

зменшенню рівня корупції, але її впровадження має також ряд нюансів. Прийдешні вибори в Україні 2019 року визначать чи зміниться напрямок діяльності та образ влади в країні.

Імідж економіки та загалом її розвиток в контексті трансформації економічної системи – це гостра проблема та нагальне питання для нашої держави, яке першочергово потребує вирішення. У зв'язку з конфліктом на Сході країни, корумпованістю та забюрократизованістю усіх державних структур, застарілістю інфраструктурних галузей в Україні виникає зовсім непривабливий інвестиційний клімат.

Популяризація іміджевої стратегії неможлива без успішного ведення інформаційної політики. У цій сфері перспективними видаються зроблені кроки у напрямку впровадження електронної демократії та урядування, створення структур відповідальних за інформаційну безпеку. Проте інформаційно-комунікаційна активність України на міжнародній арені досить низька, а сприйняття населенням подібних технологій йде повільно через низький рівень інформаційної культури та освіти у цій галузі, а також відсутність мотивації.

Сучасний імідж збройних сил України – одна з найбільш вдало розвинених сфер, яка відродилась з початком воєнних дій на Сході, і зараз потребує фінансування, підтримання позитивного образу та престижу з одночасним впровадженням новітніх технологій. Українська армія стала однією з найбільш боєздатних та високопрофесійних у Європі, і зайняла 29 місце у рейтингу найкращих армій світу за версією Global Firepower.

Туристична сфера має найбільшу кількість проблем. В Україні існує лише декілька регіонів, де розвивається ця галузь, і вони контрастують з усією територією країни. Хоча наша держава має значний потенціал та ресурси для розвитку туризму. Також існує необхідність у модернізації та популяризації символічної складової іміджу України – створенні яскравих міфів, зміні стереотипних образів, єдності та комплексного сприйняття характерних рис окремих регіонів.

Отже, актуалізація впровадження іміджевої стратегії України виявила ряд взаємопов'язаних проблем. Через фрагментарність та певну застарілість існуючого образу нашої країни неможливо створити цілісний та ефективний імідж держави. Адже він передбачає не тільки існування яскравого образу, певну «картинку», ілюзію дійсності, а й реальні дії та докорінні зміни як форми, так і сутності. Також формування та впровадження іміджевої стратегії вимагає використання арсеналу різноманітних маркетингових технологій та цілеспрямованого професійного управлінського процесу. І перед усім задача покладена на оптимізацію та активний комунікаційний процес, який би демонстрував відкритість території для контактів і позиціонував українську державу як сучасну, розвинуту та конкурентоспроможну, дозволяв зовнішнім суб'єктам краще пізнати її, впевнитися в суттєвості наявних у неї переваг.

Гончаров Андрій Андрійович

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Науковий керівник: Попков Василь Васильович, доктор філософських наук, професор

Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

СПЕЦИФІКА ПЕРЕДАЧІ ВЛАДИ В КНР, ЯК ДАНИНА КОНФУЦІАНСЬКІЙ СПАДЩИНІ

Політичний режим Китайської Народної Республіки з точки зору західної науки постає перед нами у вигляді «м'якого авторитаризму». З одного боку він має демократичний фасад у вигляді дорадчої функції демократичної партії по відношенню до комуністичної партії Китаю. З іншого – специфічні місцеві вибори, які дають змогу потрапити до владних структур вихідцям із інших партій. Та адміністративному устрою «Одна держава – дві системи» (Гонконг, Макао, Тайвань). І при цьому срок повноважень головного секретаря Комуністичної Партії Китаю з березня 2018 року є необмеженим. Тому, на нашу думку, необхідно розглядати Китай крізь призму цивілізаційних особливостей країни, щоб зрозуміти природу політичного режиму.

Починаючи з 20-х рр. ХХ ст. розвиток конфуціанської думки здійснюється в рамках відповідної реакції на вплив Заходу. «Сучасне конфуціанство» – це напрям розвитку наукової думки, яка шукає шлях модернізації Китаю, а також свого роду ідейна течія культури. Тому, говорячи про сучасне конфуціанство, необхідно пам'ятати, що через конфуціанське вчення пояснюється корінь китайської культури, і метою реанімації конфуціанства стає відродження культурної ціннісної системи зруйнованої західною експансією та маоїзмом. Саме такий акцент стає імпульсом «Сучасного конфуціанства [5, с. 6]. Принаймні таким чином китайський філософ Фан Келі характеризує сучасний стан речей в Китаї. Однак на наш погляд головним завданням нового конфуціанства є вирішення одразу декількох проблем: спадкування влади, моралізація політичного апарату та ідейно-культурне наповнення суспільства.

Спадкування влади в КНР доволі цікавий і складний процес. На нашу думку сучасне спадкування влади в Китаї дуже схоже на спадкування влади за часів Шан-Інської династії (1600-1027 рр. до н.е.). Владу спадкував зазвичай не син, а дядько, або кузен батька, завдяки своїм чеснотам та ефективному управлінню своєю вотчиною. Син же направлявся на периферійну зону де мав власні володіння і якщо він вправно правив ними, то у нього з'являвся шанс на те щоб стати Ваном (титул правителя часів ханського Китаю, відповідає європейському титулу короля або царя) [1].

На думку Олексія Воскресенского сьогодні існує 4 групи кандидатів, які можуть претендувати на вищі партійні посади КПК:

I. Шанхайська, в яку входили такі керівники вищого ешелону влади, як У Банго – голова Постійного комітету Всекитайського зібрання народних представників, Цзя Циньлін – член Постійного комітету Політбюро ЦК КПК, голова Всекитайського комітету Народної політичної консультативної ради Китаю.

II. Вихідці з Комуністичного союзу молоді Китаю (туаньпай): Ху Цзіньтао, Вень Цзябао – прем'єр Держради Китайської Народної Республіки, постійний член Політбюро ЦК КПК.

III. Угрупування так званих «спадкових принців» (тайцзидан) тобто родичі колишніх великих партійних функціонерів: Сі Цзіньпін та ін.

IV. Випускники Університету Цінхуа (Ху Цзіньтао, Сі Цзіньпін та ін.) [3, с. 123].

Обраний наступник займає місце в Політбюро за багато років до реального переходу влади. Йому доручають виконання важливих функцій і завдань, які дозволяють виявити, наскільки він готовий до управління країною. Номенклатурний «портфель» дає йому можливість створювати оточення і мережу підтримки, а партійний «портфель» надає навички та можливості управління.

Як тільки новий лідер отримує найвищу посаду в Політбюро, у нього з'являється інституціолізована політична влада. До тих пір, поки він грамотно використовує інституційну владу, вона не заперечується ніким у вищому ешелоні китайського керівництва. Якою б підтримкою попереднього лідера не користувався новий лідер, якщо у нього немає потрібного набору посад, він не отримує доступ до процесу вироблення політичної лінії, тобто не може впливати на нього, а залишається тільки виконавцем партійної лінії. Попередник готує для нового лідера управлінську команду, захищаючи, по суті, себе і свої політичні інтереси. Ця команда забезпечує спадкоємність політичної лінії, оскільки процес її заміни новим керівником займає від трьох до чотирьох років, з плином яких абсолютний перехід влади до наступника не гарантований [3, с. 125].

На думку Андрія Виноградова, ідейно-теоретичні гасла КПК не просто данина політичній традиції, а цілком виправдана процедура, яка зобов'язує кожного нового лідера виробити своє бачення епохи, визначити її головні виклики та пріоритети, які є невід'ємним елементом мобілізаційного розвитку, і додає необхідний динамізм в цілому дуже жорсткої політичній конструкції [2, с. 303]. Тобто, для того, щоб отримати владу у повному об'ємі необхідно доповнити основну концепцію новим витком, який би відповідав часові і потребам.

Таким чином за 69 років свого існування Китайська народна республіка пройшла шлях від маоїзму заснованого на марксизмі до розуміння «Китайської мрії», який остаточно дав відповідь на те, що таке китайська нація та які її цілі. А їх було визначено дві: відзначення 100-річного ювілею КПК побудовою суспільства «сяокан» про яке говорив Ден Сяопін до 2020 року та увійти

до числа розвинених націй, як всебічно розвинена могутня і модерна держава до 2049 року, тим самим відзначивши 100-річчя КНР.

Тепер під гідним життям, китайці розуміють не лише задоволення матеріальних та культурних потреб, але й запит до подальшої демократизації, утвердження принципу управління на основі закону, чесності та справедливості, безпеки і покращення стану навколишнього середовища. Проміжною датою визначено 2035 рік – це дата, до якої Китай в цілому повинен завершити соціалістичну модернізацію і піднятися до рівня «країн – лідерів інноваційного типу», подолати екологічну кризу та завершити оновлення своєї армії [4].

Список використаних джерел

1. Васильев Л. С. Проблемы генезиса Китайского государства //Л.С. Васильев// М.: Наука, 1983. – 327 с.
2. Виноградов А. В. Китайская модель модернизации. Поиски новой идентичности //А.В. Виноградов // М.: НОФМО, 2008. – 368 с.
3. Воскресенский А. Д. Эволюция политической системы и политическая модернизация КНР: проблемы и преимущества «Китайской модели» //А.Д. Воскресенский // Сравнительная политика. – №1(14). – С.120-138.
4. Сі Цзиньпін Доповідь 19 з'їзду Комуністичної Партії Китаю [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://russian.news.cn/2017-11/03/c_136726299.htm (19.11.2018)
5. Хаймурзина М. А. К вопросу о смысловом содержании понятия «современное конфуцианство» // «Вестник Амурского государственного университета»: 2013. – №62. – С. 3-7.

Савченко Віра Юріївна

*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*
Науковий керівник: Польська Тамара Дмитрівна, доцент
*Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

АНТИКРИЗОВИЙ PR ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКРИЗОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасних умовах господарювання в Україні, що характеризуються економічною та політичною нестабільністю, багато підприємств потерпають від погіршення результатів своєї діяльності. Найважливіше випробування для організації настає в період криз, в цих умовах все більшої ваги набуває запровадження на підприємствах антикризового управління, яке поєднує в собі технології антикризового управління та антикризового PR.

Будучи інструментарієм динамічного розвитку компанії та механізмом реалізації інновацій, креативний менеджмент, крім впровадження нестандартних методик прийняття рішень та розвитку творчого потенціалу працівників, займається розробкою ефективного антикризового плану, який виступає гарантом успішності та процвітання компанії. Вдале врегулювання кризових явищ неможливе без застосування технологій антикризового управління, так як вони включають заходи щодо діагностики, попередження, нейтралізації, подолання кризових явищ.

Комунікативна ж складова кризи представляє собою один з найважливіших її компонентів. Антикризовий менеджмент здійснюється не тільки на рівні бізнес-рішень, а й на рівні інформаційного супроводу, що робить його досить дієвим при боротьбі із кризовими явищами.

Технології PR стали настільки необхідними та поширеними, що по-справжньому здивувати може лише їх відсутність. PR використовується чи не кожним менеджером, а всі успішні компанії намагаються створити ефективну PR-стратегію, яка сприятиме їх динамічному розвитку та подальшому зростанню конкурентоспроможності та привабливості. Але найчастіше такі PR-стратегії будуються за однаковими схемами, що робить їх уразливими під час виникнення надзвичайних ситуацій та криз. Насправді можна сказати, що за своєю суттю будь-який PR є антикризовим, але його частіше застосовують для привертання уваги та підвищення інтересу до компанії, іноді за допомогою сумнівних методів, які перечать головній місії PR. Однак, якщо правильно застосувати PR, беручи до уваги його головне призначення, до формування PR-стратегії компанії можна підійти більш відповідально та творчо.

«Антикризовий PR – один із основних напрямків антикризового менеджменту та зв'язків з громадськістю, якому в умовах кризи відводиться чи не найважливіше значення. Це комплекс