

увати культуру бренду навколо цієї основи. Це надихне як представників компанії, так і її цільову аудиторію.

Компанії змушені ставати все більш соціально відповідальними, а це веде до перетворення великих компаній. На цій основі і будуть будуватися корпоративні бренди. Для великих структур досить істотним стає питання репутації і ризиків, і такого роду брендинг є найефективнішою страховкою від можливих помилок, прорахунків і просто трагічних випадковостей з високою ціною.

Коли бренд і компанія стають одноманітними, споживачі перестають їх розрізняти. Саме тому необхідно об'єднувати внутрішню культуру з зовнішнім позиціонуванням і планами компанії на майбутнє.

Звичайно, вся принадність майбутнього і полягає в його невизначеності та очікуванні принципів, позитивних змін. Маркетингові технології активно змінюються і будуть змінюватися ще більш динамічно. Споживачі будуть ставати все більш досвідченими в виборі. І ключовими споживчими потребами стануть вже не просто якість і ціна, а потреба в отриманні такої взаємодії з брендом: «Я вже багато чого побачив і спробував. Здивуйте мене»

Література:

1. Еспер Кунде. «Корпоративна релігія», 2015 р.
2. Журнал «Esquire», 2018 р.
3. Інтернет-ресурс: <http://www.management.com.ua>

Старик І.

Науковий керівник – асист. Ю. М. Дзюрах

ПРОБЛЕМИ СТАНОВЛЕННЯ ПАРТІЙНОГО ТА ПАРЛАМЕНТСЬКОГО ЛІДЕРСТВА В УКРАЇНІ

Розвиток української політики у сьогоднішній день є не те що актуальним, а й життєво-необхідним для функціонування держави. При визначенні проблем політичного лідерства (парламентського та партійного) варто окреслити поняття політичної еліти – це привілейована група, яка займає керівні позиції у владних структурах і безпосередньо бере участь в ухваленні рішень, зв'язаних з використанням влади. [2]

Еліти (в перекладі з французької – «краще», «вибране»):

- § представляють в політиці групові інтереси;
- § створюють оптимальні умови для їх реалізації і узгодження;
- § формують мету і перспективи розвитку суспільства;
- § ухвалюють стратегічно важливі рішення і використовують ресурси державної влади для їх реалізації. [2]

Отже, можна зробити висновок, що партійне та парламентське лідерство формується за рахунок політичної еліти та є складовими політичного лідерства як більш широкого значення лідерства. Адже з громадської думки політичний лідер це є і державний лідер, себто президент, і прем'єр-міністр, і парламентський лідер, себто спікер. А партійний лідер розуміється як більш вузьке поняття.

Діяльність партійного лідера – це насамперед громадська діяльність в результаті якої зміцнюється потенціал партії. Розвиток партійного лідерства – це цілеспрямоване формування й поглиблення відповідних якостей і навичок. [1]

Якщо порівнювати політичне та партійне лідерство, то правильно є стверджувати, що будь-який партійний лідер прагне досягнути лідерства політичного – очолити державу, уряд, парламент, певну структуру виконавчої влади. Можна таким чином стверджувати, що політичне лідерство є вищим щаблем, сходинкою для керівника партії, порівняно з партійним лідерством.

В Україні роль індивідуального політичного лідерства зростає, хоча і має специфічний характер уже тому, що, окрім подолання тоталітаризму, відбувається національне відродження, становлення демократії та формування громадянського суспільства. [1]

Найбільша проблема українського політичного лідерства – це звісно відсутність нових лідерів, попри революційні настрої громадян впродовж 2014-2015 років. Незважаючи на зміни у громадянському суспільстві та політичному житті України, тут залишився колишній тип лідерства, що здебільшого ґрунтується на харизмі та особистій відданості до персони, що втілює верховну владу. Цей чинник і виступає причиною відсутності великої кількості молодих лідерів, як партійних, так і парламентських.

Література:

1. Morar, N., і Y. Nazaruk. 2016. *Політичний портрет сучасного партійного лідера: теоретико-методологічний аспект*. Грани 19 (6), 12-19. <https://doi.org/10.15421/171614>

2. Шляхтун П.П. *Політологія : навч. посіб. / П.П. Шляхтун*. – К.: Либідь, 2005.- 576 с.