

цінові, котрі передбачають використання інструментів, що пов'язані з ціною, та нецінові, що спрямовані на психологічну складову.

Таким чином, дослідження лояльності споживачів та впровадження відповідних програм є важливим аспектом діяльності будь-якої фірми, оскільки формується можливість утримання споживачів, збільшення доходів та ринкова частка підприємства, а отже, посилення його конкурентних переваг.

### Шульц Дар'я Сергіївна

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

Науковий керівник: Коваленко Лариса Павлівна, доктор юридичних наук, професор

*Національний юридичний університет імені Ярослава Мудрого*

## АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС СПІВРОБІТНИКІВ ОВС

Положення Конституції України про те, що права і свободи людини та їх гарантії визначають зміст і спрямованість діяльності держави, вимагає від останньої забезпечення реалізації цих прав і свобод. Одним із засобів досягнення зазначеної мети є державна служба – особливий інститут держави, спеціально організована професійна діяльність громадян з реалізації конституційних завдань та функцій держави.

Служба в Національній Поліції України є різновидом державної служби України. Працівники Національної Поліції виконують завдання держави, спрямовані на забезпечення особистої безпеки громадян, вони попереджають і припиняють злочини, надають допомогу громадянам та юридичним особам у здійсненні їх законних прав та інтересів тощо. З метою забезпечення успішного виконання цих завдань докорінного поліпшення потребують не лише форми і методи діяльності Національної Поліції України, але і якісний підхід до визначення адміністративно-правового статусу працівника.

Мета дослідження полягає в тому, щоб на основі аналізу чинного законодавства України і практики його реалізації визначити сутність, зміст та значення адміністративно-правового статусу працівника Національної Поліції, особливості реалізації окремих елементів статусу у правовідносинах і на цій основі виробити пропозиції та рекомендації щодо удосконалення правового регулювання та підвищення ефективності його практичної реалізації.

У юридичній літературі зміст та призначення адміністративно-правового статусу органу виконавчої влади як суб'єкта управління і права визначається по-різному.

Ю.М. Козлов вважає, що правове становище органів державного управління знаходить своє конкретне вираження в їх компетенції. У ній закріплюються завдання, функції, права та обов'язки, форми і методи діяльності цих органів, тобто їх адміністративна правоздатність і дієздатність. Б.М. Лазарєв трактує компетенцію як право та обов'язок здійснювати певну діяльність. Разом з тим, реалізація таких повноважень суб'єктами правозастосування суворо обмежена рамками закону. Встановлюючи компетенцію того або іншого органу управління, держава уповноважує його на здійснення певних дій, обмежуючи цю діяльність певними рамками

Незважаючи на відмінності в адміністративно-правових статусах різних органів виконавчої влади, всім їм, властиві спільні риси правового становища, а саме:

- діяльність органів виконавчої влади завжди підзаконна;
- діяльність органів виконавчої влади носить виконавчо-розпорядчий характер;
- адміністративно-правовий статус органів виконавчої влади завжди визначається нормами законодавчих та інших нормативних актів;
- державно-владний характер діяльності органів виконавчої влади;
- вертикальна підпорядкованість (цей принцип не виключає існування по деяких питанням і горизонтальних субординаційних відносин).

Об'єктом дослідження є суспільні відносини, які виникають в сфері правоохоронної діяльності працівника Національної Поліції.

Предмет дослідження становлять теоретичні і практичні питання визначення, нормативно-правового закріплення, реалізації та розвитку адміністративно-правового статусу працівника Національної поліції. У своїй діяльності Національна поліція керується Конституцією України, міжнародними договорами України, Законом України «Про Національну поліцію» та іншими законами України, актами Президента України і Кабінету Міністрів України, а також виданими відповідно до них актами Міністерства внутрішніх справ України, іншими нормативно-правовими актами.

Національна поліція як центральний орган виконавчої влади утворена Постановою КМ України від 2 вересня 2015 р. № 641.

Положення про Національну поліцію затверджене КМ України 28 жовтня 2015 року. 15 березня 2018 року Верховна рада України прийняла закон № 4670 «Про Дисциплінарний статут Національної поліції України», який підтримав 251 народний депутат. Дисциплінарний статут Національної поліції України визначає сутність службової дисципліни в Національній поліції, повноваження поліцейських та їх керівників з її дотримання, види заохочень і дисциплінарних стягнень, а також порядок їх застосування та оскарження

Поліцейським є громадянин України, який склав Присягу поліцейського, проходить службу на відповідних посадах у поліції і якому присвоєно спеціальне звання поліції.

Поліцейський має службове посвідчення та жетон з індивідуальним особистим номером. Зразки та порядок видання службових посвідчень та особистих номерних жетонів затверджує Міністр внутрішніх справ України.

Відповідно до висновку доктора філологічних наук, професора Олександра Пономарева, правильним терміном в українській мові є поліціант, а не поліцейський, який є російським терміном.

Поліцейський зобов'язаний:

- 1) неухильно дотримуватися положень Конституції України, законів України та інших нормативно-правових актів, що регламентують діяльність поліції, та Присяги поліцейського;
- 2) професійно виконувати свої службові обов'язки відповідно до вимог нормативно-правових актів, посадових (функціональних) обов'язків, наказів керівництва;
- 3) поважати і не порушувати прав і свобод людини;
- 4) надавати невідкладну, зокрема домедичну і медичну, допомогу особам, які постраждали внаслідок правопорушень, нещасних випадків, а також особам, які опинилися в безпорадному стані або стані, небезпечному для їхнього життя чи здоров'я;
- 5) зберігати інформацію з обмеженим доступом, яка стала йому відома у зв'язку з виконанням службових обов'язків;
- 6) інформувати безпосереднього керівника про обставини, що унеможливають його подальшу службу в поліції або перебування на займаній посаді.

Поліцейський на всій території України незалежно від посади, яку він займає, місцезнаходження і часу доби в разі звернення до нього будь-якої особи із заявою чи повідомленням про події, що загрожують особистій чи публічній безпеці, або в разі безпосереднього виявлення таких подій зобов'язаний вжити необхідних заходів з метою рятування людей, надання допомоги особам, які її потребують, і повідомити про це найближчий орган поліції.

Звертаючись до особи, або у разі звернення особи до поліцейського, поліцейський зобов'язаний назвати своє прізвище, посаду, спеціальне звання та пред'явити на її вимогу службове посвідчення, надавши можливість ознайомитися з викладеною в ньому інформацією, не випускаючи його з рук.

Додаткові обов'язки, пов'язані з проходженням поліцейським служби в поліції, можуть бути покладені на нього виключно законом.

У разі вчинення протиправних діянь поліцейські несуть кримінальну, адміністративну, цивільно-правову та дисциплінарну відповідальність відповідно до закону.

Підстави та порядок притягнення поліцейських до дисциплінарної відповідальності, а також застосування до поліцейських заохочень визначаються Дисциплінарним статутом Національної поліції України, що затверджується законом.

Держава відповідно до закону відшкодовує шкоду, завдану фізичній або юридичній особі рішеннями, дією чи бездіяльністю органу або підрозділу поліції, поліцейським під час здійснення ними своїх повноважень.

Отже, можна зробити висновок, що обумовлені адміністративно-правовим статусом права і обов'язки поліцейських орієнтовані на функції і забезпечують її здатність діяти владно, від імені держави по відношенню до підлеглих їй об'єктів управління, а також вчиняти юридичні дії по відношенню до інших органів і організацій, які не перебувають з нею у відносинах підпорядкування. Таким чином проявляється співвідношення основних елементів адміністративно-правового статусу патрульної служби та його основних ознак.

**Андрущенко Ірина Олександрівна**

*Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана*

## **МАРКЕТИНГОВА КОМУНІКАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

Туризм є однією з найбільш перспективних галузей економіки України. Туристична галузь в нашій країні активно розвивається та володіє великим запасом невикористаного потенціалу. Україна має сприятливі природні умови, численні історико-культурні пам'ятки, джерела цілющих мінеральних вод, що робить туристичний ринок привабливим як для зовнішнього, так і для внутрішнього споживача. Тому туристичні підприємства для успішної роботи та зайняття своєї ніші на ринку послуг повинні використовувати маркетингову діяльність, для того щоб розпізнати, ідентифікувати і оцінити існуючий або прихований попит на послуги, які підприємство пропонує або може запропонувати, і спрямувати зусилля фірми на розробку, виробництво, розподіл, продаж і просування цих товарів і послуг.

Зростання насиченості ринку туристичних послуг та розвиток інформатизації суспільства зумовлює необхідність пошуку нових методів та підходів до підвищення конкурентоспроможності підприємств та ефективності їх діяльності. Поряд із розширенням номенклатури послуг, що пропонуються, впровадженням цінових методів конкурентної боротьби, невід'ємним фактором посилення конкурентоспроможності туристичних підприємств України є формування результативної маркетингової комунікаційної діяльності.

Зважаючи на зростання популярності Інтернет-ресурсів, в т.ч. з метою пошуку інформації про подорожі, туристичні підприємства України зміщують акцент на Інтернет-рекламу, а саме на: рекламу за допомогою власного сайту, e-mail-маркетинг, а також банерну та контекстну рекламу.

Серед засобів директ-маркетингу у туристичних підприємств України найменшою популярністю користується sms-розсилка (застосовують 35% туроператорів та 37% турагентств). Більшість споживачів також не мають довіри до інтернетреклами, а саме до банерної реклами, контекстної реклами та реклами в відео онлайн. Слід зазначити, що найбільший рівень довіри споживачі проявляють до інформації, яку вони отримують від знайомих, до відгуків, опублікованих онлайн, до інформації, опублікованої на офіційних сайтах підприємств та до редакційних матеріалів.

Однією з особливостей PR-діяльності туристичних операторів є необхідність систематичного проведення конференцій, презентацій, інформаційних турів для співробітників турагентств. Проведення такої PRактивності є характерним для 86% опитаних туроператорів. Слід зазначити, що споживачі також з довірою відносяться до спонсорства та до інформації, опублікованої у PR-статтях. В свою чергу дві третини туристичних підприємств практикують розміщення статей в друкованих та Інтернет-джерелах. Незважаючи на високий рівень довіри споживачів до спонсорства, цей засіб маркетингових комунікацій застосовує лише 48%