.10 – спеціалізована діяльність із дизайну.

*Види та характеристика діяльності, опис продукції.* Діяльність полягає в комплексі професійних дій, скерованих на розробку дизайну інтер'єру, що замовляє споживач, а також швидка та якісна матеріалізація проектних рішень на об'єкті. Продукцією є високопрофесійні послуги з естетичного оздоблення інтер'єрів згідно узгодженого із замовником проекту.

*Основними маркетинговими перевагами є:*

а) затребуваність на ринку послуг із дизайну та завершення будівництва; б) швидкість, професійна якість оздоблення інтер'єрів.

*Аналіз ринку.* Місткість потенційного ринку у м. Львові (за 1 рік): 2000 споживачів × 10000-25000 грн = 20 000 000 – 50 000 000 грн.

*Характеристика типових груп споживачів.* Споживачами є громадяни віком від 35 до 65 років, з доходами, що дозволяють вкладати частину коштів в оздоблення свого житла, придбання нерухомості для власного проживання або здачі в оренду чи продажу за вищою ціною. Цільові сегменти представлені в табл. 1.

*Опис конкурентів:* на ринку є значна кількість бригад, які виконують подібного роду замовлення. Окремою групою конкурентів є дизайнерські фірми або дизайнери торго-



вих центрів, які на комп'ютерній техніці виконують лише паперові дизайнерські проекти. Вони не здатні матеріалізувати ідеї. Невелика частина (до 20%) конкурентів володіють якісними інструментами та навичками для виконання замовлень. Однак нерідко вони не здатні проектувати дизайн інтер'єру чи окремих його елементів. Це виконавські конкуренти. Решта конкурентів мають неналежає оснащення, невисокий рівень професіоналізму та культури обслуговування. Головними конкурентами на ринку є бригади, які співпрацюють із забудовниками, тому мають кращий вихід на клієнтів 2 і 3 класу (див. табл. 1). Вони перехоплюють значну частину замовлень.

Таблиця 1. Цільові сегменти ринку.

Обсяг робіт Класи клієнтів	Косметичний Євро-ремонт інтер'єру (до 3000 грн)	Оздоблення окремих приміщень інтер'єру (4000-8000 грн)	Ощадний Євроремонт інтер'єру (10000-14000 грн)	Розробка дизайну інтер'єру та оздоблення усього простору (15000-30000 грн)
Молоді сім'ї		x	x	
1) Громадяни пенсійного віку	x	x		
2) Фінансово успішні громадяни, які оздоблюють новозбудовану нерухомість для здачі в оренду			x	
3) Фінансово успішні громадяни, або економічні емігранти, які вкладають кошти у придбання новозбудованої нерухомості для власного використання				x
4) Перекупщики, які скуповують приміщення з метою його перепродажу за вищою ціною			x	

*Метод ціноутворення.* Розцінки визначаються на основі середніх цін конкурентів.

*Маркетинг та просування.* Використовується лише прямий маркетинг, фрілансер безпосередньо (без посередників) контактує з клієнтом, що максимально відповідає особливостям бізнесу та пропонуваного продукту.

Таблиця 2. Розрахунок щомісячних витрат на рекламу

Вид рекламної продукції (засобу)	Вартість, грн.
Поліграфічна продукція	100
Реклама в пресі	200
Всього	300

*Організаційний план.* Підприємництво працюватиме на спрощеній системі оподаткування. При обранні 2 групи спрощеної системи оподаткування сума податків в перший рік діяльності складе 22803 грн. При обранні 3 групи спрощеної системи оподаткування сума податків і зборів в перший рік діяльності складе 14400 грн. Тому слід обрати 3 групу спрощеної системи оподаткування.

*Виробничий план.* Процес виготовлення проєкту дизайну інтер'єру, усі ланки матеріалізації дизайнерського задуму в реальному приміщенні вимагає професійної освіти і практичних навиків. Виконання більшості виробничих операцій передбачає роботу з інструментами, технічними приладами, окремі з яких є потенційно травматичними, що вимагає дотримання заходів безпеки праці.

Високоякісне оздоблення інтер'єрів вимагає тренованого естетичного чуття, знання історично сформованих архітектурних стилів та художніх напрямків. Слід постійно слідкувати за сучасними естетичними тенденціями і брендами, що застосовуються в оздобленні ділових та житлових приміщень.

Слід враховувати, що більшість матеріалів, які використовуються в оздобленні приміщень мають високу вартість. А за псування чи перевитрату матеріалів замовник може накладати санкції на виконавця.

Якісне та швидке виконання оздоблювальних робіт в інтер'єрах потребує знання властивостей матеріалів, їх обробки чи способу застосування, тривалого тренування і досвіду, наявність у виконавця високоякісних технічних

пристроїв та інструментів. Виконавець їх має придбати за власний кошт перед виконанням робіт (див. табл. 3).

Таблиця 3. Дані про технічні засоби, необхідні для реалізації проекту

Найменування основних засобів (на поточний рік)	Ціна одиниці, грн.	Кількість	Загальні витрати, грн.
Болгарка "Einhell" TE-AG125CE	1200	2	2400
Перфоратор "Експерт" BHD2603A	1300	1	1300
Лазерний рівень "ТЕКНМАН" TSL-2	1155	1	1155
Електропила "DAEWOO" DACS 2600E	2650	1	2650
Рівень водяний	200	2	400
Шпателі, кліщі, плоскогубці, ножиці по металу, ножівка по металу	200	5	1000
Плиткоріз (500 мм)	600	1	600
Плиткоріз (600 мм)	1300	1	1300
Алмазні диски по керамограніту	150	6	900
Сверла алмазні по кераміці	100	6	600
Ноутбук	5000	1	5000
Програмне забезпечення	2000	1	2000
Флеш-носії	200	1	200
Всього	x	x	15505

Річні загальновиборничі та адміністративні витрати – 4450 грн: витрати на ремонт та обслуговування обладнання 600 грн., витрати на електроенергію 1100 грн., витрати на послуги зв'язку 550 грн., витрати на транспортування інструментів 2200 грн.

*Фінансовий план.*

Рис.1. Графічне зображення терміну окупності проекту

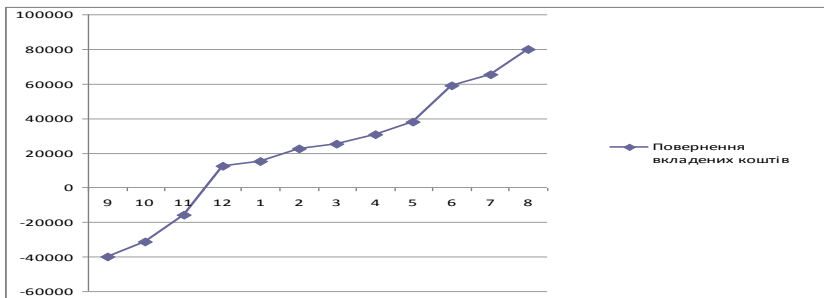
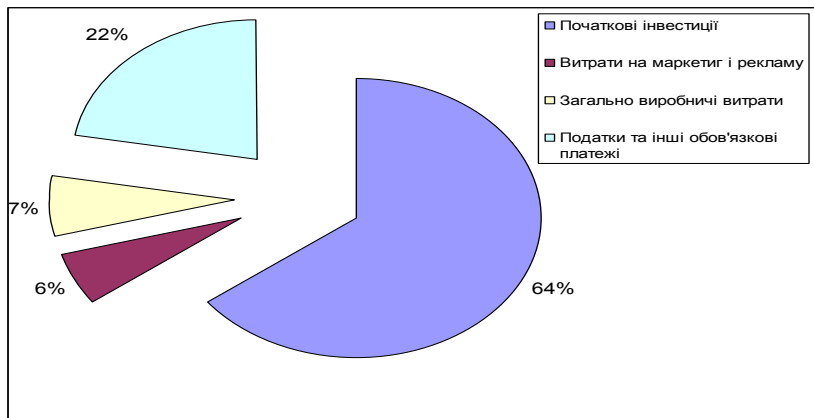


Рис.2. Графічне зображення структури витрат проекту



### Оцінка ризиків.

Таблиця 4. Оцінка основних ризик-факторів, притаманних обраній підприємницькій ідеї

Види ризикових ситуацій	Причина виникнення	Заходи щодо мінімізації ризиків
Відсутність або мала кількість клієнтів (замовників)	Наявність великої кількості конкурентів, недостатні витрати на рекламу в ЗМІ, неякісне рекламне повідомлення	Посилення маркетингових заходів, додаткова реклами в ЗМІ, поліпшення рекламного повідомлення
Порушення замовниками строків оплати за отримані послуги	Неналежно проведений початковий етап переговорів із замовником	Складення перед початком роботи кошторису, підписання письмового договору

*Рекомендації для підтримки успішного фрілансінгу у сфері оздоблення нерухомості.* Якщо вас не лякає відсутність керівників і колективу, не боїтесь самостійно приймати рішення і відповідальності за їх наслідки, готові прийняти усі виклики, які стоять на шляху підприємця, то не зайвим зважити на такі заходи, щоб зменшити ризики :

- Слід ретельно визначити засоби масової комунікації, завдяки яким можливо донести рекламну інформацію в своєму місті та області до потенційних замовників. Слід розробити вдалий рекламний текст і друковану рекламу. Застосовуйте пряму рекламу – вміщення рекламних флаєрів чи візиток у поштові скриньки у новобудовах і

Т.П.

- Дуже виважено спілкуйтесь по телефону з замовниками, майте готові відповіді на типові їхні запитання щодо цін, терміну виготовлення певного обсягу роботи, марок матеріалів або назв фірм-виробників матеріалів, які ви можете рекомендувати.
- Старайтесь приїхати на переговори із замовником для особистої зустрічі в день першого телефонного контакту (або не пізніше наступного дня після розмови по телефону). У жодному випадку не спізнуйтеся на домовлену зустріч, щоб справити враження відповідальної і пунктуальної людини.
- Надайте замовнику письмовий прайс з переліком робіт, їх ціною, своєю контактною інформацією на листку А-4 (обов'язково у фалі). Прайс завірте печаткою якщо у вас є печатка фізичної особи-підприємця.
- Повідомте, що ви працюєте офіційно і сплачуєте податки. Навчіться швидко складати детальний письмовий кошторис вартості робіт (включно з проектними та іншими роботами), які передбачається виконати, обговоріть із замовником час, коли слід оплачувати роботу. Перший варіант: оплата здійснюється після повного завершення усієї роботи. Другий варіант: оплата здійснюється частинами (наприклад кожного тижня у суботу) за виконаний на цей час обсяг робіт.
- Якщо необхідно підготувати проект дизайну – його слід підготувати у двох-трьох варіантах. Після обрання замовником одного з них – чітко дотримуйтеся його в роботі.
- Приступайте до виконання робіт з новим клієнтом якомога швидше, навіть тоді, коли ви маєте ще одне замов-

лення. Слід привезти на новий об'єкт повний комплект інструментів і приступити до роботи хоча б на пів робочого дня.

- Тримайте в якомога чистішому і впорядкованішому стані приміщення, де виконується робота, наприкінці робочого дня залишайте чистими та покладаними свої інструменти, знайдіть їм постійне місце.
- Якщо ви якогось дня не можете вчасно прибути для виконання роботи, то обов'язково завчасно зателефонуйте замовникові, повідомте про обставини і домовтесь з ним щодо іншого часу прибуття на роботу.
- Після повного виконання роботи запросіть замовника прийняти її, вислухайте його зауваження, якщо вони слухні – зробіть виправлення.
- Для організації безперебійної роботи старайтесь працювати як мінімум з двома замовленнями одночасно: одне замовлення ви завершуєте, до другого замовлення приступаєте, водночас наполегливо шукайте третє замовлення.
- Оскільки попит на послуги з дизайну і оздоблення інтер'єрів має сезонний характер (попит різко спадає від листопада до лютого), то необхідно докладати зусиль для налагодження як мінімум ще одного виду пропозицій для споживачів, які можуть забезпечити вас роботою на цей період.

**Висновки.** Фрілансінг є формою професійної самореалізації для людей з підприємницьким хистом в умовах скорочення кількості місць праці та розміру зарплат в бюджетних установах. До нього приходять люди, які в силу своїх вікових, професійних та психологічних характеристик здатні самостійно здійснювати підприємницьку

діяльність. Одними з рентабельних є послуги із завершення будівництва та оздоблення інтер'єрів, що можуть за належних зусиль забезпечити фрілансера цікавою роботою та достатньою винагородою.

### **Список джерел:**

1. Витушкин Д. Свободные копыеносцы атакуют // Санкт-Петербургские ведомости. - Вып. №099. 02.06.2011.
2. Господарський Кодекс України. 16 січня 2003 року. № 436-IV // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22.
3. Закон України Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. 15 травня 2003 р. N 755-IV// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, N 31-32.
4. Лозинський О.М. Економічна психологія. Навчальний посібник. Видання друге, доповнене / О.М.Лозинський. – Львів: «СПЛОМ», 2018. – 206 с.
5. Навіщо платити більше, або як обрати систему оподаткування// Електронний ресурс. [Режим доступу]. [http://www.vlasnasprava.info/ua/dozvil/publications.html?\\_m=publications&\\_t=rec&id=4188](http://www.vlasnasprava.info/ua/dozvil/publications.html?_m=publications&_t=rec&id=4188)
6. Спрощена система оподаткування для юридичних осіб. 22 жовтня 2013 р. // Електронний ресурс. [Режим доступу]. <http://minrd.gov.ua>
7. Федор Добрянский. Управление фрилансерами: Методы и практика. — М.: Альпина Паблшер, 2009. — 132 с.
8. Що потрібно знати, щоб обрати систему оподаткування?// Електронний ресурс. [Режим доступу]. <http://gs.ua/uk/novini-biznesu/shho-potribno-znati-shhob-obrati-sistemu-opodatkuvannya/>

## НАУКОВЕ ВИДАННЯ

Психологічні виміри культури, економіки, управління:  
науковий журнал

Psychological Dimensions of Culture, Economics, Management:  
Science Journal

ISSN 2409-1375

Випуск 18

Керівник проекту, відповідальний редактор  
О.М. Лозинський.

Ідея проекту, макет, комп'ютерна верстка,  
дизайн обкладинки, підготовка до друку  
ГО «Львівський аналітичний дім».  
Ідентифікаційний код 34167033

Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи:  
серія АОО №760926

Для листування E-mail: lviv-forum@ukr.net



Підписано до друку 25.11.2019 р. Формат 60x84/16.  
Папір друк. Друк на ксероксі. Гарнітура Palatino Linotype.  
Ум. друк. арк. 2,62. Тираж 100.

Друк Видавництво «Світ», 79000, Львів, вул. Дорошенка, 41.