

вразливіші до фальшивої самопрезентації. Люди з низькою самооцінкою та автентичністю більше схильні до створення фальшивого Фейсбук – Я [3].

Явище фальшивої самопрезентації у соціальній мережі Фейсбук є новим і потребує додаткових досліджень як в Україні так і за її межами.

#### Література

1. Михайлова Е.В. Обучение самопрезентации [2-е изд.], ГУ ВШЕ, – 2006 – 9-10 с.
2. Comscore1. (2011). It's a Social World: Top 10 Need-to-Knows About Social Networking and Where it's Headed. Available at: [http://www.comscore.com/Press\\_Events/](http://www.comscore.com/Press_Events/)
3. Gil-Or O., Levi-Belz Y., Turel O. The “Facebook-self”: characteristics and psychological predictors of false self-presentation on Facebook / *Frontiers in Psychology* February, 2015, Vol. 6, Art. 99.
4. Gonzales A. M., Hancock J. T. Mirror, Mirror on my Facebook Wall: Effects of Exposure to Facebook on Self-Esteem / *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 2011, Vol. 14, Iss. 1-2, p. 79-83.
5. Grieve R. Watkinson J. The Psychological Benefits of Being Authentic on Facebook / *Cyberpsychology, behavior, and social networking* Vol. 19, Iss. 7, 2016, p. 420-425.
6. Mander J. Daily time spent on social networks rises to over 2 hour // *GlobalWebIndex*, 2017.
7. Patterson M. (2015). Social media demographics to inform a better segmentation strategy. <http://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/> (accessed May 4, 2016).
8. Wright E. J., White K. M., Obst P. L. Facebook False Self-Presentation Behaviors and Negative Mental Health / *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 2017, Vol. 00, Iss. 00.

КОЧАРОВСЬКИЙ М. С., здобувач, НаУКМА (м.Київ)

### **РОЛЬ КОНКУРЕНЦІЇ В ПРОЦЕСІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ**

Процес прийняття рішень нерозривно пов'язаний з конфліктами. Ці конфлікти можуть бути як внутрішньоособистісними, наприклад, пов'язані з питаннями доцільності або моральності вибору, так і міжособистісними або, навіть, міжгруповими, наприклад, конфлікт інтересів. Іншим дуже яскравим прикладом міжособистісних та міжгрупових конфліктів є конкуренція, яка виникає коли декілька індивідів або груп намагається отримати доступ до ресурсів кількість яких обмежена.

Відтак, процес прийняття рішень в умовах конкуренції це процес не лише вибору найкращого варіанту вирішення поставленої проблеми, що іноді буває складно само по собі, але також процес максимізації власного зиску за умов активної протидії з боку учасників конкурентної боротьби, яка вносить додатковий елемент невизначеності в цей процес. З огляду на вищезазначене,

видається цікавим і доречним проведення теоретичного дослідження щодо ролі конкуренції в процесі прийняття рішень.

Перш за все варто дати чітке визначення конкуренції. Конкуренція - це нормативно регульований соціальний процес в основі якого лежить конфлікт за повний або частковий але привілейований доступ до обмежених у своїй кількості матеріальних чи нематеріальних благ та ресурсів. Конфліктність конкуренції впливає з двох факторів: обмеженості ресурсів та прагнення максимізації власного доступу до них. Така постановка питання означає, що власна максимізація доступу до ресурсів можлива лише за умови обмеження, повного чи часткового, доступу до них інших учасників. Разом з тим, на відміну від такого виду конфлікту за доступ до ресурсів чи благ як війна, конкуренція є нормативно регульованим процесом, відтак всі учасники намагаються діяти в межах правового поля.

З точки зору прийняття рішень нормативна регуляція конкуренції дещо спрощує процес прийняття рішень, оскільки вона обмежує, а в деяких випадках взагалі унеможлиблює застосування «брудних» та нечесних методів конкурентної боротьби, як то демпінг, економічне шпигунство, підкуп тощо, та дає важелі для накладання санкцій за порушення правил. Проте варто зазначити, що правове поле, в якому діють учасники конкурентної боротьби достатньо широке і без застосування нечесних методів, відтак наявність конкуренції вносить значний елемент невизначеності в процес прийняття рішень. Ця невизначеність може бути пов'язана з цілою низкою індивідуальних особливостей та конкретних умов учасників конкурентної боротьби, наприклад, цільовою аудиторією, фінансовою стабільністю, зв'язками, індивідуальними конкурентними перевагами тощо.

Очевидно, що врахувати всі можливі фактори та створити якусь «ідеальну» стратегію прийняття рішень неможливо – рішення приймаються в умовах невизначеності, а отже неможливо максимально повно спрогнозувати їх результат. Відтак, за умов конкуренції та активної протидії з боку інших учасників, доцільним є створення загальної стратегії розвитку, постановка загальних мети та цілей. Такий підхід дає можливість гнучко та своєчасно приймати рішення відповідно до вимог конкретної ситуації, що виникла під час конкурентної боротьби.

Відтак, варто зазначити, що конкуренція грає значну роль в процесі прийняття рішень. Вона вносить додатковий елемент невизначеності, таким чином додатково унеможлиблюючи точне прогнозування ефектів та результатів прийнятих рішень. Разом з тим, з урахуваннями нормативного регулювання та загальних тенденцій, що існують під час конкурентної боротьби, вона дає можливість створення загальної стратегії розвитку, що, в свою чергу, дає простір для гнучкості або навіть неординарності щодо прийняття рішень.