



*The Academy
of Management
and Administration
in Opole*

**ECONOMY AND EDUCATION:
MODERN TENDENCIES**

**GOSPODARKA I EDUKACJA:
NOWOCZESNE TENDENCJE**

Volume of Scientific Papers

Opole 2017

THE ACADEMY OF MANAGEMENT
AND ADMINISTRATION IN OPOLE

**ECONOMY AND EDUCATION:
MODERN TENDENCIES**

**GOSPODARKA I EDUKACJA:
NOWOCZESNE TENDENCJE**

Volume of Scientific Papers

Opole 2017

Reviewers: *Professor dr hab. Marian Ciepaj, Professor dr hab. Ellina Panasenko, Professor dr hab. Lidia Sobolak.*

Editors: *PhD, Associate Professor Tetyana Nestorenko, PhD Tadeusz Pokusa*

International Scientific Board:

Igor Bogdanov – Professor, DcSc, Berdyansk State Pedagogical University (UA)
Viera Cibáková – Professor, Ing, CSc, the School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava (SK)
Marian Duczmal – Professor, DcSc, the Academy of Management and Administration in Opole (PL)
Tetyana Kolgan – Associate Professor, PhD, Donetsk Regional Institute of Postgraduate Education (UA)
Tetyana Nestorenko – Associate Professor, PhD, the Institute for the Study of Spatial Development, Berdyansk State Pedagogical University (UA)
Svitlana Omelchenko – Professor, DcSc, Donbas State Pedagogical University (UA)
Jana Péliová – doc. Ing, PhD, the University of Economics in Bratislava (SK)

Conference Organizing Committee:

Nadiya Dubrovina – PhD, the University of Economics in Bratislava (SK)
Wojciech Duczmal – PhD, the Academy of Management and Administration in Opole (PL)
Stanislav Filip – doc. Ing, PhD, the School of Economics and Management of Public Administration in Bratislava (SK)
Russell Gerrard – PhD, Cass Business School of City University (UK)
Vladimír Gonda – Professor, Ing, PhD, the University of Economics in Bratislava (SK)
Olena Kolgan – Associate Professor, PhD, Donbas State Pedagogical University (UA)
Igor Lyman – Professor, DcSc, Berdyansk State Pedagogical University (UA)
Tamara Makarenko – Associate Professor, PhD, Berdyansk State Pedagogical University (UA)
Sergii Melnychuk – PhD, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University (UA)
Oleksandr Nestorenko – Associate Professor, PhD, Berdyansk Institute of State and Municipal Management of the Classic Private University (UA)
Erika Neubauerova – doc. Ing, PhD., the University of Economics in Bratislava (SK)
Aleksander Ostenda – PhD, Katowice School of Technology (PL)
Iryna Ostopolets – Associate Professor, PhD, Donbas State Pedagogical University (UA)
Tadeusz Pokusa – PhD, the Academy of Management and Administration in Opole (PL)
Volodymyr Proskunin – Associate Professor, PhD, Donbas State Pedagogical University (UA)
Jadwiga Ratajczak – PhD, the Academy of Management and Administration in Opole (PL)
Olga Shevchenko – Associate Professor, PhD, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University (UA)
Slawomir Śliwa – PhD, the Academy of Management and Administration in Opole (PL)

Authors are responsible for content of their papers.

© The Academy of Management and Administration in Opole, 2017

Publishing House:

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu
45-085 Polska, Opole, ul. Niedziałkowskiego 18
tel. 77 402-19-00/01

ISBN 978 – 83 – 62683 – 24 – 6

Contents

Preface	7
Part I	
Economic systems and subjects of economy: prospects for their functioning and development	9
Bożena Gajdzik. Złożoność procesów restrukturyzacji przedsiębiorstwa hutniczego w strukturach międzynarodowej grupy kapitałowej	9
Stanisław Karleszko. Wybrane problemy innowacji społecznych a współczesne wyzwania	14
Victoria Piddubna. Application of a benchmarking to process uses of a brand for strengthening of stability of banks	21
Tadeusz Pokusa, Filip Pokusa. Zarządzanie obywatelskie jako obraz administracji postmodernistycznej	25
Valentyna Stadnyk, Liliia Hryzovska. Heterogeneity factors and innovations strategies of innovation-active enterprise	29
Jan Wójciak. Marketing w transporcie	36
Władysław Wornalkiewicz. Prognozowanie z wykorzystaniem zasady postarzania informacji	39
Людмила Білозор. Особливості оцінювання інтелектуального капіталу національної економіки	44
Ольга Гладкова. Визначення інвестиційних потреб галузі для забезпечення ефективного розвитку	51
Михайло Грищенко, Марія Нікіша. Дослідження просторових систем та допомогою гравітаційних моделей та моделей потенціалів	56
Гор Охріменко. Формування та функціонування аграрного ринку як суб'єкта економічної системи	60
Гор Смирнов. Логістична концепція сталого розвитку туризму в містах України	66
Наталія Щербатюк. Фізкультурно-спортивна послуга як економічна форма процесу фізкультурно-спортивної діяльності	71

Part 2	
Modernity and trends in the development of the educational sphere	76
Iryna Aksonova, Viktoriia Shlykova. Study of academic autonomy and academic freedoms	76
Iryna Didenko. Pedagogical Congresses of the Early XX Century and their Influence on the Education of XX and Early XXI Centuries	82
Ganna Ivanchuk, Vita Lagodzinska. The influence of communicative competence on the development of future teacher of foreign language	85
Valentyna Kostina. Determining the level of professional competence of future specialists in the social sphere to prevent maladjustment of pupils	91
Dorota Kowalska. Adaptacja dziecka 3-letniego w przedszkolu	97
Olena Rayevneva, Olga Brovko. Higher educational institutions analysis of development of staffing autonomy	104
Tatiana Shirmova. Critical analysis of traditional and competent approaches in the educational process in the context of educational reform in Ukraine	108
Mária Strenáčiková. Súčasný trendy v motivácii študentov vysokých škôl k štúdiu (pracujúci študenti)	111
Оксана Бабенко. Формування педагогічного колективу загальноосвітнього навчального закладу як педагогічної команди в умовах освітніх реформ	116
Галина Горська. Інноваційні технології викладання психології у вищій школі	122
Аліна Гоць. Ринок освітніх послуг: проблеми функціонування в Україні	128
Андрій Кіян. Особливості стратегій маніпулятивного впливу у педагогічному процесі	133
Катерина Козубенко. Вплив дидактичних принципів навчання на формування складових комунікативно компетентності майбутніх фахівців із туристичного обслуговування	137
Олена Колган. Необхідність уведення вибіркового компонента «Основи термінознавства» як нормативної навчальної дисципліни ВНЗ	143
Тетяна Колган. Проектування професійного розвитку керівників загальноосвітніх навчальних закладів у системі післядипломної педагогічної освіти	148
Лариса Кондратенко. Первинна шкільна неуспішність з точки зору психології	153
Руслан Літус. Індивідуальний і диференційований підхід до навантаження силової спрямованості на уроках фізичної культури учнів старших класів	159
Надія Ляшова. Аспекти практико-орієнтованого проектування як ефективної форми підвищення професіоналізму майбутніх учителів початкових класів із методико-математичних дисциплін	164

Лідія Манилова. Діти з особливими потребами: психологічні аспекти роботи в умовах інклюзивної освіти	170
Олена Маркова. Використання міжпредметних зв'язків фізичної культури з предметами шкільної програми для учнів 8-9 класів	176
Викторія Мельник. Формирование информационного менеджмента как инновационно-креативной парадигмы XXI века	181
Сергій Мельничук. Специфіка прояву впевненості в собі юнацькому віці	186
Ірина Остопелець. Вплив зміни умов діяльності в сучасній освітній системі на розвиток фрустрованості вчителя загальноосвітньої школи	192
Руслана Падалка. Роль дистанційної освіти в процесі викладання курсу «Методика навчання української мови»	198
Лариса Пасечнікова. Школа як центр освітньо-культурної інфраструктури об'єднаної територіальної громади	202
Володимир Проскунін. Особливості організації самоїтійної роботи студентів під час вивчення курсу «Соціально-педагогічне проектування»	207
Анна Семикіна, Антон Мельнік, Сергій Дудко. Компенсаційна політика як важіль активного використання людського капіталу	211
Валентина Симхович. Компетентностный подход в системе высшего профессионального образования Республики Беларусь	218
Олексій Стасенко. Формування професійної компетентності майбутніх учителів фізичної культури як важлива умова їхньої професійної діяльності	225
Лариса Степаненко. Особливості копінг-стратегій студентів-першокурсників	231
Ірина Сундукова. Психолого-педагогічні аспекти здорового способу життя студентів	237
Анатолій Турчак. Формування готовності майбутнього вчителя фізичної культури до попередження шкідливих звичок школярів	241
Тетяна Фурсикова. Системний аналіз базових понять розвитку професійної медіакультури майбутніх учителів мистецьких дисциплін	246
Олександр Холодний. Соціальні умови формування в учнів середнього шкільного віку позитивного ставлення до здорового способу життя	251
Оксана Чекстєре. Діагностика психологічної культури вихователів дошкільних навчальних закладів	256
Олександр Шайда. Особливості становлення професійного мислення майбутніх фахівців педагогічної праці	261
Ольга Шевченко. Організаційно-методичні засади професійної підготовки студентів засобами ритміки і хореографії	268
Леонід Яцул, Валентина Віннікова, Вікторія Віннікова. Інноваційні форми підготовки менеджерів готельно-ресторанного господарства	274

Part 3	
Humanitarian aspects of society development	278
Iryna Firsova. Modern public advertising in Ukraine: legal and ethical aspects	278
Krystyna Langowska-Marcinowska. Doradca zawodowy w szkole, jego rola i zadania oraz waga poradnictwa zawodowego	280
Наталія Алюшина, Галина Кудринська. Аутопсихологічна компетентність державних службовців	287
Микола Баюк. Гуманітарні чинники національної безпеки української держави	292
Валентина Воронкова, Ольга Кивлюк. Становление и развитие smart-философии как новой теоретической и прикладной науки XXI столетия	297
Ліна Гайдук. Роль гуманітарних та соціально-економічних дисциплін у професійному становленні молоді	303
Микола Кириченко. Виртуально-сетевая культура личности как сложная диссипативная система дискурсивного пространства виртуальной реальности ..	308
Наталія Коношенко. Попередження підліткових девіацій засобами мистецтва в умовах реабілітаційного центру	313
Катерина Котеленець. Динаміка коефіцієнту відмов до початку та під час проведення антитерористичної операції на Сході України: за даними проєктів відомих соціологічних фірм та центрів	318
Олена Лобур. Стереотипи радянської ментальності як перешкода на шляху формування сучасного економічного мислення молоді України	325
Світлана Манжара. Проблема дуалізму у філософії	329
Василь Омельчук. Цінність прав людини – критерій демократичності розвитку сучасного суспільства	334
Олександр Соснін. Напрями вирішення безпекових проблем інформаційно-комунікаційної діяльності: теоретичні та праксеологічні аспекти	338
Ольга Тищенко. Поняття національної ідентичності крізь призму нової картини світу в поезії «Пражан»	344
Наталія Токар. Освітньо-культурні українсько-польські зв'язки Кіровоградщини межі ХІХ-ХХ ст.	350
Валентина Черній. Гігієнічні основи харчування гімнасток	356

Preface

Dear reader! You hold in your hands the *Volume of Scientific Papers* presented at the International Scientific Conference “*Economy and Education: Modern Tendencies*”.

The conference was organized by the universities and organizations from Poland, Slovak Republic and Ukraine (the Academy of Management and Administration in Opole, Berdyansk State Pedagogical University, Donbass State Pedagogical University, the Institute for the Study of Spatial Development, Volodymyr Vynnychenko Central Ukrainian State Pedagogical University, the School of Economics and Management in Public Administration in Bratislava, and the University of Economics in Bratislava). It was held at the Academy of Management and Administration in Opole on November 2 – 5, 2017.

The research results of scientists from various countries are devoted to modern problems of the economy and education.

The authors of papers consider actual issues of functioning and development of economic systems and subjects of economy; various points of view to the modern state and trends in the development of the educational sphere, and the humanitarian aspects of society development.

The author's collective includes both young and well-known scientists, specialists of different spheres of economy and education from Belarus, Poland, Slovak Republic, and Ukraine.

We hope that the results of the scientists' research included into the *Volume of Scientific Papers* will be interesting to you. Also we hope it will serve as a stimulus for the further scientific discussions.

Sincerely yours,

*Editors Tetyana Nestorenko,
Tadeusz Pokusa*

Section 3

Humanitarian aspects of society development

Modern public advertising in Ukraine: legal and ethical aspects

Iryna Firsova

Borys Grinchenko Kyiv University, the Institute of Human Sciences
18/2 Bulvarno-Kudryavska Street
Kyiv, 04053, Ukraine
E-mail: i.firsova@kubg.edu.ua

Abstract: The publication considers basic legislative initiatives in the field of public advertising in Ukraine, characterizes their major provisions and provides insight into the essence of legal and ethical aspects of modern public advertising in Ukraine.

Keywords: public advertising, advertising activity, legal aspect, ethical aspect.

1. Introduction

Public advertising in Ukraine is regulated mainly by the Advertising Act. Some aspects are also regulated by the TV and Radio Broadcasting Act, Printed Mass Media Act and some others. For a long time the first of them has been one of the most publicly debated laws in Ukraine. The high level of public attention given to regulation of advertising and intensive lawmaking process in this field is a result of the substantial growth of Ukrainian media and advertising market, which appears to be prospective and dynamic. First of all, this is due to the latest socio-political processes in Ukraine, which require the population of our country to pay more attention to socially important information. It should be noted that the role of social advertising in Ukraine has skyrocketed and many aspects of its existence deserve attention.

1.1. Methodology

The methodological basis of the contribution is system-structural, dialectical, comparative-legal, logical (analysis and synthesis), linguistic scientific methods of research and observation.

2. Public advertising and its characteristics

The term «соціальна реклама» is word for word translation from English “public advertising”. As a rule, the terms of non-commercial and public advertising correspond to it in the Western world. Non-commercial advertising provides the advertising activities paid by the public non-profit institutes or for their benefit concerning stimulation of donations, calls to vote for someone’s benefit or supply the public support, turn attention on the society problems, etc. The public advertising is focused on propagation of events, which are positive for the society and, as a rule, it is published for free in mass media.

According to the Law “On Advertising” in Ukraine, public advertising is information of any kind, distributed in any form, which is directed on achievement of socially useful aims, promotion of human values and which distribution is not aimed to profit receipt. The Law does not limit the range of subjects, which can be the public advertising spenders, and it determines a variety of substantial preferences regarding the public advertising development, which are specified in the Article 12 of this Law:

- extension of preferences provided for charity activity on persons, who produce and distribute public advertising for free or transfer their property and money for its production and distribution;
- 5% quote of advertising space or air time in state and public mass media for free

placement of public advertisement of state authorities, local self-government and public organizations;

- benefits on placement of public advertising in state and public mass media for state-financed institutions of education, culture, healthcare and charity organizations [1].

At the same time, the only legislative limitation of public advertising content is prohibition to include links to a certain product and/or its manufacturer, advertiser, legal intellectual objects, which belong to the product manufacturer or the public advertiser.

Till March 2008, this prohibition had concerned all advertisers. Some exceptions were made for cases, when a public organization is an advertiser according to the Law of Ukraine "On Amendments to Certain Legislative Acts of Ukraine on Advertising" dated 18.03.2008 [2]. Public advertising is a very complex and delicate instrument for influence on society. The questions of ethics and responsibility of its customers and performers are particularly relevant in this regard. In particular, in Ukraine, like in other countries of young democracy, the most critical point in this regard is a clear distinction of public advertising from political and commercial advertising. Unfortunately, legislative preferences of social advertising create conditions of unfair use as a hidden element of propaganda or covert commercials.

The placement of greetings from officials and politicians of all levels became very popular under the guise of public advertising. Using names and positions de facto totally eliminates the main goal of social advertising, i. e. the socially beneficial aims achievement and human values promotion. Mention of names and positions of politicians de facto makes any advertising political. Improper use of public advertising remains the serious problem in Ukraine. Its use for political or commercial purposes largely discredits the very idea of such advertising, this constitutes threat to development of open civil society in Ukraine. Unfortunately, the recent legislative changes do not solve the problem, but rather create additional conditions for unscrupulous "advertisers". This particularly concerns the allowance to place links to the advertiser – public organization – in public advertising. Good intentions of such idea are clear – to give public organizations the opportunities to promote their activities, placing socially useful promotional materials. But in practice, such "good intentions" are the wrong way, as the issues of status, activity forms, names of related public organizations, etc. remain undefined.

3. Conclusions and policy implications

Considering the above, it would be useful to come back to the previous revision of the relevant article of the Law and to forbid links to public advertiser without any exclusions. Besides, all moments of creation, placement and meaning of public advertising should be regulated more strictly, and its dishonest use by politicians and businessmen should be prevented maximally. Of course, the issues of public persons representation ethics in advertising activity is not limited to frames of public advertising. It would be naive to think, that it can be solved only by legislative and administrative means. This requires restructuring of the national political consciousness. But this will not happen without appropriate actions, particularly at the level of implementation of legislative restrictions.

Acknowledgement

This contribution is the result of the analysing of normative acts which have supreme legal force. They were adopted by the supreme representative body of state power in Ukraine and are active in its territory at the present time.

References

1. On Advertising : The Law of Ukraine, July 03, 1996 // Gazette of Verkhovna Rada of Ukraine. – 1996, No. 39, Art. 181
2. On Amendments to the Law of Ukraine "On Advertising" : The Law of Ukraine, July 11, 2003 p. // Gazette of Verkhovna Rada of Ukraine. – 2004, No. 8, Art. 62.