АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 рік

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

ПОЛТАВА 2025

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

До Дня науки в Україні та
Міжнародного року
кооперативів 2025

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XLVIII Міжнародної наукової студентської
конференції за підсумками науково-дослідних робіт
студентів за 2024 рік

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

Полтава
ПУЕТ
2025

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)
А43

Розповсюдження та тиражування без офіційного дозволу Полтавського університету економіки і торгівлі ЗАБОРОНЕНО

Видано відповідно наказу по університету № 24-Н від 29 січня 2025 року.

Організаційний комітет конференції

Голова організаційного комітету – ***Н. С. Педченко,*** д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ;
Заступник голови організаційного комітету – *Н. І. Манжура,* завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ;
Ю. С. Матвієнко, канд. пед. наук, проректор з науково-педагогічної роботи ПУЕТ;
О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;
А. С. Ткаченко, д-р техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;
Л. М. Діденко, в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ;
Ю. В. Перегуда, директор міжнародного науково-освітнього центру ПУЕТ;
Д. С. Семикоз, начальник відділу розвитку та інновацій ПУЕТ;
А. В. Філіпповський, голова Студентської ради університету ПУЕТ;
Д. А. Посполітак, голова Наукового товариства студентів ПУЕТ.

Редакційна колегія

Головний редактор – ***О. О. Нестуля,*** д-р іст. наук, професор, ректор ПУЕТ.
Заступник головного редактора – ***Н. С. Педченко,*** д-р екон. наук, професор, перший проректор ПУЕТ.
Відповідальний секретар – ***Н. І. Манжура,*** завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.
Відповідальний редактор – ***Л. М. Діденко,*** в. о. директора Центру інформаційного забезпечення освітнього процесу ПУЕТ.

А43 **Актуальні** питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 рік (м. Полтава, 10 квітня 2025 р.). – Полтава : ПУЕТ. – 726 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-472-7

Збірник містить тези доповідей XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 рік,. Проблеми, порушені авторами публікацій, вирізняються своєю актуальністю та новизною наукових підходів. Увагу зосереджено на висвітленні результатів наукових досліджень у різних галузях науки та якості вищої освіти. Збірник присвячено Дню науки в Україні та Міжнародному року кооперативів.

УДК 001:378.014.61"20"(477.53)(082)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.
За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2025

ISBN 978-966-184-472-7

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств (Укркоопспілка)

Полтавський університет економіки і торгівлі (Україна)

Львівський торговельно-економічний університет (Україна)

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут (Україна)

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця (Україна)

Полтавський державний аграрний університет (Україна)

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)

Євразійський національний університет імені Л. М. Гумільова (Республіка Казахстан)

Університет національного і світового господарства (Республіка Болгарія)

Кооперативно-торговий університет Молдови (Республіка Молдова)

Таджицький державний університет комерції (Республіка Таджикистан)

УЧАСНИКИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Hellenic Mediterranean University (Греція)

Utenos kolegija (Литва)

ISMA (Латвія)

Inha University (Південна Корея)

УКРАЇНА:

Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Криворізький державний педагогічний університет

Львівський торговельно-економічний університет

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сумський національний аграрний університет

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

СЕКЦІЯ 1 ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СУЧАСНОМУ ПЕДАГОГІЧНОМУ ПРОЦЕСІ ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ

ВІДРОДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ АВТЕНТИЧНОЇ КУХНІ – ЯК НЕВІД'ЄМНА ЧАСТИНА НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ

І. В. Гладкий, *студент спеціальності Харчові технології, група ХТІ б 31*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

З огляду на сучасну ситуацію в Україні та світі, питання національно-патріотичного виховання молоді стає надзвичайно актуальним. Його реалізація сприяє засвоєнню молодими людьми цінностей національної культури, що починається, перш за все, з формування етнічного самоусвідомлення в родині, через передачу традицій і обрядів [2]. Важливо зазначити, що в періоди пошуку національної ідентичності саме культурна спадщина має стабілізуючий ефект. Одним із таких елементів є українська національна кухня, яка характеризується своєю унікальністю, яскравістю та автентичністю. Кухня, як частина культурної спадщини, є важливим засобом збереження ідентичності, передачі знань про історію, традиції та цінності українського народу [1].

Вивчення і приготування традиційних українських страв є важливим елементом патріотичного виховання, оскільки воно допомагає молоді глибше усвідомити своє походження, зв'язок з історією та культурною спадщиною [3]. Це також створює відчуття гордості за свою країну та її традиції. Важливим кроком є впровадження навчальних дисциплін, що передбачають навчання молоді готувати традиційні українські страви, популяризації фестивалів, присвячених українській кухні, де можна не тільки дегустувати страви, але й навчатися їх готувати, дізнаватися про історію кожної страви.

Кожен смак, кожен рецепт може бути частиною великої історії, яку важливо передавати наступним поколінням. Загалом, відродження української кухні може стати потужним інструментом у процесі формування національної свідомості, а також допомогти молоді зрозуміти глибокий зв'язок між їжею та культурною спадщиною. Крім того, відродження української кухні сприяє розвитку місцевих фермерів і виробників, адже багато традиційних страв готуються з локальних сезонних продуктів, в свою чергу це не лише зберігає культурну спадщину, але й підтримує економіку країни.

Традиції української національної кухні створюють також нові можливості для ресторанного бізнесу. Одним із нових трендів у ресторанній сфері стають заклади, що спеціалізуються на національній кухні, де переважають автентичні страви, приготовані за сучасними кулінарними стандартами. Яскравим прикладом може бути ресторан «Етніка», де стародавні українські рецепти оживають у нових інтерпретаціях. Тут обід чи вечеря стають справжньою гастрономічною подорожжю, яка занурює відвідувачів у світ українського фольклору та кулінарних традицій. Сприяють цьому й незвичайні назви страв, наприклад: «Врибалили вусатого» – сом на хрумкому хлібі з ніжним вершковим маслом, декорований ікрою з овочевого салату та зеленню, «Як чумаки у Крим по сіль їхали» – слабо солена тюлька й ферментована цибуля на хрумкому хлібі з маслом, «З острога для вас на пательню» – рулет з філе сома, «Чугайстер назбирав, в казан поклав» – юшка з трьох видів грибів; «Вершковий сон вишневого саду» – сирники, «Одного разу у вулику» – медовик.

Таким чином, ресторації, що відкриваються та розвиваються в Україні, дають шанс заявити про унікальність української гастрокультури, переосмислюючи українську кухню і надаючи її нових бачень зі збереженням автентичної самобутності. Технологи ж, навчаючись, працюючи, пропагуючи відродження української автентичної кухні, впроваджують її в життя для споживачів. Тому роль викладачів з фаху «Харчові технології» полягає не тільки в класичному навчанні, актуалізації опорних знань та вмінь, але й через звернення до народних традицій харчування формує національну свідомість, особливо на заняттях з вивчення технологій виготовлення українських страв з місцевої сировини, не гіршої, а то й значно кращої за іноземні

суперфуди, пов'язує свідомість студентів зі своїм народом, його історією.

Таким чином, відродження автентичної української кухні є однією з важливих складових національно-патріотичного виховання, оскільки сприяє збереженню глибинних основ національної ідентичності, а також популяризації нематеріальної культурної спадщини, яка є важливою частиною культури й історії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Поплавський М. М. Гостинність, сервіс, туризм: досвід, проблеми, інновації (м. Київ, 14–15 квітня 2022 р.) : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф. – Київ : КНУКІМ, 2022. С. 15–17. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/poplavskyj2.htm (дата звернення: 20.03.2025).
2. Степико М. Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування : монографія / М. Т. Степико. Київ : НІСД, 2011. 336 с.
3. Українські народні кулінарні традиції – збереження спадщини. URL: https://fact-news.com.ua/ukrainski-narodni-kulinarni-traditsii-zberezhennya-spadshini (дата звернення: 20.03.2025).

PATRIOTIC EDUCATION AS AN INSTRUMENT OF FOSTERING NATIONAL CONSCIOUSNESS

V. M. Kravetska, *student majoring in «Electronic Communications and Radio Engineering», group RE-22*
N. V. Chizhova, *lecturer at the Department of English for Humanities – English adviser*
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

The term «patriotic education» lately has been viewed as a red flag in many countries (Reimann, 2021). Here in Ukraine, we have a long history of relying on other states' experiences and setting them as the main example. This national inferiority could rarely justify itself and do any good. Despite that, most would agree that too little attention was paid to sparking love for the Motherland in youngsters. Oftentimes, attempts to implement patriotic education would cause accusations of nationalism (which was usually considered to be a bad thing). Now we can see that this was caused by years of Soviet and then Russian propaganda.

The beginning of a full-scale war in 2022 provoked inner patriotic feelings in many citizens. As a result, more people have become eager to study history more thoroughly, research their past and

abandon any cultural ties with Russia. This shift justifies the need for patriotic education as a tool for reinforcing national identity and preventing future ideological subjugation. More than that, it shows that our society is ready for the implementation.

Patriotic education should start from early childhood. Children should be introduced to Ukrainian history through simplified, engaging books with illustrations. School curricula must be enriched with works not only of Ukrainian classics but also of contemporary authors, fostering a deeper connection to the national literary heritage. We should acknowledge that belief in Russian literature superiority was imposed on us and replace it with either Ukrainian or overseas writers.

Language is another fundamental pillar of patriotic education. The Ukrainian language serves as a symbol of Ukrainians' national identity and resistance to foreign influence, especially Russian. We should recognize that many children come from Russian- or other-language-speaking families. Therefore, there is a strong need to promote Ukrainian as the primary language of communication and education while also teaching respect for others' choices. Educational institutions should ensure that all students are proficient in Ukrainian, as this reinforces a sense of unity and national pride.

When choosing how to implement patriotic education, it is essential to consider the differences between previous and modern generations and make the process more engaging. Financial investments should be allocated to transform museums, making them more interactive. Schools should also organize group trips across Ukraine, so that kids can learn not just through theory. Universities should encourage mobility programs between Ukrainian institutions to foster cultural exchange with all corners of Homeland.

Modern media and popular culture deserve as much attention as formal education. Social media campaigns and youth-led initiatives can help with the popularization of patriotic themes among younger audiences. Additionally, collaborations with historians, artists and educators can help create content that resonates with different age groups and interests. We should also encourage media literacy to help students distinguish between propaganda and truthful historical narratives, teaching them critical thinking skills.

Ukrainian education is linked to national security like in no other country. Unfortunately, modern kids are born during war time and even if Russian aggression stops in the nearest future, it will

probably be just a pause and not the end to it. A generation that understands its history, values its independence and takes pride in its culture is far more resilient to external threats and manipulations. Encouraging national consciousness and unity is essential for the continued protection of Ukraine's sovereignty and democratic development.

In conclusion, patriotic education in Ukraine should be a comprehensive and strategic effort that starts from early childhood and continues throughout life. If we want to make it work, a lot of changes have to be applied to the current state of affairs. Having blood thirsty neighbours and living in a world that constantly seems to be on the verge of the Third World War, Ukraine has to build a generation of citizens who not only cherish their country's independence but are also willing to protect and develop it in the face of global challenges.

List of used information sources

1. Reimann T. Patriotic Education: Pride or Problem? – Harvard Political Review. Harvard Political Review. URL: https://harvardpolitics.com/patriotic-education/ (date of access: 17.03.2025).

УЧИТЕЛЬ ЯК ПРОВІДНИК ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ У ПРОЦЕСІ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ

***М. М. Маслова**, студентка спеціальності Середня освіта (Англійська мова і література), група 113-сг*
***О. А. Гончарова**, канд. пед. наук, доцент кафедри германської філології та методики викладання германських мов – науковий керівник*
Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького

У сучасному світі, коли Україна впевнено крокує шляхом європейської інтеграції, важливою складовою освітнього процесу стає виховання підростаючого покоління. Особливої актуальності ідеї національно-патріотичного виховання молоді набувають в умовах невиправданої військової агресії з боку росії, що несе безпосередню небезпеку для незалежності й територіальної цілісності нашої країни.

Педагог, як одна з ключових фігур освітнього середовища НУШ, відіграє важливу роль у формуванні в учнів розуміння європейських стандартів життя, сприяючи їх адаптації до ціннісних орієнтирів ЄС. Особливе значення це набуває у національно-патріотичному вихованні старшокласників, коли формується їх громадянська свідомість і почуття відповідальності перед суспільством. Саме тому **мета цієї публікації** – висвітлити роль учителя у впровадженні проєвропейських цінностей і демократичних орієнтирів у процес національно-патріотичного виховання учнів старших класів ЗЗСО.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що питання національно-патріотичного виховання молоді знайшло своє розв'язання в роботах таких вітчизняних науковців, як Н. Бондаренко, А. Жданкіна, Є. Колеснік, С. Косянчук, В. Кульчицький, В. Микольченко, С. Оришко, В. Шинкаренко та ін.

За визначенням Н. Бондаренко та С. Косянчук, національно-патріотичне виховання являє собою «планомірну виховну діяльність, спрямовану на формування в учнівства національної самоідентичності й патріотизму» [1, с. 7]. Розроблена в 2022 році Концепція національно-патріотичного виховання в системі освіти України особливо підкреслює важливість виховання дітей та молоді на основі патріотизму, соціального добробуту, поваги як до культурних цінностей нашого народу, так і спільних європейських цінностей [3]. При цьому під загальноприйнятими цінностями ЄС мають на увазі демократію, верховенство права, рівність, гуманізм, свободу слова й пересування, повагу до людської гідності й прав людини, толерантність, антирасизм [2, с. 43–44].

Процес інтеграції ключових європейських цінностей в освітній простір передбачає не лише вивчення історії, культури та інституцій ЄС, а й впровадження демократичних принципів, прийнятих у країнах Європи. Важливу роль при цьому відіграє педагог, адже його особистий приклад, переконання, активна громадянська позиція та конкретні дії мають слугувати взірцем для наслідування й популяризації відповідних цінностей. Саме вчитель формує патріотичну культуру учнів, ознайомлюючи їх із європейським досвідом громадянської активності, правової свідомості та соціальної відповідальності, готуючи до майбутнього життя у спільному європейському просторі. З цією метою в навчально-виховному процесі можуть використовуватись різно-

манітні інтерактивні проєкти, презентації, віртуальні тури, web-квести, майстер-класи, заняття з елементами тренінгу, змагання, рольові, пошукові й інтелектуальні ігри, що дозволяє підвищити мотивацію учнів старших класів до вивчення окресленої тематики, розвинути їх критичне мислення, підтримати готовність брати активну участь у громадському житті й більш ефективно інтегрувати європейські цінності у систему життєвих орієнтирів.

Отже, сучасний учитель повинен не тільки передавати знання, а й формувати у старшокласників національну та європейську ідентичність, сприяти усвідомленню ними спільних цінностей ЄС та відповідальності за майбутнє своєї країни. Саме завдяки його зусиллям молодь зможе не лише інтегруватися в європейський простір, а й активно долучатися до розбудови демократичного суспільства, керуючись принципами свободи, рівності, справедливості та взаємоповаги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондаренко Н. В., Косянчук С. В. Національно-патріотичне виховання у контексті сучасних викликів : метод. рек. [для вчителів, методистів, науковців, викладачів, студентів закладів професійної й вищої освіти, управлінців]. Київ : Фенікс, 2022. 64 с.
2. Золотухіна С. Т., Іонова О. М., Лупаренко С. Є. Актуальні цінності сучасної європейської освіти. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах.* 2021. № 76. Т. 1. С. 42–46. DOI: 10.32840/1992-5786.2021.76-1.7.
3. Концепція національно-патріотичного виховання в системі освіти України : Наказ Міністерства освіти і науки України від 06.06.2022 р. № 527. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0527729-22#Text (дата звернення: 18.03.2025).

ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ МОЛОДІ ЗАСОБАМИ СФЕРИ ТУРИЗМУ І КРАЄЗНАВСТВА

Д. В. Моргуль, *студент спеціальності Туризм і рекреація, група Т б-31*
М. М. Логвин, *канд. геогр. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Патріотизм означає глибоку любов до духовних, культурних і матеріальних цінностей своєї Батьківщини, прагнення зберегти її унікальність, культурну спадщину та захищати інтереси свого народу й громади [4].

Національно-патріотичне виховання сприяє всебічному розвитку особистості, розкриттю талантів і здібностей дитини, збагаченню інтелектуального та духовного потенціалу нації [2, 4]. Воно формує свідомого громадянина України, здатного до критичного мислення, активної громадянської позиції та відповідального вибору.

Справжній патріот не лише відчуває любов до своєї країни, а й підтверджує її своїми вчинками – розвиває, захищає та сприяє її повазі серед інших народів.

З метою патріотичного виховання учнівської молоді, підготовки до захисту України, виховання поваги до національних цінностей українського народу, подальшого вдосконалення форм учнівського самоврядування у Закарпатській області на базі філії УДЦНПВКТУМ «Центральний табір туристського активу учнів України», що в с. Осій Хустського району, проведені ІІІ (Всеукраїнські) етапи Всеукраїнської дитячо-юнацької військово-патріотичної гри «Сокіл» («Джура») у трьох вікових групах [1].

Так, з 31 липня по 08 серпня 2024 року відбувся ІІІ етап гри для старшої вікової групи «Джура – 2024: Карпатська Січ».

У наметовому таборуванні ІІІ етапу взяли участь 25 роїв з усіх областей України та м. Києва загальною чисельністю 200 дітей. Учасники продемонстрували свої досягнення в інтелектуальній грі-вікторині «Відун», змаганнях «Метання гранати», «Смуга перешкод», «Стрільба з пневматичної гвинтівки» та конкурсі «Тактична підготовка – дії підрозділу в бою»; здобули нові вміння у вишколах «Стрільба з лука», «Рятівник», майстер-класах від підрозділів Державної служби України з надзвичайних ситуацій, засвоїли нові знання від фахівчинь Українського інституту національної пам’яті та ветеранів/учасників бойових дій на вечорі-зустрічі.

ІІІ етап гри «Джура» для молодшої вікової групи «Джура – 2024: Котигорошко» проведений з 10 по 16 серпня 2024 року. Учасниками заходу стали 19 роїв молодшої вікової групи із загальною чисельністю – 114 дітей-учасників**.**

Для дітей відповідно до їх вікових особливостей були проведені традиційні вишколи «Впоряд», «Рятівник», «Стрільба» (по різнокольоровим повітряним кулькам), «Таборування» (розкладання-складання намету), екскурсія та похід околицями місця таборування.

Із 18 по 25 серпня 2024 року УДЦНПВКТУМ організував та провів ІІІ етап гри «Джура – 2024: Карпатська Січ» для середньої вікової групи.

Участь у заході взяли 22 рої джур із загальною чисельністю – 176 дітей-учасників. Відповідно до програми проведення заходу джури мали можливість пройти вишколи з військово-прикладного комплексу «Козацька звитяга»: стрільба з пневматичної гвинтівки, саперна підготовка, пластун (цілевказання), тактичні дії, метання гранати, рятівник, мінна безпека, розбірка-збірка АК-74, стрільба з лука. Свої інтелектуальні і мистецькі здібності діти продемонстрували у грі-вікторині «Відун», фотоквесті «Упіймай мить!», грі «Мізкоштурм» та під час літературно-музичних вечірніх ватр. Велику зацікавленість у дітей викликали майстер-класи від пожежно-рятувального загону та гірської пошуково-рятувальної служби, демонстрація-виставка сучасної техніки і озброєння від військових [3].

Варто наголосити, що навчально-виховний процес слід організовувати так, щоб завдання патріотичного виховання природно інтегрувалися в нього, адже від цього залежить майбутнє країни [2]. Надмірна пропаганда може мати зворотний ефект, тому важливо ретельно планувати цей процес. Основні принципи патріотичного виховання мають впроваджуватися педагогами гнучко та делікатно, враховуючи особливості кожної ситуації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Звіт про роботу Українського державного центру національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді (УДЦНПВКТУМ) у 2024 році. URL: https://udcnpvctum.kyiv.ua/pro-nas/plany-ta-zvity/.
2. Логвин М., Мороз М., Логвин Д. Туризм в структурі національно-патріотичного виховання молоді. *Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика :* зб. тез доп. ІІІ Всеукр. наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. з міжнародною участю (18 травня 2023 року, м. Львів). Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2023. С. 495–497.
3. Український державний центр національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді. URL: https://udcnpvctum.kyiv.ua/
4. Що значить патріотизм у житті сучасної людини? URL: https://spaska-gromada.gov.ua/news/1698996979/

СЕКЦІЯ 2 КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ І БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ

ГЛОБАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ХАРЧОВОЇ ІНДУСТРІЇ ТА ОКРЕМІ ВЕКТОРИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ

***М. М. Гуржій**, студент спеціальності Технології в ресторанному господарстві, група ТРГ м-11*
***Л. Б. Олійник**, канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Критична соціально-економічна ситуація, яка склалася в результаті агресивних воєнних дій рф на території України, зумовлює значну кількість надскладних та надважливих проблем, серед яких і питання забезпечення населення харчовими продуктами. Споживча кооперація України, як потужний виробник аграрної продукції, в сучасних важких умовах та в процесі активної соціально-економічної інтеграції країни до Європейського Союзу є вагомим та значимим чинником забезпечення стабільності вітчизняної харчової індустрії та розвитку галузі у сфері малого та середнього бізнесу.

Тому, враховуючи досвід кооперативного руху країн Євросоюзу, зокрема, розвитку поширення нових кооперативних форм інтегрування між підприємствами системи споживчої кооперації та приватними підприємствами, в Україні доцільно створення поліфункціональних спільних підприємств, у тому числі у харчовій індустрії – у сфері перероблення сільськогосподарської сировини, виробництва харчових продуктів та продукції ресторанного господарства [1]. Такий вектор розвитку споживчої кооперації дозволить активізувати роботу виробників аграрної та харчової продукції, сфери ресторанного господарства, а також стимулюватиме диверсифікацію виробничої діяльності підприємств за принципом спорідненості технологічних процесів, створення технопарків з метою спільної експлуатації матеріально-технічної бази, запроваджувати ресурсоощадні та безвідходні технології, зокрема, у галузі перероблення сільськогосподарської сировини на харчову продукцію.

Також серед глобальних викликів на сучасному етапі індустріального виробництва нагальною є проблема продукування та накопичення органічних відходів, що є масштабною загрозою для екології планети. Опубліковані результати наукових досліджень (Global Ecolebelling Network, GEN), що свідчать про величезні втрати людством неперероблені харчової сировини та зіпсованих харчових продуктів у вигляді виробничих втрат та відходів, харчових ресурсів, зіпсованих при зберіганні та транспортуванні; харчових продуктів, нереалізованих споживачам та невикористаних споживачами, загальна кількість яких щорічно складає близько 1,5 млрд т [2]. Вчені визначили, що у слаборозвинених економіках 40 % харчових відходів утворюється при зборі врожаю, транспортуванні, зберіганні та переробці; у економічно розвинених країнах 40 % харчових відходів продукуються у процесі реалізації харчової продукції – роздрібна торгівля, заклади ресторанного господарства, домашнє споживання.

В Україні при промисловому перероблянні плодів та ягід на сокову продукцію за традиційними технологіями відходи можуть становити 25–50 %, при переробці плодово-ягідної сировини у закладах ресторанного господарства та у крафтовому виробництві харчові відходи становлять ще на 15–28 % більше. При цьому відходи (вичавки, жмих тощо) містять поживні та цінні компоненти (поліцукри, вітаміни, мінеральні речовини, ферменти, амінокислоти, органічні кислоти, рослинні пігменти, пектинові речовини, ін.).

Наукові дослідження, проведені на кафедрі технологій харчових виробництв і ресторанного господарства, довели, що ці відходи можуть ефективно використовуватися, як вторинна сировина у різноманітних харчових продуктах (хлібобулочних, м'ясних, рибних, борошняних та ін.) для забезпечення збалансованого вмісту продуктів, збагачення їх нутрієнтами та мікронутрієнтами, покращення технологічних та споживчих якостей. Технології використання вторинної сировини у якості додаткових технологічних та біологічно активних добавок, які отримали наукове обгрунтування та пройшли експериментальні дослідження, можуть ефективно застосуватися на підприємствах споживчої кооперації.

Отже, розвиток даного вектору у матеріальному виробництві споживчої кооперації може приносити користь як з екологічної, так і з економічної точок зору, за рахунок мінімізації втрат та

відходів матеріальних ресурсів, збільшенню обсягів виробництва харчових продуктів та підвищенню ефективності кооперативних підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Григор'єва С. В. Споживча кооперація країн світу: зарубіжний досвід та проблеми його впровадження в Україні [Електронний ресурс] / С. В. Григор'єва // українська кооперація. – 2010. – № 3. URL: http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/grigorjeva.htm.
2. Міца-Стецюк М. С, Калачик В. В., Олійник Л. Б. Впровадження принципів «zero-west» у виробництві м'ясних виробів. Наука і молодь в XXI сторіччі : зб. тез доп. X міжнар. молод. наук.-практ. інтернет-конф., м. Полтава, 28 листопада 2024 р. С. 1052–1055.

PRINCIPLES AND METHODS OF FUNDRAISING IN SUPPORTING SOCIAL PROGRAMMES

***V. A. Mostova**, student majoring in "Entrepreneurship, Trade and Exchange Activities", group 6.02.076.010H.21.1*
***M. M. Salun**, Doctor of Science in Economics, Professor of Entrepreneurship, Trade and Tourism Business Department – Scientific advisor*
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (Ukraine)

Fundraising is a crucial mechanism for securing financial resources to support social projects. Fundraising is a key instrument for civil society organizations and international non-governmental organizations in implementing and sustaining social initiatives. By ensuring stable financial support, these organizations can effectively address humanitarian needs, particularly during times of crisis.

Key fundraising instruments include government funding, donor contributions, sponsorships, and fundraising events. Crowdfunding platforms serve as an effective tool for engaging a broad audience and securing small-scale donations from numerous supporters. Additional methods involve generating revenue through social services, receiving financial donations and legacy gifts, and using specialized fundraising platforms designed for managing and collecting contributions [2].

The Code of Ethics for fundraisers establishes essential principles that define responsible and ethical conduct in the field. Commitment to universal moral values, protection of fundamental human rights,

and recognition of the presumption of innocence form the foundation of professional integrity. Everyone must be free to engage in philanthropy, with equal opportunities provided to all, regardless of religious beliefs or affiliations. Ethical fundraising requires that financial contributions remain strictly voluntary, ensuring donors are not pressured or misled when offering support.

In addition to respecting donor autonomy, maintaining trust and credibility is crucial. Safeguarding donor interests involves clear and honest communication about how funds will be used and ensuring that resources directly contribute to meaningful social change. A strong public reputation must be upheld, not only for those involved in fundraising but also for the organizations they represent, reinforcing accountability and transparency at every stage of the process [1].

Financial transparency remains a cornerstone of ethical practice, requiring clear documentation of donations, responsible allocation of funds, and adherence to legal regulations. Social responsibility is also emphasized, reinforcing the idea that fundraising addresses pressing societal challenges rather than an end in itself. Ethical fundraisers recognize that financial resources should be used effectively and purposefully, aligning with the organization's mission and the needs of the communities being supported [3].

Fundraising in the United States has several distinct characteristics. Companies that actively participate in charitable initiatives, whether through donations or volunteer work, gain a competitive advantage and strengthen their reputation within the community. Technology plays a crucial role in nonprofit fundraising. Digital platforms, including websites, social media, email campaigns, and online media, provide practical tools for reaching donors and raising funds [4].

Successful fundraising also requires ongoing engagement with donors. Regular meetings, transparent financial reporting, media campaigns, and sponsorship programs help maintain trust and encourage long-term support [4].

Fundraising channels often overlap and complement one another, forming a comprehensive approach to securing financial resources. Nonprofit organizations combine multiple strategies to maximize economic stability and long-term sustainability. Participation in grant competitions, engagement in various funding programs, and project implementation in social, medical, scientific, and cultural sectors allow for broader financial opportunities. Expanding fundraising

efforts strengthens financial security and increases the capacity to address urgent social challenges [2].

In conclusion, integrating traditional and digital methods, along with continuous donor engagement, strengthens financial sustainability and expands the impact of social programs. A comprehensive approach to fundraising allows organizations to adapt to challenges, maximize resources, and contribute meaningfully to societal development.

List of used information sources

1. Бабій О. Я. Посібник з фандрейзингу для бізнес-об'єднань : посібник / О. Я. Бабій. – Київ : Програма розвитку ООН в Україні, 2017. – 168 с. URL: https://files.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Inshi74/0055135.pdf.
2. Білик І. І. Фандрейзинг як основний інструмент сталого розвитку неприбуткових організацій / І. І. Білик // Інфраструктура ринку – 2021. – № 60. – С. 95–98. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2021/60_2021/12.pdf.
3. Чернявська О. В. Фандрайзинг : навч. посіб. / О. В. Чернявська, А. М. Соколова. – Київ : Алерта, 2015. – 272 с. URL: https://www.academia.edu/30783967/Fundrasing.
4. Чиркова Ю. Л. Роль фандрейзингу в умовах розширення джерел фінансування ініціатив вітчизняних суб'єктів господарювання: міжнародний досвід та особливості застосування у час війни / Ю. Л. Чиркова, Д. С. Лиса // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку – Львів. – 2022. – № 2 (8). – С. 312–319. URL: https://surl.li/svloig.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ ТА ПАЛОМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Т. В. Попович, *студент спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41*
П. В. Шуканов, *д-р геогр. наук, професор кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі глобалізація впливає на всі аспекти життя, зокрема й на релігійний туризм та паломництво. Ці явища мають довгу історію, але сьогодні вони набувають нових форм та змісту, поєднуючи духовні, культурні та економічні аспекти.

Глобалізація – це процес інтеграції країн і народів у світове співтовариство через економічний, політичний, культурний і

технологічний обмін. Це явище охоплює різноманітні аспекти, зокрема виділяється: економічна, культурна, політична та інші види глобалізації, які передбачають певну уніфікацію світу в різних сферах життя як окремої людини так і в цілому всього суспільства.

Суть глобалізації полягає в тому, щоб зробити світ більш взаємопов'язаним і взаємозалежним, хоча цей процес також викликає суперечки щодо його впливу на економічну рівність, культурно-релігійну ідентичність та екологію [1].

Релігійний туризм охоплює подорожі до місць духовного значення з метою пізнання культури, історії та релігії. Паломництво, у свою чергу, є більш глибокою духовною практикою, спрямованою на особисте очищення, молитву та єднання з Богом. Хоча ці поняття мають спільну основу – відвідування священних місць – релігійний туризм часто має освітній чи рекреаційний характер, тоді як паломництво передбачає внутрішню трансформацію та духовне зростання людини.

Глобалізація сприяє доступності релігійного туризму та паломництва завдяки розвитку транспортної інфраструктури та цифрових технологій. Сьогодні паломники можуть легко планувати свої маршрути, бронювати місця проживання та отримувати інформацію про священні об'єкти.

Умови глобалізації також дозволяють залучати більше людей до релігійного туризму, створюючи нові економічні можливості для місць, які приймають туристів та паломників. Це стимулює розвиток локальної економіки й міжнародної співпраці, але також може призводити до комерціалізації духовних практик.

В умовах глобалізації релігійний туризм і паломництво стають інструментами міжкультурного обміну. Відвідування священних місць дозволяє людям з різних культур і релігій знаходити спільну мову, розвивати толерантність та взаєморозуміння. Водночас існує ризик втрати автентичності через вплив масового туризму. Збереження духовної спадщини та балансу між економічними й духовними аспектами стає важливим викликом для організаторів туризму та релігійних спільнот [2].

Глобалізація створила сприятливі умови для кооперації між країнами, організаціями та людьми у різних сферах діяльності, в тому числі і в релігійному туризмі та паломництві. Зокрема глобалізація сприяє міжнародній торгівлі, створенню спільних підприємств та глобальних ланцюгів постачання. Завдяки цьому країни об'єднують ресурси, технології та фінансові інвестиції

для розвитку спільних проєктів. При цьому глобалізація і кооперація на рівні туризму відкриває можливості для культурного та релігійного обміну між різними поколіннями і народами світу [3].

Попри значні переваги, глобалізація може створювати виклики для кооперації, такі як нерівність ресурсів між країнами, комерціалізація культурно-релігійних практик або конфлікти через економічну залежність. Щоб уникнути негативних наслідків, важливо зберігати баланс між глобальним обміном і локальними особливостями, а також дотримуватись принципів рівності та поваги.

Взаємозв'язок релігійного туризму та паломництва в умовах глобалізації демонструє складність і багатогранність цих явищ. Вони залишаються важливими для духовного й культурного розвитку людства, але вимагають уважного ставлення та збереження їхньої сутності в умовах формування постіндустріального суспільства. Це означає, що потрібне відповідальне поєднання сталого розвитку туризму та захисту локальних культур світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гетманець О. П., Коробцова Д. В., Єжелий Ю. О. Глобалізація та міжнародна економіка: складність інтеграції ринків та економічні наслідки на рівні країн (український досвід) Академічні візії. Випуск 20/2023. URL: https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/35cea810-1e85-4730-92c2-73e4dde869cf/content.
2. Панченко С. А. Менеджмент релігійного туризму: перспективи розвитку в Україні. DOI: 10.33813/2224-1213.22.2020.13.
3. Рудік Н. М. Потенціал кооперації як системи соціально-економічних відносин та шляхи його реалізації. DOI: 10.32702/2306-6792.2020.7.55

БІРЮЗОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ: НОВИЙ РІВЕНЬ КООПЕРАТИВНОЇ ВЗАЄМОДІЇ

***М. В. Пшінник**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПЕПм-11*

***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах динамічного розвитку ринку праці, технологічних змін і трансформації організаційної культури все більшої актуальності набуває питання ефективної кооперативної взаємодії в межах організацій. Під кооперативною взаємодією

розуміють систему відносин, у межах якої індивіди чи підрозділи співпрацюють з метою досягнення спільних цілей. Така взаємодія передбачає координацію дій, спільне прийняття рішень, обмін знаннями та досвідом, а також взаємну підтримку. Традиційно кооперація реалізовувалася через класичні організаційні моделі, що спиралися на ієрархічну побудову, централізоване управління та жорсткий поділ функціональних обов'язків.

У класичних організаційних структурах кооперація, як правило, забезпечується шляхом вертикального підпорядкування, чітко визначених ролей, жорсткої регламентації діяльності й управлінських процедур. Принципи функціонального розподілу, відомі з традиційної управлінської теорії, формували рамки взаємодії між працівниками, залишаючи обмежені можливості для ініціативності, творчості та гнучкої адаптації до змін. У таких структурах взаємодія, хоча й існує, часто є формалізованою, орієнтованою більше на виконання інструкцій, ніж на реальну співтворчість і розвиток спільної відповідальності.

На тлі еволюційного розвитку управлінських підходів з'являється концепція бірюзових організацій, що становить якісно новий етап у розвитку кооперативного співробітництва. Цей підхід був запропонований Фредеріком Лалу, який систематизував еволюцію організацій за кольоровою шкалою, де бірюзовий рівень позначає найбільш децентралізовану, гуманістичну та адаптивну форму організаційного устрою [1].

Бірюзові організації ґрунтуються на трьох ключових принципах: самоуправлінні, цілісності особистості та еволюційній меті. Самоуправління означає відмову від традиційної ієрархії на користь автономних команд, які самостійно приймають рішення, розподіляють обов'язки й відповідають за результати своєї діяльності. Такий підхід вимагає високого рівня відповідальності, довіри та зрілості всіх учасників процесу. Другим фундаментальним принципом є цілісність, яка передбачає можливість працівника бути собою в межах організації, інтегруючи особисті цінності, емоції та індивідуальність у професійну діяльність. На відміну від традиційних структур, де працівники часто змушені відповідати певним формальним очікуванням, бірюзові організації створюють умови для автентичності та емоційного комфорту. Нарешті, концепція еволюційної мети

передбачає, що організація не просто орієнтована на прибуток або досягнення KPI, а має глибшу місію, яка визначається і розкривається у процесі спільної діяльності. Це створює потужний смисловий фундамент для згуртованої й орієнтованої на розвиток взаємодії між членами колективу.

Переваги бірюзових організацій полягають у високому рівні мотивації працівників, гнучкості прийняття рішень, здатності до інновацій та зменшенні управлінських витрат. Створення середовища довіри та рівноправної комунікації сприяє більшій відкритості, ініціативності й залученості персоналу до стратегічних цілей організації.

Разом із тим, така модель має і свої виклики. По-перше, вона вимагає високого рівня емоційної зрілості та готовності до самоуправління, що не завжди є притаманним усім працівникам. По-друге, впровадження бірюзових принципів у великих організаціях може бути ускладнене через наявні ієрархії, корпоративну культуру та системи управління, що сформувалися в інший спосіб. Крім того, відсутність формального лідерства може призводити до затягування процесів ухвалення рішень або розмиття відповідальності в критичних ситуаціях.

Попри зазначені труднощі, бірюзові організації демонструють високу ефективність у галузях, де ключовим ресурсом є людина з її креативністю, ініціативністю та здатністю до навчання. Їх досвід доводить, що глибока кооперація, побудована на довірі та взаємній повазі, є не лише можливим, а й необхідним чинником успішного функціонування сучасного бізнесу. Таким чином, бірюзові організації репрезентують собою не просто альтернативу класичним моделям управління, а перспективний напрям у розвитку організаційної культури та людських взаємин на роботі, де співпраця набуває справді партнерського та змістовного характеру.

Список використаних інформаційних джерел

1. Frederic Laloux Reinventing Organizations: A Guide to Creating Organizations Inspired by the Next Stage of Human Consciousness. URL: https://www.socialskills4you.com/wp-content/Reinventingorganization.pdf.

КООПЕРАТИВНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНИМ БІЗНЕС-МОДЕЛЯМ В КРИЗОВІ ЧАСИ

***В. П. Сергієнко**, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН БА б-11*
***Ю. О. Єжелий**, асистент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У часи економічних криз кооперативні підприємства демонструють значно вищу стійкість порівняно з традиційними бізнес-моделями. Це пояснюється їхньою особливою організаційною структурою, принципами управління та фінансування, що дозволяють їм ефективно адаптуватися до нестабільних умов господарювання. Однією з ключових характеристик кооперативів є орієнтація на довгострокові інтереси їхніх членів, а не на максимізацію прибутку для акціонерів. Такий підхід забезпечує стабільність підприємства навіть у періоди економічного спаду. Завдяки демократичній системі управління рішення ухвалюються з урахуванням колективних інтересів, що дозволяє швидше реагувати на виклики та змінювати стратегію відповідно до актуальних умов ринку [1].

Фінансова модель кооперативів також сприяє їхній стійкості. Оскільки основним джерелом фінансування є внески членів і власні резерви, кооперативні підприємства менше залежать від зовнішніх інвесторів та кредитних установ. Це дозволяє їм уникати значних боргових зобов'язань, які можуть стати критичними у періоди нестабільності. Крім того, кооперативні підприємства часто глибоко інтегровані в місцеві громади, що робить їх менш залежними від глобальних економічних потрясінь. Локальна спрямованість їхньої діяльності сприяє формуванню сталих економічних зв'язків і забезпечує додаткову підтримку з боку споживачів.

В Україні кооперативне підприємництво має давні традиції, проте його розвиток залишається нерівномірним через інституційні та економічні чинники. На сьогодні спостерігається зростання інтересу до кооперативних моделей, особливо в аграрному секторі, соціальному підприємництві та сфері послуг. Важливу роль у цьому відіграє державна підтримка, зокрема грантові програми, податкові пільги та міжнародна технічна

допомога. Однак розвиток кооперативного підприємництва стримується низкою викликів. По-перше, законодавча база, хоча й удосконалюється, залишається складною для застосування, що ускладнює реєстрацію та функціонування кооперативів. По-друге, низька обізнаність населення про переваги кооперації та недовіра до таких моделей гальмують їх поширення. По-третє, обмежений доступ до фінансування та недостатня підтримка з боку банківського сектору перешкоджають розвитку кооперативних підприємств.

Попри ці виклики, кооперативний рух має значний потенціал. В умовах економічної нестабільності та необхідності відновлення країни після війни кооперативи можуть стати ключовими інструментами економічного зростання. Вони сприяють створенню нових робочих місць, розвитку місцевих громад та забезпеченню фінансової незалежності малого та середнього бізнесу. Після завершення війни кооперативне підприємництво може стати основою економічного відновлення країни [2]. Завдяки своїй децентралізованій моделі, воно сприятиме відбудові регіонів, створенню сталих економічних зв'язків та формуванню інклюзивної економіки. Особливо перспективним є розвиток житлово-будівельних кооперативів, які можуть сприяти швидкому відновленню зруйнованих міст і селищ, а також енергетичних кооперативів, що сприятимуть енергетичній незалежності та впровадженню відновлюваних джерел енергії.

Кооперативне підприємництво є не лише альтернативою традиційним бізнес-моделям, а й ефективним механізмом економічної стабілізації в кризові часи [3]. В Україні ця модель набуває особливого значення в умовах війни та майбутнього післявоєнного відновлення. Попри існуючі виклики, кооперативи мають значний потенціал для розвитку, сприяючи соціально-економічному згуртуванню населення, зменшенню економічних ризиків та зміцненню місцевих громад. Інституційна підтримка, підвищення рівня обізнаності про кооперативну модель та створення сприятливих умов для її впровадження можуть зробити кооперативне підприємництво одним із ключових факторів економічного розвитку України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андріїв Н. М. Економічна безпека підприємства в умовах цифровізації ринку праці: теоретичні та практичні аспекти : монографія. Львів : Растр-7, 2023. 320 с.

2. Корнілова А. В., Єжелий Ю. О. Управління кризами в умовах війни: нові економічні виклики для українського бізнесу. Наука і молодь у XXI сторіччі : збірник матеріалів X Міжнар. молодіжної наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 28 листопада 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. С. 450–453.
3. Семів С. Р., Шевчик Б. М. Інноваційні механізми підвищення економічної ефективності діяльності кооперативних підприємств на ринку товарів та послуг. Підприємництво і торгівля. 2024. № 41. С. 86–95.

MODERN CHALLENGES AND STRATEGIES OF ENSURING THE QUALITY OF HIGHER EDUCATION

***T. S. Burlaka**, student of the Faculty of Radio Engineering, group RE-11*
***N. V. Chizhova**, Lecturer of Linguistics Faculty – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

The quality of higher education plays a decisive role in shaping the country's economic and social progress. In recent years, discussions have intensified on the effectiveness of university programs, industrial practice and employment of graduates. The article examines the key problems of higher education, considers the impact of modern challenges and offers potential solutions to improve its quality.

Key issues

The quality of higher education is influenced by numerous factors, such as adherence to the curriculum, teacher experience, infrastructure and cooperation between industries. However, many universities struggle with outdated teaching methods, inadequate funding, and a growing gap between theoretical knowledge and practical application. Among the most pressing issues are:

- Insufficient practical training. Many students graduate with a solid theoretical foundation but lack practical experience, making it difficult for them to integrate into the labor market.
- Rapid technological development. Universities often struggle to keep up with the rapid pace of technological change, resulting in outdated curricula and old laboratory equipment that does not meet market requirements.
- Limited academic mobility. Many students and faculty face bureaucratic obstacles when seeking international exchanges, reducing opportunities for global collaboration.

Current challenges

The modern world presents higher education institutions with a number of unprecedented challenges:

- A full-scale Russian invasion. The war has significantly disrupted educational processes, forcing universities to adapt to new realities.
- Daily shelling affects the educational process. Constant threats limit physical presence in classrooms and create an unstable environment for learning.
- Power outages due to shelling. Universities must rely on alternative energy sources to continue operating.
- Digitalization of education, development of artificial intelligence and globalization. These factors require universities to review their educational models and embrace technological advances.
- COVID-19 pandemic. While this has accelerated the implementation of online learning, not all educational institutions have been ready for the transition, leading to discrepancies in the quality of education provided.

Future prospects

To improve the quality of higher education, institutions should:

- Strengthen partnerships with businesses to offer internships, mentoring programs, and real-world projects that prepare students for the job market and understand what to expect after they graduate.
- Incorporate modern learning technologies such as AI-based personalized learning, virtual labs, and interactive online platforms, hands-on learning in powerful and professional tools, and programs that are, of course, licensed.
- Develop a standardized yet flexible system for assessing student performance and institutional effectiveness, ensuring compliance with international quality standards.
- Encourage research activities among students and faculty by providing grants and incentives for innovation, which will develop autonomy and a desire to develop.
- Expand international cooperation to ensure student and faculty mobility, promoting cross-cultural learning and knowledge exchange.

Conclusion

Improving the quality of higher education requires constant adaptation to social and technological changes and major investments from the state and businesses. By addressing current challenges and using new opportunities, universities can equip

students with the appropriate skills and knowledge, ensuring their successful transition to the workforce. Investments in infrastructure, modernization of curricula and strengthening industry ties will be key to maintaining educational excellence in the coming years.

List of used information sources

1. Law of Ukraine "On Higher Education". – 2014.
2. European Standards and Recommendations for Quality Assurance in Higher Education (ESG). – 2015.
3. Lugovyi V. I. (2021). Current Trends in the Development of Higher Education : Monograph. Kyiv : Naukova Dumka.
4. World Economic Forum (2023). "Report on the Future of Jobs".

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ІНКЛЮЗИВНОЇ ОСВІТИ У ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ

***А. В. Діденко**, студентка спеціальності Харчові технології та інженерія, група ХТІ б-31*
***Ю. Г. Наконечна**, канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вперше на міжнародному рівні права людини зазначені в Загальній декларації прав людини. Одним із цих прав є право на освіту [1]. Поняття «інклюзія» в Україні вже стало частиною освітньої системи. Інклюзивна освіта є не лише педагогічною інновацією, а й необхідністю сучасного суспільства та міжнародним зобов'язанням держави після ратифікації Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю. Впровадження інклюзивного навчання є позитивним кроком у розвитку української освіти, оскільки щороку дедалі більше осіб з особливими освітніми потребами отримують можливість здобувати знання та соціалізуватися. Однак для повноцінного функціонування інклюзивної моделі освіти недостатньо лише законодавчих чи нормативних змін – важливо, щоб усі учасники освітнього процесу та суспільство в цілому правильно розуміли її значення та необхідність.

На сьогодні державна освітня політика щодо розвитку інклюзії переважно спрямована на її впровадження в закладах дошкільної та загальної середньої освіти. Водночас випускники шкіл з особливими освітніми потребами, які прагнуть продов-

жити навчання, часто стикаються з труднощами у виборі закладу вищої освіти, оскільки більшість із них не адаптовані до їхніх індивідуальних потреб [2].

Наразі заходи з розвитку безбар'єрної інфраструктури переважно обмежуються встановленням пандусів або спеціальних ліфтів. Однак створення інклюзивного освітнього середовища має включати не лише фізичну доступність навчальних закладів, а й використання сучасних методів і технологій спільного навчання, орієнтованих на індивідуальні потреби кожного студента.

Метою нашого дослідження є аналіз умов упровадження інклюзивної освіти у вищих навчальних закладах з урахуванням реалізації права осіб з особливими потребами на здобуття вищої освіти.

Освітня інтеграція студентів з обмеженими можливостями передбачає поєднання навчально-виховного процесу зі створенням системи соціальних взаємовідносин і зв'язків. Це вимагає наявності у закладі вищої освіти ефективної соціально-педагогічної підтримки та супроводу студентів даної категорії

Інклюзивний заклад вищої освіти повинен відповідати таким основним критеріям:

- Пристосованість навчальної бази – забезпечення архітектурної доступності та необхідного оснащення. Формування універсального дизайну передбачає залучення всіх суб'єктів інклюзії, що сприяє не лише усуненню фізичних бар'єрів, а й подоланню інформаційних, інституційних і ментальних перешкод на шляху до повноцінної інтеграції студентів з особливими потребами в освітній та громадський простір.
- Інклюзивна компетентність викладачів – поєднання соціально-психологічної та спеціальної складових. Це включає рівень професійної підготовки, інклюзивно-педагогічної майстерності та зрілості. Інклюзивна компетентність викладача визначається як сукупність психологічних якостей, соціальних знань і вмінь, що сприяють ефективній взаємодії з різними групами студентів. Вона також передбачає мотивацію до роботи в інклюзивному середовищі та володіння спеціальними навичками професійної діяльності.
- Інклюзивна компетентність студентів – розвиток духовно-моральної та соціальної складових. Одним із ключових чинників

академічної, соціальної та особистісної успішності студентів з особливими освітніми потребами є комплексний психолого-педагогічний та медико-соціальний супровід, який має стати невід'ємною частиною освітнього процесу.

Особливістю навчання студентів з особливими потребами в інтегрованому освітньому середовищі є рівноправний підхід до них, що передбачає однакові вимоги до всіх здобувачів освіти. В умовах інклюзивного навчання недоцільно змінювати темп лекцій, зменшувати кількість або тривалість занять, а також спрощувати чи скорочувати навчальний матеріал, оскільки це може негативно вплинути на якість фахової підготовки студентів. Натомість необхідно застосовувати індивідуальні підходи та адаптивні методики, які сприятимуть ефективному засвоєнню знань без зниження освітніх стандартів.

Важливим компонентом діяльності закладу вищої освіти, де навчаються студенти з особливими освітніми потребами, є співпраця з громадськими організаціями, науково-дослідними та лікувально-оздоровчими установами. Така взаємодія спрямована на реалізацію комплексних реабілітаційних заходів, а також на розширення знань молоді з інвалідністю про їхні права, можливості самореалізації в суспільстві та формування активної громадянської позиції. Це також сприяє розвитку громадських ініціатив, об'єднанню однодумців, участі у благодійних заходах, міжнародних конференціях та виставках [3].

Сьогодні навчання осіб з інвалідністю у вищих навчальних закладах України має стихійний характер. Це зумовлено відсутністю повноцінної законодавчої та нормативної бази для організації навчального процесу студентів з особливими потребами, яка наразі перебуває в стадії розробки та затвердження. Основною проблемою є недостатня готовність системи вищої освіти до створення оптимальних умов для навчальної діяльності та відсутність комплексної соціально-педагогічної підтримки.

Вища освіта відіграє ключову роль у підвищенні соціального статусу, досягненні духовної та матеріальної незалежності, а також у соціалізації студентів з особливими потребами, що загалом відображає рівень розвитку суспільства. Успішна інтеграція таких студентів у освітнє середовище вищого навчального закладу залежить від створення відповідної законодавчої та нормативної бази, адаптації навчального закладу до потреб осіб з інвалідністю, підготовки педагогічного колективу, сприят-

ливого морально-психологічного клімату та ефективної взаємодії всіх учасників освітнього процесу.

Наше дослідження не вичерпує всіх аспектів проблеми. Подальші перспективи наукового пошуку пов'язані з розробкою ефективних підходів до адаптації та соціалізації студентів з інвалідністю у вищій освіті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Загальна декларація прав людини [Електронний ресурс]. URL: https://zakon. rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text.
2. Калинюк, С. С. (2023). Інклюзивна освіта: адаптація до потреб особистості у світлі антропоцентричних цінностей. *Правова держава*, (52), 21-28.
3. Любунь, Ю. (2024). Інклюзивна освіта: проблеми та перспективи. *Collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ»*, (March 29, 2024; Cambridge, UK), 426-428.

ВИКОРИСТАННЯ СТУДЕНТАМИ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА» У НАВЧАЛЬНОМУ ПРОЦЕСІ CHATGPT

У. Ю. Клюєва, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

За останні десятиліття освітні технології зазнали значних змін, і особливо помітною стала роль штучного інтелекту. ШІ тепер не просто слугує як допоміжний інструмент, а як потужний фактор, що кардинально змінює освіту. Сучасна освіта стикається з даними викликами, тому ця тема активно досліджується науковою спільнотою, адже вона пропонує як значні переваги, так і певні ризики. Візьмемо до прикладу ChatGPT його потенціал полягає у здатності вдосконалити заняття та навчальний процес загалом, сприяючи індивідуалізації навчання та підвищенню його ефективності [1].

Нами було проведено дослідження застосування ChatGPT у освітньому процесі студентами спеціальності готельно-ресторанна справа, за допомогою анкетного опитування. Анкета містила 7 запитань, вибіркою опитування були 14 респондентів, із них 93 % дівчат і 7 % хлопців. Із дослідження було встанов-

лено, що 100 % студентів використовують ChatGPT у навчальному процесі. Серед опитуваних було установлено, що 35,7 % застосовують ChatGPT часто, 28,6 % – інколи, 28,6 % – рідко, 7,1 % – постійно.

Проводячи опитування було установлено, що студенти застосовують ChatGPT при вирішенні певних завдань, які відображенні на рис. 1.

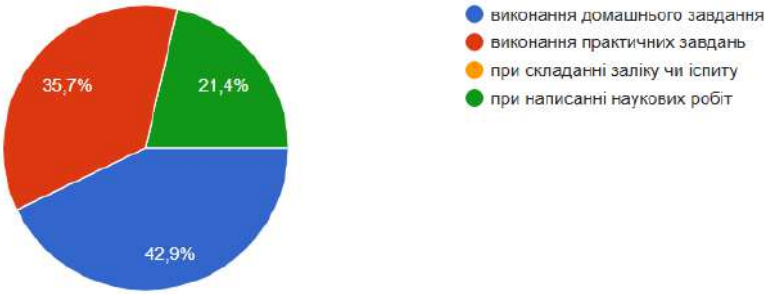


Рисунок 1 – Результати відповіді на запитання
«При вирішенні яких завдань використовуєте ChatGPT?»

Аналізуючи рис. 1, бачимо, що найбільша кількість студентів 42,9 % застосовують ChatGPT при виконання домашнього завдання, 35,7 % студентів застосовують для виконання практичних завдань, 21,3 % – при виконанні наукових робіт, а при складанні заліку чи іспиту студенти відповіли, що не застосовують ChatGPT.

Проблеми при вирішенні яких найчастіше застосовується ChatGPT відображено на рис. 2.

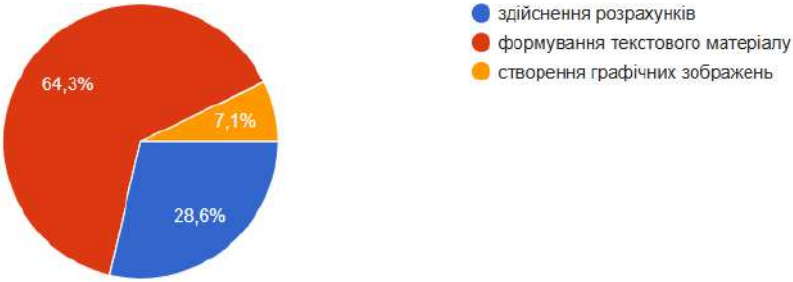


Рисунок 2 – Результати відповіді на запитання
«Які проблеми найчастіше допомагає вирішити ChatGPT?»

Як бачимо з рис. 2 найчастіше ChatGPT допомагає при формуванні текстового матеріалу, так відповіли 64,3 % студентів, 28,6 % здійснюють за допомогою чату розрахунки, інші 7,1 % створюють графічні зображення.

У ході дослідження було виявлено, що думки студентів щодо впливу ChatGPT на якість навчання розділилися, 85,7 % вважають, що він впливає на якість навчання, а 14,3 % – немає впливу на якість.

Яким чином впливає чат на якість навчання ілюструє рис. 3.

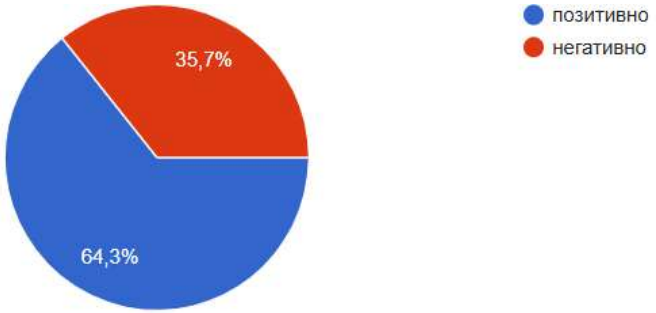


Рисунок 3 – Результати відповіді на запитання
«Як саме впливає застосування ChatGPT на якість навчання?»

За результатами опитування 64,3 % студентів вважають, що чат має позитивний вплив на якість навчання і 35,7 % мають протилежну думку.

Отже, на основі отриманих даних можна зробити висновок, що більшість студентів позитивно оцінюють можливості штучного інтелекту ChatGPT, адже він є корисним допоміжним ресурсом у навчанні. Однак його використання має бути збалансованим та поєднуватися з критичним мисленням, традиційними методами навчання й практичними заняттями для досягнення максимального освітнього ефекту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мельниченко В. Р., Ткачук Т. І. Роль штучного інтелекту в освіті майбутнього. Наука і молодь у XXI сторіччі : збірник матеріалів X Міжнар. молодіжної наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Полтава, 28 листопада 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2025. С. 1082–1084.

PROSPECTS FOR HIGHER EDUCATION IN NEAR FUTURE

***A. O. Kravchenko**, student majoring in "Electrical communication and radiotechnics", group RE-41*
***N. V. Chizhova**, Lecturer of Linguistics Faculty – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Education is crucial for us to live and improve – exactly what theory of evolution shows us. Those who gain a degree are among the elite of our world (BBC News, 2016). It is the key which can open any door for you.

People have changed the way we study a lot since ancient times. If a lot of time ago, learning was only by self-experience, now there is a high-level system of education (Medium, 2017). First step – basic communication with the world and others – kindergarten. Second step – a lot of science basics which gives you the ability to choose your speciality freely later – school. The last step is about learning exactly the things which are needed in our world to make it work properly or at least the things that somebody thinks are actually necessary. It is higher education.

The need for universities won't disappear in the near future. The reason for it is a huge interest in workers which already have the needed skills and knowledge to solve the problems of another institute (GEN, 2024). It all started with the arrival of mechanisms for manufacturing, which have pros and cons. The advantage is a high increase in producing abilities. The only drawback was a need to teach workers how to use them, which was a big problem in the end of the 19th century. Then people worked out that it is crucial to organise studying for such people. The same form of education now we call high school or university.

From previous statements we can say - university was created to teach people to work. It isn't acceptable for us anymore. High schools a lot of time before were the tool to gain the working class of people which you can later use as another tool. The only class of people for which it makes sense – entrepreneurs which needed those workers. But it has changed now. People who study now are much freer than ones a long time ago, that's why previous ways of teaching wouldn't work out now. Instead universities and high schools are teaching people to do things, so the students will become the needed

professionals for society. At least that is what universities say (The Sun). Institutes are more reliable in benefiting the world now than before, since now the economy model is free market.

University is a tool which helps you a lot in achieving access, but not teaching you how to achieve it. To make any tool efficient you need to know how to use it. I like well organised theory information which education libraries provide, but mostly I adore the network system in the biggest country universities. If you don't know how to do something you can definitely find a person who can and will help you. Networking I think is the most sophisticated thing about such institutes. You meet a lot of like-minded people who have the same goals that you have (MoldStud, 2024).

Our courses should include more practice (InsideHigherEd, 2019). Engineering specialties studying as well as medical lack it. What does an engineer have to be able to do? Know all the types of differential equations or microchips. That would help but the main ability for which engineers are called engineers is to make something new. Something that solves a problem. An engineer firstly has to be able to find a problem and to solve it, using technology. Obviously, science is crucial knowledge, but it makes no sense if you don't know how to apply it. Through our learning plan we are going to learn a lot of science theories, but how many inventions are we going to create, how many solutions are we going to provide? We have an obligation to build only one device through our courses. The worst is the fact that doctors who are going to treat us don't treat anybody or anything unless they start working. They are forced to use patients for high risk experiments when they start working (LifePravda, 2024).

This problem even applies to studying theories – In my opinion most of the students cheat a lot and don't learn, because they are not forced to. Their points don't depend on it. You can easily get a high grade without doing a thing (EduTopia, 2018). There is a very easy solution to it. I think it's crucial to focus on practical exams and work as much as possible. Every lesson students should have to give their homework for the points as well as write a small practice work on the same lesson. You could encourage a lot of people by giving points to ones who solve problems faster than they appear on the desk. Easy things which would have an enormous impact.

The main thing I would change is an approach to teaching. I think it's acceptable to leave studying science as it is, but while creating a

curriculum for a person who is going to become an engineer or a doctor, you must make sure it completely reflects the meaning of that job. Does an engineer actually learn to create new things and does a doctor learn how to make people healthier?

List of used information sources

1. It shows that 76 % of these billionaires have a degree. BBC News. URL: https://www.bbc.com/news/business-35631029.
2. How human evolution has made us great at learning by doing. URL: https://noamso.medium.com/how-human-evolution-has-made-us-great-at-learning-by-doing-dc13b83cd6aa.
3. The story behind the modern university. Stanford GSE. URL: https://ed.stanford.edu/news/story-behind-modern-university.
4. Less than half of uni graduates are working in a career that relates to their degree, survey finds. The Sun. URL: https://www.thesun.co.uk /money/23126445/uni-graduates-career-relates-degree/

ПРАКТИКООРІЄНТОВАНЕ НАВЧАННЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ТЕХНІЧНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

М. Д. Малтабар, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТ РТ-31*

О. М. Горобець, *канд. техн. наук, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні підприємства дедалі частіше стикаються з дефіцитом кваліфікованих фахівців, здатних ефективно впроваджувати наукоємні технології та керувати реальними бізнес-процесами. Випускники вищих навчальних закладів не завжди відповідають кадровим запитам роботодавців, оскільки їхня адаптація до професійного середовища займає значний час і потребує додаткових фінансових витрат з боку компаній. Це загострює дисбаланс між системою вищої освіти та потребами сучасного ринку праці.

З огляду на реформування освітньої системи, вища освіта має орієнтуватися на надання студентам знань і навичок, що дозволять їм реалізувати себе в науці, бізнесі та виробництві. Однак на практиці не всі заклади забезпечують студентів достатньою кількістю баз для проходження практики за фахом. Це призво-

дить до нестачі спеціалістів, які володіють практичними компетенціями, необхідними для розробки й упровадження інноваційних рішень.

Внаслідок цього молоді фахівці тривалий час адаптуються до умов роботи, а компанії змушені інвестувати значні ресурси у їхнє додаткове навчання. Отже, для подолання цього розриву необхідно активно впроваджувати практикоорієнтовані підходи в освіті, що дозволить підготувати конкурентоспроможних спеціалістів, здатних одразу включатися в професійну діяльність.

При працевлаштуванні роботодавці звертають увагу на практичний досвід випускників, однак водночас виникають труднощі з наданням студентам можливостей для проходження навчальної та виробничої практики. Компанії прагнуть отримати фахівців, які одразу готові до виконання професійних завдань.

Можна виділити чотири основні підходи до впровадження практикоорієнтованої освіти в вищих навчальних закладах:

1. Організація навчальної, виробничої та переддипломної практики студентів, що дозволяє їм здобути реальні професійні компетенції за спеціальністю.

2. застосування професійно орієнтованих методів навчання, які сприяють розвитку особистісних якостей, необхідних для майбутньої роботи, а також забезпечують формування відповідних знань, умінь і навичок.

3. Створення в університетах інноваційних форматів професійної зайнятості студентів, що дає їм змогу виконувати реальні науково-практичні та дослідницькі проєкти відповідно до обраного напряму підготовки.

4. Формування в навчальному процесі умов, що сприяють усвідомленню студентами важливості набуття професійних компетенцій упродовж усього періоду навчання.

Особливо гостро це питання постає для студентів технічних спеціальностей, адже ця галузь має надзвичайно динамічний розвиток, що спонукає до постійного вдосконалення знань і навичок.

З метою максимальної інтеграції практикоорієнтованого навчання в освітній процес для студентів спеціальності 181 «Харчові технології» було впроваджено наскрізні програми практики, які надають можливість з першого курсу інтегруватися в особливості обраного фаху. Матеріально-технічна база дозволяє відпрацьовувати навички роботи на сучасному обладнанні під

час практичних занять, що позитивно впливає на професіоналізм майбутнього випускника.

Кафедра технологій харчових виробництв і ресторанного господарства вже кілька років поспіль впроваджує виїзні заняття з фахових дисциплін на провідні підприємства галузі, під час яких студенти набувають практичного досвіду та знайомляться із сучасними тенденціями в галузі.

Такий підхід дозволяє не лише підвищити рівень підготовки випускників, а й сприяти їхній швидкій інтеграції в професійне середовище.

Список використаних інформаційних джерел

1. Майковська В. І. Практико-орієнтоване навчання як засіб професіоналізації підготовки майбутніх фахівців в Україні. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2016. № 50–51. С. 161–167.
2. Опушко Н. Д. Практико-орієнтоване навчання як важливий компонент дуальної форми здобуття освіти. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2024. № 70. С. 240–252.

ЯКІСТЬ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ: ПОГЛЯД ЗДОБУВАЧА

***П. Л. Новожилова**, студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Т б-31*
***Н. М. Карпенко**, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість є універсальною та головною характеристикою споживчих властивостей будь-якого товару чи послуги. Говорячи про освітню галузь, необхідно розрізняти якість освіти та якість освітніх послуг. У Законі України «Про освіту» зазначається, що якість освіти – це «відповідність результатів навчання вимогам, встановленим законодавством, відповідним стандартом освіти та/або договором про надання освітніх послуг», а якість освітньої діяльності – це «рівень організації, забезпечення та реалізації освітнього процесу, що забезпечує здобуття особами якісної освіти та відповідає вимогам, встановленим законодавством та/або договором про надання освітніх послуг» [1].

Таким чином, можна стверджувати, що якість освіти віддзеркалює компетентність фахівця, тобто рівень набутих ним у

процесі навчальної діяльності загальних і фахових компетенцій та є одним із головних чинників його конкурентоспроможності на ринку праці, а якість освітніх послуг – характеризує рівень відповідності нормативним вимогам та актуальним запитам стейкхолдерів усіх компонентів освітнього процесу щодо їх наповненості, змісту, методики, організації тощо. В такому розумінні якість освітніх послуг стає визначальним, але не єдиним чинником формування відповідного рівня якості освіти. Варто наголосити, що ще один вагомий чинник забезпечення якості освіти «лежить» в особистісних характеристиках здобувача, зокрема це його ментальність, мотивованість, націленість на отримання в майбутньому престижної роботи та розвиток професійної кар'єри. Лише в тісному поєднанні ці чинники здатні забезпечити здобувачу високий рівень якості освіти.

Варто також зазначити, що і на якість освітніх послуг впливає чимало чинників, визначальними серед них, на нашу думку, є суспільна затребуваність якісної освіти – держава має бути зацікавленою в отриманні висококваліфікованих працівників та створювати для цього необхідні соціально-економічні умови, зокрема:

− перше робоче місце для випускника ЗВО (на конкурсній основі, але прозоро та об'єктивно);

− дієві програми державного сприяння бізнесу, який забезпечує робочими місцями, належною заробітною платою випускників ЗВО та не використовує в оплаті праці «тіньові» схеми;

− рівні умови державної підтримки (грантові програми, державні замовлення, адекватна оплата праці викладачів тощо) для всіх ЗВО, які забезпечують підготовку конкурентоспроможних фахівців.

Наступним вагомим чинником якості освітніх послуг є зміст освітніх компонент, що наповнюють освітньо-професійні програми. Вони обов'язково повинні сприяти набуттю здобувачами фахових компетенцій та так званих «soft skills» – загальних, неспецифічних для конкретної професії якостей і навичок, які дозволять майбутнім фахівцям ефективніше справлятися зі своїми завданнями, будувати комунікацію з командою, партнерами і клієнтами, а також успішно просуватися по кар'єрних сходах і розвивати власний бізнес. У цьому контексті варто наголосити на важливості практичної складової у структурі підготовки фахівця. Саме виробничі практики та стажування дозволяють набувати фахових навичок та вмінь і розвивати навички роботи

в команді та вчитися реалізовувати в професійному середовищі лідерські якості.

У Полтавському університеті економіки і торгівлі успішно реалізується концепція практико орієнтованого навчання, що визначено одним із пріоритетів розвитку освітньої діяльності університету на найближчу перспективу [2]. Звісно, що для формування професіонала будь якої галузі важливе значення має не лише теоретична, а й практична підготовка, але особливої ваги вона набуває у процесі підготовки фахівців з туризму. Це пояснюється багатоаспектністю та комплексністю туристичних послуг, то ж без практичного напрацювання навичок їх надання, забезпечити необхідні програмні результати неможливо. Тому вважаємо за необхідне й надалі розвивати в університеті практичну компоненту підготовки бакалаврів та магістрів з туризму і рекреації, шляхом розширення бази стажувань (зокрема, з урахуванням сучасного суспільного запиту на розвиток внутрішнього туризму доступного для всіх), більшого залучення практиків та проведення виїзних практичних занять на базі провідних вітчизняних підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про освіту : Закон України. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*. 2017, № 38–39, ст. 380.
2. Стратегія розвитку Полтавського університету економіки і торгівлі на 2023–2027 роки. URL: https://puet.edu.ua/ (дата звернення: 05.03.2025).

СУЧАСНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЯКОСТІ ОСВІТИ

***С. І. Олійник**, спеціальність Економіка, здобувач ступеня доктора філософії, група Е PhD січ-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У XXI столітті світова система освіти та науки зазнає суттєвих змін під впливом глобалізаційних процесів, цифрової трансформації та безпекових викликів, спричинених геополітичними загрозами, збройними конфліктами та економічними кризами. Ці фактори актуалізують потребу у переосмисленні підходів до забезпечення якості освіти та ефективного розвитку науки як ключових елементів інноваційної економіки, зокрема в контексті кооперативної моделі.

Кооперативна модель розвитку економіки, заснована на принципах взаємодії, самоуправління, солідарності та соціальної відповідальності, має потенціал для підтримки стійкого розвитку науки й освіти. Вона сприяє посиленню міжвузівської та міждисциплінарної співпраці, залученню студентів і науковців до спільного вирішення актуальних проблем [1, 2].

Наука, як основа інноваційного прориву, потребує нових механізмів фінансування, зокрема через участь кооперативів, соціально відповідального бізнесу та громадських організацій. У свою чергу, якісна освіта повинна відповідати на виклики цифровізації, змін ринку праці та інтеграції в європейський освітній простір.

Одним із ефективних інструментів забезпечення якості освіти є внутрішні системи забезпечення якості, передбачені Законом України «Про вищу освіту», які дозволяють навчальним закладам адаптуватися до змін, сприяти академічній доброчесності та формувати конкурентоспроможного фахівця.

Кооперативний підхід до розвитку науки й освіти також передбачає активну участь студентів у наукових дослідженнях, створення інноваційних стартапів у межах освітніх платформ, впровадження дуальної освіти та розвиток академічного підприємництва.

Суттєвою складовою кооперативного підходу є взаємодія між державою, вищими навчальними закладами, бізнесом та громадськістю, що забезпечує стійкість освітньо-наукового простору навіть в умовах воєнного стану або економічних потрясінь. Прикладом такої співпраці є створення освітньо-наукових кластерів, які об'єднують зусилля для реалізації спільних проєктів [3, 4].

У таблиці 1 представлено ключові чинники, які впливають на розвиток науки та забезпечення якості освіти в умовах кооперативної моделі.

Таблиця 1 – Ключові чинники розвитку науки та якості освіти в умовах кооперативної моделі

№	Чинник	Вплив на освітньо-наукову сферу
1	Взаємодія між ЗВО та бізнесом	Підвищення практичної цінності знань
2	Фінансова підтримка від кооперативів	Розвиток прикладних наукових досліджень

Продовж. табл. 1

№	Чинник	Вплив на освітньо-наукову сферу
3	Залучення студентів до інновацій	Формування навичок критичного мислення і підприємництва
4	Академічна доброчесність	Підвищення довіри до наукових результатів
5	Цифровізація освітнього процесу	Доступність і персоналізація освіти

Список використаних інформаційних джерел

1. Національна стратегія розвитку освіти в Україні на 2021–2031 роки. Київ : МОН України, 2021.
2. Яковенко Ю. В. Кооперативна модель в умовах глобалізації: науково-економічний аспект. Економіка та держава. 2022. № 4. С. 22–26.
3. Шевченко І. О. Інтеграція науки та освіти як чинник інноваційного розвитку України. Наукові записки. Серія: Економіка. 2023. № 2. С. 34–39.
4. Сайт Міністерства освіти і науки України. URL: https://mon.gov.ua/ (дата звернення: 15.03.2025).

ВІДЕОКОНТЕНТ В ОСВІТІ: ПЕРЕВАГИ ТА ВИКЛИКИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

А. Б. Сірооченко, *студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-31*

О. В. Ольховська, *канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність відеоконтенту. Сучасні учні, виховані в цифровому середовищі, звикли до швидкого та візуального сприйняття інформації. Для них відео – це не просто розвага, а природний спосіб отримання знань.

Розвиток інтернету та мобільних технологій зробив відеоконтент доступним у будь-який час і в будь-якому місці. Це відкриває безмежні можливості для гнучкого навчання, коли кожен може навчатися у зручному для себе темпі, переглядаючи матеріали стільки разів, скільки потрібно [1–8].

Візуалізація складних концепцій, демонстрація практичних навичок, створення захоплюючого навчального досвіду – все це робить відеоконтент незамінним інструментом в освіті. Він не лише підвищує залученість учнів, але й сприяє кращому розумінню та запам'ятовуванню матеріалу.

Особливо актуальним відеоконтент став в умовах дистанційного та змішаного навчання. Пандемія COVID-19 показала, що відеоуроки, вебінари та онлайн-курси є ефективними способами забезпечення безперервності освітнього процесу.

Переваги використання відеоконтенту в освіті. Уявіть, як замість сухих формул та схем студенти можуть на власні очі побачити, як працює, наприклад, двигун внутрішнього згоряння або як відбуваються хімічні реакції. Анімаційні ролики, 3D-моделі та демонстрації в реальному часі роблять навчання більш наочним та зрозумілим, особливо в таких галузях, як фізика, хімія, біологія та інженерія.

Гнучкість навчання – ще одна вагома перевага. Відеоуроки можна переглядати в будь-який зручний час, ставити на паузу, перемотувати назад, повторювати складні моменти. Це дозволяє кожному студенту навчатися у власному темпі, враховуючи індивідуальні особливості сприйняття та засвоєння інформації. Така гнучкість особливо цінна для тих, хто поєднує навчання з роботою, сімейними обов'язками або має обмеження за часом.

Відеоконтент також може підвищити мотивацію та залученість студентів. Яскраві, динамічні відеоролики здатні привернути увагу та утримати її протягом тривалого часу. Відео може бути цікавим, захоплюючим та емоційно насиченим, що робить процес навчання більш приємним та ефективним.

Крім того, відеоконтент дозволяє показати практичне застосування теоретичних знань. Наприклад, студенти медичних спеціальностей можуть спостерігати за реальними хірургічними операціями, студенти-історики – віртуально відвідувати історичні місця. Це допомагає студентам зрозуміти, як знання застосовуються в реальному житті.

Виклики впровадження відеоконтенту в навчальний процес. Одним із основних є **необхідність наявності високоякісної технічної інфраструктури.** Для створення та перегляду відео потрібне відповідне обладнання та стабільний доступ до Інтернету, що може бути складно реалізувати в регіонах з обме-

женими ресурсами. Якщо ці умови не виконуються, навчання за допомогою відео може стати проблематичним.

Іншим викликом є **залучення студентів до навчального процесу.** Відео може бути дуже ефективним інструментом для передачі інформації, але без інтерактивних елементів, таких як завдання чи обговорення, воно може стати пасивним. У такому випадку студентам буде складно залишатися зацікавленими, і вони можуть втратити мотивацію, що знижує ефективність засвоєння матеріалу.

Крім того, не весь відеоконтент відповідає високим стандартам освіти. Деякі відео можуть бути неякісними або мати проблеми з подачею інформації, що може негативно вплинути на розуміння студентами навчального матеріалу. Це створює ризик недостатнього або неправильного засвоєння знань.

Також важливим аспектом є **залежність від самодисципліни студентів.** Відео вимагає від учнів високого рівня самостійності, адже вони повинні організувати своє навчання, виконувати завдання та дотримуватися графіка. Без підтримки викладачів це може стати проблемою для багатьох студентів, особливо тих, хто не має достатньої мотивації чи організованості.

Останнім викликом є **перевантаження інформацією.** Надмірне використання відеоконтенту без достатньої практичної взаємодії з викладачем може призвести до того, що студенти відчуватимуть інформаційне перевантаження. Вони можуть бути не в змозі засвоїти весь матеріал належним чином, якщо не матимуть можливості обговорити його з викладачем чи отримати зворотній зв'язок.

Інтеграція відеоконтенту в традиційне навчання. Це не просто додавання відеороликів до лекцій, а створення гармонійного поєднання різних методів навчання для досягнення максимального ефекту.

Відео може стати чудовим доповненням до традиційних лекцій, семінарів та практичних занять. Наприклад, перед лекцією студенти можуть переглянути короткий відеоролик з основними поняттями теми, що дозволить їм краще підготуватися до заняття. Під час лекції викладач може використовувати відео для демонстрації складних процесів, експериментів або історичних подій. Після лекції студенти можуть переглянути відео з розв'язанням типових задач.

Комбінація відеоматеріалів з іншими методами навчання, такими як інтерактивні вправи, групові обговорення або проєктна робота, дозволяє створити більш динамічний та захоплюючий навчальний процес. Наприклад, після перегляду відео студенти можуть обговорити його зміст у групах, виконати інтерактивну вправу на закріплення матеріалу.

Інтеграція відеоконтенту в традиційне навчання дозволяє:

- Зробити навчання більш наочним та зрозумілим: Відео дозволяє візуалізувати складні концепції та процеси, що сприяє кращому розумінню та запам'ятовуванню матеріалу.
- Підвищити залученість студентів: Яскраві та динамічні відеоролики здатні привернути увагу та утримати її протягом тривалого часу.
- Розвинути критичне мислення та аналітичні навички: Студенти можуть аналізувати відео, виявляти помилки, робити висновки та формувати власну думку.
- Показати практичне застосування теоретичних знань: Відео дозволяє продемонструвати, як знання застосовуються в реальному житті, що підвищує мотивацію до навчання.
- Персоналізувати навчання: Відеоконтент можна адаптувати до індивідуальних потреб студентів, створюючи персоналізовані навчальні програми.

Технології та тренди відеоконтенту. Гейміфікація передбачає використання ігрових механік, таких як нарахування балів, досягнення рівнів, змагання, нагороди та інші елементи, що стимулюють мотивацію та залученість. Наприклад, відеоурок може містити інтерактивні вікторини, де за правильні відповіді студенти отримують бали та просуваються на наступний рівень. Це перетворює навчання на захоплюючу та діяльну практику, що забезпечує краще закріплення матеріалу.

Віртуальна та доповнена реальність (VR/AR) відкривають двері до іммерсивного навчального досвіду. VR дозволяє студентам зануритися у віртуальні світи, де вони можуть досліджувати історичні події, проводити наукові експерименти або вивчати складні механізми. AR накладає цифрові елементи на реальний світ, дозволяючи студентам взаємодіяти з ними у звичному середовищі. Наприклад, студенти медичних спеціальностей можуть вивчати анатомію людини, використовуючи AR-додаток, який накладає 3D-модель органів на реальне тіло.

Штучний інтелект (AI) відіграє все більшу роль у створенні персоналізованого відеоконтенту. AI-алгоритми можуть аналізувати дані про студентів, такі як їхні навчальні досягнення, стиль навчання та вподобання, щоб створювати відео, які відповідають їхнім індивідуальним потребам. AI може також використовуватися для створення інтерактивних відео, які адаптуються до відповідей студентів, надаючи їм персоналізований зворотний зв'язок та рекомендації.

Висновок. Відеоконтент безсумнівно став потужним інструментом, що здатний якісно покращити організацію навчального процесу та значно розширити доступ до освіти. Він дозволяє візуалізувати складні концепції, демонструвати практичні навички та створювати захоплюючий навчальний досвід.

Однак, для того щоб відеоконтент був дійсно ефективним, необхідно поєднувати його з іншими методами навчання. Важливо забезпечити інтерактивність, мотивацію та підтримку з боку викладачів. Лише тоді студенти зможуть повною мірою скористатися перевагами відеоконтенту.

Не менш важливим є постійне вдосконалення технічної інфраструктури та розробка нових форм відеоконтенту. Використання гейміфікації, віртуальної та доповненої реальності, штучного інтелекту – все це відкриває нові можливості для навчання.

Отже, відеоконтент – це не просто інструмент, а ключ до якісної та доступної освіти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Відеоконтент в онлайн-курсах: як підвищити залученість та зробити навчання цікавішим | SendPulse UA. URL: https://sendpulse.ua/blog/online-course-with-video-content.
2. Які способи використання відео для онлайн-навчання є найкращими? – KWIGA.com. URL: https://kwiga.com/ua/blog/yak-vikoristovuvati-video-dlya-onlajn-navchannya.
3. Особливості і переваги освітніх каналів YouTube. URL: https://vikna.if.ua/cikavo/103065/view.
4. 7 трендів відеоконтенту, які не варто ігнорувати бізнесу у 2024 році. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/7-trendiv-videokontentu-yaki-ne-varto-ignoruvati-biznesu-u-2024-roczi.
5. [Оновлено] 14 головних digital-трендів у 2024 році. URL: https://ideadigital.agency/blog/12-golovnih-digital-trendiv-u-2022-rotsi/

6. Тренди відеомаркетингу 2024 року | BLOG Dizz Agency Dizz.in.ua. URL: https://dizz.in.ua/uk/trendy-videomarketinga-2024-goda/
7. Інновації та тренди у відеоконтенті для соцмереж: поради брендам – MMR.ua. URL: https://mmr.ua/show/innovacziyi-ta-trendy-u-videokontenti-dlya-soczmerezh.
8. Розвиток відео та залучення ШІ – основні інновації 2024 року в українських медіа. Річне опитування IMI | Інститут масової інформації. URL: https://imi.org.ua/monitorings/rozvytok-video-ta-zaluchennya-shi-osnovni-innovatsiyi-2024-roku-v-ukrayinskyh-media-richne-i65881.

РОЛЬ НЕФОРМАЛЬНОЇ ОСВІТИ У РОЗВИТКУ ПРОФЕСІЙНИХ НАВИЧОК

В. В. Черкашина, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-31*
В. О. Шаповалов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Упродовж останніх десятиліть концепція безперервного навчання зазнає суттєвого переосмислення у зв'язку зі стрімким розвитком технологій, цифровізацією та зростанням вимог до кваліфікації фахівців. Одним із ключових компонентів сучасного освітнього середовища стала **неформальна освіта,** що характеризується високою гнучкістю, практичною спрямованістю та доступністю. Її роль у розвитку професійних навичок, зокрема серед молоді та студентства, набуває дедалі більшого значення, особливо в умовах глобальної конкуренції на ринку праці.

На відміну від формальної, неформальна освіта охоплює різноманітні організовані форми здобуття знань, умінь та навичок поза межами офіційних освітніх інституцій. Це можуть бути тренінги, семінари, онлайн-курси, участь у проєктах, професійних школах, волонтерських ініціативах, стажуваннях тощо. Її головною особливістю є гнучкість, прикладна спрямованість, індивідуалізація освітньої траєкторії та швидка адаптація до запитів ринку праці.

Як відмічає Т. Дрозд, «нині одне з головних завдань неформальної освіти – це підготовка молоді до економічно і соціально незалежного життя…. Неформальна освіта стає тим драйвером,

що, пропонуючи альтернативні форми навчання і новий зміст, допомагає працездатному населенню, зокрема й молоді, пристосуватися до постійних трансформацій суспільства» [1, с. 74].

Здобуття неформальної освіти, як правило, відбувається за ініціативою самого здобувача, що передбачає високий рівень внутрішньої мотивації, готовність до самостійного пошуку знань і розвитку. В умовах глобалізації та постійного оновлення професійних вимог саме такий підхід до навчання дозволяє швидко реагувати на виклики часу, розширювати компетентності, підвищувати конкурентоспроможність на ринку праці. Особливої актуальності неформальна освіта набуває для молоді та здобувачів вищої освіти, які прагнуть не лише академічних знань, а й практичних навичок, затребуваних у професійному середовищі.

Серед основних переваг неформального навчання варто виокремити можливість швидкого оновлення знань, доступність освітніх ресурсів, тісний зв'язок із практикою, розвиток гнучких навичок (soft skills), а також формування індивідуальної освітньої траєкторії, що відповідає особистим і професійним цілям здобувача. Участь у неформальних освітніх заходах нерідко сприяє формуванню мережі професійних контактів, розширює горизонти мислення, стимулює до міждисциплінарного підходу та розвитку критичного мислення.

Попри очевидні переваги, неформальна освіта має й низку обмежень. Зокрема, на сьогодні ще недостатньо розвинені механізми офіційного визнання результатів такого навчання в межах формальної освіти, що знижує його вагу в академічному контексті. Крім того, існує проблема нерівного доступу до якісного контенту через соціально-економічні чи технічні бар'єри, а також складнощі з оцінюванням якості та достовірності освітніх продуктів. До викликів також належать низький рівень мотивації або самоорганізації у деяких здобувачів, відсутність зовнішнього контролю, а іноді – недовіра з боку потенційних роботодавців або освітніх установ.

Попри ці труднощі, розвиток неформальної освіти є важливою складовою модернізації системи освіти загалом. Вона відкриває нові можливості для розвитку професійних навичок, сприяє формуванню культури самонавчання, підвищує адаптивність і гнучкість майбутніх фахівців. Для освітньої політики важливим завданням є створення умов для ефективної інтеграції

неформального навчання в індивідуальні освітні траєкторії, забезпечення механізмів визнання результатів та підвищення якості надавачів освітніх послуг поза межами формальної системи.

Отже, неформальна освіта не є альтернативою формальній, а виступає її логічним доповненням. Саме в поєднанні різних форм навчання відкривається потенціал для комплексного розвитку фахівців, здатних діяти в умовах невизначеності, приймати самостійні рішення, навчатися протягом усього життя й ефективно реалізовувати себе в динамічному професійному середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дрозд Т. Взаємозв'язок формальної та неформальної освіти в контексті діяльності закладу вищої освіти. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Екологія. Публічне управління та адміністрування»*. 2023. Вип. 4. С. 72–81. DOI: https://doi.org/10.32782/2786-5681-2023-4.11.

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ВЕЛНЕС-ТУРИЗМУ

Ю. Р. Ковалишин, *студент спеціальності Туризм та рекреація*
М. Ю. Барна, *д-р екон. наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Соціальні мережі, які набули значного розвитку з кінця XX століття, стали одним із найбільш впливових інструментів у сфері управління туристичним бізнесом. Зокрема, вони відіграють критичну роль у маркетингових стратегіях туристичних підприємств, включаючи велнес-туризм, який орієнтований на задоволення зростаючого попиту на послуги, що сприяють фізичному та ментальному здоров'ю.

Сучасні інтернет-технології інтегрувалися у всі аспекти діяльності туристичних компаній, охоплюючи електронний PR, веб-маркетинг, онлайн-виставки та цифровий брендинг. У цьому контексті соціальні медіа виступають ефективним інструментом комунікації між підприємствами та споживачами, дозволяючи оптимізувати управлінські процеси та підвищувати конкурентоспроможність туристичних продуктів.

Основні напрями застосування соціальних мереж у сфері туризму включають [2]:

− формування іміджу компанії через ведення офіційних сторінок, корпоративних блогів та візуального контенту;

− створення бренд-спільнот у соціальних платформах (Facebook, Instagram, TikTok, YouTube), які забезпечують взаємодію зі споживачами та підвищують лояльність до бренду;

− робота з лідерами думок (інфлюенсерами, блогерами), які просувають туристичні продукти серед цільової аудиторії;

− репутаційний менеджмент, що дозволяє оперативно реагувати на відгуки клієнтів та керувати інформаційним середовищем компанії.

Велнес-туризм, як сегмент туристичної індустрії, орієнтований на профілактику захворювань, оздоровлення та покращення

якості життя через спеціалізовані послуги (СПА-процедури, йога-ретріти, детокс-програми тощо). Його ефективне просування у соціальних мережах базується на наступних стратегіях:

− *візуальний контент та відеомаркетинг*. Велнес-туризм значною мірою залежить від візуального сприйняття, тому соціальні платформи, такі як Instagram та YouTube, дозволяють створювати привабливий контент у вигляді фото, відео та віртуальних турів по курортам і ретріт-центрам.

− *інтерактивний маркетинг та залучення аудиторії*. Інтерактивний маркетинг у сфері велнес-туризму базується на активному залученні аудиторії через цифрові комунікаційні платформи, що сприяє формуванню довготривалого зв'язку між брендом і споживачем. Одним із ефективних методів є організація онлайн-челенджів, вебінари та прямі трансляції за участю експертів у сфері велнесу, що сприяє підвищенню рівня обізнаності споживачів, розширенню їхніх знань про оздоровчі практики та формуванню довіри до туристичного продукту.

− *SMM та таргетована реклама*. Використання алгоритмів соціальних мереж для персоналізованого просування велнес-туризму дозволяє ефективно охоплювати потенційних клієнтів на основі їхніх вподобань, історії пошуку та активності у мережі.

Соціальні мережі стали невід'ємною складовою управління туристичним бізнесом, забезпечуючи ефективний канал комунікації, маркетингу та бренд-менеджменту. У сфері велнес-туризму вони відіграють ключову роль у створенні споживчих тенденцій, стимулюванні попиту та формуванні унікального досвіду для клієнтів. Використання цифрових технологій, зокрема SMM, відеомаркетингу та роботи з лідерами думок, відкриває широкі перспективи для розвитку оздоровчого туризму в умовах глобальної діджиталізації [1].

Отже, сучасні цифрові технології, зокрема соціальні мережі, відіграють ключову роль у розвитку та просуванні велнес-туризму. Вони забезпечують ефективний канал комунікації між туристичними підприємствами та споживачами, сприяють формуванню довіри до бренду, дозволяють персоналізувати рекламні кампанії та активно залучати аудиторію через інтерактивні методи маркетингу. Управління туристичним підприємством у цифрову епоху вимагає комплексного підходу до використання соціальних мереж та інтернет-маркетингу, що дозволяє не лише

оптимізувати бізнес-процеси, а й зміцнити позиції компаній на конкурентному ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Wellness tourism: your guide to holistic traveling. URL: https://www.glion.edu/magazine/wellness-tourism/
2. Кирилюк І. М. Соціальні мережі як інструмент просування послуг індустрії туризму й гостинності в сучасному інформаційному просторі. Індустрія туризму й гостинності: сучасні виклики та перспективи : колективна монографія. Умань : Візаві, 2022. 173 с. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstreaf.

ТУРИСТИЧНЕ РАЙОНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ: ДОСВІД БОЛГАРІЇ

В. В. Лугина, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Т б-31*
Н. М. Карпенко, *доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Болгарія (офіційна назва Республіка Болгарія) розташована у Європейському туристичному регіоні (субрегіон Центральна і Східна Європа), у східній частині Балканського півострова, займаючи 22 % його території. Країна займає площу 110,9 тис. км², має протяжне морське узбережжя, м'який сприятливий клімат, різноманітні форми рельєфу, мальовничі ландшафти та потужний культурно-пізнавальний потенціал. Все це забезпечує їй велику туристичну популярність. Щороку країну відвідують близько 12 млн туристів [3]. Туризм став провідною галуззю болгарської економіки і його внесок у ВВП країни у 2019 році склав понад 11,5 %. Звісно, що глобальні соціально-економічні потрясіння та виклики, як то пандемія, суттєво вплинули на туристичну галузь, проте, за окремими оцінками: «Болгарія очікує, що в'їзний туризм досягне рівня 2019 року до 2025 року, але загальний внесок туризму у ВВП, як очікується, буде відновлюватися довше і повернеться до рівня, що існував до пандемії, до 2025–27 років» [1].

Важливе значення в дослідженні туристичних спроможностей країни має відповідне районування її території, яке слугує не лише науковим методом, а й вагомим практичним

інструментом, спрямованим на оптимізацію рекреаційно-туристичних процесів та ефективне, стале використання ресурсного потенціалу.

Чинна схема туристичного районування Болгарії представлена дев'ятьма регіонами: Дунав, Стара Планина, Долина Троянд, Тракія, Родопи, Ріла-Пирин, Софійський, Варнське та Бургаське Чорномор'я. Така концепція районування країни була реалізована національним Міністерством туризму і вона найбільше відображає туристичне різноманіття, природні та історико-культурні колорити Болгарії. Особливістю цієї концепції є те, що кожний туристичний регіон має свою спеціалізацію, яка характеризується поєднанням двох найбільш розвинених видів туризму та доповнюється ще трьома чотирма видами, чим і відображається його певна туристична унікальність. Це підтверджують і окремі дослідники, наголошуючи на «правильності вибраної концепції туристичного районування країни» [2]. Ми підтримуємо таку думку, оскільки програми виробничого стажування, що реалізуються у Полтавському університеті економіки і торгівлі, дозволили автору безпосередньо познайомитися із особливостями територіальної диференціації рекреаційно-туристичного потенціалу та організацією обслуговування туристів у Болгарії. Так, у туристичному регіоні Бургаське Чорномор'я (м. Бургас), де автор проходила виробниче стажування швидкими темпами розвивається морський оздоровчий, культурно-пізнавальний, еко- та сільський туризм. Регіон має багато маленьких містечок з цінними природними ресурсами, своїми звичаями та культурними традиціями, що підкреслює туристичне багатство та унікальність регіону.

Вважаємо, що досвід реалізації на державному рівні концепції туристичного районування Болгарії вартий урахування в Україні, оскільки оптимізація рекреаційно-туристичних процесів в сучасних умовах та подальший ефективний розвиток внутрішнього й в'їзного туризму потребують залучення різноманітного науково-практичного інструментарію, у тому числі й нових концептуальних підходів до туристичного районування країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Блакитна економіка Болгарії – звіт в рамках проєкту 4BIZ. URL: https://maritimeukraine.com/21-03-2023/ (дата звернення: 10.03.2025).

2. Мілінчук О. В., Горшкова Л. О. Зарубіжний досвід туристичного районування: приклад Болгарії. *Причорноморські економічні студії* 2020. Вип. 52. Ч.1. С. 41–48.
3. Офіційний сайт Міністерства туризму Болгарії. URL: https://www.tourism.government.bg/en (дата звернення: 10.03.2025).

ЕКСКУРСІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

Р. К. Олійник, *студент спеціальності Туризм і рекреація, група ТР Тб-11*
Н. М. Карпенко, *доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Як відомо екскурсійна діяльність має велику суспільну значущість та виконує ряд важливих функцій, зокрема: пізнавальну, виховну, економічну та інші. Варто зазначити, що практично вся територія нашої країни має потужний рекреаційно-туристичний потенціал, що визначає також і її екскурсійну привабливість, проте ще далеко не всі адміністративно-територіальні одиниці його достатньо реалізують. В умовах становлення й розвитку об'єднаних селищних територіальних громад особливої ваги набувають питання дослідження, оцінювання й подальшого ефективного використання їх рекреаційно-туристичного потенціалу як загалом так і екскурсійної компоненти, зокрема. Актуальним це питання є і для Новосанжарської ОТГ.

Новосанжарська селищна територіальна громада Полтавського району Полтавської області була утворена у 2017 році шляхом об'єднання Новосанжарської селищної та Зачепилівської сільської ради. У 2020 році «на новій адміністративно-територіальній основі до складу громади доєднались 8 сільських рад та 2 об'єднані територіальні громади» [1]. В наш час до складу Новосанжарської селищної територіальної громади Полтавського району Полтавської області входять 47 населених пунктів: смт Нові Санжари, села Зачепилівка, Клюсівка, Малий Кобелячок, Горобці, Ємцева Долина, Лахни, Олійники, Великі Солонці, Пологи-Низ, Супротивна Балка, Пасічне, Кальницьке, Лелюхівка, Забрідки, Руденківка, Дубина, Мар'янівка, Пудлівка, Попове, Бечеве, Великий Кобелячок, Шовкопляси, Козуби, Сулими, Старі Санжари, Кунцеве, Вісичі, Ганжі, Балівка,

Собківка, Судіївка, Шпортьки, Бридуни, Назаренки, Мала Перещепина, Пристанційне, Велике Болото, Маньківка, Кустолове Перше, Стовбина Долина, Коби, Давидівка, Грекопавлівка, Пологи, Лисівка, Стрижівщина [1]. Можна із впевненістю констатувати, що, незважаючи на відносну близькість їх розташування, кожен із них має свою історію виникнення й становлення, природні та біографо-соціальні особливості, специфіку побуту, певну етнографічну самобутність. Безумовно все це є підґрунтям для формування екскурсійної привабливості громади. Важливо також наголосити на зручності її просторового розташування, що зумовлює транспортну доступність та близькість до потенційного споживача. Так, Нові Санжари знаходяться на відстані 35 кілометрів від Полтави, 78 кілометрів від Кременчука та 366 км від Києва. До залізничної станції «Нові Санжари» – 7 км, а від автотраси Е584 (Суми-Полтава-Олександрія-Кропивницький) – 2 км.

У селищі Нові Санжари є чимало об'єктів, які вже включені до програми оглядової екскурсії. Зокрема це: храм-каплиця Віри, Надії, Любові та їх матері Софії, парк третього тисячоліття «Батьки і діти» (існує така традиція: при народженні хлопчика батьки садять дубок, а при народженні дівчинки – липку), парк Матері, Біла Альтанка та інші. На території громади «діють дитячі табори та санаторії: медичний центр Національної гвардії України «Нові Санжари», санаторій-профілакторій «Антей», британський мовний табір «ABC Camp», приватне підприємство «Орендний дитячий оздоровчо-виховний заклад «Орлятко» [1]. Природно-заповідний фонд громади представлений Малоперещепинським ботанічним заказником загальнодержавного значення та 10 об'єктами природно-заповідного фонду місцевого значення. До переліку «туристичних магнітів» Новосанжарської ОТГ, що вже зараз є одним з найвідвідуваніших (особливо влітку) об'єктів регіону, варто додати Блакитні озера, які утворилися на місці піщаних кар'єрів поблизу с. Собківка [2]. Також цікавим та унікальним виробничим об'єктом є Кунцівська ГЕС – це один з небагатьох діючих в регіоні представників малої гідроенергетики. Окрім цього доцільно зазначити, що майже нереалізованим у громаді є потенціал сільського туризму.

Таким чином, Новосанжарська ОТГ має хорошу ресурсну базу для розвитку екскурсійної діяльності, проте важливо забезпечити їй належну популяризацію. Зростання екскурсійної та

туристичної привабливості сприятиме збільшенню надходжень до бюджету громади, створенню хороших передумов для поліпшення її інфраструктурної розбудови та сталого соціально-економічного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стратегія розвитку Новосанжарської селищної територіальної громади Полтавського району Полтавської області на 2024–2027 роки. URL: https://rada.info/upload/users_files/21044987/3115c1cbb76979f33d09ae3d16734c41.pdf (дата звернення: 19.03.2025).
2. 15 місць на Полтавщині, які можна відвідати на травневі свята. URL: https://zmist.pl.ua/publications/15-misc-na-poltavshchini-yaki-mozhna-vidvidati-na-travnevi-svyata (дата звернення: 15.03.2025)

ЗНАЧЕННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ РАДИ СТАЛОГО ТУРИЗМУ ДЛЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Р. В. Плахотний, *студент спеціальності Туризм і рекреація, група Т б-41*

П. В. Шуканов, *д-р геогр. наук, професор кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Глобальна рада сталого туризму (Global Sustainable Tourism Council, GSTC) має важливе значення для розвитку туристичних дестинацій. Глобальна рада сталого туризму (ГРСТ) керує критеріями GSTC, глобальними стандартами сталих подорожей і туризму; а також забезпечує надання міжнародної акредитації органам сертифікації сталого туризму. ГРСТ є незалежною, юридично зареєстрованою в США як некомерційна організація, яка представляє різноманітне та глобальне членство, включаючи національні та провінційні уряди, провідні туристичні компанії, готелі, туроператорів, неурядові організації, окремих осіб та громади – усі вони прагнуть досягти найкращих практик у сфері сталого туризму [1]. Її діяльність спрямована на встановлення стандартів сталого туризму та сприяння їх впровадженню на ринку туристичних послуг. Ключові аспекти значення Глобальної ради сталого туризму:

1. **Стандарти сталого розвитку:** GSTC розробляє глобальні критерії сталого туризму, які служать орієнтиром для управління туристичними дестинаціями, туроператорами, готелями та іншими учасниками туристичної індустрії.

2. **Сертифікація:** організація підтримує сертифікацію дестинацій і компаній, які відповідають критеріям сталого розвитку. Це підвищує їхню привабливість для екологічно свідомих туристів.

3. **Освіта і навчання:** GSTC надає освітні ресурси, тренінги та консультації для туристичних дестинацій, допомагаючи їм адаптуватися до вимог сталого розвитку.

4. **Підтримка локальних громад:** принципи GSTC спрямовані на збереження культурної спадщини та залучення місцевих громад до розвитку туризму, що сприяє економічному та соціальному зростанню.

5. **Захист довкілля:** критерії організації сприяють збереженню природних ресурсів, зменшенню забруднення та відповідальному використанню територій.

Критерії сталого розвитку туристичних дестинацій (GSTC-D) були створені на основі десятиліть попередньої роботи та досвіду в усьому світі, тому вони враховують численні рекомендації та стандарти для сталого туризму з усіх континентів [2]. Вони відображають стандарти сертифікації, індикатори, показники та найкращі практики з різних культурних і геополітичних контекстів у всьому світі в туризмі та інших секторах, де це можливо. Потенційні показники перевірялися на релевантність і практичність, а також на їх застосовність до широкого діапазону туристичних дестинацій. Вони пройшли польові випробування по всьому світу. Процес розробки Критеріїв був розроблений відповідно до кодексів поведінки ISO та з використанням кодексу встановлення стандартів Альянсу ISEAL, міжнародного органу, який надає рекомендації щодо розробки та управління стандартами сталого розвитку для всіх секторів економіки.

Критерії сталого розвитку туристичних дестинацій GSTC версії 2.0 містять індикатори ефективності, призначені для надання вказівок щодо вимірювання відповідності екологічним показникам. Застосування критеріїв допоможе пункту призначення зробити внесок у досягнення реалізації Порядку денного сталого розвитку до 2030 року та 17 цілей даної стратегії. За кожним із Критеріїв визначається одна або декілька із 17 ЦСР, до яких він найбільше стосується [3].

Таким чином Глобальна рада сталого туризму сприяє гармонізації туристичної політики на рівні світового, національного, регіонального або місцевого ринку туристичних послуг, тому що

вона враховує всі елементи сталого туризму на основі різноманітних стандартів екологічної діяльності. Це дозволяє розробити відповідні плани для осіб та організацій, які формують туристичну і загальноекономічну політику, тобто для менеджерів з туризму та відповідних органів влади.

Глобальна рада сталого туризму також сприяє підвищенню обізнаності щодо вирішення проблем ефективності та впевненості у своєму стратегічному напрямку для сталого розвитку туристичних дестинацій різного геопросторового рівня. При цьому на основі систематичного застосовування різних типів стандартів і схем сертифікації стає можливим запобігання плутанини як у приватному, так і у державному секторах економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. About the Global Sustainable Tourism Council **(**Про Глобальну раду сталого туризму). URL: https://www.gstcouncil.org/about/?form=MG0AV3.
2. GSTC Destination Criteria. URL: https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/gstc-destination-criteria/
3. GSTC Destination Criteria Version 2.0. URL: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-with-SDGs.pdf.

МЕДИЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Ю. В. Прохорова, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 122*
Ю. О. Головчук, *д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник*
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Медичний туризм є однією з найдинамічніших галузей у сфері охорони здоров'я, яка поєднує медичні послуги з туристичним сектором. У сучасному світі зростає кількість пацієнтів, які подорожують за кордон у пошуках якісного та доступного лікування. Основними причинами такого явища є високі ціни на медичні послуги у країнах з розвиненою економікою, тривалі черги на лікування та необхідність отримання спеціалізованих процедур, які недоступні в рідній країні.

Глобалізація, розвиток медичних технологій та покращення транспортної доступності сприяють активному розвитку медичного туризму. Водночас ця сфера стикається з низкою викликів, таких як правові особливості, стандартизація послуг та етичні питання.

Медичний туризм – це практика отримання медичних послуг за межами країни проживання. Він охоплює широкий спектр напрямів, серед яких можна виділити такі основні види:

– терапевтичний туризм – поїздки з метою лікування хронічних захворювань, реабілітації після операцій або отримання спеціалізованого медичного обслуговування;

– хірургічний туризм – пацієнти їдуть за кордон для проведення операцій (ортопедичних, кардіологічних, онкологічних тощо) через доступність та якість медичних послуг;

– стоматологічний туризм – значна частина пацієнтів звертається до закордонних стоматологічних клінік через нижчу вартість лікування та високу якість послуг;

– естетичний туризм – популярний серед пацієнтів, які шукають пластичні операції, косметологічні процедури та лазерну корекцію зору;

– репродуктивний туризм – пацієнти подорожують для проведення процедур екстракорпорального запліднення (ЕКЗ), сурогатного материнства та інших репродуктивних технологій;

– оздоровчий туризм – включає відвідування санаторіїв, термальних курортів та реабілітаційних центрів [1; 2].

За останні десятиліття медичний туризм перетворився на важливий елемент світової економіки. Ключові тенденції розвитку цієї сфери включають:

– зростання популярності азійських країн – країни Південно-Східної Азії (Таїланд, Індія, Сінгапур, Малайзія) стали світовими лідерами у сфері медичного туризму завдяки поєднанню високої якості медичних послуг і відносно низьких цін;

– діджиталізація медичних послуг – розвиток телемедицини, електронних медичних записів і віртуальних консультацій дозволяє пацієнтам отримати первинну консультацію перед подорожжю;

– розширення спектра послуг – зростає популярність альтернативних методів лікування, зокрема традиційної китайської медицини, аюрведи та натуропатії;

– медичний туризм у Європі – Німеччина, Швейцарія та Іспанія приваблюють пацієнтів високими стандартами лікування, особливо у сферах онкології та кардіохірургії;

– зростаюча роль страхових компаній – медичні страхові компанії починають покривати витрати на лікування за кордоном, що стимулює розвиток міжнародного медичного туризму [2; 3, с. 150–200].

Отже, медичний туризм є стратегічним напрямом розвитку охорони здоров'я, який забезпечує доступ до високоякісного лікування, сприяє економічному зростанню та міжнародному співробітництву. Попри виклики, з якими стикається ця сфера, її перспективи виглядають вражаючими. Впровадження сучасних технологій, покращення сервісу та підтримка на державному рівні дозволять медичному туризму стати ще більш розвиненою та привабливою галуззю у глобальному масштабі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Графська О. І., Головчук Ю. О., Четирбук О. Р. Теоретичні засади дослідження туристичної інфраструктури як інноваційної основи регіонального розвитку туризму. *Інфраструктура ринку.* 2022. № 66. DOI: https://doi.org/10.32843/infrastruct66-26.
2. Головчук Ю. О., Мороз С. Р., Цесьців Д. С. Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 5. DOI: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-02.
3. Головчук Ю. О. Інноваційні засади формування маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму в умовах нестабільності : дис. д-ра. екон. наук : 08.00.05. Одеса, 2024. 456 с. URL: https://ontu.edu.ua/download/dissertation/disser/2024/disser-Golovchuk.pdf.

РОЗВИТОК АНІМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

А. О. Суха, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Т б-31*

О. О. Тараненко, *канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Туристична діяльність є однією з найдинамічніших та найперспективніших галузей економіки. Вона пов'язана з наданням

комплексу послуг для забезпечення позитивних вражень та емоцій серед подорожуючих. Анімаційна діяльність є важливою складовою туристичної сфери. Адже саме анімаційні послуги безпосередньо впливають на психоемоційний стан туриста.

Головною метою анімації є відновлення моральних і фізичних сил мандрівника, акумулювання його позитивних вражень і збільшення рівня задоволеності відпочинком. У цьому й полягають основні функції анімації [1].

В нинішній час відпочиваючі потребують не тільки активного відпочинку, а й пасивного. В обох випадках важлива наявність анімаційної програми, зокрема: цікавих розважальних заходів з елементами свята, новими враженнями, незвичними конкурсами тощо. При цьому не завжди є обмеження за віком, фізичними особливостями та інше [2]. Разом з тим, сучасні туристи значно змінили свої вимоги до якості обслуговування і, зокрема, до анімаційних послуг. Якщо раніше вони задовольнялись базовими розважальними заходами, такими як традиційні концерти, спортивні турніри чи вечірки, то зараз вони шукають більше інтерактивних, персоналізованих і незабутніх вражень. Анімація вже не обмежується лише розвагами для туристів на відпочинку, а включає в себе також освітні програми, культурні обміни та навіть психоемоційну підтримку.

Збільшення кількості туристичних напрямків, а також розвиток нових форм подорожей створюють жорстку конкуренцію на ринку анімаційних послуг. Туристичні компанії повинні постійно вдосконалювати свою пропозицію, щоб привернути увагу клієнтів і запропонувати щось нове та цікаве. Анімація стає важливим елементом, який може бути ключовим фактором при виборі місця для відпочинку.

Реакцією на такі виклики стало стрімке впровадження новітніх технологій. Віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) відкрили нові горизонти для створення інтерактивних ігрових програм, екскурсій та розважальних заходів. Наприклад, туристи можуть взяти участь у віртуальних турах історичними місцями чи відчути себе частиною вигаданих світів за допомогою VR. Це не лише підвищує привабливість туризму, але й дозволяє відкрити нові можливості для залучення різних цільових груп, таких як молодь або сім'ї з дітьми.

Також, із розвитком мобільних технологій і смартфонів, з'явились програми та додатки, які допомагають туристам ство-

рювати індивідуальні програми анімації, вибирати розважальні заходи на основі їхніх інтересів, отримувати інформацію про події в реальному часі та отримувати спеціальні пропозиції чи знижки на участь в анімаційних програмах.

Сучасні технології та інновації відкривають нові можливості для створення розважальних програм. Це включає інтерактивні шоу, віртуальні екскурсії, кібер-спортивні заходи та інші інноваційні ідеї, що здатні привернути нові покоління туристів.

Таким чином, анімація в туристичній сфері є важливим елементом, що сприяє створенню унікального досвіду для відпочиваючих. Вона включає різноманітні послуги, які забезпечують розваги, освіту та емоційне задоволення туристів. За останні роки анімаційні послуги в туристичній сфері зазнали значних змін, які можна пояснити кількома важливими факторами: розвитком технологій, зміною вимог туристів та зростанням конкуренції на ринку туристичних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Паришкура (Козерук) Ю. В. Витоки розвитку та характеристика анімаційних послуг у туризмі / Ю. В. Паришкура (Козерук), Т. О. Колісниченко, В. С. Демко, І. І. Бистра, К. А. Сефіханова // Інновації та технології в сфері послуг і харчування. – 2024. – 1 (11). – С. 40–45.
2. Панова І. О. Теоретичні основи дослідження анімаційних послуг у туризмі / І. О. Панова // Бізнес Інформ. – 2021. – № 6. – С. 170–175.

ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА ПРИКЛАДІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

А. І. Харко, *студент спеціальності Туризм та рекреація*
М. Я. Топорницька, *канд. геогр. наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Зародження брендів у сфері масового маркетингу в XIX столітті стало основою для сучасного використання брендингу як інструменту ідентифікації виробників і продавців товарів та послуг. У сучасному світі бренди широко застосовуються в маркетингових стратегіях та рекламних кампаніях, включаючи сферу туризму. Туристичний бренд не лише символізує якість

послуг, а й формує у свідомості споживачів очікування щодо рівня безпеки, гостинності та комфорту, які асоціюються з конкретною туристичною дестинацією. Разом із розвитком корпоративного брендингу актуальним завданням залишається створення національного бренду країни як туристичної локації. Туристичний імідж держави або регіону є важливим елементом, що визначає його конкурентоспроможність на міжнародному ринку туризму.

Імідж туристичного продукту багато в чому залежить від іміджевої політики території, яка включає стратегічне планування, тактичне управління та заходи з просування регіону як привабливого туристичного напрямку. У рамках регіонального маркетингу територія розглядається як цілісний туристичний продукт, а всі комунікаційні та маркетингові активності спрямовані на формування позитивного сприйняття цільовою аудиторією. Високий рівень безпеки, розвинута інфраструктура, автентична культура та якісний сервіс створюють позитивний імідж, що сприяє зростанню туристичного потоку [1].

Таким чином, ефективне управління іміджем туристичного продукту є важливою складовою успішного розвитку туристичних дестинацій. Завдяки комплексному підходу до брендингу та іміджевої політики регіон може стати впізнаваним та привабливим для широкої аудиторії, що забезпечить його стійкий розвиток у глобальній туристичній індустрії [2].

Специфічні особливості туристичного продукту Львівської області, такі як багатий культурний спадок, історичні пам'ятки, природні ландшафти Карпат, гастрономічні традиції та унікальні етнографічні елементи, вимагають особливого підходу до просування. Це передбачає не тільки рекламу окремих туристичних атракцій, але й створення цілісної концепції, яка відображатиме унікальність Львівщини та привабливість її туристичного потенціалу.

Однією з основних специфік є поєднання культурного, екологічного та гастрономічного туризму, що дозволяє залучити різні групи туристів: від культурних мандрівників до прихильників активного відпочинку та гастрономічного туризму. Львівська область також має великий потенціал для розвитку агротуризму та екотуризму завдяки наявності природних ресурсів, які можуть стати привабливими для туристів, що шукають альтернативні, екологічно чисті види відпочинку.

Органи місцевого управління відіграють ключову роль у визначенні основних напрямів політики просування туристичного продукту Львівської області. Їхні функції можуть включати: розробка та реалізація стратегій розвитку туризму, регулювання та підтримка інфраструктури, підвищення кваліфікації кадрів, залучення місцевих громад до туризму, підтримка та розвиток бренду Львівської області:

З метою підвищення конкурентоспроможності туристичних послуг важливо впроваджувати наступні заходи:

− інвестиції в інфраструктуру: розвиток транспортної мережі, оновлення та модернізація готельних комплексів, будівництво нових туристичних об'єктів та покращення інформаційних послуг.

− технологічні інновації: використання цифрових технологій для просування регіону, таких як онлайн-бронювання, мобільні додатки для туристів, інтерактивні карти та віртуальні тури.

− екологічний та стійкий розвиток туризму: впровадження принципів сталого туризму, включаючи екологічно чисті маршрути, підтримку природоохоронних зон, розвиток еко- та агротуризму.

Таким чином, основними напрямами політики просування туристичного продукту Львівської області є комплексний підхід до розвитку інфраструктури, використання місцевих унікальних ресурсів та інтеграція інноваційних технологій для створення конкурентоспроможного туристичного продукту, який задовольняє потреби сучасних мандрівників і сприяє сталому розвитку регіону.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тимошенко Д. В., Перерва П. Г. Економічна характеристика туристичного продукту. *Маркетингові інструменти та стратегії повоєнного розвитку туризму та гостинності України :* матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» м. Харків, Україна. С. 352–353. URL: https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/
2. Мандюк Н. Формування політики просування туристичного продукту. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини.* Вип. 24. С. 187–191.URL: https://tourlib.net/statti_ukr/

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В м. ПОЛТАВА

К. В. Шелюг, *студентка спеціальності Туризм, група Т б-31*
М. М. Логвин, *канд. геогр. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розвиток туризму в Полтавській області як прибуткової галузі економіки та важливого чинника культурного й духовного збагачення населення набуває все більшого значення. Він сприяє підвищенню рівня життя громадян, створенню нових робочих місць, збільшенню валютних надходжень і зміцненню авторитету регіону в Україні [1].

Полтава – це місто з багатою історико-культурною спадщиною, яке має значний туристичний потенціал. Завдяки своїй унікальній історії воно могло б стати потужним туристичним центром із різними напрямами туризму, зокрема культурно-історичним, подієвим, гастрономічним та релігійним. Однак нині міська інфраструктура перебуває у незадовільному стані. Багато історичних об'єктів, що мають значну історичну та архітектурну цінність, зокрема пам'ятки українського бароко та класицизму, занедбані, частково зруйновані та закриті для відвідування.

Місто має всі передумови для розвитку, проте наразі відсутня чітка стратегія його розбудови, а також бракує підтримки для підприємців-початківців та стартапів. Невизначеність інвестиційного клімату значно ускладнює залучення фінансових ресурсів. Головним фактором успіху є підтримка з боку місцевої та державної влади, адже лише за наявності гарантованої допомоги можна залучити інвесторів та підприємців, готових сприяти розвитку міста.

Важливо, щоб усі сторони були зацікавлені у збереженні культурної та історичної спадщини Полтави. Водночас місто має значний потенціал у сфері реабілітації та діагностики, що розвинене як у державному, так і в приватному секторі. Це є вагомою перевагою, яку варто враховувати при формуванні стратегії розвитку. Завдяки цьому Полтава може не лише стати потужним туристично-культурним центром, а й зміцнити свої позиції як центр рекреації та реабілітації.

Щоб розпочати ефективний розвиток міста, необхідно модернізувати сферу обслуговування в готелях і закладах культури, провести реконструкцію історичних пам'яток та туристичних об'єктів. Варто подумати над створенням сучасних зон відпочинку та об'єктів туристичної інфраструктури практично в кожному з мікрорайонів міста. Важливим кроком є розробка детального маркетингового плану та комплексної стратегії розвитку туризму [2].

Полтава має значний потенціал для цього завдяки сприятливим екологічним і кліматичним умовам, зручній транспортній доступності та достатньо розвиненій соціальній інфраструктурі. Однак у місті бракує сучасних зон відпочинку та об'єктів туристичної інфраструктури в мікрорайонах – парків, готелів, ресторанів, майданчиків для культурних подій. Крім того, необхідно створити комфортне середовище для сімей з дітьми та людей з особливими потребами, що є важливим фактором привабливості міста для туристів і мешканців.

Також, хочеться звернути увагу на музеї. Вважаємо, культурно-історичний туризм в Україні є недооціненим. У місті Полтава знаходяться видатні музеї-садиби відомих письменників, наприклад, В. Г. Короленка, Але, не дивлячись на їх унікальність, мало хто цікавиться відвідуванням подібних атракцій. Тому, на наш погляд, музеї потрібно оновлювати в інноваційному напрямку та впроваджувати тематичні інтерактиви.

Таким чином, за умови активного розвитку у найближчі післявоєнні роки, Полтава має всі шанси стати унікальним містом, яке гармонійно поєднує багату історичну спадщину із сучасними креативними технологіями. Це місто не лише зможе гідно зберігати українську культурну спадщину, а й стане осередком розвитку новітніх видів мистецтва, надаючи широкий спектр якісних і унікальних послуг.

Полтава відома своєю національною та місцевою кухнею, що є особливою привабливістю для туристів. Крім того, місто має потенціал для розвитку комплексних оздоровчих послуг, бізнес-туризму та організації насиченого культурного дозвілля. Завдяки цим перевагам Полтава може стати потужним туристично-культурним центром із унікальними можливостями для відпочинку та саморозвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Шуканов П. В. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 4. С. 393–399.
2. Норіцина Н. Стратегія розвитку як складова життєдіяльності міста. URL: https://zmist.pl.ua/publications/kreativni-industriji-turizm-ta-rekreaciya-z-chim-poltavska-komanda-viborola-i-misce.

СЕКЦІЯ 5 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

EFFECTIVE COMMUNICATION IN IT: INTERNAL AND EXTERNAL INTERACTIONS

В. С. Воробйов, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-11*
С. О. Горбуньова, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Effective communication is a key factor in the success of IT projects, both within teams and in interactions with clients. However, differences in approaches, communication styles, and the lack of clear agreements can lead to mistakes, delays, and misunderstandings [1].

One of the most common issues is miscommunication between departments. Vague instructions and different interpretations of technical requirements can result in incorrect task execution. To avoid such problems, it is essential to formulate clear requests, clarify details when necessary, and use centralized documentation to record agreements.

Another challenge is information overload. During a project, employees often receive a large number of messages from different departments via chats, emails, and planning tools. This makes it difficult to track relevant information, ultimately reducing work efficiency. To address this issue, companies use centralized platforms (Slack, Jira, Confluence) that help structure information and ensure its accessibility [1].

Tension between departments can arise for various reasons. This is why team lead positions require competent individuals who can understand the team and set clear priorities.

Equally important is external interaction – communication between clients and developers. Clients often have higher expectations for a project than the company can deliver, and the lack of a detailed technical specification or cultural differences in communication may lead to dissatisfaction on both sides after project

completion [1]. To minimize these risks, it is crucial to maintain regular information exchange, clearly document requirements, and align expectations at every stage of the project.

Communicating effectively is a critical component of success in the IT domain. By being aware of its significance, actively developing the necessary skills, and implementing them in authentic daily situations, people can improve their collaboration, contribute to successful projects [2].

Thus, the key factors that can enhance communication efficiency in IT are implementing a systematic approach to information management, developing employees' soft skills, and establishing transparent interaction mechanisms between teams and clients.

List of used information sources

1. The Importance of Communication in IT Management: How Diverse Communication Strategies Can Strengthen IT Outcomes. University of Minnesota Online | University of Minnesota Online. URL: https://online.umn.edu/story/importance-communication-it-management-how-diverse-communication-strategies-can-strengthen-it (date of access: 02.04.2025).
2. The Vital Role of Effective Communication in the IT Sector – Lynx Language Solutions. Lynx Language Solutions. URL: https://lynxlanguages.com/the-vital-role-of-effective-communication-in-the-it-sector/ (date of access: 02.04.2025).

THE CONCEPT OF "BUSINESS"

В. Г. Касьян, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-21*
В. Л. Іщенко, *канд. філол. наук, завідувач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The concept of business (from English "business" – affair, work, and occupation) refers to entrepreneurial, commercial, or any other lawful activity aimed at generating profit. It is one of the key components of the economy, integrating resources, investments, know-how, and managerial decisions.

Business can be conducted individually (as a sole proprietor) or by a company (as a legal entity). The main forms of business ownership are as follows:

First form is **sole proprietorship** which means that the business is owned by a single individual, also known as a sole entrepreneur. The owner operates the business on his/her own or may hire employees.

The second form is a **partnership** is a business which is owned by two or more individuals. In most partnerships, each accomplice has boundless risk for trade obligations. Types of partnerships incorporate general partnership, limited partnership, and limited liability partnership (LLP).

The next type of business ownership is a **corporation**. Owners of a corporation have limited liability, and the business exists as a separate legal entity from its owners. Corporations can be both public and private; they may operate as profit or as non-profit organizations.

Cooperatives are the fourth form of business ownership. It is a limited liability enterprise that can be established for profit or non-profit purposes. They are different from corporations as cooperatives have members instead of shareholders, who share decision-making power. Cooperatives are typically classified as consumer or worker cooperatives and serve as a foundation of economic democracy [3].

Limited Liability Company (LLC) is a form of business ownership that protects its owners or shareholders from bankruptcy by operating as a separate legal entity with specific legal protections. To emphasize the importance of LLCs it is worth mentioning that non-corporate businesses or self-employed individuals generally lack such protections.

A system in which entrepreneurs purchase the rights to open and operate a business under a larger corporation's brand is a f**ranchise.** It means a system in which entrepreneurs purchase the rights to open and operate a business under a larger corporation's brand. Franchising is highly prevalent in the USA and represents a major economic force, with one in twelve retail businesses operating under a franchise model [3].

The key business objectives, that are essential for business growth, motivation of the team, and defining the purpose of the business, include the following:

- Financial goals;
- Customer satisfaction;
- Market expansion [4].

Each business has objectives which are defined before the business is started. The main criteria for business objectives:

A) They must be specific;

B) They must be achievable;

C) They must be realistic;

D) They must be time-bound [2].

Business plays an important role in society and the economy. The first benefit that all businesses have is creation of new jobs and reduction of unemployment. Businesses also encourage scientific and technological advancements. The other benefit that each business brings to a society is improvement of living standards. Finally, it makes a contribution to the development of education, science, culture, and healthcare.

List of used information sources

1. Дослідження ринку кави в Україні. 2020 рік. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/issledovanie-rynka-kofe-vukraine-2020-god.
2. Бізнес-план Україна 2019: як правильно скласти і все розрахувати. URL: https://znaj.ua/society/266456-biznes-plan-ukrayina-2019-yak-pravilno-sklasti-i-vse-rozrahuvati.
3. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посіб. Рекомендовано Міністерством освіти і науки України / К. І. Редченко. – 2-е вид., допов. – Львів : Новий Світ-2000, Аьтаїр2002, 2003. – 272 с.
4. Домашній бізнес в Україні. URL: http://Homebiznes.in.ua.
5. Електронна комерція. URL: http://ecommerce.com.ua/.

ADAPTING THE RESTAURANT BUSINESS TO MARTIAL LAW CONDITIONS

У. Ю. Клюєва, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*

Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри іноземних мов – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Running a restaurant business under martial law is extremely difficult for entrepreneurs, as they face various challenges every day. Problems with personnel, disruptions in the supply of food and electricity, a decrease in the number of visitors, security risks – all this affects many factors related to the functioning of the restaurant business. Therefore, restaurant owners are forced to adapt their activities to new realities.

Due to certain factors, there was a need to adapt the restaurant business, with the main areas being:

− debugging logistics: using local resources, cooperation with local food producers, pragmatization of the range, waste minimization;

− changing the work format: introducing food delivery on demand, organizing work in safe places;

− implementing safety measures for staff and guests: flexible work schedules, arranging shelters, using alternative energy sources

− volunteering: participation in charitable initiatives, providing food for military personnel and displaced persons, supporting national producers and businesses;

− optimization of marketing activities: active management of social networks, holding charity evenings, use of partnership programs and franchising [1].

Business is going through hard times, but despite everything, it continues to operate and develop. Certain rules help businesses survive, with five of them being the most effective:

− every crisis has its own characteristics. You need to learn from each event and find something useful for your business;

− strong third-party businesses need to be developed. During a crisis, strengths are clearly felt, so at such moments they should be improved;

− don't give up on your own values. No matter what happens, you can't compromise with yourself;

− planning should be more flexible depending on the situation. It's better to be realistic than to regret that expectations do not match reality;

− find your own supports. These can be some things, practices that help you maintain calm and balance [1].

So, running a restaurant business during martial law is a difficult task for entrepreneurs. It is important for restaurant owners to properly adapt to the new reality and do everything possible to ensure that their business not only survives, but also develops.

List of used information sources

1. Як відновити ресторанний бізнес під час війни: Досвід співвласниці ресторанної мережі Rose Family. П'ять правил, які допомагають не здаватися : веб-сайт URL: https://womo.ua/yak-vidnoviti-restoranniy-biznes-pid-chas-viyni-dosvid-spivvlasnitsi-restorannoyi-merezhi-rose-family/

RESPONSIBLE USE OF WATER RESOURCES IN HOTELS

К. Ю. Краснікова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 3-31*
Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри іноземних мов – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In recent years, the trend of sustainable development has been growing rapidly. More and more people recognize the importance of ecology and quality of life for both our generation and future ones. Even today, people in many countries are witnessing the initial consequences of irresponsible treatment of our planet, such as:

Climate change;
Air pollution;
Plastic pollution;
Ecosystem destruction;
Soil degradation;
Waste accumulation;
Freshwater shortages, and more.

To preserve the environment, society has come up with many innovative ideas for waste recycling and reusing materials. One of the key challenges for scientists is to address the problem of decreasing freshwater availability [1].

The hospitality industry is no exception when it comes to sustainable development. Scientists have already developed and implemented several successful programs and technologies to conserve water resources without compromising guest comfort.

The main approach to tackling this issue has been the introduction of water reuse systems. Special pumps with filtration systems have been created for this purpose. Water purified through such methods is ideal for toilet flushing or irrigation. For instance, one globally renowned company developing water filtration systems is Grundfos. Another significant innovation in this field is rainwater collection systems for technical use [2].

One more well-known water-saving solution is the installation of systems that reduce water consumption without decreasing pressure. These include faucet and shower aerators, sensor-based taps that automatically turn off after use, and drip irrigation for lawns and gardens [3].

In addition to these technologies, health and environmental organizations have developed the GSTC (Global Sustainable Tourism Council) standards to establish global sustainability criteria for all tourism sectors. Certification programs for effective water management in the hospitality industry and other fields have also been introduced. The most well-known among them are Green Key, LEED, and EarthCheck. Hotels that receive these certifications become benchmarks for eco-friendly tourism. As of 2020, more than 3,000 hotels in 65 countries worldwide have been awarded the Green Key certificate. In Ukraine, seven establishments have received this certification, most of them in Kyiv, along with the Radisson Blu Resort in Bukovel, Ivano-Frankivsk region.

Moreover, in August 2023, a nationwide project titled "Restoration and Modernization of Hospitality Facilities Based on Zero Waste & Climate-Friendly Principles" was launched in Ukraine, involving 40 hospitality establishments from across the country. This project provided free online training on implementing waste-free and climate-friendly solutions [4].

Hotels worldwide, including Ukraine, support the idea of sustainable development because it is not only an environmentally responsible approach but also an effective way to reduce costs and enhance their reputation. Innovative water conservation solutions allow hotels to minimize their environmental impact. Given the growing global issue of freshwater shortages, such solutions will become even more relevant in the coming years.

The introduction of new technologies and changes to the essence of the issue have become a real challenge in obtaining knowledge and competencies that will allow young professionals to meet the modern requirements of running a hospitality business.

List of used information sources

1. Han H., Lee J., Trang H., & Kim W. (2018). "Water conservation and waste reduction management for increasing guest loyalty and green hotel practices". International Journal of Hospitality Management.
2. Teng, J., Mu, X., Wang, W., Xu, C., & Liu, W. (2019). "Strategies for sustainable development of green buildings". Sustainable Cities and Society, 44, 215-226.
3. https://www.grundfos.com/ua/about-us/cases/water-reuse-turns-wastewater-into-resource-at-surface-treatment.
4. https://zerowaste.org.ua/2023/08/10/peremozhczi-onlajn-kursu-horeca/
5. https://www.greenkey.global.

CHANGES IN THE LOGISTICS SECTOR IN THE CONTEXT OF A FULL-SCALE WAR IN UKRAINE AND POSSIBILITIES FOR DEVELOPMENT IN THE POST-WAR PERIOD

С. О. Ловцов, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, групи ПТ ПТЛ б-11*
О. А. Кононенко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The full-scale invasion of Ukraine in 2022 divided the life of every citizen into "before" and "after", pointing out to all of us the mistakes and weaknesses. It should also be noted that all areas of activity also accepted the challenge. Among them:

- Metallurgy.
- Agriculture.
- Wholesale.
- Trade sector [1].

The key one among them is the logistics sector.

Logistics is a field of activity that ensures the delivery of all types of goods between enterprises or people, starting from international transportation by land, sea and air transport and ending with the delivery of goods to physical retail outlets or to the customer of an online store using postal services. At the beginning of the war, the logistics sector underwent significant changes. After the air border was closed, any air cargo transportation became impossible. "During the war, about 400 port infrastructure facilities were destroyed," Pro Agro Information Company writes on his Facebook page [2].

This significantly affected the speed and volume of cargo transportation by sea.

Russian aggression has caused damage not only to the logistics elements in the field of international transportation but also to the logistics elements of Ukraine.

For example, "Warehouse space in the Kyiv region decreased from 1.6 million sq.m. at the end of 2021 to 1.3 million sq.m. Moreover, the enemy completely destroyed more than 200 thousand sq.m. of warehouses" [3].

Thanks to an analysis of the number of vacancies in the transport and logistics sector, a recovery of losses of 71% was revealed. According to the Work.ua website, the number of vacancies for the

period from February 2022 to April 2023 increased from 4,147 to 5,807 vacancies. [4] The restoration and development of logistics will not stop under the current conditions. A clear example of this is the logistics company "Nova Poshta", which, despite everything, expanded abroad. According to the data of the head office itself, they delivered more than 315 million parcels and cargoes. [5].

As a conclusion, we can say that the conditions of the full-scale invasion of the Russian Federation have become a reason for the emergence of new ideas in various directions of all spheres of economic activity, in particular logistics, which in turn is gradually reaching a new level, conquering new horizons. Logistics is already much stronger than it was, as much of the destroyed infrastructure has been rebuilt. Participants in this field are improving logistics in every possible way. No possibility of air or sea cargo delivery? There is land! With this principle of operation, logistics has become much faster, more efficient and flexible to rapid changes. In the post-war period, when air and sea transportation will become available again, in our opinion, logistics will become the main factor that can restore our country's economy, improve and accelerate interaction with other states, and bring Ukraine to a new economic level.

List of used information sources

1. https://biz.censor.net/news/3531908/yaki-galuzi-nayibilshe-postrajdaly-vid-viyiny-v-ukrayini?
2. https://www.facebook.com/share/p/1YZpo6m1eK/
3. https://www.ukrinform.ua/rubric-vidbudova/3700927-logisticna-skladova-povoennogo-vidnovlenna-pidhodi-ta-posuk-resursiv.html.
4. https://www.work.ua/articles/analytics/3112/
5. https://novaposhta.ua/istoriya_kompanii.

INFLUENCE OF AI: WORK OF A DESIGNER

А. А. Лушина, *студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

О. А. Кононенко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Nowadays humanity cannot imagine our life without Artificial Intelligence and Machine Learning. These are technologies that allow computers to learn, make decisions, and perform tasks that used to require human intelligence.

Artificial Intelligence is transforming industries worldwide, and the field of design is no exception. From graphic design and user experience to industrial design and fashion, AI-powered tools are reshaping how designers work, enhancing creativity, and automating some special repetitive tasks.

As for design, AI used in this case is a relatively new field, and there is still a lot of debate about what it entails. However, there is general agreement that AI design is concerned with creating systems that are both effective and user-friendly. As the field of artificial intelligence continues to grow, AI design will become increasingly important [1].

AI in design encompasses a broad range of tools and applications, including machine learning, generative design, and natural language processing. With machine learning, AI can analyze large datasets and recognize patterns to predict design trends or recommend design elements tailored to specific preferences. Generative design uses algorithms to create numerous design options based on input parameters, enabling designers to explore a vast array of possibilities and identify optimal solutions.

For graphic designers, AI is already proving transformative. It enables rapid design generation, allowing for quick iterations and dynamic personalization at scale. Rather than replacing human creativity, AI serves as a powerful tool – streamlining repetitive tasks, suggesting design variations, and freeing up designers to focus on higher-level creative thinking [1].

Businesses that understand AI's role in the creative process can unlock new efficiencies while empowering designers to push the boundaries of innovation. The future of design lies in the collaboration between human ingenuity and machine intelligence.

Organizations implementing AI-enhanced creative processes benefit from both operational efficiencies and expanded creative possibilities. A notable example is Gerhard Richter's seminal work 4900 Farben (4900 Colors), where systematic color arrangement demonstrates how algorithmic approaches can enhance artistic production – a concept now accelerated through AI automation.

This synergy between computational processing and human creativity represents an evolution in design practice. Where Richter's color studies required manual systematization, contemporary AI tools now handle such structural tasks, allowing creatives to focus on conceptual development and emotional resonance [3].

The most successful implementations maintain balanced collaboration – using AI for precision tasks (color calibration, pattern generation, asset management) while reserving human judgment for curatorial decisions and creative direction. This division of labor mirrors the effective application of object recognition in safety-critical fields, where AI handles pattern detection while humans maintain supervisory control.

As AI technology advances, it continues to transform web design, offering powerful tools that streamline workflows and elevate creative potential. Platforms like Figma now integrate AI-driven features, enabling designers to work smarter and more innovatively [2].

Modern AI solutions for Figma and other design platforms include:

- **Auto-Layout & Component Generation** – AI suggests optimal spacing, grids, and reusable components.
- **Smart Prototyping** – Generates interactive prototypes based on design inputs.
- **Content-Aware Resizing** – Automatically adjusts designs for different screen sizes.
- **Style & Color Recommendations** – AI analyzes trends to propose visually appealing palettes.
- **Copywriting Assistants** – Generates UX-friendly microcopy for buttons, labels, and calls-to-action [2].

AI will not replace designers – it will empower them. By automating routine tasks, it frees up time for strategic thinking and experimentation, leading to more impactful and user-centered designs.

AI is not just a tool; it is a catalyst for innovation, offering new ways to ideate, experiment, and bring visions to life. But beyond efficiency or technical prowess, there is a deeper truth: the act of creation is what makes us human.

Machines can generate, replicate, and optimize, but they do not feel the joy of a blank canvas, the frustration of a creative block, or the pride of a finished piece. That process – the messy, emotional, profoundly human journey of making something – is irreplaceable. It is how we connect, express, and even understand ourselves.

So, let's embrace AI's power, but never forget our own. The future is not about humans or machines – it is about learning to collaborate, so we can elevate both our creativity and our humanity.

List of used information sources

1. du Sautoy, M. (2019). The Creativity Code: Art and Innovation in the Age of AI. London : Fourth Estate. 320 p.
2. How to design websites with AI: Using AI to simplify the web design process + tips. URL: https://www.hostinger.com/tutorials/how-to-design-websites-with-ai.
3. Artificial Intelligence and the Future of Web Design by Mirza Irfan. URL: https://usabilitygeek.com/artificial-intelligence-and-the-future-of-web-design/

PROFESSIONAL ETHICS IN FINANCIAL COMMUNICATION: THE ROLE OF LANGUAGE AND COMPREHENSION

Р. А. Правденко, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС б-31*

С. О. Горбуньова, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Financial communication plays a key role in today's financial world, enabling interaction between companies, investors, banks, government agencies and clients. However, an essential aspect of this interaction is not only the transfer of financial information, but also its ethical component: transparency, accessibility and absence of manipulation. Problems related to the complexity of financial language, inaccurate reporting, or deliberate manipulation of terminology can lead to serious economic consequences, including financial crises and loss of trust from clients and investors.

The importance of the issue stems from the fact that non-transparent and manipulative financial communication can lead to misunderstanding of lending terms, insurance policies or investment risks. It is one of the main manipulation tools used by companies to conceal risks or present information in a favourable light. For example, the financial crisis of 2008 was largely caused by a lack of clear risk assessment mechanisms and confusing financial statements that created the illusion of stability [1].

The ethics of a financial professional involves not only compliance with legal regulations, but also responsibility for clear and accessible communication. Moreover, according to IFRS

(International Financial Reporting Standards), financial statements should be "understandable, relevant, reliable and comparable", which emphasises the importance of transparent communication [2].

Financial communication is the process of exchanging information between financial institutions, companies, government agencies, investors and clients. Effective financial communication should ensure that information is accurate, transparent and accessible to all market participants.

Financial communication appears in different forms, depending on the area of its application:

- Financial reports – contain information about the income, expenses, assets, and liabilities of companies. According to IFRS, reports must be clear and understandable to avoid financial manipulation.
- Loan and insurance contracts are legal documents that define the obligations of the parties. Some financial institutions deliberately complicate their language, which makes it difficult for clients to understand the real conditions.
- Analytical articles and investment recommendations – used to assess the market situation, risks, and forecast asset returns. The use of unclear models or sample data can mislead investors [5].

Negotiations in the financial sector are particularly noteworthy, where proper communication is crucial for long-term cooperation between companies and partners. Business negotiations in finance require a high level of communication competence, as misinterpretation of terms can lead to financial losses.

In international negotiations, financial communication is complicated by language and cultural barriers. For example, in many Asian countries, avoiding a direct answer may indicate disagreement, while in Western business culture it may be interpreted as uncertainty or evasion of responsibility. A prominent example is the merger of Daimler-Benz and Chrysler in 1998: different communication styles between German and American executives caused misunderstandings and conflicts, which eventually led to the collapse of the alliance [4].

The translation of financial documents is yet another important factor. In international transactions, inaccuracies in translations can change the meaning of financial terms, which affects the legal liability of the parties. For example, an incorrect interpretation of a

term can lead to a financial dispute worth hundreds of millions of dollars.

Effective financial communication plays a critical role in negotiations with partners, investors and international companies. In 2012, the European Central Bank mandated that financial institutions simplify the language in their customer agreements. A study showed that the level of understanding of loan terms among customers increased by 30 % [3].

The following practical recommendations for financial professionals can be made based on the analysis:

1. Adherence to the principle of transparency – financial reports, contracts and communication materials should be understandable to all stakeholders, including non-professional investors.
2. Avoidance of financial jargon and complex structures – clear wording and explanations should be used, especially in communication with clients and partners.
3. Ethical standards in financial reporting – companies should adhere to the principles of honesty and compliance with international standards (IFRS, GAAP), which prevents possible manipulations.
4. Regular training and professional development – financial professionals should constantly improve their communication skills, learn best practices in financial reporting and avoid manipulative techniques.
5. Openness in negotiations – business communications should be based on the principles of honesty and avoidance of hidden conditions, which will facilitate long-term cooperation [2].

In summary, competent financial communication is crucial for market stability, efficiency of financial transactions and customer confidence. Adherence to ethical standards and the use of plain language will improve the quality of financial services, minimise the risks of manipulation and contribute to a transparent and reliable financial environment.

List of used information sources

1. Gary Stix “The Science of Economic Bubbles and Busts” (2009). URL: https://www.scientificamerican.com/article/the-science-of-economic-bubbles/
2. Elif Baykal “Transparency in Financial Communication” (2019). URL: https://www.researchgate.net/publication/332644637_Transparency_in_Financial_Communication.

3. Emlyn James Ngwiri “Financial Ethics And Investor Confidence” (2017). URL: https://ir-library.ku.ac.ke/server/api/core/bitstreams/dfb7dee1-17d6-4d10-bd00-8469fd36996f/content.
4. Ethics at the Centre of Global and Local Challenges: Thoughts on the Future of Business Ethics (2022). URL: https://link.springer.com/article/10.1007/s10551-022-05239-2.
5. Офіційні стандарти IFRS (International Financial Reporting Standards) URL: https://www.ifrs.org (дата звернення: 27.03.2025).

QUALITY OF HIGHER EDUCATION IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS: PROBLEMS CHALLENGES AND PROSPECTS

Д. П. Решетняк, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 3-31*
Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри іноземних мов – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The quality of higher education plays a crucial role in training professionals for the hospitality industry. With the growing competition in this field, educational institutions must maintain high standards of training to ensure that graduates meet industry demands. However, various challenges encourage increased efficiency of hospitality education, requiring a comprehensive approach to improving its quality.

One of the key issues is the lack of relevance of many educational programs to current market needs. A significant number of courses do not align with industry requirements, leading to a gap between theoretical knowledge and practical skills. To address this, it is necessary to integrate more hands-on training into the learning process [1].

Another major challenge is insufficient funding. Many educational institutions face limited resources for developing teaching materials, implementing modern technologies, and improving infrastructure. Additionally, there is a lack of significant investment in laboratories and training facilities, which negatively impacts the quality of education.

The variability of accreditation standards also presents a problem. Different institutions follow different accreditation requirements, which can lead to inconsistencies in the quality of education. This, in

turn, creates difficulties in diploma recognition and evaluation, making it harder for graduates to prove their qualifications on the job market [6].

The rapid evolution of the hospitality industry further complicates the situation. New technologies and consumer trends require constant updates to educational content. Universities and colleges must regularly revise their curricula to ensure that graduates are well-prepared for the modern requirements to the workforce. Furthermore, global challenges, such as pandemics, have demonstrated the need for flexibility in hospitality education.

The qualifications of teachers are another critical factor. There must be a balance between theoretical knowledge and practical experience among instructors. Additionally, continuous professional development programs should be introduced to ensure that teachers remain up to date with industry trends [4].

Student engagement and motivation also affect the quality of education. Many students are low motivated, the latter leads to high dropout rates from hospitality programs. Educational institutions must implement strategies to encourage student participation and interest in the field [3].

To improve the quality of hospitality education, universities and colleges should actively incorporate modern technologies. The use of online learning platforms and simulation programs can enhance the learning experience and make education more accessible. Innovative teaching methods, such as case studies and interactive workshops, also contribute to better knowledge retention.

Another important aspect is collaboration within the industry. Establishing partnerships between universities and hospitality businesses allows students to gain real-world experience through internships and practical training. It is also essential to involve industry representatives in curriculum development to ensure that educational programs remain relevant to market needs [2].

The adoption of international standards is another promising direction. Aligning educational programs with global quality benchmarks will not only improve the reputation of hospitality education in Ukraine but also open opportunities for cooperation with foreign institutions. Exchange programs and international internships can provide students with valuable cross-cultural experiences and increase their competitiveness in the global job market [5].

The quality of higher education in the hotel and restaurant business is influenced by numerous factors, including curriculum relevance, funding, accreditation standards, and industry trends. To ensure that graduates are well-prepared for the work, educational institutions must actively adapt to changes, integrate modern technologies, and strengthen partnerships with the hospitality industry. Achieving high standards in hospitality education requires the collective efforts of universities, businesses, and policymakers to create a comprehensive and effective learning environment.

List of used information sources

1. Brotherton, B. (2003). Researching Hospitality and Tourism: A Practical Guide. SAGE Publications.
2. Morrison, A. M. (2018). Hospitality Management: A Brief Introduction. Cengage Learning.
3. Kearns, G. (2012). The Influence of Work-Integrated Learning on Graduate Employability in the Hospitality Industry. Journal of Hospitality and Tourism Education, 24(3), 29-37.
4. Patterson, I., & Pan, B. (2014). Quality Management in Hospitality Education: Lessons from the Industry. Journal of Hospitality & Tourism Research, 38(1), 2-22.
5. Mok, K. H., & Zhou, M. (2012). Higher Education Policy in Asia: Evolving Discourses and Practices. Asia Pacific Journal of Education, 32(4), 385-398.
6. Quality Assurance Agency for Higher Education (QAA). (2018). UK Quality Code for Higher Education.

THE PROBLEM OF DEVELOPING COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

А. В. Рибалко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 3-21*
С. О. Горбуньова, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In the modern world, the hotel and restaurant business is one of the most competitive industries, where success largely depends on the quality of service. A central component of this process is the communicative competence of employees – the ability to communicate effectively with clients and among themselves. However, the

development of this skill faces numerous challenges, such as insufficient staff training, language barriers, emotional difficulties, and poor internal coordination [1]. My experience working in a café provides practical examples to illustrate these issues and highlight their relevance.

One of the key problems is the language barrier, which complicates interaction with foreign clients. While working in a café, I once served a guest who had a poor command of the Ukrainian language. My English skills proved insufficient to quickly understand his order, so I resorted to gestures, smiles, and even drawings on a napkin to establish contact. This situation demonstrated that without basic proficiency in foreign languages, service industry workers can find themselves in a difficult position, leaving the client dissatisfied. This is not just my personal challenge but a typical scenario for many establishments where staff does not receive adequate training [2].

Another aspect is the ability to handle conflict situations. On one occasion, a client entered the café irritated by a delay in their order due to a high number of visitors. I had to remain calm, apologize, and explain the reason for the delay while offering a small complimentary gesture from the establishment – a cup of coffee. This experience taught me that communicative competence involves not only words but also emotional resilience and the ability to respond quickly to complaints. Without these skills, the conflict could have escalated, negatively impacting the café's reputation [2].

The issue of internal communication is also highly significant. During one shift, I asked a colleague to relay a client's special request to the kitchen – to prepare a dish without salt. However, due to unclear communication or inattention, the information was relayed incorrectly, and the client received a dish that did not meet their expectations. This led to dissatisfaction and required additional effort to rectify the situation. This example illustrates that poor coordination among employees can undermine even the best intentions to provide quality service [3].

Thus, my experience working in a café underscores that the development of communicative competence in the hotel and restaurant business faces a range of challenges. To overcome them, it is necessary to implement regular training for staff, including the study of foreign languages, the basics of conflict management, and principles of effective internal communication. Without these measures, even a high level of professionalism in food preparation or

establishment management can be rendered ineffective due to misunderstandings or emotional barriers. Communicative competence is not just a skill but a tool that builds a positive image for the establishment and ensures client loyalty.

List of used information sources

1. Формування маркетингових комунікацій у готельно-ресторанному бізнесі. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/marketing_communications.htm.
2. Офісне спілкування: 10 заповідей внутрішньої комунікації. URL: https://notagroup.com.ua/ofisne-spilkuvannya-10-zapovidej-vnutrishnoyi-komunikaciyi/
3. Технології та інновації, які змінюють ресторанний бізнес. URL: https://sfii.gov.ua/tehnologiyi-ta-innovaciyi-yaki-zminyuyut-restorannij-biznes.

ENVIRONMENTAL AWARENESS IN UKRAINE

Ю. О. Свінцова, *студентка спеціальності Підприємництво, торгівля і логістика, група ПТЛ б-41*
С. О. Горбуньова, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In Ukraine, as in many other countries around the world, the environmental situation leaves much to be desired. Air, water, and soil pollution, deforestation, and loss of biodiversity are just a few examples. Effective environmental education is the key to fostering environmental awareness and responsible behavior necessary for the sustainable development of our country. Successful resolution of environmental problems in Ukraine is only possible through close cooperation between the government, business, social organizations and international partners [1].

One of the main problems that hinder the formation of environmental awareness and active citizenship among the population is the insufficient integration of environmental knowledge into the curriculum at all levels of education, from preschool to higher education. Often, environmental issues are dealt with superficially, without adequate delving into the essence of the problems and finding ways to solve them. Outdated teaching methods are also a serious obstacle. Traditional lectures and textbooks that do not take into account current trends and needs are not able to interest pupils and students in

studying environmental issues. The lack of qualified teachers capable of effectively teaching environmental disciplines further complicates the situation. Limited access to modern teaching materials and technologies, such as interactive programs, videos, and online resources, also negatively affects the quality of environmental education. The low interest of pupils and students in studying environmental issues is a consequence of the above problems. The absence of a clear state strategy for the development of environmental education also complicates the situation, as it does not allow for the coordination of efforts of various stakeholders and a systematic approach to problem solving [2].

It is necessary to integrate environmental knowledge into the curricula of all levels of education, from pre-school to higher education [1]. Developing interactive and practically oriented teaching methods, such as games, field trips and projects, is important to get pupils and students interested in learning about environmental issues. Involving pupils and students in environmental campaigns and initiatives, such as cleaning up areas, planting trees and sorting waste, helps to foster active citizenship and a responsible attitude towards the environment. Examples of successful educational programs in Ukraine, such as environmental clubs and school projects, usually involving tree planting and forest cleaning, show that positive change is possible [3].

International cooperation plays an important role in solving environmental problems and developing environmental education in Ukraine. Ukraine's participation in international environmental programs and projects, such as the United Nations Framework Convention on Climate Change and the Convention on Biological Diversity, facilitates the exchange of experience and technologies with other countries in the field of environmental protection and environmental education. Cooperation with international organizations and funds to finance environmental projects, such as the Global Environment Facility and the United Nations Development Program, helps ensure their financial sustainability.

Examples of Ukraine's successful international cooperation, such as participation in the Kyoto Protocol and cooperation with the European Union in the field of environmental protection, make it clear that any turn of events is possible. The development of international partnership requires Ukraine's active participation in international forums and conferences, as well as support for international initiatives and programs [4].

Business, in its turn, is no different from educational institutions in terms of its responsibilities and problems.

In order to improve the environmental situation and develop environmental education in Ukraine, a number of measures need to be taken, such as integrating environmental knowledge into the curricula of all levels of education, developing interactive and practice-oriented teaching methods, involving pupils and students in environmental actions and initiatives, training qualified teachers, raising public awareness of environmental problems and ways to solve them, developing partnerships between the state, business and social organizations and attracting international [2].

Partnership between the state, business, public organizations and international partners is an important factor in achieving sustainable development of Ukraine. Active participation of every citizen in solving environmental problems and supporting environmental education is a prerequisite for ensuring environmental safety and sustainable development of our country.

List of used information sources

1. Про концепцію екологічної освіти в Україні. МОН України; Рішення, Концепція від 20.12.2001 № 13/6-19. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v6-19290-01#Text.
2. Головна | Журнал «Екологія підприємства». Головна | Журнал «Екологія підприємства». URL: https://e.ecolog-ua.com (дата звернення: 02.04.2025).
3. Білявський Г. О. Екологічна освіта. Енциклопедія Сучасної України. URL: https://esu.com.ua/article-18681 (дата звернення: 02.04.2025).
4. Який стан сучасної екологічної освіти в Україні? URL: https://www.ekoltava.org/2023/03/09/yakyj-stan-suchasnoyi-ekologichnoyi-osvity-v-ukrayini (дата звернення: 02.04.2025).

THE MODERN LEGAL SYSTEM OF UKRAINE

М. О. Сулима, *студент спеціальності Право, група ПР б-21*
В. Л. Іщенко, *канд. філол. наук, завідувач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The legal system of Ukraine is currently undergoing an extremely challenging period due to the full-scale Russian invasion. This situation is fostering the creation of an entirely new legal system for

a sovereign, independent, democratic state. Ideally, this process should balance two aspects: on the one hand, it should take into account contemporary globalization processes; on the other hand, it must respect the country's unique historical and cultural development. However, both the Ukrainian legal system and the public and professional legal consciousness retain a significant number of stereotypes inherited from the Soviet socialist legal system. These remnants create a dual perception of various legal institutions [1, p. 163].

Thus, this study aims to analyze the modern legal system of Ukraine. First and foremost, the legal system of Ukraine is a coherent, structurally organized framework, governed by legal sources and other juridical instruments, ensuring the maintenance of proper legal order – a fundamental condition for the functioning and development of Ukrainian society [2, p. 125].

It is crucial to adhere to the principle of historicism in the study of Ukraine's legal system. If we paraphrase the classics of Marxism-Leninism, we can argue that every phenomenon should be examined: historically, only in connection with other (typically homogeneous) legal categories, and in relation to specific historical experiences.

The uniqueness of Ukraine's legal system is shaped by several historical factors:

1. Its genetic link to Rus'ka Pravda, the first codification of customary law in Kyivan Rus, which marks the starting point of the country's legal tradition.

2. The influence of Polish-Lithuanian law, particularly through the granting of "privileges" on rights and liberties to Ukrainian nobility, townspeople, clergy, and later the Cossacks.

3. The application of Magdeburg Law in Ukrainian cities (13th-18th centuries), one of the most notable systems of municipal law.

4. The state-legal experience of the Hetmanate (Zaporizhian Army), reflected in the political programs and legislative practices of Ukrainian hetmans. Notably, the Pacts and Constitutions of the Rights and Freedoms of the Zaporizhzhian Host by Pylyp Orlyk (1710).

5. The presence of Ukrainian lands within various state formations (Russian Empire, Austro-Hungarian Empire, Poland, etc.) throughout the 18th-20th centuries, which exposed Ukraine's legal system to multiple legal traditions.

6. The state-legal experience of the Ukrainian Revolution (1917-1921), reflected in the legal acts of the Central Rada, the Ukrainian People's Republic, the Western Ukrainian People's Republic, and the Ukrainian State under Hetman P. Skoropadskyi, the Directorate, and the Ukrainian Soviet Socialist Republic.

7. The period of the Ukrainian SSR as a part of the Soviet Union, during which Ukrainian law was classified as belonging to the socialist legal family.

8. The formation of an independent Ukrainian legal system following the Declaration of State Sovereignty (1990) and the Act of Independence of Ukraine (1991). The adoption of the 1996 Constitution of Ukraine was crucial in defining the legal foundations for further economic, political, and socio-cultural development, as well as outlining key reforms in Ukraine's legal system [3, p. 240].

Despite significant transformations, Ukraine's legal system has faced considerable challenges over a relatively short period. The transition from a class-based to a universal human rights-based understanding of law led to a radical shift in the country's legal framework in the early 1990s. As Ukraine actively pursued legal reform, embracing a more permissive (dispositive) legal regulation method, it became deeply involved in globalization processes. This dual challenge places the Ukrainian legal system at a crossroads: to preserve its national legal identity, and to harmonize with global legal unification trends.

In the 21st century, Ukrainian society is in a fundamentally different position compared to the Soviet period. Recent democratic transformations have brought radical legal changes, paving the way for a rule-of-law state where legal policy prioritizes human rights protection, legality, and the presumption of innocence. Another critical component of this transformation is the effective functioning of the Ukrainian judicial system in accordance with European standards – a process often referred to as the "Europeanization" of Ukrainian courts [4, p. 300].

Thus, this study has examined the features of Ukraine's modern legal system, leading to the general conclusion that Ukraine's legal framework is a coherent, structured system of legal sources and juridical instruments that facilitate proper legal order, which is essential for societal stability.

List of used information sources

1. Дячишин Я. Основні риси сучасної правової системи України: теоретичні аспекти. *Інформація і право*. 2013. № 1. С. 163–169.
2. Цвєткова Ю. Місце правового звичаю у правовій системі України. *Підприємництво, господарство і право*. 2010. № 12. С. 125–128.
3. Оніщенко Н. М. Правова система та інші правопізнавальні конструкції: співвідношення та взаємообумовленість. (теоретико-правове дослідження) : монографія. Київ : Фенікс, 2007. 284 с.
4. Петров Р. Європеїзація української судової системи як складова євро інтеграційної політики України. *Право України*. 2012. № 1/2. С. 300–306.

ACTIVITIES OF UKRAINIAN THINK TANKS IN CONDITIONS OF FULL-SCALE WAR

В. В. Торяник, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-41*
О. А. Кононенко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Today, we can observe a significant increase in the importance of think tanks in shaping the political environment. Ukraine is forced to respond to challenges, in particular, those related to war, taking into account the interests of the state, civil society and international partners. Therefore, we consider it appropriate to highlight the peculiarities of work of think tanks in conditions of war.

In general, think tanks are public and private non-profit organizations that conduct policy research and policy consulting. The activities of these organizations ensure a constant exchange of ideas and information between science and politically interested circles (parties, politicians, the public) in developed democratic countries. High qualification and expertise significantly distinguish them from other non-governmental organizations. The main target groups of think tanks are research institutes and universities, members of parliament, political parties, ministerial offices and international organizations. There are fewer customers among entrepreneurs, trade unions, and other non-profit organizations [3]. The most common products of think tanks include:

- books and monographs;
- green papers/white papers;
- quarterly and annual digests;
- policy papers;

− policy briefs;
− infographics;
− 1–2 page policy updates on demand [4].

The full-scale russian invasion affected the working conditions of think tanks – also called «policy institutes», «brains trusts», «think factories». According to the research paper «Think tanks as civil society organizations in Ukraine», the most significant problems and obstacles caused by the war are:

− physical danger as a result of hostilities;
− a sharp increase in psychological stress and exhaustion (burnout) of employees;
− suspension or significant slowdown/postponement of planned work or research activities;
− there is a significant lack of funds to pay salaries to employees;
− increased uncertainty, particularly about business prospects and the near term (next 6–18 months);
− loss of relevance of the topic(s) addressed by the organization;
− loss of some team members (due to dismissal, joining the Ukrainian Defence Forces, going abroad, etc.);
− internal communication between team members is difficult;
− lack of resources (human, material) for effective communication about think tank products to target audiences [2].

Some think tanks were forced to stop their activities due to the listed reasons. However, others adapted and continued to perform their main tasks: research of important topics, analysis of the adopted decisions and the results of their implementation, provision of direct recommendations. Since the beginning of the full-scale invasion, policy institutes have focused on wartime projects:

− assessment of damage to infrastructure and human capital and determination of needs for post-war reconstruction and development of Ukraine;
− research of the best practices of reconstruction of countries that have experienced similar periods of crisis and war;
− analysis of normative legal acts, decisions of international partners affecting Ukraine;
− formation of proposals to political, public figures and other actors and stakeholders of the restoration of Ukraine.

The analytical component is accompanied by a process of advocacy and communication of materials produced by think factories. Directing efforts to an international audience, among the key goals of Ukrainian think tanks in this direction are:

− broadcasting the current situation in Ukraine and emphasizing the importance of supporting and developing the defense capabilities of our country;

− positioning of Ukraine as a reliable and promising partner for foreign economic relations;

− voicing the need for financial, material, human and other resources for effective reconstruction.

Therefore, a full-scale war only strengthens the role of think tanks in shaping public policy and making rational decisions. A special direction of the work of Ukrainian brains trusts today is drawing the attention of the international community to the urgent problems and needs of Ukraine. Activities on the international arena also include the presentation of our country as a democratic, independent and legal pro-European state. Therefore, the Ukrainian authorities should closely cooperate with think tanks and promote their development [1].

List of used information sources

1. Chehors'ka, H. R. and Prykhnenko, M. I. (2021), «Think tanks in Ukraine and their role in shaping the State's foreign policy», Visnyk students'koho naukovoho tovarystva DonNU im. Vasylia Stusa, vol. 2, № 13, P. 78–82.
2. Christoph, L., Melnyk, L. and Shapovalov, S. (2023), «Think tanks as civil society organisations in Ukraine», Research Paper, URL: https://iep-berlin.de/site/assets/files/2397/study_think_tanks_as_ civil_society_organisations_in_ukraine.pdf.
3. Klymenko, O. (2007), «Fabryky dumok»: vplyv neuriadovykh orhanizatsii na polityku demokratychnykh derzhav. Political studies, 2, 90-99, URL: http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0000754328.
4. Yesmukhanova, Y. (2019), Assessment of policy relevant research in Ukraine. International Renaissance Foundation. URL: https://www.irf.ua/wp-content/uploads/2019/10/ttdi_zvit8_eng.pdf.

TOURISM IN UKRAINE: A PATH TO PROSPERITY?

А. Г. Фелоненко, *студент спеціальності Туризм, група Т м-11*

Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*

Полтавського університету економіки і торгівлі

Tourism plays a significant role in the economic and cultural development of any country. Ukraine, with its rich history, diverse

landscapes, and cultural heritage, has great potential to become a major tourist destination. Over the past decades, tourism in Ukraine has undergone many changes, influenced by political, economic, and social factors. This study gives the idea about the evolution of tourism in Ukraine, from its state 20 years ago to its present condition, and discusses future prospects [1].

Several factors contribute to the development of tourism in Ukraine: first of all, cultural and historical heritage – Ukraine is home to UNESCO-listed sites such as Saint Sophia Cathedral in Kyiv, the historic center in Lviv, and the wooden churches of the Carpathian region. These landmarks definitely attract cultural tourists from around the world.

Diverse landscapes offer natural attractions to Ukraine, from the Carpathian Mountains, which are ideal for hiking and skiing, to the Black Sea coastline, popular for summer vacations.

Affordable prices are another important argument in favor of choosing Ukraine for travel. Compared to other European destinations, Ukraine offers relatively affordable travel options, including accommodation, food, and entertainment.[2]

Improved infrastructure – the development of new roads, international airports, and improved public transportation has made traveling within Ukraine more convenient.

Government support and reforms provided significant support and carried out the necessary reforms. Various initiatives, such as visa-free regime for EU countries and other countries, contributed to the development of international tourism. Various initiatives, such as visa-free travel for EU and other countries, have boosted international tourism.

Two decades ago, tourism in Ukraine was relatively underdeveloped. The country was still recovering from the collapse of the Soviet Union, and many aspects of its economy, including tourism, lacked proper investment and infrastructure. Key characteristics of tourism in Ukraine 20 years ago included:

− limited international visitors – most tourists were from neighboring post-Soviet countries;

− poor infrastructure – Transportation, hotels, and tourist facilities were outdated;

− lack of promotion – Ukraine was not widely recognized as a tourist destination in the global market;

− focus on domestic tourism – most Ukrainians traveled within the country due to economic constraints [1].

Tourism in Ukraine has made significant progress in recent years. Some key developments include:

− growth of city tourism – Kyiv, Lviv, and Odesa have become popular tourist cities, attracting visitors with their unique architecture, cuisine, and entertainment.

− cultural festivals and events – International music and film festivals, such as the Leopolis Jazz Festival in Lviv and the Odesa International Film Festival have gained popularity.

− iIncreased international tourism – more foreign visitors come to Ukraine due to improved air travel connections and visa-free policies.

− development of eco-tourism – the Carpathian region and national parks attract nature lovers, promoting sustainable tourism.

− challenges – despite these improvements, the tourism industry faces challenges, including political instability, the impact of military conflicts, and the need for further infrastructure modernization. [2]

The future of tourism in Ukraine depends on several key factors:

− improving infrastructure – investments in roads, airports, and public transport will make travel easier and more comfortable for tourists;

− digitalization – online platforms for booking hotels, guided tours, and local experiences can help attract more visitors;

− promoting Ukraine as a safe destination – overcoming the effects of political conflicts and improving the country's international image will be crucial for tourism growth;

− developing New Tourism Segments – Ukraine has potential for medical tourism, wine tourism, and adventure tourism, which could attract a wider audience.

Tourism in Ukraine has come a long way over the past 20 years, evolving from a relatively unknown destination to a country with growing tourism potential. While challenges remain, continued investment in infrastructure, safety, and promotion can help Ukraine become a major tourist hub in Eastern Europe. With its rich cultural heritage, natural beauty, and affordable travel options, Ukraine has the opportunity to turn tourism into a key driver of economic growth and prosperity.

List of used information sources

1. Karabaza, Iryna & Kozhukhova, Tetiana & Ivanova, Natalia. (2020). Development of Tourism in Ukraine: Trends and Factors that Create the Negative Image. Scientific Conference on Economics and Entrepreneurship Proceedings. 38-43. 10.7250/scee.2019.006.
2. Туристична діяльність в Україні. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

ГІБРИДНІ СИСТЕМИ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ

Б. А. Грушицький, *студент спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У тезах розглянуто концепцію гібридних систем машинного перекладу, які поєднують різні підходи для досягнення вищої якості перекладу. Проаналізовано основні типи гібридних систем, їхні переваги та недоліки, а також наведено приклади їхнього застосування.

Машинний переклад є ключовим інструментом у сучасному світі, де швидкий та точний переклад відіграє важливу роль у міжкультурній комунікації. Традиційно розглядають три основні підходи до автоматизованого перекладу: заснований на правилах (RBMT), статистичний (SMT) та нейронний (NMT). Кожен з цих підходів має свої переваги та недоліки, що обмежує їхню ефективність у певних випадках. Саме тому з'явився гібридний підхід, який поєднує сильні сторони різних методів перекладу, щоб підвищити якість перекладених текстів [3].

Гібридні системи машинного перекладу можуть поєднувати різні методи. Один із популярних підходів базується на комбінації RBMT та SMT. У такому випадку система спочатку використовує правила для аналізу тексту та синтаксичного розбору, а статистичні алгоритми – для вибору найбільш імовірного варіанту перекладу. Така модель дозволяє забезпечити баланс між строгістю правил і гнучкістю статистичних моделей [1]. Інший поширений варіант – поєднання SMT і NMT, де статистичні методи допомагають у попередній обробці тексту, а нейронні мережі – у фінальному формуванні перекладу. Це дозволяє значно покращити природність тексту, зменшити кількість синтаксичних помилок і забезпечити адаптивність системи до різних типів текстів [5]. Також можливе використання всіх трьох методів у комплексі – RMT, SMT та NMT, що дає змогу досягти максимальної точності та узгодженості перекладу.

Наприклад, така стратегія може застосовуватися у перекладі технічної документації, де важлива точність термінології, але й важливо адаптувати текст до контексту [4].

Найвагомішою перевагою гібридних підходів є можливість поєднання сильних сторін кожної технології. Вони забезпечують точність завдяки використанню правил, зберігають гнучкість завдяки статистичному підходу та підвищують природність тексту за допомогою нейронних мереж [2]. Крім того, такі системи є адаптивними до нових мовних пар та специфічних галузей знань, що робить їх універсальними для різних стилів текстів.

Проте існують і недоліки. Основним з яких є складність реалізації: інтеграція різних методів вимагає значних обчислювальних ресурсів та експертних знань у галузі лінгвістики та штучного інтелекту. Також гібридні системи можуть бути повільнішими за чисто нейронні або статистичні аналоги через потребу в додатковій обробці даних [2].

Гібридні системи знаходять широке застосування у різних сферах, де важлива висока якість перекладу. Наприклад, компанія Microsoft застосовує гібридні методи у своєму Bing Microsoft Translate, що дозволяє отримувати якісніший переклад спеціалізованих текстів. Подібні технології також використовуються в автоматизованому перекладі юридичних та медичних документів, де точність має критичне значення [5]. Гібридні системи також застосовуються у сфері фінансової документації. Деякі фінансові компанії інтегрують гібридні механізми у свої системи сервіси для оброки звітності та юридичних контрактів. Ще один приклад – переклад наукових статей у сфері медицини та фармацевтики. Гібридні підходи дозволяють системам коригувати специфічну термінологію та синтаксис, забезпечуючи точність та зрозумілість текстів. У цьому випадку поєднання статистичних моделей і правил допомагає досягти оптимального результату. Крім того, гібридні системи активно застосовуються у сфері локалізації програмного забезпечення. Компанії, які працюють з великими обсягами контенту, використовують такі технології для швидкого та якісного перекладу інтерфейсів, довідкових матеріалів і технічної документації.

Гібридні системи машинного перекладу є перспективним напрямом у розвитку автоматизованого перекладу. Вони поєднують сильні сторони різних методів і дозволяють досягти

кращих результатів порівняно з окремими підходами. Незважаючи на виклики, пов'язані з їхньою реалізацією, такі системи мають значний потенціал у сфері професійного перекладу, особливо для вузькоспеціалізованих текстів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Koehn P. Statistical Machine Translation. Cambridge University Press, 2010. 433 с.
2. Веселовська Г., Радецька С. Машинний переклад: його типологія, переваги та недоліки. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Т. 7. С. 23–27.
3. Гречуха С., Кузебна О. Системи машинного перекладу: Оглядовий аналіз. *«Молодий вчений»*. 2017. Т. 2. С. 372–375.
4. Гібридна система машинного перекладу технічних текстів на флективні мови / Н. Козоріз та ін. *ВІСНИК Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Фізико-математичні науки.*. 2015. Т. 4. С. 139–144.
5. Ольховська А., Рибалка А. Експериментальне дослідження з вивчення впливу використання систем машинного перекладу на якість перекладу текстів в галузі нейробіології. *Молодь і ринок*. 2021. Т. 11–12. С. 62–66.

ФРАЗЕОЛОГІЗМИ В АНГЛІЙСЬКІЙ ХУДОЖНІЙ ЛІТЕРАТУРІ

К. О. Дажук, *студентка спеціальності Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська, група ФІЛ б-31*

В. В. Стеценко, *канд. екон. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На сьогоднішній день в художній літературі можна зустріти безліч різноманітних та цікавих фразеологізмів. Вони не тільки надають емоційності, та висловлювання образності, а ще й проявляють найтонше значення чи опису ситуації або явища. Тому наразі є дуже важливо уміти правильно перекладати та розуміти значення фразеологізмів, а особливо в англійській художній літературі. Фразеологізм (ідіоми) – це стійке словосполучення, що виступає в мові як неподільний за значенням вислів. Основними характеристиками фразеологізмів є стійкість, цілісність та метафоричність, це також поєднання одного слова з

іншим, яке передає певне значення [5]. Суть Ідіом у тому, що ми не можемо дослівно перекладати їх значення, як наприклад «to break a leg» – означає не зламати ногу, а бажати успіху. «it's not my cup of tea» – щось, що не дуже до смаку/не дуже подобається. Існують такі Основні підходи ідіом: некомпозиційний підхід, який вважає їх як довгі слова що поводяться як лексичні записи у семантичному та синтаксичному ключі.

Та композиційний підхід, що зосереджує увагу на їх семантичній структурі та можливих наслідків. ідіоми можуть відрізнятися за трьома ортогональними семантичними вимірами: композиційність, умовність і прозорість.

Композиційність стосується ступеня, до якого фразове значення, може бути проаналізовано завдяки внесків частин ідіом; Умовність стосується ступеня, до якого ідіоматичні значення непередбачувані на основі знання компонентів слова окремо та знання конвенцій певного мовного середовища; Як ми знаємо, найкращий метод дізнатися значення ідіоми це помітити його у контексті. Відтоді, у новелі «The Adventure of Tom Sawyer» by Mark Twain ми можемо знайти та проаналізувати безліч цікавих ідіом у контексті. – «My father's sagacity with spur-of-the-moment words often delivered him from many an embarrassing confrontation», ідіома «Sagacity» – володіти гострим почуттям проникливості.

– «When Aunt Polly says, «Hang the boy», – роздратований, ставати агресивним. – «If it is, it ain't in this one-horse town». «One-horse town» – маленьке неважливе,непримітне місце – «Oh, aunty, my sore toe is going to fall off». «fall off» – зменшуватися в кількості, якості, відвалитися – «I ain't doing my duty by that boy, and that's the Lord's truth, goodness knows» «to do a duty» – виконати те що від когось очікують, вимагають – «Often, the less there is to justify a traditional custom, the harder it is to get rid of it».

«to get rid of» – позбутися Ідіоми недоречно перекладати буквально, бо вони не матимуть жодного сенсу, тому саме Аспекти етимології та словосполучення впливають на якісний переклад, щоб перекладач підібрав найближче та більш коректне значення ідіоми [5].

Наприклад: «I can't stand it» – я не можу цього терпіти, або «be under the weather» – почуватися зле, хворіти. «to be snowed under» – бути перевантажений роботою Ідіоми відіграють дуже важливу роль у художній літературі. Письменник через них

показує своє ставлення до зображуваних в творі подій, виділяє та наголошує на смисловій та стильовій позиції мовних засобів.

Отже, усі ці ї фразеологізми в англійській художній літературі надають краси, переконливості, образності емоційності та неабиякої виразності. Їх ознаками є метафоричність, емоційність та експресивно-емоційне забарвлення. Без знання фразеологізмів досить складно дійсно розуміти значення та ідею думки автора. Фразеологізми також допомагають наблизити нас не тільки до персонажа а і до самого автора.

Список використаних інформаційних джерел

1. https://webpen.com.ua/pages/vocabulary/
2. https://www.merriam-webster.com/
3. https://academia-pc.com.ua/product/305.
4. Borer, Hagit, 2005. The Normal Course of Events. Structuring Sense, Volume II. Oxford University Press, Oxford.
5. Cacciari, Cristina, Glucksberg, Sam, 1991. Understanding idiomatic expressions: The contribution of word meanings'. In: G. B. Simpson, Understanding Word and Sentence. Elsevier Science Publishers, North-Holland. P. 217–240.
6. https://anylang.net/ru/books/en/priklyucheniya-toma-soyera/read.

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «INTERNET» В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

Д. Ю. Кабак, *студент спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасній когнітивній лінгвістиці концепт трактується як ключовий елемент концептосфери – ментального простору, що структуровано знаннями, досвідом і уявленнями людини про світ. Зокрема, концепт «Internet» постає як результат і засіб комунікативної та інформаційної революції, що глибоко інтегрувався в повсякденне життя. Вербалізація цього концепту у мові дозволяє простежити, якими мовними засобами виражається уявлення про цифрову мережу та її функціональні, соціокультурні й технічні аспекти.

Процес вербалізації полягає у перетворенні ментального змісту концепту «Internet» на мовні одиниці – лексеми, фразео-

логізми, словосполучення. Це дозволяє виявити, як саме концепт інтернету інтерпретується в англомовній картині світу. Центральним носієм концепту є іменник «internet», що репрезентує глобальну інформаційну систему зв'язку. Його семантичне поле включає ідеї зв'язку, доступу до знань, цифрової взаємодії, а також швидкості та віртуальності.

Згідно з «Cambridge Dictionary», слово «internet» визначається як:

- ✓ Велика система комп'ютерів, з'єднаних між собою по всьому світу, що дозволяє людям обмінюватися інформацією та спілкуватися.
- ✓ Середовище для отримання інформації, спілкування, розваг, навчання, роботи тощо [1].

В англійській мові концепт «Internet» вербалізується як напряму, так і опосередковано через пов'язані лексеми: *network, web, cyberspace, online, digital, connectivity, surf, browse, stream, upload, download, website, platform, user, data* та інші. Кожне з цих слів відображає окремий вимір функціонування Інтернету: *network/web* – як технічна інфраструктура; *cyberspace* – віртуальний простір; *browse/surf* – дії користувача; *platform/user* – соціальні аспекти взаємодії у цифровому середовищі.

У сучасному лексиконі також активно з'являються нові словоформи та складені одиниці, що розширюють межі концепту: *internet addiction, online community, digital footprint, cloud storage, Wi-Fi,* що свідчить про гнучкість і розвиток концепту відповідно до технологічного прогресу [2].

Інтернет як концепт охоплює широкий діапазон – від інфраструктури до особистих уявлень про приватність, свободу, контроль, віртуальну реальність. Його вербалізація в англійській мові має яскраво виражений динамічний характер. Концепт «Internet» функціонує як комунікативний центр новітнього світу, символізуючи одночасно глобалізацію, гібридизацію культури та нові форми соціальної організації.

Таким чином, вербалізація концепту «Internet» свідчить про багатовимірність його мовної репрезентації та дозволяє аналізувати зміни у світогляді сучасної людини через призму мови.

Список використаних інформаційних джерел

1. Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/internet.

2. Thurlow C., Lengel L. B., Tomic A. Computer-Mediated Communication: Social Interaction and the Internet. Los Angeles: SAGE Publications, 2004.
3. Crystal D. Language and the Internet. 2nd ed. Cambridge : Cambridge University Press, 2006.
4. Baron N. S. "Language of the Internet." A Companion to the History of the English Language, edited by Haruko Momma and Michael Matto, Wiley-Blackwell, 2008. P. 352–358.

НІМЕЦЬКІ ФРАЗЕОЛОГІЗМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЇХНЬОГО ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

В. В. Кльокта, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-21*
А. В. Савченко, *асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фразеологізми є невід'ємною частиною будь-якої мови, оскільки вони відображають культуру, традиції та світогляд народу. Вони додають мові виразності, образності та стилістичної насиченості. Німецька мова багата на фразеологічні звороти, які часто викликають труднощі під час перекладу українською мовою [3]. Основною проблемою є не лише передача буквального значення, але й збереження стилістичних особливостей та національного колориту. Історія походження та перекладу німецьких фразеологізмів є цікавим об'єктом для аналізу та дослідження, тому пропоную розглянути найпопулярніші та найбільш використовувані з них.

Переклад фразеологізмів є складним процесом, який потребує не тільки знання мови, але й розуміння культурного контексту [2]. Виділяють кілька основних способів перекладу:

Еквівалентний переклад – коли в українській мові існує аналогічний фразеологізм. Наприклад, „wie ein Fisch im Wasser" – «як риба у воді».

Частковий еквівалент – схожий за змістом, але дещо відрізняється за формою. Наприклад, „eine harte Nuss zu knacken" – «міцний горішок» (складне завдання).

Описовий переклад – використовується, коли в українській мові немає відповідника. Наприклад, „Tomaten auf den Augen haben" перекладається як «не бачити очевидного».

Калькування – буквальний переклад фразеологізму, що зберігає його структуру. Наприклад, „das fünfte Rad am Wagen sein“ – «бути п’ятим колесом у возі».

Щоб правильно передати значення ідіоми, важливо не лише розуміти її слова, а й знати історію виникнення, адже багато висловів походять з історичних подій, ремесел чи навіть народних казок. Далі розглянемо найпоширеніші німецькі фразеологізми, їхній дослівний переклад, значення та історію походження.

«Die Katze im Sack kaufen» [5] – «купувати кота в мішку», що означає купувати щось, не перевіривши заздалегідь; ризикована угода. Походить із середньовіччя, коли на ринках шахраї продавали покупцям мішки, стверджуючи, що всередині порося або інша цінна тварина. Коли ж мішок відкривали, виявлялося, що всередині звичайна кішка або інша дрібна тварина, що не мала великої цінності.

«Den Nagel auf den Kopf treffen» [1] (дослівний переклад – влучити цвяхом у голову) – «попасти в яблучко», що означає чітко висловитися, правильно зрозуміти суть справи. Вираз походить із столярної справи, де важливо влучити молотком прямо в головку цвяха, інакше він погнеться. Тому цей фразеологізм став синонімом точності.

«Das ist nicht mein Bier» [1] (дослівний переклад – це не моє пиво) – «це не моя справа», що означає не втручатися в чужі справи. Походить із давніх німецьких традицій, коли кожен варив своє пиво вдома або в пивоварні, і втручатися в чужий процес вважалося непристойним. Тому цей вираз означає, що людина не хоче мати справу з якоюсь ситуацією.

«Mit jemandem ein Hühnchen zu rupfen haben» (дослівний переклад – мати з кимось курку, яку потрібно ощипати) – «мати з кимось рахунки», що означає з’ясувати стосунки, вирішити суперечку. Вираз походить від старовинної традиції, коли ощипування курки було довгою та нудною справою, яку часто доручали двом людям. Під час цього процесу вони мали можливість довго розмовляти та обговорювати всі претензії одне до одного.

«Um den heißen Brei herumreden» (дослівний переклад – говорити навколо гарячої каші) – «ходити навколо, як кіт навколо гарячої каші», що означає говорити непрямо, уникати теми. Походить із давніх часів, коли каша була основною стравою. Якщо вона була надто гарячою, то людина обережно їла її з

країв, поки вона не охолоне. Так і в мовленні – людина може уникати гострої теми, „ходячи навколо“.

«Alles in Butter» (дослівний переклад – все в маслі) – «все в порядку», що означає що все добре, без проблем. Виник у середньовіччі, коли скло перевозили в дерев'яних ящиках, заливаючи його розтопленим маслом. Коли масло застигало, воно створювало захисний шар, і скло не розбивалося під час транспортування. Таким чином, вираз став означати, що все в безпеці та гаразд.

Німецькі фразеологізми є важливим елементом мовної культури, і їхній переклад потребує не лише знання мовних норм, а й глибокого розуміння культурних особливостей. Основні труднощі полягають у передачі змісту та стилістичного забарвлення, що вимагає гнучкого підходу та творчості від перекладача. Успішний переклад фразеологізмів сприяє ефективному міжкультурному спілкуванню та збагаченню української мови новими виразами [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Collins Gem German Phrasebook and Dictionary, 2016. 256 с.
2. Фразеологізми німецької мови з національно-культурним компонентом / Ірина Гаврилова (Мовознавство. Літературознавство), Актуальні питання гуманітарних наук. Вип 32, том 1, 2020.
3. Переклад ідіом з німецької мови, *Галина Чуйко, 2018*. URL: https://everest-center.com/pereklad-idiom-z-nimetskoyi-movi/
4. Фразеологізми з колоративним компонентом / Капніна Г. І. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова, Серія 9. Сучасні тенденції розвитку мов, 2013.
5. Німецькі фразеологізми, які вас здивують. URL: https://ranok-portal.com.ua/news/nimeczki-frazeologizmy-yaki-vas-zdyvuyut/

ГУМОР У ФРАЗЕОЛОГІЇ: ЯК НІМЕЦЬКІ СТАЛІ ВИРАЗИ ПЕРЕДАЮТЬ КОМІЧНИЙ ЕФЕКТ

Ю. В. Колеснік, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-31 хв*

А. В. Савченко, *асистент кафедри української, іноземних мов і перекладу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Гумор – одна з невід'ємних частин людського життя. Люди люблять сміятися. Гумор допомагає долати труднощі, зафарбовує буденність яскравими фарбами, дарує відчуття легкості і

щастя. Так само як жарти є частиною буденності, так і фразеологізми є джерелом веселих цікавих асоціацій та засобом колоритності та витонченості мови.

Існує стереотип, що у німців немає почуття гумору. Насправді комедія і гумор має глибоке коріння у німецькій культурі.

Культура гумору напряму залежить від світосприйняття нації. Почуття гумору вважають одним із важливих критеріїв високого рівня інтелекту. При цьому можна стверджувати, що розуміння почуття гумору іншого народу – є показником високого рівня володіння мовою.

Німецькій мові притаманно вживання складних іменників, які складаються з кількох слів або цілого словосполучення. Сталі вирази, що базуються на таких іменниках, важко зрозуміти без повноцінного знання мови. «Ви не зможете підняти годинник, якщо упустили його? Тому що у вас немає Urheberrecht.». Urheberrecht, пояснює професорка лінгвістики німецької мови з Ноттінгемського університету Ніколь Маклелланд, означає «копірайт, авторське право», але це також складний іменник, побудований з декількох слів, а саме: «годинник-підняти-право». Коли весь жарт вимовляється німецькою, гра слів створює комічний ефект. Але іншими мовами він незрозумілий [1].

Зацікавлення в поглибленому вивченні мови провокує занурення у світ сталих виразів та фразеологізмів, які комічні не лише через вимову, але й через сенс.

«Kummerspeck» – дослівно перекладається як «бекон горя». Використовується для опису кілограмів, набраних через ненажерливість викликану емоційним потрясінням.

«Dreikäsehoch» – дослівно «бути висотою в три сири». Використовується для людей невисокого зросту, «від горшка два вершка».

«Weiches» – м'яким яйцем називають боягузливу слабку людину.

«Verschlimmbessern» – намагатися щось покращити, але в результаті тільки погіршити, як це часто буває в житті.

Особливою категорією німецьких фразеологізмів є фразеологізми, пов'язані з зовнішністю людини. Образ людини – це сукупність уявлень і асоціацій, що склалися історично і тому є невід'ємною складовою культури та мови. Те, які саме явища

видаються комічними, свідчить про психологічні, інтелектуальні та культурні особливості народу.

«Er kann aus der Dachrinne trinken» – «він такий високий, що може пити з ринви». Про товсту людину кажуть, що «Fett schwimmt oben» – дослівно «жир плаває згори», тобто, що такій людині можна не боятися потонути [2].

Про занадто святково вбрану людину говорять «*Wie Graf Koks»* – дослівно «як граф Кокс». Кокс – це розмовна назва чоловічого твердого капелюха, а весь вираз походить від службовців державних гасових заводів, які носили ці капелюхи.

Тож ми бачимо, що фразеологізми про зовнішність часто кепкують над негативною рисою людини, проте без злості, з легкою іронією, що свідчить про незлобливість і толерантність нації.

Підсумовуючи, можна сказати, що вивчення мови з поєднанням комічних сталих виразів полегшує розуміння носіїв мови та покращує міжкультурні зв'язки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Емі Макферсон. Чи справді в німців немає почуття гумору? [Електронний ресурс]. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/vert-tra-40974629.
2. Шандрук Т. Ф. Німецькі фразеологізми з комічною конотацією на позначення зовнішності людини // Ученые записки Таврического нац. ун-та им. В. И. Вернадского Серия «Филология. Социальные коммуникации». 2011. Том 24(63). № 4. Часть 2. С. 191–197.

КОНЦЕПЦІЯ СЛОВА В СУЧАСНОСТІ

Т. О. Коломієць, *студент спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*

Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Слово є основною одиницею мови, яка не лише передає інформацію, а й формує уявлення про світ, відображає культурні, історичні та соціальні аспекти життя суспільства. У сучасному мовознавстві концепція слова розглядається в контексті його

значення, функцій, еволюції та впливу на суспільство. Важливо враховувати, що розвиток комунікаційних технологій, глобалізація та зміни соціальних цінностей сприяють динамічним трансформаціям мовного середовища. Таким чином, слово є не лише засобом передачі змісту, а й потужним інструментом соціальної взаємодії та культурної ідентифікації.

Слово як мовна одиниця має багатозначність, яка змінюється залежно від контексту. Сучасні лінгвістичні дослідження показують, що слово може бути носієм як прямого, так і переносного значення. У комунікації слова виконують номінативну, експресивну, когнітивну та прагматичну функції. Окрім того, розвиток технологій та цифрової комунікації призвів до появи нових мовних одиниць, таких як неологізми, сленг та інтернет-меми, що значно розширюють семантичне поле слів.

Семантична структура слова є надзвичайно складною і залежить від лексико-семантичного поля, до якого воно належить. Багато слів можуть мати декілька значень, які розкриваються лише у конкретному контексті. Наприклад, слово «ключ» може означати як предмет для відкривання дверей, так і важливий елемент вирішення проблеми. Багатозначність слів стає особливо вираженою у художньому мовленні та в медійному дискурсі, де слова можуть набувати символічних або метафоричних значень.

У сучасному суспільстві слово є не лише засобом вираження думок, а й потужним інструментом формування громадської думки. Політична риторика, засоби масової інформації, соціальні мережі активно використовують слова для маніпуляції та впливу на масову свідомість. Крім того, слова стають елементами сучасної культури, набуваючи нових конотацій залежно від історичного контексту. Особливу роль відіграють слова-символи, які можуть об’єднувати або розділяти суспільство, формувати ідентичність та відображати цінності певної епохи.

Соціокультурний вплив слова проявляється і в процесах мовного запозичення, коли слова з однієї мови переходять в іншу та адаптуються до нових умов комунікації. Наприклад, англіцизми, які широко використовуються в українській мові, такі як «стартап», «блогер», «лайк» та інші, є результатом глобалізаційних процесів. Також варто зазначити, що певні слова можуть змінювати своє значення під впливом суспільних змін: деякі терміни, які раніше мали негативну конотацію, можуть

отримувати нове, позитивне значення, як це сталося з термінами, пов'язаними з гендерною рівністю.

У різні періоди розвитку мовознавства слово трактувалося по-різному. Наприклад, у класичній філології слово розглядалося як фіксована лексична одиниця, тоді як у сучасній когнітивній лінгвістиці слово є динамічною структурою, яка може змінювати значення залежно від ситуації та інтерпретації. Також варто зазначити, що з розвитком мовних досліджень та семантичного аналізу слово почало розглядатися не тільки як одиниця мови, але і як відображення когнітивних процесів людини.

У традиційних мовних системах значення слова було стабільним, тоді як сьогодні воно може змінюватися під впливом суспільних процесів та нових технологій. Наприклад, слово «мережа» раніше асоціювалося лише з фізичними об'єктами, такими як рибальські або електричні мережі, а сьогодні воно є ключовим поняттям у сфері цифрових технологій (інтернет-мережа, соціальні мережі). Ця еволюція демонструє, як мова пристосовується до змін у суспільстві та відображає його трансформації.

Сучасний світ дедалі більше залежить від цифрових технологій, що змінює спосіб використання слів у комунікації. Соціальні мережі, месенджери, блоги та інші цифрові платформи стали новими майданчиками для мовної взаємодії. Нові форми спілкування, такі як емодзі, гіфки, хештеги та скорочення, активно впливають на структуру та значення слів. Також поширення штучного інтелекту та автоматизованих систем обробки мови спричиняє трансформацію традиційних мовних норм.

Отже, цифрова комунікація сприяє формуванню нових мовних трендів, серед яких популяризація візуальних елементів у текстах, скорочення слів та використання мемів як засобу передачі інформації. Наприклад, хештеги, такі як #MeToo або #ClimateAction, є не лише маркерами в інтернеті, а й потужними соціальними інструментами. Крім того, поширення штучного інтелекту змінює способи мовної взаємодії – чат-боти, голосові асистенти та автоматизовані системи перекладу впливають на використання слів й формування нових мовних тенденцій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Говорун Л. М. Філологічні аспекти сучасної мовної комунікації. Київ : Наукова думка, 2020. С. 45–67.

2. Левицький О. В. Семантика слова у когнітивній лінгвістиці. Львів : Видавничий дім, 2018. С. 112–134.
3. Чередниченко О. О. Мова і соціум: вплив слова на свідомість людини. Харків : Освіта, 2019. С. 89–104.
4. Halliday M. A. K. Language as Social Semiotic. London : Edward Arnold, 1978 P. 23–41.
5. Lakoff G., Johnson M. Metaphors We Live By. Chicago : University of Chicago Press, 1980 P. 56–78.

АНГЛІЙСЬКІ СКЛАДНІ ТЕРМІНИ ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ

Д. Ю. Перепеляк, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю визначення ступеня вербальної маніпуляції, що кодується в сучасній англійській та українській рекламі, а також способів та особливостей їх перекладу українською мовою.

Мета роботи полягає у встановленні закономірностей та особливостей створення зовнішньої вербальної оболонки рекламного тексту. Наше дослідження передбачає розгляд англомовної реклами та особливостей її перекладу на українську мову.

Термін – це одиниця будь-якої конкретної природної або штучної мови (слово, словосполучення, абревіатура, символ, поєднання слова і букв-символів, сполучення слова і цифр-символів).

Як влучно зауважує Н. Талан, рекламний текст англійською мовою має не лише інформативне, а передусім переконливе, емоційне та експресивне навантаження. У перекладі українською ці аспекти часто втрачаються, якщо перекладач фокусується лише на прямому змісті, ігноруючи приховані конотації та культурні контексти [3]. І саме через це вивчення термінів у рекламі – не формальна справа, а ключ до адекватного розуміння самої сутності цього виду комунікації.

Серед типових термінів, які виникли саме в рекламній практиці, виділяються не лише словосполучення на кшталт *target audience*, *branding*, *USP (unique selling proposition*), але й специфічні жанрові позначення – *copy, tagline, buzzword, call to*

action, *emotive appeal*. Частина з них давно вкоренилася в українському рекламному просторі, інші ж досі не мають сталих відповідників, а деякі – породжують цілі семантичні зони, де кожне слово вимагає тлумачення залежно від контексту. Саме складність таких термінів й викликає інтерес до системного аналізу – що вони означають, як вони виникли, як функціонують у рекламних текстах і як їх передати українською мовою без втрати змісту або перекручення намірів автора.

Як показує дослідження І. Колеснікової, сучасна реклама творить власний дискурс, який функціонує за законами не традиційної лексикології, а прагматики – тобто орієнтований на результат, вплив, реакцію [2].

Складність аналізу термінів ще більше зростає тоді, коли йдеться про слогани – короткі гасла, що мають вмістити в собі всю ідеологію бренду. Наприклад, слоган *Think different* (Apple) – це водночас заклик, віддзеркалення філософії компанії, порушення граматичної норми (очікуване *differently*) та стильова провокація. Переклад такого слогану потребує не просто мовного еквіваленту, а стильової гри [4].

У зв'язку з цим навіть лексичні одиниці, які за межами реклами виглядають цілком звичайно, набувають нових значень. Наприклад, слово *experience* у рекламі туристичних послуг уже не просто означає «досвід», а створює образ подорожі як пригоди, емоційного катарсису, навіть духовного збагачення. А такі терміни, як *premium*, *value*, *solution*, *empowerment* – працюють радше як символічні магніти, ніж як носії точного значення. Їхня сила – не в конкретиці, а в емоційному й культурному підтексті. Це – класичні buzzwords, які потребують не лише перекладу, а пояснення функціоналу. Ми всі маємо певне ставлення до реклами й значна частина подібної термінології стає міжнародною, звичайно потрапляючи і у нашу рідну мову.

І ще один пласт, який не можна не згадати, а саме: використання фольклорних або національно-культурних елементів у рекламі. У роботі, опублікованій у *Львівському філологічному часописі*, йдеться про те, як фольклорні образи можуть бути засобом сугестії, тобто впливу на підсвідомість [1].

Це не лише про естетику, а й про значення: коли слоган використовує алюзію на казку, прислів'я чи приказку, що підвищує рівень довіри й емоційної залученості. І тут складні рекламні

терміни стають своєрідними мостами між глобальним контентом й локальним сприйняттям.

Отже, уся логіка англомовної реклами побудована навколо трьох взаємопов'язаних речей: чіткої термінології, психологічного ефекту та стилістичної економії. Саме завдяки цьому вона така ефективна – мінімум слів, максимум впливу. Упродовж розгляду різних термінологічних блоків можна зробити висновок, що кожне поняття, на перший погляд просте, насправді є глибоким інструментом впливу, який у перекладі вимагає не просто знання мови, а інтуїції, стилістичної чутливості й креативного мислення.

Терміни, пов'язані з брендом *(identity, essence, positioning, equity)* формують цілісну ідею про те, як компанія себе представляє. Вони працюють не як фахові визначення, а як носії настрою, тону, емоції.

Отже, можна зробити висновок, що англомовна рекламна термінологія – це не просто набір слів. Це живий інструментарій впливу, який базується на мікропсихології, культурній інтуїції та здатності перетворювати комунікацію на емоційний досвід. І саме тому її вивчення має велике значення не лише для лінгвістів, а й для перекладачів, маркетологів, дизайнерів і всіх, хто працює з текстом, що має силу змінювати свідомість.

Список використаних інформаційних джерел

1. Босенко О. В. Використання фольклорних елементів як засобу сугестивного впливу в рекламних слоганах // *Львівський філологічний часопис*. – 2021. – № 10. – С. 22–28. URL: https://philologyjournal.lviv.ua/archives/10_2021/2.pdf.
2. Колеснікова І. А. Лінгворекламістика: мова сучасної реклами / І. А. Колеснікова // *Термінологічний вісник*. – 2019. – Вип. 5. – С. 170–174. URL: https://iul-nasu.org.ua/pdf/termvisnik/terv_2019_5_24.pdf.
3. Талан Н. І. Англомовна реклама: її специфіка та особливості перекладу українською / Н. І. Талан // *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. – 2021. – № 2 (22). – С. 259–264. URL: https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2021/2/25.pdf.
4. Талан Н. І. Модальність та переконання у рекламі: перекладацький аспект / Н. І. Талан // *Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки»*. – 2022. – № 1 (23). – С. 184–189. URL: https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2022/1/18.pdf.

МОВИ СЕРЕДЗЕМ'Я ЯК МИСТЕЦТВО: ЛІНГВОСЕМІОТИЧНИЙ ЗРІЗ

О. Ю. Прокопенко, *студентка спеціальності Середня освіта (Українська мова і література), додаткова спеціалізація: Зарубіжна література, група УМЛ-21*
Н. М. Шарманова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української мови – науковий керівник*
Криворізький державний педагогічний університет

Дж. Р. Р. Толкін був філологом і письменником, який створив низку штучних мов для «Гобіта» і «Володаря перснів». Варто зазначити, що спочатку виникли мови, а вже потім Толкін створив світ, у якому герої могли ці мови використовувати. Найбільш розвиненим проєктом стала розробка ельфійських мов. Мову ельфів Джон почав створювати, навчаючись ще у школі. Пізніше ця мова отримала назву Квенья. Основна ідея у продукуванні цієї та інших мов полягала в тому, що потрібно було не просто створити мову, а ще й міфологічне підґрунтя. Тобто, кожна мова як витвір професора мала містити в собі не лише генетичний розвиток, а й історії її носіїв. Особлива увага приділялася міфологічній складовій.

В одному зі своїх листів Дж. Р. Р. Толкін писав: «На мою думку, основний «факт» про мою роботу – це те, що вона є одним цілим і докорінно лінгвістичним натхненням. … Створення мов є основою. «Історії» були написані з метою, щоб забезпечити світ для мов, а не навпаки. Я б вважав за краще писати на «ельфійській мові». Але, звичайно, така робота, як «Володар Перснів», була відредагована і залишилась лише та частина «мови», яку, як я думав, читачі зможуть зрозуміти (Тепер я розумію, що багатьом хотілося б більше). … Втім, для мене це в основному є нарисом «мовної естетики», як я іноді кажу людям, які запитують мене «про що це все?» [1]. Отож, митцем було створено доволі багато мов для різних народів: ельфів, ґномів, людей, гобітів (у них була не мова, а власна говірка), ентів, орків тощо. Розглянемо основні з них.

Розпочнемо лінгвосеміотичний опис із загальної мови всіх народів – вестрону, або Всезагальної мови. Нею послуговувалися більшість людських народів, гобіти (із вкрапленнями місцевої говірки), орли з Імлистих Гір, павуки Морок-Лісу, орки, тролі та інші раси. Нею не користувалися лише ельфійські народи, окрім

випадків, коли потрібно було спілкуватися з чужинцями. У розмові зі сторонніми – «іншими» – вестрон також уживали рогіріми і гноми. Загальною мовою написана «Багряна книга» – основна розповідь про мандрівку Більбо та події Війни Персня.

Вестрон був основною мовою більшості народів Середзем'я у Третю епоху, але в кожного регіону були свої відмінності. Гобіти користувалися загальною мовою з власними діалектними особливостями. Наприклад, збереглися архаїчні форми деяких слів, вони також полюбляли скорочення й уживали специфічні назви для місцевих реалій. Толкін у додатках до «Володаря Перснів» згадує, що імена гобітів та їхні топоніми у Ширі перекладені з їхньої місцевої форми вестрону, яка мала деякі **англосаксонські риси** (зокрема префікси й суфікси в іменах). Окремої мови, як у ельфів чи гномів, гобіти не створювали, адже були простим народом, тож використовували те, що було зручним. Але їхній діалект, можна сказати, був найбільш «домашнім» і «приземленим», без пафосних виразів і складних мовних конструкцій. Деякі слова гобітів, дійсно, мають унікальні корені у назвах місяців і днів тижня: вони відрізняються від стандартного вестрону. Для своїх фентезійних творів Толкін навіть розробив гобітський календар. **Гобіти часто давали власні назви речам, які в інших народів уже мали свої найменування.** Наприклад, використовували замість «Амон Сул» **«Вітроверх»**; не «Імладріс», а **«Рівенділ»**, не «Нуменорці», а **«Високі люди»**. Тобто, вони навіть адаптували назви під себе, роблячи їх більш приземленими і зручними для вимови. Це ще одна ознака їхньої мовної культури.

Наступними варто розглянути основні ельфійські мови – квенью і синдарин, останню називають сіроельфійською мовою. Квенья – стародавня мова, спільна для всіх ельфів. Занесена була в Середзем'я разом із нольдорськими вигнанцями, та після заборони короля Тінґола всі перестали нею користуватися. Відома ця мова також як Високоельфійська, мова Валінору, мова нольдорів тощо. Для запису тексту користуються тенґваром Феанора. Приклади квеньї: ***Aiya Eärendil elenion ancalima!*** *(Аия Еарендил еленион анкалима!)* – «Радій, Еарендиле, найяскравіша зірко!» (Фродо у Лотлоріені); ***Namárië*** *(Намаріє)* – «Прощавай» або «прощання» (ельфійська пісня Ґаладріель); ***Elen síla lúmenn' omentielvo*** *(Елен сіла луменнь оментіельво)* – «Зірка світить у годину нашої зустрічі».

Синдарин – найбільш розповсюджена мова серед ельфів Середзем'я Третьої Епохи. Коли нольдори повернулися у Середзем'я, вони мали зректися квенійської та розмовляти синдарською. Таким був наказ Тінґола. Справа в тому, що король Доріату, дізнавшись про *родовбивство в Альквалонде*, оголосив, що квенья, мова нольдорів, повинна бути заборонена в його землях [2]. Ця мова за походженням близька до квеньї. Письмовим алфавітом є тенґвар, хоча іноді використовували інший – руноподібний Керт. Загалом у тексті доволі часто трапляються фрази і слова синдарином, наприклад: *Mellon* (Меллон) – «Друг» (загадка про ворота у Морію), *Mae govannen* (Мае гованнен) – «Добре зустрітися» (традиційне ельфійське привітання).

Кхуздул, або ґномська мова, – це мова ґномів Середзем'я. Доволі рідко й неохоче вивчали представники інших рас, бо ця мова є достатньо важкою і не такою милозвучною, як інші. Ґноми і самі не хотіли відкривати її чужинцям: «То була не просто мова, яку чуєш від народження, а мова традиційних знань, що її ґноми плекали і обороняли як скарб із минулого» [3]. Наприклад, у «Володарі перснів» кхуздул представлено здебільшого топонімами та одним з бойових кличів, що його проголошує Ґімлі: *Барук Кгазад! Кгазад ай-мену!* – «Сокири ґномів! Ґноми йдуть на вас!». На письмі ґноми користувалися рунами Ангертас, або місячними рунами, які можна побачити на мапі від потаємного входу в Еребор, а також на могилі Баліна).

Рогірік – мова, якою користувалися мешканці Рогану. Ця мова походить від мови аданів Таліска і була спорідненою із мовою нуменорців і із загальною мовою – Вестроном. Більшість рогіримів володіли двома мовами: власною і загальною мовою всіх народів, якою спілкувалися із чужинцями. У «Володарі перснів» було представлено не дуже багато слів з рогірику, ось деякі з них: *trahan* – «нори»; *kûd-dûkan* – «мешканець нір» (давньоангл. *hol-bitla*); *Lontûr* – «народ коней», самоназва рогіримів; *Lograd* – назва країни (давньоангл. *Éo-mare*); *tûras* – «король» (корінь ймовірно запозичено із синдарину); *róg* – «дикун»; *rógin* – «дикуни» [3].

Чорна говірка Мордору – мова, створена Сауроном для своїх слуг. Існувало два варіанти мови: 1) Висока, якою користувалися Назґули; 2) Спрощена, яку вживала армія Барад-Дура. Багато слів із цієї говірки перекочували до мов орків, тобто

створилася їх власна говірка на основі мови Мордору. Найвідоміший приклад чорної мови – надпис на Єдиному персні:

Ash nazg durbatulûk,
ash nazg gimbatul,
ash nazg thrakatulûk,
agh burzum-ishi krimpatul.

One Ring to rule them all,
One Ring to find them,
One Ring to bring them all
and in the Darkness bind them.

Список використаних інформаційних джерел

1. Tolkien J.R.R. THE LETTERS OF J. R. R. TOLKIEN / ed. by C. Tolkien, H. Carpenter. London : HarperCollins Publishers, 2023. 720 p.
2. Толкін Дж. Р. Р. Сильмариліон / ред. К. Толкін. Львів : Астролябія, 2021. 576 с.
3. Толкін Дж. Володар Перснів. Повернення Короля. 3-тє вид. Львів : Астролябія, 2020. 704 с.
4. Толкін Дж. Р. Р. Гобіт або туди і звідти. 6-те вид. Львів : Астролябія, 2020. 384 с.
5. Толкін Дж. Р. Р. Володар перснів. Братство персня. 3-тє вид. Львів : Астролябія, 2020. 704 с.
6. Толкін Дж. Р. Р. Володар перснів. Дві вежі. 3-тє вид. Львів : Астролябія, 2020. 576 с.

ВЕРБАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПТУ «EDUCATION» В СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

В. Г. Прокудін, *студент спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Концепт у лінгвістиці розуміється як багатовимірне ментальне утворення, що відображає знання й досвід людини. З когнітивного погляду концепт – це ментальна репрезентація, яка

відображає наше знання про світ, структурована таким чином, щоб дозволити нам категоризувати та інтерпретувати наш досвід [3]. Іншими словами, концепт поєднує когнітивні та культурні аспекти змісту. У лінгвокультурології концепт трактується як «згусток культури» у свідомості носія мови, що містить ціннісні та образні асоціації [2]. Вербалізація концепту – це процес вираження його змісту мовними засобами. Специфіка цього процесу полягає в тому, що один і той самий концепт може передаватися різними мовними одиницями. Отже, для дослідження концепту важливо встановити, якими мовними засобами (слова, фразеологізми, ідіоми) він представлений у мові.

Вербалізація концепту *Education* (освіта) в англійській мові здійснюється через різноманітні лексичні одиниці, які відображають різні аспекти цього багатогранного поняття. Основним репрезентантом є іменник *education*, що позначає процес навчання та отримання знань. Цей концепт є ключовим для англомовної лінгвокультури і охоплює цілу сукупність уявлень про освіту та навчання. Поняття education включає базові семантичні ознаки, відбиті в словникових визначеннях. Словник *Longman Dictionary of Contemporary English Online* [4] містить такі визначення *education*:

− процес навчання і викладання (зазвичай у школі, коледжі чи університеті);
− викладання певного предмета;
− установи та люди, залучені до викладання;
− цікавий досвід, який чогось навчив (часто вживається в жартівливому контексті).

Ці понятійні складники утворюють структуру концепту *education*. Його ядром є власне ідея освіти як процесу набуття знань, а до базових компонентів належать аспекти навчальної діяльності (викладання, учіння, педагогічна практика тощо), рівні та галузі освіти.

Мовні засоби вербалізації концепту *education* в англійській мові охоплюють як окремі слова, так і стійкі вирази. Центральним лексичним носієм є іменник *education*, від якого утворено похідні: *educate, educator, educational* тощо.

Також до вербалізаторів концепту належить широке коло синонімічних та близьких за змістом слів: *learning, teaching, schooling, instruction, training, tuition* та інші [2]. Наприклад, *learning* акцентує процес набуття знань, *schooling* – формальну освіту в закладі, *tuition* – навчання (особливо індивідуальне або

плата за навчання). Кожне з цих слів репрезентує окремий аспект заданого концепту. В сучасному вжитку з'являються й нові вербалізації, пов'язані з технологіями, зокрема *e-learning* (електронне навчання), *online courses* (онлайн курси), що розширюють периферію концепту відповідно до реалій цифрової доби [1].

Концепт *education* у сучасній англійській мові є складним когнітивно-культурним феноменом, що об'єднує знання про навчання, виховання та просвіту, а також цінності та образи, пов'язані з ними. Аналіз вербалізації концепту *education* підтверджує його багатовимірний характер: це одночасно процес і результат, мета і засіб, індивідуальна навичка і колективний культурний ідеал. Звернення до когнітивного і лінгвокультурного підходів уможливлює цілісне розуміння концепту освіти та механізмів його вираження у сучасній англійській мові.

Список використаних інформаційних джерел

1. Давиденко А. О. Концепт EDUCATION: структура та особливості функціонування в англомовному медіадискурсі // *Нова філологія*. 2022. Вип. 85. С. 92–97.
2. Єріс Ю. В. Актуалізація концепту «education» в сучасному англомовному публіцистичному дискурсі : кваліфікаційна робота магістра. Кривий Ріг, 2022. 77 с.
3. Evans V., Green M. Cognitive Linguistics: An Introduction. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2006. 830 с.
4. Longman Dictionary of Contemporary English Online. URL: https://www.ldoceonline.com/dictionary/education (дата звернення: 06.04.2025).

КРИЛАТІ ЛАТИНСЬКІ ВИСЛОВИ НА ВОЄННУ ТЕМАТИКУ

Т. О. Серікова, *студентка спеціальності Філологія «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», група ФІЛ б-11*

Н. М. Бобух, *д-р філол. наук, професор, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У крилатих висловах відображено історичний досвід попередніх поколінь, своєрідність культури, побуту та традицій.

«У цьому відношенні на особливу увагу заслуговують латинські крилаті вислови, адже Римська імперія та Стародавня Греція залишили нам цілий пласт людської мудрості, що знайшло своє відображення в афоризмах. І сьогодні латинські крилаті вислови збагачують морально, етично, інтелектуально» [2, с. 76].

Дослідженню латинської фразеології присвячені наукові студії Г. Бенькевич [1, с. 45–48], Н. Бобух і В. Стеценка [2, с. 74–85], Є. Чекаревої [5, с. 87–91] та ін.

Мета нашої розвідки – описати латинські крилаті вислови на воєнну тематику з семантично протиставлюваними компонентами: *війна – мир, життя – смерть, сміливість – боягузтво, слава – ганьба* [3, с. 5].

Наразі, коли в Україні триває повномасштабна війна, надзвичайно актуальними є латинські афоризми, ґрунтовані на зазначених опозиціях, адже звернення до таких крилатих висловів дозволяє по-новому осмислити етичні категорії хоробрості, честі, боротьби, перемоги та поразки: *Inter arma musae silent* (Серед зброї музи мовчать); *Si vis pacem, para bellum* (Хочеш миру – готуйся до війни); *Cedant arma togae* (Нехай зброя поступиться місцем тозі); *Aut vincere, aut mori* (Або перемогти, або вмерти); *Audendo virtus crescit, tardando timor* (Завдяки сміливості мужність зростає, а від зволікання – страх); *Aut cum scuto, aut in scuto* (Зі щитом або на щиті) – останній вислів походить зі Спарти, де матері проводжали синів на війну саме з такою настановою: повернутися або переможцем, або мертвим, але зберегти честь воїна [4, с. 15].

Не менш промовистими є вислови, які передають сутність державного устрою: *Principes mortales, respublica aeterna* (Правителі смертні, держава – вічна); *Dura lex, sed lex* (Суворий закон, але закон); *Divide et impera!* (Розділяй і володарюй!) – вислів, який хоч і з'явився в пізнішій традиції, все ж точно відображає політичну тактику Римської імперії [4, с. 11], де війна постійно супроводжувала людину.

Провідним у латинських афоризмах на воєнну тематику є мотив героїчного стоїцизму. Приміром, у таких крилатих висловах: *Audentes fortuna adjĭvat* (Сміливим щастить); *Bis vincit, qui se vincit in victoria* (Двічі перемагає той, хто перемагає себе у звитязі) виражена не лише ідея боротьби з ворогом, а й боротьби із собою – з власним страхом та сумнівами.

Тематика самопожертви та слави охоплює низку афоризмів, які мали не лише етичне, але й пропагандистське значення в публічному просторі Риму: *Dulce et decorum est pro patria mori* (Приємно і пристойно вмерти за батьківщину); *Dic, hospes, Spartae nos te hic vidisse iacentes, dum sanctis patriae legibus obsequimur* (Скажи в Спарті, чужинцю, що ти бачив нас тут полеглими, але вірними батьківщині і законам) [4, с. 63] – напис

на пам'ятнику спартанцям у Фермопілах. В обох випадках смерті надається сенс сакральної вірності, що виправдовує будь-які жертви.

Окремо варто згадати афоризми, які відображають осмислення війни як способу буття, увиразнюють філософію мужності, обов'язку й стійкості. У вислові Сенеки *Vivere est militare* (Жити – значить боротися) закладена думка про війну як метафору життя, де кожен день – це поле бою. Схожий зміст мають крилаті вислови: *Dum spiro, spero* (Доки дихаю, сподіваюсь); *Contra spem spero* (Без надії сподіваюсь), що втілюють готовність до боротьби навіть за відсутності шансів на перемогу.

Отже, крилаті латинські вислови на воєнну тематику – це не лише історична спадщина, а й інтелектуальний ресурс для сучасної людини, який є моральним орієнтиром для кожного, хто опиняється перед викликами долі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бенькевич Г. А. Категорія добра в латинській фразеології. *Наукові записки Міжнародного гуманітарного університету* : [збірник]. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. Вип. 37. С. 45– 48.
2. Бобух Н. М., Стеценко В. В. Крилаті латинські вислови з конституентами-антонімами. *Лінгвістика*. 2024. № 2 (50). С. 74–85.
3. Корж Н. Г., Луцька Ф. Й. *Із скарбниці античної мудрості*. 2-ге вид., допов. і перероб. Київ : Вища школа, 1994. 351 с.
4. Лучканин С. М. *Латинські сентенції* (*крилаті латинські вислови*) *з історико-літературним коментарем :* навч. посіб. із вивч. латин. афоризмів для студ. Ін-ту філол. та іст. фак. Київ. нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Київ : Науковий світ, 2008. 136 с.
5. Чекарева Є. С. Концепт часу в системі афоризмів латинської мови. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Філологія. 2023. № 59. Т. 3. С. 87–91.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ ПРИСЛІВ'ЇВ ТА ПРИКАЗОК З АНГЛІЙСЬКОЇ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Т. О. Серікова, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*

Є. О. Панасенко, *доктор філософії, асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Переклад англійських прислів'їв та приказок українською мовою є складним процесом, що вимагає врахування лінгвістич-

них, культурних та семантичних аспектів. Оскільки прислів'я та приказки відображають мудрість народу, його світогляд та цінності, їхній адекватний переклад сприяє глибшому розумінню обох культур та забезпечує збереження змісту й стилістичних особливостей.

Метою цієї роботи є дослідження основних методів і стратегій перекладу англійських прислів'їв та приказок і труднощів, які виникають під час цього процесу. Під час її написання я зверталася до наукових праць Кревсун Я. [1], Чернея Д. В. та Бялика В. Д. [2], а також першого тому «Англо-українського фразеологічного словника», укладеного Баранцевим К. Т. [3].

Дослідники виокремлюють кілька основних підходів до перекладу англійських прислів'їв та приказок українською: фразеологічний еквівалент, фразеологічний аналог, калькування та описовий переклад.

Фразеологічний еквівалент. Із назви випливає, що це переклад фразеологізма рівноцінним фразеологізмом – зазвичай тоді, коли зворот був запозичений як англійською, так й українською мовою з іншої мови. Фраза «There's no accounting for taste» знаходить у нас відповідник «На колір і смак товариш не всяк», а обидва словосполучення є калькою латинського вислову «De gustibus non est disputandum» (про смаки не сперечаються) [1, с. 1].

Фразеологічний аналог. Англійські фразеологізми часто є безеквівалентними, тому доводиться оперувати одиницями української мови, які мають з ними однакове значення та стилістичне забарвлення, але різняться за характером образності. Таким чином «Every cloud has a silver lining» не має дослівного відповідника українською, але за сенсом відповідає вислову «Немає лиха без добра» [3, с. 156]. Це такий самий адекватний спосіб перекладу, як і наявність повноцінного еквівалента, але варто уникати національного забарвлення [2, с. 1].

Калькування. За відсутності як еквівалента, так і аналога, перекладачі можуть вдатися до буквального перекладу фразеологічної одиниці, цим самим утворюючи зовсім нове висловлювання. Новотвір зобов'язаний бути зрозумілим для носіїв мови перекладу [3, с. 3].

Описовий переклад. Цей підхід, як цілковита відмова від перекладу фразеологізму, передбачає передачу змісту прислів'я або приказки за допомогою розгорнутого пояснення [1, с. 1].

Ці різноманітні способи передачі фразеологічних одиниць утворилися через низку труднощів, із якими перекладачі стикаються під час роботи з текстами.

Відображення реалій. Англійський вислів «To carry coals to Newcastle» (робити щось безглузде, надлишкове) апріорі не матиме рівноцінного відповідника українською, оскільки стосується культури та географії англійців. Фразеологічним аналогом може виступити вислів «Товкти воду в ступі», а калькування приблизно звучало б як «Ніхто не возить вугілля в Ньюкасл» [1, с. 1].

Образна нееквівалентність. До прислів'я «The squeaky wheel gets the grease» важко знайти тотожний вислів українською. У такому разі застосовується описовий переклад: «Той, хто голосніше скаржиться, швидше отримає допомогу».

Отже, переклад англійських прислів'їв та приказок українською є складним, але надзвичайно важливим завданням, що сприяє міжкультурному обміну та збагаченню мовної картини світу. Успішна робота вимагає не лише лінгвістичної компетентності, а й глибокого розуміння культурних контекстів обох мов, що дозволяє максимально точно передати зміст, образність та стилістику оригінальних висловів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кревсун Я. Особливості перекладу англомовних фразеологізмів. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream-download/123456789/39226/1/Krevsun.pdf.
2. Черней Д. В., Бялик В. Д. Труднощі та способи перекладу англомовних фразеологізмів. *Закарпатські філологічні студії.* Ужгород : ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2019. Вип. 10. Том 1. С. 138–141. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/33595/1/%D0%A2%D0%A0%D0%A3%D0%94%D0%9D%D0%9E%D0%A9%D0%86%20%D0%A2%D0%90%20%D0%A1%D0%9F%D0%9E%D0%A1%D0%9E%D0%91%D0%98%20%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%9A%D0%9B%D0%90%D0%94%D0%A3%20%D0%90%D0%9D%D0%93%D0%9B%D0%9E%D0%9C%D0%9E%D0%92%D0%9D%D0%98%D0%A5%20%D0%A4%D0%A0%D0%90%D0%97%D0%95%D0%9E%D0%9B%D0%9E%D0%93%D0%86%D0%97%D0%9C%D0%86%D0%92.pdf.

3. Англо-український фразеологічний словник. Уклад. К. Т. Баранцев. – 2-ге вид., випр. Київ : Знання, КОО, 2005. 1056 с. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Barantsev_Kostiantyn/Anhlo-ukrainskyi_frazeolohichnyi_slovnyk/

ХУДОЖНІ ОБРАЗИ ПРИРОДИ В НІМЕЦЬКІЙ ЛІТЕРАТУРІ

Т. О. Серікова, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*
А. В. Савченко, *асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Образ природи є невід'ємною частиною німецької літературної традиції, в якій він посідає місце не лише фонової декорації, а й повноцінного смислового та символічного компонента. Від народної творчості до сучасних романів природа втілює колективні уявлення про світ, моральні цінності, національну ідентичність і філософські пошуки людини. Зі зміною історичних умов і культурних запитів трансформується й її роль у художньому тексті.

Метою цієї роботи є аналіз функціонування образу природи в німецькій літературі на різних етапах її розвитку, з особливою увагою до сучасного періоду. У роботі використано аналітичні та наукові джерела: огляд Chytomo [1], працю З. Бургугеля [2], монографію А. Ґудбоді [3], дослідження А. Трекслера [4], а також матеріал із платформи Wow-Deutsch [5], присвячений німецькому фольклору.

Природа як архетип. У німецькому фольклорі природа виступає не лише середовищем проживання, а й джерелом міфів, моральних уроків і символічних смислів. У народних казках, піснях та легендах вона персоніфікується – ліс охороняє та водночас випробовує, ріки відмежовують світ живих і потойбіччя, тварини стають носіями мудрості. Як зазначено на платформі Wow-Deutsch [5], німецький фольклор глибоко вкоріненний у природному середовищі, яке визначає спосіб мислення і формує духовність народу. Ці фольклорні образи лягли в основу багатьох літературних творів наступних століть, заклавши символічний код, що зберігся навіть у модерній і постмодерній прозі.

Природа в німецькій літературі XX століття: між романтизмом і технократією. Починаючи з XX століття, у літературі простежується посилення конфлікту між природою та техногенним світом. А. Ґудбоді у своїй праці Nature, Technology and Cultural Change in Twentieth-Century German Literature [3] розглядає, як індустріалізація, урбанізація та науково-технічний прогрес змінюють ставлення до довкілля. У творах цього періоду природа втрачає статус гармонійного простору і дедалі частіше постає в ролі жертви людської експансії або мовчазного свідка соціальних змін. Природне середовище набуває метафоричних рис – як простір загубленого сенсу або як нагадування про втрачений зв'язок між людиною й світом. Такі мотиви характерні для літератури, що прагне осмислити роль техніки й культури в кризі екологічної рівноваги.

Сучасні інтерпретації. У XXI столітті спостерігається зростання уваги до екологічної проблематики в німецькій літературі. Це підтверджує огляд на Chytomo [1], де аналізуються сучасні твори, що розглядають природу не лише як естетичну категорію, а як активного учасника глобального дискурсу. Ідеться, зокрема, про нову художність, яка поєднує рефлексію про майбутнє з пошуком нових форм мовлення про довкілля.

Антропоцен. А. Трекслер у своїй монографії Anthropocene Fictions [4] говорить про появу нового літературного напряму – кліматичної прози, яка формує художнє уявлення про антропоцен. У цьому контексті природа вже не є ні другом, ні ворогом, а радше самостійним актором, чия реакція на людську діяльність стає головною темою оповіді. Через метафору стихій, змін клімату, порушеної рівноваги автори прагнуть осмислити наслідки людських дій та поставити етичні питання.

Природа як частина культурної ідентичності. Особливу увагу заслуговує те, як образ природи вписується в німецький культурний код. У праці А. Ґудбоді [3] простежується думка, що природні ландшафти – ліси, річки, гори – є не лише географічними об'єктами, а символами, які формують уявлення про німецьку ідентичність. Ця традиція бере початок ще з доби романтизму, але продовжує впливати на сучасну літературу, зокрема через фольклорні алюзії та звернення до національних архетипів.

У фольклорі, як підкреслює Wow-Deutsch [5], природа – це джерело мудрості, сили, а водночас і моральної двозначності.

Вона здатна захищати, але також і карати. Така багатозначність зберігається й у літературі новітнього часу, де образ природи стає відкритим для різних інтерпретацій – як гуманістичних, так і апокаліптичних.

Образ природи в німецькій літературі зазнав значної еволюції: від сакрального простору у фольклорі – до метафори екологічної катастрофи у кліматичній прозі. Ця трансформація відображає зміну світогляду, моральних орієнтирів та культурної чутливості. У сучасному літературному процесі природа не зникає, а набуває нових ролей, залишаючись потужним інструментом художнього осмислення як індивідуального, так і колективного досвіду. Її присутність у тексті – це не лише естетика, а й етика, не лише образ, а й запитання до нас самих.

Список використаних інформаційних джерел

1. Німецька література про майбутнє, природу та нову художність: спроба огляду [Електронний ресурс] / Chytomo. 2022. URL: https://archive.chytomo.com/deutscher_accent/nimecka-literatura-pro-majbutnye-prirodu-ta-novu-xudozhnist-sproba-oglyadu.
2. Бургугель З. Образ природи у сучасній німецькій прозі [Електронний ресурс] // Іноземна філологія. 2017. URL: http://publications.lnu.edu.ua/collections/index.php/foreighnphilology/article/viewFile/4207/4747.
3. Goodbody A. Nature, Technology and Cultural Change in Twentieth-Century German Literature. London : Palgrave Macmillan, 2007. URL: https://archive.org/details/naturetechnology0000good/page/n5/mode/2up.
4. Trexler A. Anthropocene Fictions: The Novel in a Time of Climate Change. Cambridge : Open Book Publishers, 2015. [Електронний ресурс]. URL: https://library.oapen.org/bitstream/id/b58b83e8-3e8f-4669-a2de-dc5bd5e2dd21/9781783747719.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНОГО СЛЕНГУ

Є. О. Усова, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Тема перекладу англомовного сленгу є актуальною через зростаючий вплив англійської мови в умовах глобалізації, популярність англомовного контенту (фільми, серіали, соцмережі) та

лінгвістичні труднощі, пов'язані з передачею сленгових виразів українською мовою. Оскільки сленг часто не має точних еквівалентів, важливо дослідити ефективні методи його перекладу для збереження змісту, стилю та емоційного забарвлення оригіналу.

Метою роботи є дослідити особливості перекладу англомовного сленгу на українську мову, проаналізувати основні стратегії адаптації сленгових виразів, а також визначити найбільш ефективні методи передачі їхнього значення з урахуванням культурного та контекстуального аспектів.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: дати визначення терміна «сленг»; класифікувати види англомовного сленгу; проаналізувати ключові труднощі під час перекладу сленгу на українську мову та оцінити ефективність різних методів перекладу

Сленг – це використання неформальних слів і виразів, які не вважаються стандартом у мовленні мовця. Сленг часто можна знайти в лексиці, яка стосується речей, що вважаються табу. Його часто використовують для ідентифікації зі своїми однолітками, хоча він є поширеним серед молодих людей. Сленг використовується мовцями всіх поколінь і соціальних груп. Kollins English Dictionary (3rd edition) описує сленг, як «словниковий запас, ідіоми і т. д., які не підходять до стандартної форми мови або формальних контекстів». The Oxford Dictionary of English Grammar (1994) описує його як «слова, фрази і цілі, які розглядаються як неофіційні і часто обмежуються спеціальними контекстами, бо властиві конкретній професії, класу і т. д.». Jonathan Green, у своїй книзі 1999, Cassell Dictionary of Slang подає таке визначення сленгу: «Лічильник мови, мова – бунтар, мова поза законом, зневажаюча і гранична». Визнаючи, що існує безліч дефініцій, він продовжує говорити: «Серед численних описів сленгу, одне є загальним – це далеко від основної англійської мови».

Приклади сленгу та його перекладу:

Knackered/Zonked – Very tired (дуже втомлений);

chuffed – Very pleased/happy/proud (дуже задоволений/щасливий/гордий);

buzzing – Very happy/euphoric (дуже щасливий/у стані ейфорії);

Pissed off/cheesed off – Annoyed/angry (роздратований/ розлючений);

Full of beans – Very energetic (повний енергії);

Wicked – Дуже добрий.

Розмовний англійський сленг поділяється на три основні групи залежно від сфери використання: регіональний, соціальний та професійний.

Регіональний сленг залежить від місцевості, в якій він сформувався. Відрізнити носіїв мови можна не лише за акцентом, а й за сленговими виразами. Бувають ситуації, коли британець може не зрозуміти сленг американця, і навпаки (Американський: Dude – чувак; британський: Mate – друг).

Соціальний сленг формується всередині певних соціальних груп. Наприклад, особливі вирази характерні для футбольних фанатів, прихильників серіалів чи підлітків. (Футбольний фанатський сленг: Ultra(s) – найактивніші фанати, які створюють атмосферу на трибунах. Ban – заборона на відвідування матчів через порушення. Away day – виїзний матч, поїздка на гру улюбленої команди).

Професійний сленг використовується людьми однієї професії, допомагаючи їм швидко і точно передавати спеціалізовану інформацію. (Медичний: Code blue – пацієнт у критичному стані; IT/Tech: Bug – помилка в коді).

Сленг найбільш поширений серед молоді, оскільки саме молоді люди активно реагують на сучасні події та вводять у мовлення нові фрази, щоб підкреслити свою обізнаність або приналежність до певної субкультури.

Переклад сленгу є складним завданням через його нестандартний характер, культурну прив'язаність та швидку змінність. Основні труднощі включають:

1. **Відсутність прямих еквівалентів.** Якщо в цільовій мові немає точного еквівалента, що відповідає значенню та контексту слова, у перекладі можна застосувати стилістично нейтральний варіант. Наприклад, іменник *fox* у певних контекстах використовується для позначення привабливої дівчини. В українській мові слово «лисиця» зазвичай асоціюється з хитрістю, тому доцільніше перекласти його нейтральним словосполученням «приваблива дівчина» або іменником «красуня»

2. **Культурні та соціальні відмінності.** Сленг відображає особливості культури, гумору та світогляду носіїв мови. Напри-

клад, американський вислів *spill the tea* (розповісти плітки) не буде зрозумілим без пояснення контексту.

3. **Швидка змінність сленгу.** Багато сленгових виразів швидко виходять з ужитку, тому переклад може швидко застаріти. Наприклад, *YOLO* (You Only Live Once) був популярним у 2010-х, але зараз використовується рідше.

Найголовніше при перекладі сленгу – знайти відповідник, який не лише передає зміст, а й зберігає той самий рівень емоційності, що й в мові оригіналу. І. Онушканич зазначає, що переклад сленгу в більшості випадків здійснюється за допомогою еквівалентних відповідників, стилістично нейтральних варіантів чи просторіччя. При перекладі сленгу правильним є використання еквівалентних відповідників за наявності їх в мові перекладу. Еквівалентні відповідники відіграють надзвичайно важливу роль у процесі перекладу. Саме ці лексеми і служать основою при виконанні перекладу [5, с. 297]. Дуже часто перекладач при трансляції сленгової лексики вдається до ряду трансформацій різного характеру. Одним з найбільш ефективних видів перекладацьких трансформацій є варіантні відповідники. Їх використовують у випадках, коли одній лексемі мови джерела стаття двомовного словника пропонує декілька варіантів перекладу, і перекладачеві доводиться вибирати один з них [5, с. 298]. У статті, зокрема, йдеться також і про те, що ще одним варіантом є контекстуальна заміна, коли у зв'язку з особливостями конкретного контексту перекладач відмовляється від використання існуючої лексичної відповідності та підбирає варіант перекладу, що підходить лише в певному випадку [5, с. 298]. Якщо функціональні аналоги або варіантні відповідності відсутні в мові перекладу, перекладач може вдатися до прийому компенсації втрат, сутність якого полягає в тому, що елементи змісту, втрачені при перекладі одиниці в оригіналі, передаються в тексті перекладу іншим засобом, причому необов'язково в тому ж самому місці, що і в оригіналі. [5, с. 298]. Характерним для перекладу сленгу є також прийом генералізації. Він полягає у міжмовному перетворенні лексеми мови джерела з вужчим семантичним полем на лексему мови перекладу з ширшим семантичним полем [5, с. 300]. І. Онушканич зазначає, що при перекладі сленгових одиниць, що не мають безпосередніх відповідностей, перекладач може вдатися до описового перекладу. Недоліком описового перекладу є його гро-

міздкість і багатослівність, тому цей спосіб перекладу застосовується коли можна обійтися порівняно коротким поясненням [5, с. 300].

Отже, можемо зробити висновок, що сленг можна перекладати різними методами. Це дає перекладачеві можливість обрати найкращий варіант, який точно передаватиме зміст тексту, зберігаючи при цьому його емоційне забарвлення – важливу складову сленгу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/
2. Онушканич І., Штогрин М. Сленг як перекладознавча категорія: поняття, етимологія, способи перекладу // Вісник Житомирського державного університету. Серія «Філологія». 2013. №3. С. 296–300.
3. British council [Електронний ресурс]. URL: https://www.britishcouncil.org.ua/slang-in-english.
4. Cambridge.ua [Електронний ресурс]. URL: https://cambridge.ua/uk/blog/9-slengovyh-slov-i-vyrazhenij-kotorye-znayut-tolko-amerikantsy-a-teper-i-vy/
5. English prime.ua [Електронний ресурс]. URL: https://englishprime.ua/uk/anglijskij-sleng/

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛЮДСЬКОГО ТА МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ ТЕКСТІВ

Д. А. Худіяш, *студент спеціальності Філологія, група ФІЛ м-11*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту за останнє десятиліття суттєво вплинув на галузь перекладу, актуалізуючи питання ефективності машинного перекладу порівняно з людським. Теза присвячена порівняльному аналізу людського та машинного перекладу англомовних текстів різних жанрів та функціональних стилів.

Метою роботи є дослідження особливостей, переваг та недоліків людського й машинного перекладу англомовних текстів, а також визначення їхньої ефективності в контексті міжкультурної комунікації.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: визначити критерії оцінювання якості перекладу; провести порівняльний аналіз людського та машинного перекладу на матеріалі текстів різних жанрів; виявити типові помилки та недоліки обох типів перекладу; розробити рекомендації щодо оптимального використання людського та машинного перекладу.

Людський переклад – це діяльність, що здійснюється людиною-перекладачем і передбачає інтерпретацію змісту тексту однією мовою та створення еквівалентного тексту іншою мовою. Машинний переклад – це автоматичний переклад тексту комп'ютерними програмами без участі людини або з мінімальним втручанням [1].

На відміну від машинного перекладу, людський переклад характеризується глибоким розумінням культурного контексту, здатністю інтерпретувати імпліцитні значення, метафори, гру слів та інші стилістичні особливості. Людина-перекладач здатна адаптувати текст до особливостей цільової аудиторії, зберігаючи при цьому стиль та атмосферу оригіналу [3].

Аналіз перекладів художніх текстів демонструє, що машинний переклад часто не здатен відтворити емоційне забарвлення, образність та індивідуальний стиль автора. Розглянемо приклад перекладу уривку з роману Ф. С. Фіцджеральда «Великий Гетсбі»: *«In his blue gardens men and girls came and went like moths among the whisperings and the champagne and the stars»* [4].

Людський переклад (М. Пінчевський): *«Чоловіки й жінки, мов рій метеликів, з'являлись і зникали в синяві його саду, серед шелесту голосів, шампанського і зірок»* [5].

Машинний переклад (Google Translate): *«У його блакитних садах чоловіки та дівчата приходили й зникали, як нічні метелики, серед шепотів, шампанського та зірок».*

Аналіз цих перекладів демонструє суттєві відмінності в підході. У людському перекладі М. Пінчевський повністю перебудував структуру речення, поставивши підмет «чоловіки й жінки» на початок речення, а також використав більш емоційне «мов рій метеликів» замість простого порівняння. Також перекладач вдало передав «blue gardens» як «синява його саду» і замінив нейтральне «whisperings» на більш виразне «шелест голосів». Машинний переклад, натомість, дотримується порядку слів оригіналу та більш буквально передає значення.

Однак, машинний переклад має значні переваги при роботі з технічними, науковими та офіційно-діловими текстами. Система нейронного машинного перекладу (NMT) демонструє високу точність у відтворенні термінології, стандартизованих формулювань та структурованої інформації. Крім того, машинний переклад забезпечує високу швидкість обробки значних обсягів тексту та економічну ефективність [2].

Аналіз перекладів юридичних та технічних документів показав, що сучасні нейронні системи машинного перекладу досягають точності до 85–90 % при перекладі стандартизованих текстів, що робить доцільним їх використання з подальшим редагуванням людиною-фахівцем (постредагування).

Важливим аспектом порівняльного аналізу є культурна компетенція перекладу. Людський переклад демонструє вищу здатність адаптувати культурно специфічні елементи тексту, враховувати контекстуальні нюанси та соціокультурні відмінності між мовними спільнотами. Машинний переклад, навіть найсучасніший, часто не розпізнає культурні конотації, діалектизми, ідіоми та реалії, що призводить до семантичних помилок та комунікативних непорозумінь.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика людського та машинного перекладу

Критерій	Людський переклад	Машинний переклад
Швидкість	Низька (1 500–2 000 слів/день)	Висока (мільйони слів/день)
Вартість	Висока	Низька
Точність відтворення термінології	Середня-висока (залежно від спеціалізації перекладача)	Висока для стандартизованих текстів
Стилістична адекватність	Висока	Низька-середня
Культурна адаптація	Висока	Низька
Розуміння контексту	Повне	Обмежене
Ідіоматичність	Висока	Низька

На основі проведеного аналізу можна запропонувати оптимальну стратегію застосування людського та машинного перекладу: для художніх, рекламних, публіцистичних текстів, які вимагають творчого підходу, культурної адаптації та глибокого

розуміння контексту, доцільно використовувати людський переклад; для технічних, наукових та офіційно-ділових текстів ефективним є машинний переклад з подальшим постредагуванням; для нагальних перекладів великих обсягів тексту доцільно застосовувати машинний переклад з вибірковим редагуванням.

Порівняльний аналіз людського та машинного перекладу англомовних текстів виявив, що кожен тип перекладу має свої переваги та недоліки. Перспективним напрямом розвитку перекладацької галузі є гібридний підхід, що поєднує переваги машинного перекладу (швидкість, економічність, термінологічна уніфікованість) та людського перекладу (стилістична адекватність, культурна адаптація, творчий підхід).

Список використаних інформаційних джерел

1. Білоус О. М. Машинний переклад та його специфіка. Наукові записки. Серія: Філологічні науки. 2019. Вип. 175. С. 672–675.
2. Ковальчук О. П. Машинний переклад у контексті сучасного перекладознавства: нейронний підхід. Закарпатські філологічні студії. 2021. Вип. 15. С. 121–126.
3. Чернікова Л. Ф. Переклад як вид мовленнєвої діяльності. Особливості юридичного перекладу. 2014. № 267. С. 180–184.
4. Фіцджеральд Ф. С. Великий Гетсбі / пер. з англ. М. Пінчевський. Харків : Фоліо, 2016. С. 55.
5. Fitzgerald F. S. The Great Gatsby. New York : Scribner, 2004. 180 p.

ЛІТЕРАТУРНІ АЛЮЗІЇ В ПІСНЯХ ГРУПИ «RAMMSTEIN»

Д. Р. Чуйко, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-31*

А. В. Савченко, *асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Німеччина має велику історію в музиці та в літературі, що вплинули на світову культуру. Ця країна відзначилась як батьківщина класичних композиторів, які дали поштовх на розвиток музики, та великих німецьких письменників, які мають ключову роль у розвитку європейської літератури. Німеччина – це країна, яка має глибокі музичні традиції, охоплює як класичну музику, так і сучасні жанри, що впливає на культуру та суспільство.

Німецький індастріал-метал гурт Rammstein також користується великою популярністю по всьому світу. Гурт створює

музику у напрямку Neue Deutsche Härte – це напрямок у хард-рок/метал музиці, який розвинувся в Німеччині в 1990-х роках і був натхненний електронною танцювальною музикою [1]. У своїх піснях гурт надає перевагу висвітленню різних подій, які відбуваються у світі, як це було з піснею «Mein Teil» (2004) [2], в якій вони розповіли про страшний злочин [3]. Також те, що їх робить особливими виконавцями, – це те, як вони використовують різні алюзії на німецьку літературу та культуру, що не може не дивувати слухачів.

Мета нашої доповіді – дослідити алюзії на німецьку літературу у музичних відео Rammstein.

Нами проаналізовано три пісні та музичних відео до них гурту Rammstein, таких як Du Riechst so gut [4], Sonne [5], Mein Teil. Перший сингл гурту Rammstein «Du Riechst so gut» (1995) з дебютного альбому Herzeleid (1995). Незважаючи на те, що пісня вийшла більше 20 років тому, вона все ще займає високі рейтинги у світових чартах, що робить Rammstein впливовим гуртом [6]. У музичному відео дія відбувається у готичному світі: учасники гурту грають ролі вовків-перевертнів, які полюють на жінку. Вона намагається втекти від перевертнів, але опиняється у замку, де біля неї починають з'являтися учасники гурту та спостерігають за нею, немов хижаки. В кінці вони нападають на свою жертву, тобто жінку. У відео ми можемо спостерігати алюзію на відому книгу «Парфумер. Історія одного вбивці» Патріка Зюскінда, німецького письменника. Тема цієї книги полягає в одержимості запахом головного героя на ім'я Жан-Батист Гренуй, який полює на дівчат, вловлюючи їхній запах. У музичному відео демонструють нам, що вовки-перевертні переслідують свою жертву, орієнтуючись тільки на її запах. У тексті пісні є такі рядки: «Ich rieche dich, ich spüre dich» – «Я чую твій запах, я відчуваю тебе», «Jetzt hab ich dich» – «Тепер я тебе маю», що нагадує момент із книги, де головний герой Гренуй знаходить свій ідеальний аромат у жінці та не може опиратися своїм бажанням, щоб забрати його. «Du Riechst So Gut» розповідає нам про одержимі бажання людини, які можуть зробити її загрозою для оточуючих.

Сингл Sonne (2001) з альбому Mutter (2001) став дуже успішним та посів 2 місце в німецькому рейтингу [7]. Кліп «Sonne» (2001) [8] виступає одним із найкращих алюзій на класичну німецьку казку «Білосніжка» братів Грімм, але в стилі гурту

вони наповнюють алюзію похмурою та символічною атмосферою. У музичному відео показують, що учасники гурту – це гноми, які займаються тяжкою роботою, видобутком корисних копалин за наказом своєї правительки Білосніжки. Це можна інтерпретувати так, що гноми – це робочий клас, а Білосніжка – жорстока начальниця. Також сцена, де Білосніжка нюхає золотий пил як наркотик, який добувають гноми, та у ванній отримує передозування, показує, що Білосніжка залежна від порошку, що символізує владу, яка вбиває тих, хто користується нею [9].

Сімнадцятий сингл «Mein Teil» (2004) з альбому «Reise, Reise» (2004), відрізняє цю пісню від інших. Тема цієї пісні розповідає про жахливий випадок, який сколихнув весь світ. У 2001 році Армін Мейвес розмістив оголошення в інтернеті про «молодого міцного чоловіка, який хотів, щоб його з'їли». Чоловік на ім'я Бернд Юрген Брандес зрештою відповів на це оголошення, і їхня зустріч закінчилась його смертю. Наступні тижні Армін Мейвес споживав тіло цього чоловіка. Згодом його засудили до довічного ув'язнення. Музичне відео було знято у Берліні 2004 року, і те, що робить його унікальним, – це те, що кожен учасник окремо знімав свої сцени, не знаючи, що роблять інші [10]. Основна алюзія – на реальний випадок канібалізму в Німеччині. У тексті «Mein Teil» звучить фраза, яка описує акт канібалізму: «Denn du bist, was du isst» – «Бо ти є тим, що ти їси». У відео кліпі є алюзії на німецьку літературу – «Червона шапочка» братів Грімм. У казці вовк з'їдає бабусю та Червону Шапочку, але в деяких варіантах дівчинка сама його провокує [11]. Алюзія полягає у добровільності жертви та хижака, що її пожирає. Також є алюзія на «Перевтілення» Франца Кафки: у книзі головний герой перетворюється на комаху, що символізує втрату людської сутності; у музичному відео головний герой теж втрачає людську природу та стає хижаком. Сенс алюзій полягає у втраті людяності через їхні бажання.

Отже, у музичних відео гурту Rammstein використано багато алюзій на німецьку літературу і не тільки. Використання алюзій гурту Rammstein дозволяє людям по всьому світу ознайомитися та дізнатися більше про культуру Німеччини. Також це ще популяризує німецьку мову, і їхня музика допомагає у вивченні мови.

Список використаних інформаційних джерел

1. Neue Deutsche Härte. Last.fm. URL: https://www.last.fm/tag/neue+deutsche+h%C3%A4rte/wiki.
2. Mein Teil. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/39RKlCfLoqb8o2aXfpVfjW?si=bHdNUtgRSrKEyYKNmmeBfQ.
3. Germany's cannibal trial opens. The Guardian. URL: https://www.theguardian.com/world/2003/dec/04/germany.lukeharding.
4. Du Riechst So Gut. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/1jj1iCvo4LbprmQnO4Aq87?si=_qHkoDYSS_uj356oWdOLTg.
2. Sonne. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/3gVhsZtseYtY1fMuyYq06F?si=95VTmNQuRamU46ON-k5DzQ.
3. Du Riechst So Gut – Rammstein. Top-Charts. URL: https://www.top-charts.com/s/du-riechst-so-gut-rammstein.
4. Offizielle Deutsche Charts. GfK Entertainment. URL: https://www.gfk-entertainment.com/produkte/musik/charts.html.
5. Sonne. YouTube. URL: https://youtu.be/StZcUAPRRac?si=Hb8vjBm6mNjsNSay.
6. Sonne – Rammstein Interpreted. Hubpages. URL: https://discover.hubpages.com/entertainment/rammstein-interpreted-sonne.
7. Behind the Song: Mein Teil by Rammstein. Holly Franklin Basschick. URL: https://hollyfranklinbasschick.com/behind-the-song-mein-teil-rammstein/?noamp=available.
8. 50 Shades of Red: Sexuality and Loss of Innocence in Little Red Riding Hood. FolkloreThursday. URL: https://folklorethursday.com/folktales/50-shades-red-sexuality-loss-innocence-little-red-riding-hood/

НІМЕЦЬКА МОВА У ТВОРЧОСТІ ЯПОНСЬКОГО КОМПОЗИТОРА САВАНО ХІРОЙУКІ

С. В. Чуль, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-31*
А. В. Савченко, *асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Японська мова стає все більше популярною для вивчення серед молодого покоління в усіх куточках світу. Ця популярність передусім завдячує культурі Японії, яка приваблює багатьох людей своєю незвичністю та різноманітністю, а також культурі аніме.

Аніме – це японський стиль кінематографічної анімації, що характеризується стилізованим, барвистим мистецтвом та футуристичними деталями [1].

Окремою складовою аніме є саундтреки, які надають особливого забарвлення кожному з них.

Як правило, в музичному супроводі до аніме використовують поєднання англійської та японської мов, але бувають винятки.

Чудовим прикладом є аніме «Атака титанів» (нім. – Angriff auf (den) Titan) і композитор саундтреків до нього Савано Хіроюкі, який у своїх роботах до цього твору використав німецьку мову. Саме цей приклад своєрідної особливості ми б хотіли розглянути.

Атака титанів (нім. – Angriff auf (den) Titan) – аніме, що розповідає про світ, в якому людство стикається з небезпечною проблемою – титанами, створіннями, які поїдають людей навіть без потреби у їжі. Щоб захиститися від загрози, людство збудувало три стіни: Марію, Розу і Сіну. Але одного дня все змінюється і титани проникають за стіну, приносячи страждання. Головний герой – Ерен Єгер – заприсягся винищити всіх титанів після того, як його дім було знищено, а матір – вбито [2].

Нами було проаналізовано 3 саундтреки і виявлено такі деталі:

✓ Перший саундтрек «Bauklötze» (з нім. – будівельні блоки), (нижче подано уривок) вказує нам на трагічні події початку історії, коли стіни було знищено і людство опинилося в скрутному становищі [2]:

Es ist wie das Spiel mit Bauklötzen	Це як гра з будівельними кубиками
Ich mauere mit Steinen vorsichtig	Я обережно будую зі своїх камінців
Es ist wie das Spiel mit Bauklötzen	Це як гра з будівельними кубиками
Ich sehe meinen leeren Baukasten an	Дивлюсь на порожню коробку мрій
Du brichst meine Mauer arglos mit schmutzigen Händen	Ти необачно ламаєш мою стіну брудними руками
An jenem Tag war es ein sehr feuriges Abendrot	Того дня захід сонця був дуже палаючим
Ich versteckte die Bauklötze vor dir	Я сховав від тебе кубики
Traurige Erinnerung an meine Kindheit [3]	Сумний спогад мого дитинства

✓ Другий саундтрек «Vogel im Käfig» (з нім. – птах у клітці) описує багатьох персонажів даного твору, вказуючи на те, що попри неймовірну загрозу вони продовжують йти до своєї мети [2]:

Ist das der Engel, der vom dämmernden Himmel hinunter flog?	Чи ти ангел, що з присмеркового неба злетів додолу?
Ist das der Teufel, der aus der Felsenspalte heraus kroch?	Чи то демон, що виліз із тріщини у скелі?
Tränen, Ärger, Mitleid, Grausamkeit	Сльози, гнів, співчуття, жорстокість
Frieden, Chaos, Glaube, Verrat	Мир, хаос, віра, зрада
Wir werden gegen unser Schicksal ankämpfen	Ми боротимемось проти власної долі
Wir dürfen uns nicht in unser Schicksal ergeben	Ми не маємо права скоритися їй
Mit Trauer und Entscheidung im Herzen zeigen wir den Willen weiterzugehen	Зі смутком і рішучістю в серці ми покажемо волю йти далі
Niemand darf eigensinnig seines Lebens beraubt werden [4]	Ніхто не повинен самовільно бути позбавленим життя

✓ Останній, третій саундтрек «So ist es Immer» (з нім. – це завжди так) вказує на безтурботні часи, проведені з друзями, ще до того, як стіни було зруйновано [2]:

Die Stühle liegen sehr eng	Стільці стоять тісно один до одного
Wir reden die ganze Nacht lang	Ми розмовляємо цілу ніч
Dieser niedrige Raum ist nicht schlecht	Це низеньке приміщення-зовсім непогане
Wir können uns gut verstehen	Ми добре розуміємо одне одного
So ist es immer	Так завжди і буває
Unser Licht ist nur das	Наше світло-лише це
Trinken und Singen	П’ємо і співаємо, ми зустрічаємо
Wir, begrüßen morgen	ранок
So ist es immer	Так завжди і буває
Unter rußigem Himmel leben wir zusammen	Під закопченим небом ми живемо разом
Der Nacht ist lang	Ніч така довга
Da die Sterne nicht leuchten,	Оскільки зірки не світять,
Da der Mond auf diese Stadt nicht scheint,	Оскільки місяць не сяє над цим містом, ми самі вмикаємо світло
Schalten wir das Licht selbst an	
Singen wir unter dem Steinhimmel [5]	Співаймо під кам’яним небом

Отже, проаналізувавши обрані варіанти саундтреків, ми дійшли висновку, що Савано Хіроюкі використав німецьку мову у музичному супроводі для даного аніме задля атмосфери, так як «Атака титанів» має багато натяків на європейську та німецьку культуру, архітектуру, також імена персонажів (Ервін Сміт, Райнер Браун, Ерен Єґер, Бертольд Гувер, Саша Браус [2]), ця мова дає змогу підсилити антураж історії; також для звучання, адже німецька мова має різке та потужне звучання, яке

ідеально підходить для бойових сцен, але в певних моментах підсилює трагічність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аніме – що це таке, суть та види, особливості жанру та стилю. URL: https://termin.in.ua/anime/
2. “Attack on Titan”. Original anime series. URL: https://www.crunchyroll.com/series/GR751KNZY/attack-on-titan?srsltid=AfmBOoryVyUjP7IymmA5cB-dTP8GzjFOI9UjgqXtFZLDMvk1PxPthTds.
3. Sawano Hiroyuki. Bauklötze. URL: https://open.spotify.com/track/6oh6pyBUaJWZbhQKsq0iAm?si=9b03bfc7b7624805.
4. Sawano Hiroyuki. Vogel im Käfig. URL: https://open.spotify.com/track/7AEcphXUR52QGYxdZ8TDVI?si=12b011b182494b14.
5. Sawano Hiroyuki. So ist es Immer. URL: https://open.spotify.com/track/7ANDXcz3rVfPjFcIZeVVbL?si=16089f35beb04959.

СЕКЦІЯ 7 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

ВИКОРИСТАННЯ НУТОВОГО БОРОШНА ПРИ ВИГОТОВЛЕННІ ПІЦИ

Є. А. Багаєв, *студент спеціальності Харчові технології, група РТ б-21*
А. М. Гередчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ринок ресторанних послуг в Україні демонструє відносну стабільність, та, не зважаючи на військовий час, продовжує удосконалюватися, впроваджувати інновації та сучасні тренди. Сегмент піцерій продовжує тримати популярність завдяки простоті концепції, доступній вартості, різноманітності асортименту та високій окупності. Попит на піцу стабільно високий і не залежить від сезону.

Важливо зазначити, що споживачі дедалі більше цінують якість інгредієнтів та обирають більш повноцінні продукти. Тому сучасні піцерії активно впроваджують інновації в асортименті. Зокрема, з'являються піци з безглютеновим тістом, веганські та кето-варіанти. Провівши аналіз наукових публікацій встановили, що вченими розроблено численні рецептури тіста для піци з функціональними і оздоровчими інгредієнтами: соєве борошно і клітковина, гречане і амарантове борошно, яблучні вичавки, морквяний порошок, пюре буряка тощо [1, 2].

Нами запропоновано рецептури тіста для піци з частковою заміною пшеничного борошна на нутове. Нутове борошно є джерелом рослинного білку (до 21 %). В ньому є значна кількість важливих амінокислот, зокрема лізину, який зміцнює імунітет та підтримує здоров'я тканин. Крім того, нут містить вітаміни групи В, мінералів (залізо, магній, калій, цинк), харчових волокон.

Визначено, що оптимальна кількість внесення нутового борошна становить 15 %, при цьому відбувається покращення

кольору, смаку і запаху тістової основи. Консистенція і пористість практично не змінюється, час і температура випікання залишалася без змін. При внесенні нутового борошна більше 15 % тістова основа після випікання мала виражений смак нутового борошна та гіршу пористість.

Отже, виготовлення основи для піци на основі комбінування пшеничного і нутового борошна дозволить підвищити біологічну цінність піци, привернути увагу споживачів, розширити асортимент продукції для піцерій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кошель О., Маренкова Т., Степанова Т., Крутась А. Інноваційна технологія приготування тіста для піци. *Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету*. 2024. № 14 (2). С. 1–13.
2. Удосконалення технології напівфабрикатів для піци з підвищеним вмістом харчових волокон / А. В. Антоненко, Т. В. Бровенко, М. Ю. Криворучко, та ін. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 4 (311). С. 29–34.

ГОСТИННІСТЬ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ УКРАЇНИ

Л. Д. Білек, *студентка спеціальності Харчові технології, група 307*

К. В. Паламарек, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій, готельно-ресторанного і туристичного сервісу – науковий керівник*

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Ресторанний бізнес є однією із провідних складових сфери послуг, насамперед сфери гостинності. Попри те, що частку української економіки дедалі більше займає сфера послуг, розвиток і стійке зростання ресторанного бізнесу ускладнюється цілим спектром проблем [1].

Сфера послуг є однією із сфер із широкими перспективами економічного та соціального розвитку, а також джерелом валютних надходжень. Дана сфера, яка тільки почала відновлюватись після пандемії COVID-19 знову постраждала від війни 24-го лютого. З перших днів збройної агресії мільйони людей мігрували як всередині країни, так і за кордон. Водночас поступове звільнення нашою армією українських земель вселяло надію на

мирне майбутнє. Військовий наступ росії в Україні також несе величезні ризики для індустрії міжнародного туризму, а він є важливою ланкою сфери гостинності [1]. Надзвичайно важливо визначити напрямок стратегічного розвитку та відновлення сфери гостинності, оскільки більшість підприємств цієї галузі фактично припинили роботу, і їх власники повинні розуміти, чого очікувати після закінчення бойових дій, у чому полягає актуальність роботи.

Від початку війни в багатьох містах українські ресторани харчують українських захисників і волонтерів, віддають приміщення під склади гуманітарної допомоги [2]. Зважаючи на це, початок бойових дій став справжнім випробуванням для українського ресторанного бізнесу. Адже у випадку повномасштабної війни український ресторанний бізнес немає ні досвіду, ні вивчення сучасної теорії менеджменту. Проте, таких прикладів у світі чимало, коли країни після масштабних конфліктів швидко оговтувалися і знову приймали гостей, а частка іноземних туристів лише зросла [3].

Ситуація в Грузії є прикладом антикризової стратегії відновлення ресторанного бізнесу після збройного конфлікту. Російсько-грузинський військовий конфлікт 2008 року негативно вплинув на всі галузі економіки Грузії, особливо на сектор подорожей туризму, що негативно вплинуло на розвиток ресторанного бізнесу [3]. До конфлікту лише 2–3 % населення світу чули про Грузію. Після завершення військового конфлікту в Грузії відчули шалений сплеск туризму та впізнаваності у світі. Якщо у 2011 році розмір прямих інвестицій у ресторанному бізнесі оцінювався у розмірі 22,7 млн доларів, то у 2014 році ця цифра виросла до 124,9 млн доларів, що становить 7 % від загальної суми інвестицій. Зростання кількості закладів ресторанного господарства допомогло зменшити критичність ще однієї проблеми – безробіття. Так, у періоді з 2009 до 2013 року кількість робочих місць у закладах ресторанного бізнесу зросла в 2,5 рази, що допомогло працевлаштуватися 30 285 особам [4].

Слід погодитись із позицією науковців, які стверджують, що після завершення війни Україна матиме можливість розвивати туризм, крім того може з'явитись новий напрям туризму – воєнний туризм (або його ще називають військовий, мілітарний) [5]. Метою такого туризму є відвідання місцевості, пов'язаної з воєнними діями: відвідування історичних місць і музеїв, відві-

дання різних об’єктів і полігонів, відвідування місць бойових дій, а також ознайомлення туристів з гастрономічною картою України.

Підсумовуючи вищезазначене вважаємо, що одним із провідник чинників на сьогодні є чинник безпеки, який базуватиметься на захисті відвідувачів, а також формуванні іміджу безпечної держави. Адже загальновідомим є той факт, що індустрія гостинності зростає там де безпечно для людини та суспільства.

На даний момент, найкраща програма розвитку нашої країни і ресторанного бізнесу в цілому – це перш за все програма припинення бойових дій на території України.

Розвиток ресторанного бізнесу після війни зміниться у будь-якому випадку. Адже необхідно буде враховувати міжнародні стандарти щодо якісного укриття, змінити підхід до містобудування, а в ресторанах мають з’явитись повноцінні плани евакуації відвідувачів. Саме індустрія гостинності повинна стати локомотивом поствоєнного відновлення економіки України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Паламарек К. В. Кризові явища та їх вплив на функціонування індустрії гостинності / К. В. Паламарек, О. Л. Романовська, Л. Т. Струтинська // Вісник Чернівецького Торговельно-економічного Інституту : науковий журнал. Чернівец. торгов. екон. інс-т. – Чернівц : ЧТЕІ КНТЕУ, 2022. – № 2 (86). – С. 20–31. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald_en/content/download/archive/2022/v2/2.pdf.
2. Кифяк В., Паламарек К. Питання розвитку готельного бізнесу м. Чернівці в умовах кризових явищ / Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2021. Вип. І (81). С. 148–159.
3. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? Інтернет-видання «Liga.net». 2022. URL: https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952 (дата звернення: 05.03.2025).
4. Чорненька Н. В., Євлах В. С. Досвід Грузії для підвищення результативності українського туристичного бізнесу / Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні особливості формування і управління інноваційним потенціалом регіонального розвитку туризму та рекреації із залученням молодіжного ресурсу». Тернопіль. 15–17 жовтня 2015 року.
5. Заячковська Г. А., Сікула А. О. Військовий туризм як один з перспективних напрямків післявоєнного розвитку туризму в Україні //

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення» (м. Львів, 1–2 червня 2022 р.). Львів : Вид-во ЛТЕУ, 2022. С. 267–269.

ВИКОРИСТАННЯ АКВАФАБИ ПРИ ВИГОТОВЛЕННІ ДРАГЛЕПОДІБНИХ ДЕСЕРТІВ

В. Бруско, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТ РТ-11*
О. М. Горобець, *канд. техн. наук, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Останніми роками в Україні спостерігається значне зниження імунітету населення, що пов'язано з погіршенням екологічної ситуації та призводить до зростання рівня захворюваності. У зв'язку з цим актуальним стає розроблення харчових продуктів, здатних чинити імуномодулюючу дію.

Солодкі страви, до складу яких входять натуральні ягоди та фрукти, мають особливу цінність, оскільки містять мінеральні речовини, органічні кислоти та вітаміни (С, А, В, Р). Серед десертів, які користуються популярністю у всіх вікових груп, особливе місце займають страви з драглеподібною структурою – желе, муси, бланманже тощо. Водночас їх харчова цінність характеризується високою калорійністю та недостатнім вмістом вітамінів і мінералів. Тому в ресторанному господарстві зростає інтерес до розробки десертів, збагачених біологічно активними речовинами.

Серед десертів зі збивною структурою самбуки є одним є найпопулярних десертів і є багатокомпонентними системами, що поєднують емульсію, піну та гель. Якість цих виробів значною мірою залежить від технології приготування, співвідношення інгредієнтів, температурного режиму та властивостей загущувачів, серед яких традиційно використовують желатин, агар, пектин та інші [1].

Одним із недоліків традиційних желейних страв є низький вміст біологічно активних речовин, а також використання синтетичних барвників, що можуть мати негативний вплив на здоров'я. Крім того, у виробництві часто застосовують імпортні

загущувачі, що зумовлює потребу в пошуку альтернативних компонентів із високими драглеутворюючими властивостями, значним вмістом корисних речовин і здатністю покращувати колір готового виробу.

Метою дослідження є створення вітамінізованих желейних десертів (самбуків) для ресторанного господарства шляхом використання пюре з йошти та аквафаби, в якості рослинного замінника білка, а також аналіз їх якості за органолептичними показниками.

Традиційно для самбуків використовують яблука та продукти їх переробки (соки, пюре, повидло), оскільки вони мають високі технологічні та функціональні властивості. Яблучне пюре добре стабілізує суспензії та піни, утворює драглі, гармонійно поєднується з іншими фруктовими компонентами.

Відомо, що під час термічної обробки яблука втрачають значну частину поживних речовин, а використання яєчного білка може викликати мікробіологічні ризики, алергічні реакції та обмежує коло споживачів (наприклад, серед веганів).

Аналіз хімічного складу ягід та пюре йошти показав, що вони є багатим джерелом біологічно активних речовин та органічних кислот. Вміст води в них становить 89,6–91,2 %, а титрована кислотність сягає 3,3 % у свіжих ягодах і 1,8 % у пюре, що свідчить про їхні корисні властивості та потенціал для використання в десертах функціонального призначення.

Пюре з йошти додавали в кількості від 20 до 60 % від загальної маси яблучного пюре. Найкращим варіантом виявився зразок із 40 % пюре з йошти, який мав збалансований кисло-солодкий смак, приємний аромат і насичений бузковий колір.

Для заміни яєчного білка та збереження пінної структури десерту було проведено вдосконалення рецептури шляхом заміни яєчного білка на аквафабу.

Аквафаба – це в’язка рідина, отримана в результаті відварювання плодів бобових культур [2].

Отримані зразки самбуку з аквафабою відрізнялись приємним смаком і ароматом, стабільною структурою та відмінними органолептичними показниками.

Таким чином додавання до рецептури самбуку пюре йошти дозволить розширити асортимент десертів та підвищити їх біологічну цінність. Використання аквафаби в технології десерту дозволить рекомендувати його для людей з харчовою алергією на яєчний білок.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бородай А. Б. Удосконалення технології солодких страв за рахунок використання рослинної сировини. Збірник наукових статей магістрів. Факультет товарознавства, торгівлі та маркетингу, факультет харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу ПУЕТ. 2018. С. 164–169.
2. Кирпіченкова, О. М. Розширення асортименту солодких страв спеціального призначення у ресторанах / О. М. Кирпіченкова, А. О. Муратова // Інтернаука. – 2022. – №2. – С. 42–48.

ФЕРМЕНТОВАНІ ПРОДУКТИ – НОВИЙ СТАРИЙ ТРЕНД У ХАРЧУВАННІ

В. О. Бруско, *студентка спеціальності Харчові технології, група РТ б 11*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ферментовані продукти переживають справжній ренесанс у сучасному харчуванні. Це не нова ідея, бо ферментація є однією з найстаріших технологій збереження їжі, яка використовувалася людством протягом тисячоліть. Однак в останні десятиліття цей процес знову набуває популярності через свій позитивний вплив на здоров'я та зростаючий інтерес до натуральних, органічних і функціональних продуктів харчування [1].

У давнину ферментація була важливою частиною життя людей, адже дозволяла зберігати їжу на тривалий час, забезпечуючи необхідні ресурси для тривалої зими або подорожей. Сьогодні ми знову повертаємось до цих давніх методів, оскільки ферментовані продукти стають все популярнішими через їх користь для здоров'я та екологічну спрямованість.

Технічно ферментація – це хімічний процес, при якому цукор в їжі перетворюється на молочну кислоту, спирт або оцтову кислоту завдяки мікроорганізмам (лактобактерії, дріжджі або пліснява). Останні природно присутні у харчових продуктах або додаються туди для досягнення певного ефекту. Живлячись цукром та водою, мікробіота виробляє продукти ферментації, корисні для людського організму. Яскравий приклад – процес молочнокислого бродіння. Він складається з мацерації їжі за

допомогою солі та води або додавання закваски (сичужний фермент) [2].

Чому ж ферментовані продукти стають трендом? По перше, ферментовані продукти багаті на пробіотики – корисні мікроорганізми, які допомагають відновити та підтримувати баланс мікрофлори в кишківнику. Здоров'я кишківника стало важливою темою в останні роки, оскільки виявлено, що він має значний вплив на загальний стан організму, імунітет, а також може впливати на настрій і психічне здоров'я.

По друге, ферментація не лише зберігає їжу, але й змінює її смакові властивості, надаючи їй насиченіший, пікантніший смак. Це особливо важливо в кулінарії, де ферментовані продукти додають унікальні нотки до страв. Наприклад, сири, соуси, пасти та інші продукти, виготовлені в результаті ферментації, можуть надати кулінарним стравам неповторний аромат та текстуру.

По третє, ферментація може збільшити засвоюваність таких речовин, таких як вітаміни, мінерали та амінокислоти. Наприклад, ферментація сої у виробництві місо або темпе підвищує біодоступність білків і заліза. Крім того, ферментація може допомогти зменшити рівень шкідливих речовин в продуктах, таких як фітати, що знижують всмоктування мінералів.

Ферментація також дозволяє ефективно використовувати їжу, зменшуючи кількість харчових відходів. Багато ферментованих продуктів можуть бути виготовлені з інгредієнтів, які в іншому випадку могли б бути викинуті, наприклад, з овочів, які не продаються на ринку або мають деякі дефекти. Це дозволяє зберегти ресурси та зменшити навантаження на навколишнє середовище.

Крім того, в умовах поширення тенденції до повернення традиційних методів приготування їжі, ферментація стає не тільки способом збереження продуктів, а й культом здорового способу життя. У зв'язку з трендом на здорове харчування, люди шукають природні, мінімально оброблені продукти, які мають додаткові переваги для здоров'я.

Сьогодні ферментація використовується не стільки для збереження продуктів та поліпшення їхніх харчових властивостей, скільки для підвищення корисності та створення нових видів їжі. Ферментувати можна практично все: овочі, фрукти, молоко, м'ясо, рибу, напої. Найпоширеніші ферментовані продукти: хліб

на заквасці, квашені овочі (соління) – морква, капуста, огірки, буряк, ріпа, яблука, кавуни та ін.; ферментовані молочні продукти – сири, йогурти, кефір, ряжанка тощо; чайний гриб (камбуча), бобові – квашені боби, нут, соєві – соя, сир тофу, оселедець та інша солона риба, хамон, пармська шинка та деякі види європейських ковбас, певні сорти чаю.

Таким чином, ферментовані продукти – це не просто модний тренд, а частина культурної й харчової спадщини, яка знову набирає популярності через свої численні переваги для здоров'я та екології. Вони не тільки покращують смакові якості їжі, але й позитивно впливають на здоров'я, роблячи їх важливим елементом сучасного раціону. Тому можна з упевненістю сказати, що ферментовані продукти – це новий старий тренд у харчуванні, який буде актуальний ще довго.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке ферментовані продукти та яка їхня користь? URL: https://fitomarket.com.ua (дата звернення: 21.03.2025).
2. Процес ферментації, бродіння та ферментер. URL: https://vognyar.com (дата звернення: 21.03.2025).

ЯК ХАРЧОВА РЕВОЛЮЦІЯ ЗМІНЮЄ НАС І СВІТ НАВКОЛО

М. В. Васильковський, *студент спеціальності Харчові технології, група ХТІ б-11*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Харчова революція, що активно розвивається в останні десятиліття, є складним і багатоелементним процесом, який включає в себе зміни в способах виробництва, споживання та розподілу продуктів харчування. Вона охоплює численні аспекти – від нових технологій у сільському господарстві й харчовій промисловості до змін у споживчих звичках і, навіть, у світогляді людства щодо екології та здоров'я. Харчова революція є відображенням глобальних соціальних, економічних, екологічних та культурних змін, і її вплив на нас і навколишній світ є значним [2].

Однією з найбільш помітних змін у харчовій революції є використання новітніх технологій у виробництві продуктів харчування. Наприклад, генно-модифіковані організми (ГМО), штучне м'ясо, культури на основі рослин – це все елементи харчової революції, які змінюють наш підхід до їжі та виробництва їжі. Генетично модифіковані культури дозволяють вирощувати більш стійкі та врожайні рослини, що може допомогти забезпечити продовольчу безпеку у світі, де зростає кількість населення. Однак це також викликає питання щодо етики, безпеки та впливу на довкілля. Штучне м'ясо, що виробляється з клітин, а не з реальних тварин, може стати рішучим кроком у зменшенні екологічного впливу харчової промисловості, проте це також викликає дискусії про майбутнє тваринництва та етичні аспекти таких технологій [1].

Глобальна харчова революція відображає також зміну споживчих звичок. Люди все більше починають усвідомлювати важливість здорового харчування, що сприяє популяризації таких концепцій харчування як веганство, вегетаріанство, палеодієта. Ці нові підходи до харчування відображають не тільки прагнення до здоров'я, а й соціальну відповідальність за наше харчове споживання та його вплив на навколишнє середовище [2].

Технології та нові виробничі процеси також дозволяють швидше і зручніше отримувати доступ до їжі – через доставки додому, мобільні додатки та інтернет-магазини, що робить продукти харчування більш доступними та зручними для споживачів. Однак ці зміни мають і зворотний бік. З одного боку, з'являється більше можливостей для вибору та контролю за власним харчуванням, з іншого – можливість зробити «неспоживчий вибір» підвищує навантаження на індустрію, що, у свою чергу, змінює структуру пропозицій на ринку.

Однією з головних причин, чому харчова революція відбувається, є зростаюча усвідомленість про вплив харчування на здоров'я. Поширення інформації про небезпеки оброблених продуктів, трансжирів, надмірного споживання цукру та солі веде до зміни харчових уподобань людей. Це змінює виробничі процеси: компанії все більше орієнтуються на створення продуктів з високим вмістом корисних інгредієнтів і низьким вмістом штучних добавок, що позитивно впливає на здоров'я споживачів.

З точки зору екології, харчова революція має суттєвий вплив на зменшення навантаження на навколишнє середовище. Спо-

живання органічних продуктів, зниження викидів парникових газів, зростання популярності локального виробництва дозволяють зменшити екологічний слід і зберегти ресурси планети. Щодо відходів: розвиток технологій у харчовій індустрії включає у себе також збільшення обсягів переробки продуктів та зменшення харчових відходів, що є важливою частиною екологічної стратегії.

Харчова революція також має вплив на культурні зміни в різних частинах світу. Завдяки глобалізації доступ до їжі різних культур став набагато легшим. Наприклад, азіатські чи середземноморські страви стали популярними не лише у своїх регіонах, а й в інших країнах. Це сприяло інтеграції різних гастрономічних традицій у глобальний ринок та змінило смакові вподобання людей. Водночас, глобалізація може загрожувати традиційним кулінарним практикам, коли місцева їжа може поступово витіснятися стандартними промислово виготовленими продуктами. В Україні, наприклад, відзначається зростання популярності фастфуду та напівфабрикатів, що може негативно впливати на традиційну кулінарну спадщину.

Харчова революція дає змогу вирішити низку глобальних проблем: від зниження бідності до забезпечення продовольчої безпеки. Ініціативи, спрямовані на підвищення ефективності використання природних ресурсів, зменшення викидів $CO2$, розвиток замінників м'яса та підтримка органічного землеробства є частиною цієї глобальної трансформації.

Таким чином, харчова революція – це не просто зміна в тому, що ми їмо. Це ціла система змін, яка стосується технологій, екології, економіки та соціальної структури суспільства. Вона відкриває нові можливості для сталого розвитку, покращення здоров'я людей та забезпечення продовольчої безпеки в майбутньому, але водночас створює нові проблеми, які потребують уваги. Ідеальний шлях досягнення сталого розвитку в харчовій галузі вимагає балансу між інноваціями та повагою до традицій, етики та екології.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вілсон Бі. Що ми їмо? Як харчова революція змінює наші життя і світ навколо [текст] / пер. з англ. Олександра Асташова. Київ : Наш Формат, 2022. 321 с.

2. Мелега К. П. Сучасні моделі здорового харчування як основа здоров'я, збереження та профілактики хронічних захворювань. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/23480/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%B3%D0%B0_%D0%BC%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_2018.pdf (дата звернення: 29.03.2025).
3. Палвашова Г. І., Седікова І. О. Ретроспектива розвитку харчової промисловості: від минулого до майбутнього. URL: file:///C:/Users/User/Downloads/2796-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-8961-1-10-20240604.pdf (дата звернення: 29.03.2025).

УКРАЇНСЬКІ СУПЕРФУДИ: РЕАЛІЇ БУТТЯ

А. А. Власенко, *студентка спеціальності Харчові технології, група РТ б-11*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Термін «суперфуди» став популярним у світі в останні десятиліття, зокрема завдяки зростанню інтересу до здорового способу життя та правильного харчування. Це продукти, які містять високу концентрацію біологічно активних речовин, таких як вітаміни, мінерали, антиоксиданти, амінокислоти, а також мають позитивний вплив на організм людини. Хоча більшість суперфудів асоціюється з екзотичними плодами та іншими іноземними продуктами, багато таких «суперпродуктів» росте в Україні і має не меншу, а іноді й більшу користь для здоров'я. Українські суперфуди стають трендом серед людей, які шукають натуральні та доступні продукти для покращення здоров'я і підтримки активного способу життя. Попри те, що українські суперфуди мають численні корисні властивості і багатий потенціал, вони часто поступаються іноземним аналогам, таким як чіа, асаї, спіруліна чи кіноа, у плані популярності та доступності. Існує кілька факторів, які пояснюють, чому українські суперфуди поки що не здобули такої широкої популярності на міжнародному рівні, як їхні екзотичні аналоги.

Іноземні суперфуди часто мають гарний брендинг і маркетингову підтримку. Багато з них, наприклад, чіа, асаї чи кіноа, стали відомими завдяки великим компаніям, які активно про-

сувають їх через соціальні медіа, публікації в популярних виданнях, фітнес- та харчові тренди. Завдяки цьому іноземні продукти здобули статус модних, корисних і ефективних. З іншого боку, українські суперфуди не мають такої великої маркетингової підтримки на міжнародному рівні. Продукти, такі як гречка, чорна смородина або льон, часто не отримують належної уваги з боку глобальних брендів, що знижує їх впізнаваність на ринку.

Крім того, доступність інформації про користь певних продуктів є ключовим фактором для їх популяризації. Іноземні суперфуди, як правило, супроводжуються науковими дослідженнями, які підтверджують їхню ефективність і корисні властивості. Українські ж суперфуди часто залишаються маловідомими, особливо за межами України. Багато людей у світі просто не знають про чудові властивості, наприклад, пшона чи гарбузового насіння.

Більшість іноземних суперфудів, що доступні на полицях магазинів, мають вигідний вигляд завдяки привабливій упаковці, а також широкому асортименту перероблених і готових до вживання продуктів. Наприклад, чіа, спіруліна та ягоди Годжі часто доступні у вигляді порошку, готових батончиків, соків чи таблеток, що зручно для споживачів, які шукають швидке й просте рішення для здорового харчування. В Україні ж більшість суперфудів, таких як ягоди обліпихи або чорна смородина, здебільшого продаються в натуральному вигляді або у вигляді продуктів, що потребують додаткової обробки чи зберігання. Це робить їх менш зручними у використанні порівняно з екзотичними альтернативами, особливо для людей, які не мають часу або бажання готувати чи переробляти продукти.

Також переважна більшість українських суперфудів має обмежений сезон продажу, що ускладнює їх постійну доступність. Це створює певні труднощі з постачанням, якість продуктів може варіювати залежно від пори року чи погодних умов. Натомість екзотичні суперфуди, як правило, вирощуються в постійно теплих регіонах, що забезпечує стабільність виробництва.

Не останню роль відіграють і стереотипи про «сучасність» і «модність» таких продуктів. Чи не кожен сучасний фітнес-блогер чи нутриціолог пропагує споживання чіа, кіноа, асаї. Такі продукти асоціюються з новітніми тенденціями у здоровому харчуванні, інколи навіть з ознакою соціального статусу. Тим

часом українські продукти часто сприймаються як більш традиційні або прості. З огляду на те, що багато з цих продуктів є частиною традиційної кухні, вони не завжди сприймаються як «модні» або «екзотичні». Це в свою чергу створює певний бар'єр на шляху популяризації їх за межами України та у сучасних трендах харчування. До того ж українські суперфуди, навіть з величезним потенціалом, не завжди мають достатню кількість наукових досліджень або міжнародних сертифікацій, що впливає на їх популяризацію в світі.

Таким чином, іноземні суперфуди мають численні переваги в контексті глобальної популяризації завдяки потужним маркетинговим кампаніям, зручним формам споживання, стабільності постачань і стереотипам. В свою чергу українські суперфуди мають великий потенціал і є не менш корисними для здоров'я, але їм бракує належної уваги з боку науковців і маркетологів. Лише з правильним підходом до просування, підтримкою місцевих виробників і фокусом на корисні властивості, українські «суперпродукти» можуть зайняти гідне місце на глобальному ринку здорового харчування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Матюшенко Р. Суперфуди як основа смузі оздоровчого спрямування. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams (дата звернення: 21.03.2025).
2. Лихолат О. А., Вишнікіна О. В. Матухно О. С. Українські superfoods: економічні, екологічні, психофізіологічні, гастрокультурні аспекти. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2023. № 1 (81). С. 128–133.

РОЗРОБЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СУЧАСНИХ З ДЕСЕРТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ БЕЗГЛЮТЕНОВОГО БОРОШНА

М. М. Гуржій, *студент спеціальності Харчові технології, група ТРГ м-11*

О. М. Горобець, *канд. техн. наук, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Зростаюча популярність безглютенових дієт та необхідність виробництва продуктів для людей з непереносимістю глютену та целіакією сприяють розвитку нових технологій виготовлення

безглютенових десертів. Одним з найпопулярніших десертів сучасності є шоколадний фондан до складу якого входить глютемістке пшеничне борошно. Цей факт обумовлює перспективність проведення досліджень спрямованих на визначення можливості повної заміни пшеничного борошна на безглютенові види [1].

Замінюючи пшеничне борошно на безглютенові аналоги, можна створити продукт, що відповідає вимогам безглютенової дієти, проте це вимагає коригування рецептури та технологічного процесу.

Класична технологія виготовлення шоколадного фондану передбачає введення пшеничною борошна з суміші какао-порошком на фінальній стадії замішування тіста для десерту. Пшеничне борошна, яке містить глютен – білок, що складається з проламінів та глютелінів, які відповідають за формування структури десерту. Зокрема, основну частину глютену становить гліадин, який є одним із проламінів пшениці і може складати до 80 % вмісту глютену. Цей компонент є небезпечним для людей, які мають целіакію, оскільки його вживання протипоказано.

Тому метою досліджень було розроблення рецептур та технології шоколадного фондану із застосуванням різних видів безглютенових борошен, таких як рисове, кукурудзяне, мигдальне та нутове, а також у дослідженні було використано: яйця, вершкове масло, цукор, чорний шоколад (вміст какао від 56 %). Для поліпшення структурно-механічних характеристик безглютенового тіста до складу було введено крохмаль кукурудзяний.

Кожен вид борошна надає десерту не лише унікальний смак і текстуру, але й корисні поживні властивості, що дозволяє підбирати оптимальний інгредієнт залежно від потреб дієти та рецептури.

Рисове борошно має нейтральний смак, що робить його універсальним для різноманітних видів випічки. Воно містить антиоксиданти, зокрема токофероли, але порівняно з іншими борошнами, має менший вміст мікроелементів. Кукурудзяне борошно є джерелом антиоксидантів, зокрема каротиноїдів (лютеїн та зеаксантин), які корисні для зору. Містить також вітаміни групи В, фолієву кислоту, магній та залізо. Мигдальне

борошно має низький вміст вуглеводів, що робить його популярним у низьковуглеводних та кетогенних дієтах. Мигдальне борошно також має високу кількість клітковини (близько 10 %), що сприяє кращому травленню. Нутове борошно багате на мікроелементи, такі як залізо, магній, фолієва кислота, а також на антиоксиданти, що підтримують імунну систему. Високий вміст білка робить його потужним джерелом рослинного білка для вегетаріанців та веганів.

На основі теоретичних даних було виготовлення 4 види фондану в яких пшеничне борошно повністю замінювали в першому випадку на рисове борошно, в другому – на мигдальне, в третьому – на нутове, в четвертому – на кукурудзяне.

Після виготовлення проводили органолептичну оцінку розроблених зразків з метою визначення оптимального виду безглютенового борошна для виготовлення десерту

Отже при використанні рисового борошна шоколадний фондан мав всі характерні ознаки десерту, але було помітно наявність крупинок. При використанні мигдального борошно дисперсність борошна в готовому виробі була менш відчутна. Виріб з використанням мигдалевого борошна мав м'яку текстуру, що робить десерт приємнішим на смак. При використанні нутового борошна десерт мав яскраво виражений гороховий смак і запах. Десерт з використання кукурудзяного борошна, мав менш відчутну дисперсність борошна в готовому виробі та більш стабільну структуру, що робить це вид борошно одним з найперспективніших для виготовлення безглютенвого фондану.

Таким чином, заміна пшеничного борошна дає змогу виготовляти продукцію, доступну для всіх верств населення, зокрема для людей з целіакією. Враховуючи це, можна рекомендувати використання кукурудзяного та мигдального борошна для приготування безглютенових десертів, таких як шоколадний фондан, що дозволить отримати продукт з поліпшеною текстурою та смаком.

Список використаних інформаційних джерел

1. Давидова О. Ю., Сисоєва С. І. Новітні технології та тренди ресторанного бізнесу. Journal of management, economics and technology. Харків : ДБТУ, 2024. № 1. С. 58–67.

РОЗРОБЛЕННЯ РЕЦЕПТУРИ БРАУНІ З ВИКОРИСТАННЯМ ЦУКРОЗАМІННИКІВ

М. Д. Малтабар, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТ РТ б-31*
О. М. Горобець, *канд. техн. наук, завідувач кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Проблема зменшення вмісту цукру в харчових продуктах тісно пов'язана з особливостями сучасного раціону, який характеризується надмірним споживанням висококалорійних продуктів, що містять значну кількість легко засвоюваних цукрів, таких як сахароза, глюкоза, крохмаль і мальтодекстрини. Дисбаланс у харчуванні сприяє збільшенню маси тіла та розвитку ожиріння.

Ще одним важливим фактором, що зумовлює необхідність скорочення споживання цукру, є зростання рівня захворюваності на цукровий діабет 2-го типу. У таких умовах харчова промисловість відіграє ключову роль у коригуванні раціону, пропонуючи споживачам вибір між традиційними продуктами та їхніми низькокалорійними альтернативами. Важливо, щоб обидва варіанти зберігали високу якість, привабливий смак і залишалися доступними.

Хоча кондитерські вироби не є основою раціону, вони займають значну нішу, особливо серед дітей. Аналіз їхнього складу, зокрема борошняних кондитерських виробів (БКВ), свідчить про невідповідність сучасним принципам збалансованого харчування. БКВ характеризуються високою енергетичною цінністю, підвищеним вмістом вуглеводів і жирів та недостатньою кількістю незамінних амінокислот, поліненасичених жирних кислот, вітамінів, мінералів і харчових волокон.

Сучасні технології дають змогу вдосконалювати хімічний склад БКВ, створюючи рецептури з урахуванням віку, стану здоров'я, рівня фізичних навантажень та екологічних умов. У цьому контексті актуальним є розроблення варіантів популярних десертів із використанням безпечних цукрозамінників.

Одним із ключових аспектів створення спеціалізованих БКВ є використання речовин із солодким смаком. Всі підсолоджувальні компоненти поділяються на дві основні групи: цукрозамінники та підсолоджувачі. Такий поділ пояснюється тим, що

цукор у кондитерському виробництві виконує не лише функцію підсолоджувача, а й забезпечує необхідну структуру виробу.

Пошук альтернативних підсолоджувачів, які могли б замінити сахарозу та зберегти якісні характеристики продукції, є одним із пріоритетних напрямів наукових досліджень у багатьох країнах. Це важливо як для раціонального харчування здорових людей, так і для розробки спеціальних дієтичних продуктів, рекомендованих особам із ендокринними та серцево-судинними захворюваннями.

Одним із найпопулярніших сучасних десертів є брауні, до складу якого входить шоколад, а разом із ним і значна кількість цукру – у середньому 30–40 % від загальної маси виробу.

Для виготовлення десерту використовували шоколад із 99 % вмістом какаопродуктів, який не містить сахарози.

Основний акцент досліджень зроблено на вибір оптимального цукрозамінника, який би мав низький глікемічний індекс і мінімальну калорійність. Було обрано три варіанти підсолоджувачів: стевію, цикламат натрію та зусто.

На основі отриманих даних встановлено, що оптимальним варіантом є стевія через природне походження та нульовий глікемічний індекс. Водночас зусто також демонструє знижений глікемічний індекс і нижчу калорійність порівняно з сахарозою.

У процесі приготування брауні на основі 99 % шоколаду додавали обрані цукрозамінники, враховуючи їхні властивості та солодкість.

Органолептична оцінка готових брауні показала, що найкращий результат продемонстрував виріб із використанням зусто: він мав гарну пористість, приємний смак та аромат.

Проведене дослідження дозволило оцінити вплив різних цукрозамінників на якість брауні, виготовленого з шоколаду з високим вмістом какаопродуктів (99 %) без сахарози.

Отримані результати відкривають можливість подальшого вдосконалення рецептури брауні зі зниженою енергетичною цінністю, що може стати корисним десертом для осіб, які дотримуються здорового харчування або мають медичні показання для обмеження цукру. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на випробування інших альтернативних підсолоджувачів та оптимізацію їх використання у кондитерських виробах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дорохович А. М. Цукри, цукрозамінники, підсолоджувачі та їх використання при виробництві кондитерських виробів / А. М. Дорохович // Здобутки та перспективи розвитку кондитерської галузі : матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – Київ : НУХТ, 2017. – С. 103–110.

ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ГІДРАТОВАНОГО НАСІННЯ ЧІА ЯКІСТЬ НА БЕЗГЛЮТЕНОВИХ ХЛІБЦІВ

В. Ю. Нікулін, *студент спеціальності Харчові технології та інженерія, група ХТІ б-21*
Ю. Г. Наконечна, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальною проблемою останнього часу є розроблення технологій виробництва безглютенових продуктів, що забезпечують населення України дієтичним харчуванням. Популярність безглютенових продуктів невпинно зростає, особливо серед тих, хто приділяє значну увагу здоровому харчуванню. Однак головною причиною популярності таких продуктів харчування є не лише модні тенденції, а й поширення целіакії – захворювання, при якому організм не сприймає глютен (білок, що міститься у пшениці, ячмені, житі та вівсі) [1].

Крім того, безглютенові продукти харчування рекомендуються вживати людям із алергією на клейковину, а також пацієнтам із аутоімунними захворюваннями, такими як розсіяний склероз, ревматоїдний артрит, системний червоний вовчак, аутоімунний тиреоїдит тощо [2].

Традиційні рецептури безглютенових борошняних кондитерських виробів базуються на використанні рисового, гречаного та кукурудзяного борошна. Водночас додавання нетрадиційної рослинної сировини, багатої на білки, харчові волокна, незамінні жирні кислоти та мінеральні речовини, здатне суттєво підвищити біологічну цінність готової продукції.

Для виробництва безглютенових хлібців дозволено використовувати продукти переробки таких культур, як рис, гречка, кіноа, кукурудза, пшоно, сорго та амарант. У невеликих кількостях додають сировину з бобових (люпину, сої, гороху, квасо-

лі, нута) та олійних культур (соняшнику, кунжуту, льону, ріпаку, чіа), а також горіхи [3].

Борошно є ключовим компонентом у рецептурі хлібців, оскільки його масова частка є найбільшою. Тому одним із першочергових завдань стало обґрунтування оптимального складу борошняної сировини для приготування безглютенового тіста.

Об'єктами дослідження були обрані три види безглютенового борошна: рисове, кукурудзяне та кіноа В результаті проведених досліджень встановлено, що безглютенові хлібці, виготовлені із борошняної суміші у співвідношенні рисове борошно/кукурудзяне борошно/борошно кіноа – 20/30/50, мають значно кращі як органолептичні, так і фізико-хімічні показники якості

Оскільки безглютенова сировина, на відміну від пшеничного борошна, не містить білків клейковини, для формування структури тіста додають спеціальні структуроутворювачі – різноманітні гідроколоїди: камеді рослинного та мікробного походження, желатин, агар-агар, пектин, альгінати, карагенани, β-глюкан тощо. Як рідку фазу тіста використовували гідратоване насіння чіа. Для забезпечення достовірності результатів дослідні зразки готували з однієї партії сировини, а вологість тіста у всіх випадках становила 65 %. До складу насіння чіа входять водорозчинні аніонні гетерополісахаріди, завдяки яким можливо утворення гелю шляхом замочування насіння у воді, гель локалізується в клітинних структурах перших трьох шарів оболонки насіння. На процес гідратації насіння чіа значний вплив має температура середовища та тривалість експозиції. Нами встановлено, що оптимальними параметрами отримання гідратованого насіння чіє є температура експозиції 30 ℃ та тривалість 60 хв. Також для формування тіста температура рідкої фази повинна становити близько 30–40 ℃.

Харчову цінність безглютенових хлібців визначали за допомогою методу розрахунку інтегрального скору. Встановлено, що добова потреба в білках при споживанні 100 г безглютенового хлібця в середньому покривається на 13,00–14,00 %, також задовольняє потребу у вітаміні B_1 на 40 %, та забезпечують потребу в харчових волокнах на 12,00 %.

У результаті проведених досліджень встановлено позитивний вплив рослинної сировини на органолептичні та фізико-хімічні показники якості борошняних безглютенових виробів. Основою рецептури тіста для таких виробів рекомендовано борошно

кіноа, а також у меншому співвідношенні рисове та кукурудзяне борошно. В якості рідкої фази тіста рекомендовано використовувати гідратоване насіння чіа.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дзюндзя, О. В., & Труш, С. С. (2023). Аналіз ринку та перспективи розширення безглютенової продукції. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, (1), 57-64.
2. Мацук, Ю. А., Колпікова, Є. О., & Іщенко, Н. В. (2020). Обґрунтування технології безглютенових кексів із додаванням насіння чіа. *Науковий вісник PUET: Technical Sciences*, (1 (91)).
3. Чорна, Н., & Полятикіна, Ю. (2024). Дослідження харчових властивостей безглютенового борошна з зернових та псевдозлакових культур. Herald of Khmelnytskyi National University. Technical sciences, 345(6 (2)), 74-78.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КРЕКЕРУ ПІДВИЩЕНОЇ ХАРЧОВОЇ ЦІННОСТІ

В. Ю. Нікулін; Л. С. Косарева, *студенти спеціальності Харчові технології, група ХТІ б-21*
А. М. Гередчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У даний час проблема збалансованого харчування населення України стала ще гострішою. Економічна нестабільність, довготривале стресове напруження, погіршення санітарних умов (зокрема необхідність людей перебувати у підвалах), міграція населення і безпосередній вплив війни (поранення) призвело до стрімкого зростання кількості серцево-судинних та деяких інфекційних захворювань (туберкульоз, кір, кашлюк). Для подолання негативних впливів та покращення самопочуття людей, потрібно збільшити виробництво популярних, затребуваних і доступних за вартістю харчових продуктів з функціональними властивостями. Тому актуальності набуває удосконалення рецептур традиційних борошняних виробів, зокрема печива, яке полюбляють споживати всі групи населення.

Крекери складають до 20 % загального обсягу реалізованого печива. У солоні крекери крім борошна пшеничного і рослинної олії прийнято додавати рисове борошно і крохмаль, твердий

сир, смажену цибулю чи гриби, спеції і трави, насіння (льон, кунжут, кмин) чи горіхи. Вітчизняними і закордонними вченими запропоновано також рецептури крекерів з додаванням гречаного, льняного, конопляного борошна, сої, насіння гарбуза і амаранту, в'ялених томатів, ламінарії, пюре моркви і гарбуза, сублімованих ягід і фітокомпозицій [1, 2].

У рамках наукової роботи було запропоновано рецептуру крекерів підвищеної поживної цінності на основі безглютенової сировини: рисового і нутового борошна, соєвого рослинного напою. Для збагачення печива біологічно-активними речовинами та надання їм лікарсько-профілактичної дії, до їх складу вводили пряні трави: розмарин, чебрець, базилік, орегано, кріп. Ці лікарські рослини містять цінні есенціальні речовини, зокрема макро- і мікроелементи, дубильні речовини, ефірні олії, вітаміни, ферменти, що стимулюють діяльність травної системи організму та стабілізують нервову систему.

Дослідним шляхом було визначено оптимальний рецептурний склад крекерів та удосконалено технологію виробництва. Змодельовані вироби мали відмінні органолептичні та задовільні фізико-хімічні показники. З медико-біологічної точки зори споживання даних крекерів забезпечує організм людини цінними рослинними білками та харчовими волокнами, що сприяє профілактиці захворювань. Печиво не містить глютену та лактози, тому має дієтичне спрямування і високий соціальний ефект.

Нові крекери можна використовувати як заміну хлібобулочним виробам для широких верст населення, і особливо продукт підійде людям на безглюбтеновій дієті, спортсменам, військовим, подорожуючим, а також працівникам важкої фізичної праці. В цілому, розроблену рецептуру можна впровадити у виробництво, що дозволить розширити асортимент функціональних продуктів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гетьман І. А., Науменко О. В., Бовкун А. О., Лук'янчук І. В. Інноваційні рішення щодо підвищення харчової цінності борошняних кондитерських виробів. *Продовольчі ресурси*. 2024. Т. 12. № 23. С. 36–46.
2. Чемелєва Ю., Стеценко Н. Аналіз показників харчової та біологічної цінності лляних крекерів, збагачених томатними вичавками і

зеленню кропу. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті :* матеріали 87 Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів (15–16 квітня 2021 р.). Київ : НУХТ, 2021. Ч. 1. С. 20.

ГАСТРОНОМІЧНЕ КОДУВАННЯ КУЛЬТУРИ УКРАЇНЦІВ

Ю. В. Рева, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТІ б 21*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Українська культура, з усіма її традиціями та символами, глибоко переплетена з гастрономією. Їжа – це не лише засіб для фізичного виживання, а й важлива частина національної ідентичності, що передає історію, цінності й соціальні зв'язки. У гастрономічному контексті «кодування» означає, що через традиційні страви та кулінарні практики передаються культурні, соціальні й історичні уявлення народу. Гастрономічне кодування культури українців відображається в символах, ритуалах, святкових стравах і навіть у побутових практиках. У цьому процесі їжа виступає як своєрідний код, за допомогою якого можна читати не лише побут, а й світогляд, мораль, духовність та взаємозв'язки в українському суспільстві [1–3].

У традиційному українському суспільстві їжа була не лише живильним елементом, але й засобом комунікації. Спільні обіди, застілля, обряди, де страви ставали основними носіями не тільки гастрономічної, а й соціокультурної інформації, допомагали зміцнювати зв'язки між поколіннями. Страви в українській культурі мали здатність об'єднувати людей, формуючи колективну пам'ять та спільні цінності.

Українська кухня є однією з найбагатших і найрізноманітніших у світі, оскільки вбирає в себе як місцеві, так і запозичені елементи різних народів, що жили на території України. Однак, в її основі завжди лежала простота й натуральність продуктів, що були доступні в умовах традиційного сільського господарства. Використання сезонних продуктів, обробка їжі без зайвих хімічних добавок, застосування натуральних методів, таких як

квашення, соління, в'ялення, вимагає великої майстерності та уваги до деталей.

Панування рослинних продуктів в раціоні українців, як-от хліб, овочі, ягоди, зернові культури, відображає зв'язок з природою та землеробством. З іншого боку, важливість м'яса, особливо свинини, на святкових столах вказує на соціальний статус, добробут і святковість обставин. Важливою стравою, що поєднує елементи свята та буденності, є сало – невід'ємний символ нашої кухні та культури, символ гостинного духу.

В українському фольклорі їжа також часто має значення оберега. Наприклад, хліб завжди був священним символом у побуті: його не можна було кидати на землю, а його освячення на святах було важливою частиною ритуалу. На весіллях та інших святках часто готували спеціальні страви, щоб забезпечити добробут і здоров'я родині. У весільній обрядовості хліб, наприклад, був одним з найголовніших атрибутів: із хлібом ходили старости, хлібом благословляли молодих на подружнє життя, зустрічали й проводжали наречених, ходили до сватів тощо. Особливістю українського весільного обряду було виготовлення спеціального хліба – короваю, значення якого на українському весіллі було настільки великим, що молодий, якому за певних причин (через бідність, сирітство) не випікали короваю, одержував прізвисько «Безкоровайний». Коровай виготовляли, як правило, у обох родинах і ділили під час їх дарування, він мав глибокий символічний зміст: єднання молодих у сім'ю, єднання двох родин, продовження роду, перехід молодих до вищої соціальної групи тощо. Усе, що стосувалося короваю, набувало й магічного значення. Коровайницями не мали права бути вдовиці або розлучені – лише особа щасливої подружньої долі допускалася до діжі.

Інші традиційні страви – вареники, пампушки, галушки, деруни, завиванці – є важливими частинами української гастрономічної традиції, що безпосередньо пов'язані з побутом і щоденними звичаями. Вареники, зокрема, символізують єдність родини, коли разом із родичами ліпляться ці маленькі «пакунки» з різними начинками.

Каші як найдавніші страви із зернових були поширені й у давньоруські, й у пізніші часи. Калорійні, прості й швидкі у приготуванні, вони були «другим хлібом» для всіх верств населення. З каші починають життя (перший прикорм для немовлят

становлять саме каші з круп дрібного помелу), і кашею завершують свій земний шлях (канун, коливо). Актуальною й донині є різдвяна кутя, яка, як прообраз давньогрецької панспермії, складається з чисельних інгредієнтів: недробленої пшениці чи ячменю, маку, горіхів, меду, солодкого узвару, і має принести після зимового сонцестояння в господу достаток і благодать.

Таким чином, гастрономічне кодування культури українців є важливим аспектом їхнього самовираження та збереження національних традицій. Їжа у цьому контексті не є просто фізіологічною потребою, а є частиною духовного життя, де кожна страва несе в собі глибоке символічне й культурне значення. Від простих щоденних страв до святкових обрядів і ритуалів, гастрономія відображає світогляд, цінності та взаємодію людини з природою, родиною і суспільством.

Список використаних інформаційних джерел

1. Артюх Л. Ф. Традиційна культура. Харчування та їжа / Енциклопедія історії України: Україна – Українці. Київ : В-во «Наукова думка», 2018. 608 с. URL: http://www.history.org.ua/?termin=tradytsijna_kultura_kharchuvannja_ta_jizha (дата звернення: 28.03.2025).
2. URL: http://resource.history.org.ua/cgi-bin/eiu/history.exe (дата звернення: 28.03.2025).
3. URL: https://kyivregiontours.gov.ua/blog/kultura-harcuvanna-ukrainciv (дата звернення: 28.03.2025).

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОКТЕЙЛІВ ДЛЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ю. В. Рева, *студентка спеціальності Харчові технології, група РТ б-21*

А. М. Гередчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Непереносимість лактози є поширеним порушенням обміну речовин, яке проявляється у вигляді діареї, здуття, болю в животі, нудоти та інших симптомів після вживання молочних продуктів. За оцінками ВООЗ, близько 65 % населення світу мають різну ступінь лактозної недостатності. Це зумовлює зростання попиту на альтернативні продукти – рослинне молоко та інноваційні функціональні напої [1].

Метою дослідження було удосконалення технології коктейлів шляхом заміни традиційного коров'ячого молока на рослинне (гречане або соєве), а також додаванням зародків пшениці для збагачення напоїв біологічно активними речовинами.

Харчові зародки – це цінна вторинна сировина, яку отримують на борошномельних підприємствах при сортовому помелі зерна пшениці. Це білий порошок жовтуватого чи світло-коричневого відтінку, з специфічним запахом та солодкуватим смаком, вологістю не більше 15 %. У зародках пшениці містяться цінні в фізіологічному відношенні речовини: 12 вітамінів, 18 амінокислот, а також 4,5…6,7 %. макро- і мікроелементів (кальцію, заліза, калію, магнію). У них міститься найбільше незамінних білків в порівнянні з іншими частинами зернівки, а їх біологічна цінність наближається до якості м'яса і молока. Склад вуглеводів зародку на 60 % представлений сахарозою і рафінозою. Вміст токоферолу у них (до 22 мг/100 г) перевищує багато харчових продуктів. Саме тому, додавання порошку зародків пшениці до раціону сприяє підвищенню імунітету, посилює стійкість до несприятливих факторів.

Оскільки у соєвому і гречаному «молоці» присутній легкий смак вихідної сировини, потрібно додавати смако-ароматичну сировину. У модельних зразках коктейлів було використано фруктові інгредієнти – банан і вишню, які є цінними джерелами антиоксидантів, вітамінів, мінеральних речовин.

У ході дослідження було визначено оптимальне співвідношення інгредієнтів для забезпечення високих смакових властивостей. Максимально допустиме внесення зародків пшениці становить 6 %, адже при збільшенні їх кількості коктейлі мають виражену гірчинку. Нові коктейлі можуть бути рекомендовані для споживання людьми з лактозною непереносимістю, вегана-ми, а також для використання у меню лікувально-профілактичних та фітнес-закладів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Петришин Н. З., Бліщ Р. О. Перспективні збагачувальні добавки із зародків пшениці для кондитерських виробів. *Вісник Львівської комерційної академії*. 2016. Вип. 16. С. 106–109.

ВИШНЯ В КУЛЬТУРІ УКРАЇНЦІВ: ГАСТРОНОМІЧНО-ФОЛЬКЛОРНІ ПОШУКИ

Ю. В. Смаровоз, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТІ б-21*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вишня – не просто ягода в українській культурі, а глибокий символ, що має багатий пласт значень, який охоплює не лише красу й природні цикли, але й глибокі емоційні, духовні та соціальні аспекти життя. У свідомості праукраїнців вишня асоціювалася із небом, високим деревом життя, Богом. Окрім того, білий колір її цвіту асоціювався із святістю, бо «світ» – це «свят». Споконвіку священні речі українців – білі: хата, вишиванка, хустина, рушник. У слов'ян існував навіть бог Вишень – бог вселенських просторів, Хранитель усіх Світів і Душа всього Всесвіту. У різних країнах він має різні імена, але залишається спільний корінь слова: в Індії – Вішну, в Болгарії – Вішень. Слов'яни вірили в заступництво бога Вишеня й садили вишневі дерева біля входу в нову оселю, святкуючи весілля та народження дитини. У найскрутніші для родини години українці просили сил і допомоги у свого захисника – вишневого дерева [1].

З точки зору науки – це рід деревних рослин сімейства розоцвітих. Висота дерева від 2,5 до 6 метрів. Плід – соковита кістянка з круглою кісточкою, кисло-солодкого смаку. Ягоди ароматні, різні за розміром. В залежності від сорту, ягоди вишні бувають від рожевого до майже чорного кольору. Хімічний склад вишні надзвичайно багатий, не дарма її називають українським суперфудом.

Плоди вишні мають послаблюючу, антисептичну, відхаркувальну та діуретичну дію, вони покращують травлення, збуджують апетит, чудово втамовують спрагу при гарячці. Водяні настої плодів вишні діють протисудомно та заспокійливо, їх вживають при лікуванні запальних захворювань дихальних шляхів як загальнозміцнюючий засіб, для зменшення бродіння в кишківнику, при комплексному лікуванні атонії кишківника, а також як ліки від анемії [2].

Традиція шанування вишневого дерева сприяла поціновуванню вишні й у кулінарії. Використовуються не лише плоди вишні, але й вишневе листя, що є незамінним у соліннях, надаючи пікантного смаку й хрумкоти огіркам, деревину – при копченні м'ясних делікатесів.

Брендом української кухні є вареники з вишнею. Солодкі, соковиті, зі сметаною чи вершками, вони стали культовою стравою національної кухні. Національною гордістю українців є й вишнева наливка, яка теж має безліч рецептів та була особливим атрибутом на святкових столах українців.

Особливим вишневим десертом в Україні вважається «сухе київське варення», яке можна назвати українськими цукатами. Перші згадки про нього знайдені ще в літописах XIV ст. На жаль, сьогодні цей гастрономічний делікатес виявився забутим, але українські майстри-кондитери намагаються відродити його славу. Готується воно по-особливому: плоди вишні, очищені від кісточки, уварюються в цукровому сиропі, набуваючи бурштинової прозорості, а потім вийняті із сиропу плоди підсушуються на сонці або в духовій шафі та пересипаються цукровою пудрою.

В українському фольклорі вишня асоціюється з різними етапами життєвого циклу, зокрема з родинними відносинами, любов'ю, коханням, смертю та відродженням. Вона є невід'ємною частиною пісень, легенд, приказок, обрядів, що передають народні уявлення про красу, молодість і природу.

З вишневих гілок наші предки варили ритуальний напій, який неодмінно вживали на Різдво, Зелені Свята, Купала тощо. Складено багато фольклорних і авторських пісень, в яких оспівуються вишні, вишневі садки. Крім символіки кохання, вишня в українському фольклорі має й інший аспект: її плодоношення й ув'янення пов'язані з початком, розквітом та завершенням існування людини.

У весільних обрядах часто символічно пов'язують життя вишні з подружнім щастям. Вишня у народних уявленнях асоціюється з плодючістю і гармонією у родині, тому її гілки чи квіти прикрашають дім молодят. З іншого боку, вишня також уособлює перехід дівчини в статус заміжньої жінки, де вишневий сад стає символом «розцвіту» сімейного життя. Вишня у народних піснях і легендах часто має ідеалізоване значення рідної землі, домашнього затишку, тепла і гостинності. Це дере-

во сприймається як частина українського села, того простору, який зв'язує людину з її корінням, з природою та рідними місцями.

Таким чином, вишня в українському фольклорі є багатозначним символом, що охоплює різні аспекти життя: від кохання та молодості до смерті й відродження. Вона присутня не тільки в народних піснях і казках, а й у звичаях та обрядах, що передають культурні цінності українців. Вона є не лише частиною природи, а й важливою частиною національної ідентичності, яка втілює в собі глибокі емоції та духовні традиції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Символізм вишні в українському фольклорі. URL: https://vseosvita.ua/lesson/symvolizm-vyshni-v-ukrainskomu-folklori-585488.html (дата звернення: 28.03.2025).
2. Василишина О. В., Постоленко Є. П. Зміни біохімічних показників плодів вишні залежно від сорту та способу заморожування. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2019. № 1. С. 18–26.

НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЕНЕРГЕТИЧНИХ БАТОНЧИКІВ ПІДВИЩЕНОЇ ПОЖИВНОЇ ЦІННОСТІ

***Ю. В. Смаровоз**, студентка спеціальності Харчові технології, група ХТІ б-21*
***А. М. Гередчук**, канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Високопоживні цільнозернові батончики та снеки на основі натуральної фруктово-овочевої сировини набули значної популярності серед широкого кола споживачів. Проте особливо затребуваною дана продукція стала в період війни, адже її почали додавати до продуктових наборів військовослужбовців і людей на прифронтових територіях, вона не псується і не потребує доготування, має малу вагу при високій калорійності. Корисні снеки є чудовою альтернативою хлібобулочним і кондитерським виробам, їх використовують як для перекусів, так і для покращення збалансованості комбінованих страв (для оформлення канапок чи закусок). Технологія виготовлення цільнозернових фруктово-овочевих батончиків дозволяє макси-

мально зберегти вітамінно-мінеральний склад вихідної сировини, поєднати різноманітні інгредієнти для створення оптимальних смакових якостей та поліпшення біологічної цінності продукту [1].

Аналіз маркетплейсів показав, що промисловістю виготовляється велика кількість снеків на основі цільного зерна і насіння, зокрема батончики, кріпси, флакси, кранчі, екструдовані палички і фігурні вироби. В якості основної сировини для них використовують пшеницю, рис, кукурудзу, овес, гречку, рідше бобові культури. Додають також насіння амаранту, кунжуту, чіа, горіхи, арахіс, мед тощо. В якості збагачувачів в рецептури вводять фруктові чи овочеві пюре, сушені чи сублімовані ягоди, ламінарію, молочну сироватку і альбумін, вітамінні комплекси і мінерали. Науковцями запропоновано використання пророщених чи ектрудованих зерен, що дозволяє покращити поживну цінність і засвоюваність батончиків. Проте малодослідженим залишається використання овочевих компонентів в якості збагачувачів снекової продукції, зокрема з низьким вмістом цукру. Тож розширення асортименту солоних снеків шляхом додавання локальної овочевої сировини є актуальним завданням для досліджень.

Було запропоновано рецептуру льняних флаксів з додаванням овочевих пюре (моркви, червоного буряка, болгарського перцю). До складу снеків додавали також насіння кунжуту та соняшнику. В якості смако-ароматичної сировини використовували сушені томати і часник, зелень кропу і цибулі, куркуму, мускатний горіх, коріандр. Флакси виготовляли у вигляді чипсів невеликої товщини шляхом висушування за температури 50 ^{o}C до хрусткої структури.

Отримані флакси мали відмінні смакові якості та привабливий зовнішній вигляд. Споживання снеків з насіння льону забезпечуватиме організм людини поліненасиченими жирними кислотами, цінними рослинними білками і харчовими волокнами. Морква збагачує снекові вироби каротином та калієм, а буряк – залізом, фолієвою кислотою та біофлавоноїдами.

Отже, розроблені солоні флакси можна рекомендувати для споживання в якості корисного перекусу та як основу для виготовлення ресторанних закусок.

Список використаних інформаційних джерел

1. Черевична Н. І., Грін Н. М., Герошенко І. О. Перспективи використання снекових батончиків у складі сухих пайків для військовослужбовців. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. С. 1–7. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-136.

ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ З НЕТРАДИЦІЙНОЇ СИРОВИНИ У ТЕХНОЛОГІЯХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Є. В. Тесленко, *студентка спеціальності Харчові технології та інженерія, група ХТІ б-31*
Ю. Г. Наконечна, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Поняття «безвідходна технологія» було сформульовано в «Декларації про маловідходну та безвідходну технологію та використання відходів», яка була прийнята під час Загальноєвропейської наради з охорони навколишнього середовища в Женеві (1979 р.). Згідно з цим поняттям, впровадження знань, методів і засобів для досягнення найбільш ефективного використання природних ресурсів та енергії, а також захисту навколишнього середовища при задоволенні потреб людини, є основою безвідходних технологій [1].

Сучасне споживання та виробництво харчових продуктів є одними з основних джерел забруднення навколишнього середовища та утворення великих обсягів відходів. Тому важливо, щоб виробники та споживачі працювали разом, шукаючи інноваційні підходи для зменшення відходів і збереження ресурсів. Згідно з даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, щорічно в світі втрачається або викидається близько 1,3 мільярда тонн їжі, що становить приблизно третину всієї виробленої харчової продукції. Утворення харчових відходів є однією з найбільш гострих екологічних проблем сучасності, оскільки це призводить до виснаження ресурсів, забруднення навколишнього середовища та зміни клімату [2].

На сьогодні консервна промисловість широко використовує безвідходні технології комплексної переробки плодів, овочів. Комплексна переробка сировини в плодоовочевій консервній промисловості, максимальне вилучення цінних компонентів, а

також раціональне використання побічних продуктів і відходів виробництва є важливим резервом для збільшення обсягів виробництва продукції та підвищення ефективності цього виробництва. Вітчизняними та зарубіжними вченими встановлено, що одним з резервів сировини, що можуть бути джерелом вітамінів, мінеральних та інших біологічно активних речовин можуть бути відходи цитрусових (шкірочка).

Помело, апельсини – це цитруси із низькою калорійністю. В 100 г продукту міститься всього лише 35 ккал. Але за своїм поживними властивостям культура дуже цінна. Найціннішою частиною цитрусових окрім соку є їхні прожилки та шкірочка, які ефективно очищають кишечник. Регулярне вживання цитрусів має благотворний вплив на серце та судини, підвищує фізичну активність, працездатність і витривалість. Цитрусові також підвищують рівень гемоглобіну та мають природні антибактеріальні властивості. Помело знижує рівень цукру в крові, тому його рекомендують для людей з цукровим діабетом. Потенційна шкода може полягати лише в алергічних реакціях. Цитрусові покращують зір і знижують артеріальний тиск [3]. При переробці цитрусових утворюється значна кількість відходів ц вигляді шкірочки (20–40 %), яку ми пропонуємо використовувати як харчовий продукт у вигляді цукатів. Цукати – це продукт, виготовлений з фруктів, ягід та овочів, збагачений каротиноїдами, пектиновими речовинами, мікроелементами та вітамінами. Такий виріб може бути використаний як додаток до кондитерських виробів або як самостійний десерт з унікальним смаком. Переваги цукатів включають довгий термін зберігання, при якому зберігається їхній фізико-хімічний склад, а також різноманітний смак. Цукати також зручні для транспортування, оскільки не потребують особливих умов зберігання, що знижує занепокоєння щодо їхнього стану та терміну придатності.

Технологію виробництва цукатів можна поділити на 3 етап. Перший етап – підготовка сировини до виробництва: миття шкірочки, нарізання її шматочками 15–20 мм завтовшки, 35 мм. Другий етап. Уварювання плодів у концентрованому цукровому сиропі. Для виготовлення цукатів зі шкірочки цитрусових використовували концентрований цукровий сироп з вмістом цукру в розчинні 85 %. Процес варіння сиропу – це розчинення цукру у воді та уварювання його до потрібної густини, у нашому випадку сироп готували при температурі 100 °С та відносній густині

1,445. Співвідношення цукру до води: 85 % цукру, 25 % води. Свіжозварені вироби відкидали на сито до повного стікання сиропу та підсушування. Остигання і підсушування проводили у сухих приміщення із температурою не вище 20 °С. Третій етап – обсипання цукром та витримування на ситах 2–3 години, при цьому з'являється характерне цукристе покриття.

Це дозволить розширити асортимент, використовуючи нетрадиційну сировину, що сприятиме збільшенню попиту на цукати, покращенню їхніх органолептичних властивостей та збереженню якості як сировини, так і готового виробу. У результаті, українські цукати можуть стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку, надаючи споживачам якісний та різноманітний продукт за доступною ціною, а також сприяти розширенню їхнього використання в харчовій промисловості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Convention on long-range transboundary air pollu (1979) Geneva, United Nations, Treaty Series. 13 November, vol. 1302, P. 217. URL: https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=XXVII-1&chapter=27&clang=_en.
2. Global food losses and food waste – extent, causes and prevention. Rome: FAO, 2011. 37 p. URL: http://www.fao.org/docrep/014/mb060e/mb060e00.pdf.
3. Kamri, A. M., & Eni, N. S. A. (2023). Effect of pamelo orange (Citrus maxima) peel ethanol extract on burn healing in white rats (Rattus novergicus). *Pharmacy Reports*, 3(3), 54-54. https://pharmrep.org/pharmrep/article/view/54/33.

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ СОУСІВ-ДРЕСИНГІВ ОЗДОРОВЧОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Д. С. Шевченко, *студентка спеціальності Ресторанні технології, група ХТ РТ б-21*

Ю. Г. Наконечна, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У всіх країнах світу приділяється особлива увага створенню продуктів для здорового харчування, розробці їх складу та технології виробництва. Структура харчування населення в економічно розвинених країнах характеризується надмірним спожи-

ванням тваринних жирів, цукру, кухонної солі, а також значним зменшенням споживання вітамінів, мінеральних речовин і харчових волокон, що, у свою чергу, знижує енерговитрати. Це призводить до ослаблення захисних сил організму, нездатності адекватно реагувати на негативний вплив навколишнього середовища та стрес, що значно підвищує ризик розвитку різних захворювань.

У більшості випадків смачна та ситна їжа не відповідає вимогам здорового харчування. Чим простіша їжа, тим вона корисніша. Сучасна харчова промисловість активно використовує технології, засновані на рафінуванні, консервуванні, концентрації та оптимізації продуктів шляхом додавання різноманітних хімічних добавок і консервантів, що знищує всі корисні властивості природних продуктів [1].

Продукти харчування нового покоління – це продукти з оптимально збалансованим складом і співвідношенням біологічно цінних харчових речовин, які сприяють збереженню здоров'я, підвищенню стійкості організму до стресів і несприятливого впливу навколишнього середовища.

Розробка технологій емульсійних продуктів зі збалансованим нутрієнтним складом – білковим і жирнокислотним, що відповідає фізіологічним потребам організму людини, є актуальною проблемою. Одними з найбільш поширених харчових емульсійних продуктів є соуси, які широко використовуються в ресторанному господарстві. Велика популярність соусної продукції серед сучасних споживачів вимагає постійного розширення асортименту та вдосконалення існуючих технологій їх виготовлення. Зважаючи на це науковці все-частіше використовують нетрадиційну сировину як рецептурний компонент соусної продукції [2].

При розробленні технології виготовлення соусів-дресингів нами використано насіння чіа, яким широко користуються дієтологи західних країн. Цілющі та корисні для здоров'я властивості насіння чіа обумовлені його складом, який включає такі мікроелементи як кислоти Omega-3 і Omega-6, клітковина, залізо; калій, кальцій, магній, натрій, ніацин і тіамін. Рибофлавін, вітаміни А, С і Е, цинк і фосфор, антиоксиданти. Вчені вже детально вивчили склад насіння чіа і встановили, що вміст всіх цих компонентів у насінні значно перевищує їх кількість у багатьох продуктах, які зазвичай вважаються багатими на ці

речовини. Наприклад, кислот Омега-3 і Омега-6 в насінні чіа в 8 разів більше, ніж у філе лосося. Ця рослина також відома тим, що містить втричі більше антиоксидантів, ніж чорниця, а клітковини в чіа в два рази більше, ніж у висівках [3].

Проведено аналіз хімічного складу, вологопоглинаючої і вологозв'язуючої здатності насіння чіа. Встановлено, що насіння чіа має більш виражену здатність до поглинання вологи. Маса його при замочуванні збільшується в 10–12 разів. Вологоутримуюча здатність насіння чіа пов'язана з утворенням гелеподібного шару навколо кожного зерна насіння, який не руйнується в процесі зберігання і використання. Також встановлено, що pH середовища, для гідратації, суттєво впливає на набухання полімерів, оскільки концентрація іонів водню визначає ступінь іонізації заряджених груп в молекулі полімеру та їх здатність зв'язувати молекули води. Встановлено, що найбільш виражене набухання насіння чіа відбувається при активній кислотності в інтервалі 5,0…7,0 од. pH. Набухання в кислому середовищі проходить менш інтенсивно, але гідратна оболонка не руйнується і при pH 3,0…3,5 протягом 24 годин, що можна використати для структуроутворення і кислих соусів. Отримані данні свідчать, що насіння чіа доцільно використовувати в якості структуроутворювача при виготовленні соусної продукції. Використання насіння чіа дозволяє не тільки підвищувати поживну, біологічну і фізіологічну цінність продуктів харчування, але й отримувати продукти з певними реологічними властивостями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Муравіцька, Т. Ю. Перспективи розвитку організації оздоровчого харчування на підприємствах ресторанного господарства. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ.* Вінниця : Редакційно-видавничий, С. 11.
2. Куриленко, Ю. М., & Куракін, О. Б. (2023). Використання рослинної сировини у якості стабілізатора в технології функціональних майонезних соусів. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*, (2 (8)), 40-46.
3. Приліпко, Т. М., Косташ, В. Б., & Коваль, Т. В. (2024). Перспектива використання олії з насіння чіа у складі майонезних соусів. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, (1), 193-197.

ВИХОВАННЯ ХАРЧУВАННЯ: 10 КРОКІВ ДО ЗДОРОВ'Я СТУДЕНТА

А. О. Шендрик, *студентка спеціальності Харчові технології, група РТ б-11*
А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Надбання студентською молоддю навичок здорового способу життя, до яких належить раціональне харчування, відмова від шкідливих звичок, фізична активність, є актуальною проблемою. Більшість молодих людей, навіть за наявності у них хронічних захворювань, вважають себе здоровими. Це пов'язано із переоцінкою своїх сил і можливостей, часто відсутністю знань про хвороби аліментарного характеру, чинники ризику або небажання їх враховувати.

Харчування студентів має свої особливості, оскільки це період активного навчання, соціалізації та адаптації до нового способу життя. Студентський спосіб життя часто поєднує в собі велику кількість стресу, занять, соціальних подій і обмежений бюджет, що може впливати на вибір харчових продуктів і стиль харчування. Виховання правильного харчування є важливим етапом у житті кожного студента. Це період, коли молоді люди формують свої звички, що можуть вплинути на їхнє здоров'я та добробут в майбутньому. Правильне харчування допомагає покращити концентрацію, зберігати енергію та підвищувати рівень продуктивності [1].

Аналіз фактичного харчування здобувачів 1–3 курсів ПУЕТ виявив, що в понад 38,4 % студентів добова енергетична цінність є недостатньою, у 23,5 % випадків на фоні нераціонального розподілу раціону протягом дня спостерігається її надлишок. Щоденний сніданок мають 62,6 % опитаних, 19,5 % інколи снідають, у 17,9 % студентів сніданок відсутній. Свіжі овочі й фрукти вживають щодня тільки 47,4 % і 51,6 % відповідно), частина здобувачів споживає їх епізодично протягом тижня (33,8 % і 35,6 % відповідно).

Тому, спираючись на основні проблеми в харчуванні респондентів, розглянемо10 кроків, які можуть допомогти студентам у вихованні правильних харчових звичок. Крок 1. Планування

своїх прийомів їжі, щоб уникнути випадкових перекусів шкідливою їжею. Крок 2. Регулярність прийому їжі – важливо їсти регулярно, щоб підтримувати стабільний рівень цукру в крові і запобігти відчуттю втоми чи головного болю. Рекомендовано мати три основних прийоми їжі й 1–2 здорових перекуси протягом дня. Крок 3. Харчування повинне бути збалансованим, з достатньою кількістю білків, вуглеводів, жирів, вітамінів і мінералів. Важливо включати в раціон овочі, фрукти, злаки, молочні продукти та нежирне м'ясо. Крок 4. Правильний рівень гідратації є важливим для нормальної роботи мозку, підтримки енергії та фізичної активності. Рекомендована норма споживання води – 30 мл/кг маси тіла. Крок 5. Здорова їжа на перекус. Часто студенти вибирають швидкі і нездорові перекуси, такі як чіпси, солодощі або фастфуд. Кращі альтернативи – горіхи, йогурти, фрукти, овочі або житній хліб із нежирним сиром. Крок 6. Студентам варто обирати натуральні продукти, уникати напівфабрикатів, фастфуду, оскільки це може призвести до проблем з травленням, підвищення ваги та зниження енергії. Крок 7. Покращення настрою через харчування. Деякі продукти мають позитивний вплив на настрій і зменшують стрес. Наприклад, вівсянка і гречка містять у своєму складі триптофан, який сприяє утворенню серотоніну, темний шоколад – містить фенілаетиламін, завдяки якому виробляються ендорфіни, банани крім серотоніну, містять вітамін В6, який теж необхідний для підняття настрою, горіхи містять триптофан, вітамін В6 і мінерал селен, саме тому важливо включати їх у раціон, щоб підтримувати емоційний стан [2]. Крок 8. Всі страви слід їсти без поспіху, ретельно пережовуючи, що допомагає кращому засвоєнню їжі і сприяє кращому травленню. Це також допомагає уникнути переїдання. Крок 9. Фізична активність не тільки покращує самопочуття, а й допомагає засвоювати корисні речовини з їжі, що позитивно впливає на метаболізм. Крок 10. Кожен організм унікальний, і важливо розуміти, що саме йому підходить. Якщо після вживання певних продуктів з'являються неприємні симптоми, необхідно коригувати свій раціон. Прислухання до власного тіла допомагає уникнути проблем зі здоров'ям і підтримувати оптимальну форму._

Таким чином, здоров'я молодої людини, опірність до несприятливих факторів зовнішнього середовища, ефективність навчання, значною мірою залежать від правильного харчування,

оскільки наслідками негативних тенденцій у харчуванні є чисельні порушення у стані здоров'я, зниження працездатності, а це в свою чергу негативно впливає на економічний розвиток країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Башта А. О. Дослідження особливостей харчування студентської молоді і рівня її усвідомлення факторів ризику хронічних неінфекційних захворювань / Наукові праці НУХТ. 2023. Том 29, № 4. С. 148–161.
2. Продукти, які потрібно вживати, щоб почуватися щасливим. URL: https://greenpost.ua/news/produkty-yaki-potribni-shhob-pochuvatysya-shhaslyvym-i55607 (дата звернення: 21.03.2025).

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБІВ ІЗ БІСКВІТНОГО ТІСТА

Ю. Г. Шугайло, *студентка спеціальності Харчові технології, група 22-1511-606*
Н. С. Палько, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Нині важливою проблемою виступає поліпшення структури харчування населення з метою посилення його оздоровчих властивостей, підвищення харчової й біологічної цінності традиційної продукції.

Збільшення обсягів виробництва і споживання борошняних кондитерських виробів в нашій країні за останні роки свідчать про те, що ця група виробів займає важливе місце у структурі харчування. Проте, несприятливе довкілля, економічне середовище та стресовий рівень життя, на жаль, призвели до посилення та збільшення різної кількості захворювань населення, в тому числі ожиріння.

Рецептурний склад борошняних кондитерських виробів піддається коригуванню, що дозволяє створювати на їх основі нові продукти харчування, що відповідають традиційним вимогам до споживних властивостей і сучасним вимогам науки про харчування.

Під час створення кондитерських виробів оздоровчого призначення основну увагу приділено збільшенню вмісту у їх складі функціонально необхідних компонентів, а також зни-

женню енергетичної цінності. При цьому перспективною сировиною виступають різні рослинні добавки.

Серед борошняних кондитерських виробів вагоме місце посідають вироби із тіста бісквітного, привабливі споживні властивості яких зумовлюють стабільний попит на них. Підвищення рівня конкурентоспроможності цих виробів можливо за рахунок створення високоефективних технологій, які б поліпшували не тільки смакові властивості бісквітної продукції, а й збагачували вироби макро- і мікроелементами, вітамінами, харчовими волокнами, сприяли підвищенню захисної функції організму людини, а також забезпечували високу якість виробів без підвищення їх собівартості.

Основними технологічними чинниками, які ускладнюють формування належної структури напівфабрикату бісквітного, є специфічні властивості основної сировини, тривалість та умови процесу збивання і їх вплив на формування структури тіста та якість готових виробів з нього.

Одним із сучасних напрямів у технологіях виробів бісквітних є розроблення та впровадження продукції із бісквітного тіста нового покоління із введенням нетрадиційних продуктів із місцевої рослинної сировини, зокрема пюре із листяних овочів – селери, різних видів салату, поряд із використанням пюре з яблук, гарбуза, буряка, моркви та ін.

Слід зауважити, що технологія тіста бісквітного базується на перетворенні емульсійної в'язкої системи шляхом механічного перемішування у піноподібну, у якій невеликі пухирці газу займають більшу частину об'єму. Структура тіста бісквітного практично складається із системи пористої повітряної та суцільної напіврідкої фаз, що підтримує піноподібну структуру продукту. Консистенція та формостійкість структури напівфабрикату бісквітного і виробів із нього залежить від однорідності розмірів, форми пухирців та товщини їх стінок. Механічну міцність піноподібної структури у бісквіті за традиційною рецептурою, певною мірою, підтримує утворення білково-вуглеводного комплексу, який володіє поверхнево-активними властивостями. Проте, створення такої системи у бісквіті значною мірою залежить від якості сировини, що використовується. Саме тому для посилення механічної міцності стінок піноподібної структури бісквіту та значного зниження його енергетичної цінності Кочергою В. І. запропоновано використання в якості піноутво-

рювача та стабілізатора прості ефіри целюлози, а саме метилцелюлозу марки МЦ-100. На основі проведених досліджень встановлено, що раціональним дозуванням метилцелюлози марки МЦ-100, за якого спостерігається збільшення піноутворювальної здатності яєчно-цукрової суміші й досягнення максимального значення її піностійкості, а також скорочення тривалості збивання цієї маси практично у 2 рази, є 1,0–2,0 % до маси яєць. У цьому діапазоні концентрацій підвищується в'язкість яєчно-цукрової маси для тіста у 2,5–3,0 рази, що сприяє збільшенню міцності пінних стінок і отриманню більш стійкої піни під час збивання.

Денисова Н. стверджує, що при введенні вівсяного борошна (5 та 10 %) і яблучного пюре (10 %) у рецептуру напівфабрикату бісквітного сприяє поліпшенню споживних властивостей готового виробу. При цьому підвищується харчова цінність бісквітної продукції і змінюються органолептичні показники [1].

Вченими обґрунтовано, що використання екструдованого кукурудзяного борошна (50 %) стабілізує в'язкість тіста бісквітного при зростанні швидкості зсуву (в межах 12,0–25,0 $с^{-1}$) [2].

Науково доведено, що заміна традиційного пшеничного борошна на борошно з насіння льону, дає можливість отримати тісто бісквітне більш в'язке і знизити пластичну деформацію готового виробу. Позитивний ефект від використання у складі тіста бісквітного двох ґатунків борошна твердих сортів пшениці, із якого була видалена зародкова частина, відзначено за рахунок збільшення в'язкості тіста, що дозволяє оптимізувати його структуру та в результаті отримати відповідну питому пористість і об'єм.

З метою збільшення білкового компоненту у напівфабрикаті бісквітному вчені запропонували замінити борошно пшеничне борошном кіноа (20 %), оскільки воно містить 37,8 % білків, на 22,9 % менший вміст вуглеводів, більший вміст калію, кальцію та заліза (у 4,0; 2,6; 3,0 рази відповідно).

Науковцями також розроблено новий спосіб виробництва борошна з цільного зерна пшениці, пророщеного у розчині морської солі харчової. Ця технологія дає змогу використовувати усі складові частини зерна, у тому числі зовнішню оболонку, яка містить майже усі мінеральні речовини, вітаміни та харчові волокна зерна. Отримане борошно назвали «Здоров'я». Воно може використовуватись як харчова та дієтична добавка у

виробництві напівфабрикатів бісквітних. За результатами експериментальних досліджень доведено, що максимальний вміст нового борошна у борошняних сумішах із борошном пшеничним вищого ґатунку має становити 30 %, що уможливлює прийняті характеристики клейковини для використання у технології тіста бісквітного [3].

З метою розширення асортименту та підвищення біологічної цінності виробів науковцями розроблено удосконалену технологію бісквітів типу «червоний оксамит» функціонального призначення із додаванням 1,5 % сублімованого порошку аронії. За результатами досліджень встановлено позитивний вплив запропонованої рослинної сировини, багатої антоціанами, на реологічні, структурно-механічні й органолептичні показники якості напівфабрикатів і готової бісквітної продукції. Розроблену технологію нових бісквітних виробів рекомендовано впровадити у виробництво закладів ресторанного господарства та підприємств кондитерської галузі різної потужності [4].

Таким чином, за результатами аналітичного огляду літературних джерел встановлено, що на сучасному етапі удосконалення наявної технології виготовлення виробів із тіста бісквітного полягає, як правило, у використанні різноманітної рослинної нетрадиційної сировини для коригування харчової цінності та підвищення стійкості тіста бісквітного у процесі виготовлення та випікання. Впровадження інноваційних технологій в кондитерській галузі дає можливість розширити раціон харчування населення, який збагачений незамінними нутрієнтами та максимально наблизити його до збалансованого.

Список використаних інформаційних джерел

1. Денисова Н. Дослідження впливу добавок вівсяного борошна та яблучного пюре на технологію виробництва бісквітів / Н. Денисова, Н. Буяльська, О. Моторко // Технічні науки та технології. – 2021. – № 3 (25). – С. 229–236.
2. Лісовська Т. О. Дослідження реологічних властивостей бісквітного тіста з використанням екструдованого кукурудзяного борошна / Т. О. Лісовська, Н. В. Чорна, О. Г. Дьяков // Східний Європейський журнал передових технологій. – 2016. – № 2 (11). – С. 19–23.
3. Романовська О. Л. Моделювання рецептурного складу бісквітів з борошном «Здоров'я» / О. Л. Романовська // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки. – 2022. – № 29. – С. 66–69.

4. Абрамова А. Г. Застосування порошку чорноплідної горобини в технології бісквітів функціонального призначення типу «Червоний оксамит» / Здобутки та перспективи розвитку кондитерської галузі : матеріали міжнар. конф. – Київ : НУХТ, 2017. – С. 126–128.

ІННОВАЦІЙНІ ДОБАВКИ ДЛЯ МАЙОНЕЗУ ПІДВИЩЕНОЇ БІОЛОГІЧНОЇ ЦІННОСТІ

Н. Ю. Яремчук, *студент спеціальності Харчові технології, група 24-1531-301*
О. Я. Давидович, *канд. техн. наук, завідувач кафедри харчових технологій, доцент – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Майонез – це емульсійний продукт, який являє собою емульсію прямого типу, що передбачає використання в рецептурі двох рідин, які не змішуються одна з одною (гідрофобна фаза – рослинна олія і гідрофільна – водний розчин). Така бінарність – дозволяє одночасно збагатити майонез як жиророзчинними, так і водорозчинними речовинами, тобто майонези є перспективними об'єктами для перетворення їх на продукти з підвищеною біологічною цінністю. В даний час можна виділити кілька підходів, які дозволяють отримувати майонез підвищеної біологічної цінності:

– перетворення жирової фази майонезу згідно з критеріями «здорового» харчування (підвищення частки есенціальних жирних кислот, оптимізація жирнокислотного складу, насамперед співвідношення ω-3 і ω-6, збагачення жиророзчинними вітамінами та іншими біологічно активними речовинами різної природи);

– моделювання водної фази (збагачення водорозчинними вітамінами, біологічно активними речовинами – вільними амінокислотами, тритерпеновими глікозидами тощо, які мають певний позитивний вплив на здоров'я людини);

– підбір нових високоефективних емульгаторів, переважно рослинного походження, що дозволить виключити або суттєво знизити вміст холестерину, а також зменшити вміст жирової фази та енергетичну цінність;

– використання нових перспективних стабілізаторів емульсії та загусників, які, крім технологічних властивостей, мають і фізіологічні (наприклад, гідроколоїди, які володіють властивостями харчових волокон, – альгінати, пектини, камеді та ін.).

Розробку майонезу підвищеної біологічної цінності проводять у п’ять етапів:

– моделювання жирової фази з метою отримання оптимізованого жирнокислотного складу шляхом застосування купажованих рослинних олій;

– зниження енергетичної цінності за рахунок зменшення вмісту жирової фази та використання різних видів структуроутворювальних речовин з метою створення стійкої емульсії прямого типу;

– введення в жирову або водну фазу збагачувальних біологічно активних інгредієнтів, вибір яких залежить від мети та виду продукту;

– підбір смакоароматичних речовин для формування традиційних органолептичних, фізико-хімічних та структурно-механічних характеристик продукту;

– використання, як у водній, так і в жировій фазі переважно натуральних речовин різного хімічного складу, що запобігають окисному та мікробіологічному псуванню з метою подовження термінів зберігання та збереження харчової та біологічної цінності.

Також, можна сформулювати такі основні принципи створення майонезу підвищеної біологічної цінності:

– прогнозування якісних та функціональних властивостей майонезу на основі вимог споживачів та відповідно до вимог науки про харчування;

– обґрунтування вибору інгредієнтів та дослідження їх фізико-хімічних, функціонально-технологічних, фізіологічних, органолептичних властивостей;

– дослідження та обґрунтування взаємного впливу структуроутворюючих компонентів на реологічні, фізико-хімічні, органолептичні властивості емульсії; дослідження впливу функціональних інгредієнтів на підвищення біологічної та фізіологічної цінності майонезу;

– оптимізація рецептурного складу за вмістом есенціальних нутрієнтів відповідно до заданого комплексу харчової цінності та функціональних властивостей;

– розробка технологічних параметрів для ефективної взаємодії інгредієнтів, що сприяють виникненню синергетичного ефекту.

Таким чином, усе вище зазначене дозволяє стверджувати про високу перспективність процесів створення нової майонезної продукції, традиційної за органолептичними показниками та біологічно цінної за фізіологічним впливом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пешук І. В. Нові майонези з оптимізованим рецептурним складом / І. В. Пешук, І. Г. Радзієвська // Продукты & ингредиенты. – 2012. – № 2. – С. 50–53.
2. Божко Т. Ринок соусної продукції: детермінанти розвитку в Україні / Т. Божко, Р. Дончевська, Н. Шаповалова // Товари і ринки. – 2019. – № 4 (32) – С. 26–39.

БІОТЕХНОЛОГІЇ УТИЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЧНИХ ВІДХОДІВ МЕТОДОМ ВЕРМИКУЛЬТИВУВАННЯ

О. Є. Артеменко, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вермикультивування, або переробка органічних відходів за допомогою дощових черв'яків, є одним з найефективніших біотехнологічних методів утилізації органічних матеріалів. Основним механізмом цього процесу є здатність черв'яків, зокрема виду *Eisenia fetida*, перетравлювати органічні відходи, які потім перетворюються на біогумус – цінне органічне добриво. Черв'яки поїдають відходи, такі як харчові рештки, рослинні залишки, папір та інші біологічно розкладні матеріали, розкладаючи їх на більш прості сполуки. У процесі травлення черв'яки виділяють на поверхню ґрунту гумус, що є багатим на мікроелементи та органічні сполуки, корисні для рослин.

Даний метод є природним та екологічно чистим, оскільки не потребує великої кількості енергії або хімічних препаратів. На відміну від традиційних способів утилізації відходів, таких як спалювання чи поховання на сміттєзвалищах, вермикультивування зменшує забруднення навколишнього середовища і вивільнення шкідливих газів, таких як метан. Черв'яки не тільки переробляють відходи, але й покращують якість ґрунту, підвищуючи його родючість та структуру. Біогумус, що утворюється в результаті діяльності черв'яків, багатий на мікроелементи, амінокислоти та органічні кислоти, що стимулюють ріст рослин і сприяють збереженню вологи в ґрунті [3].

Використання біогумусу як органічного добрива дає численні переваги. Перш за все, цей процес дозволяє зменшити потребу у хімічних добривах, що негативно впливають на екологію та здоров'я людей. Біогумус не лише підвищує родючість ґрунту,

але й покращує його водоутримувальні властивості, зменшуючи ерозію та висихання ґрунту в посушливі періоди. Крім того, використання цього методу в сільському господарстві може допомогти значно знизити витрати на добрива і зробити виробництво більш стійким і екологічно безпечним.

Важливою перевагою вермикультивування є його здатність працювати в різноманітних умовах – від великих сільськогосподарських угідь до маленьких городів та міських садів, що робить його доступним для широкого кола користувачів, від великих фермерських господарств до індивідуальних садівників. Також, за допомогою вермикультивування, можна ефективно переробляти органічні відходи в міських умовах, що значно зменшує навантаження на сміттєзвалища та сприяє покращенню стану міських екосистем [4].

Перспективи біотехнології вермикультивування органічних відходів виглядають дуже перспективно, оскільки ця технологія має великий потенціал для впровадження на різних рівнях – від індивідуальних господарств до промислових масштабів. Однією з основних переваг цієї технології є її екологічна чистота, що робить її привабливою для впровадження в сучасних умовах, коли питання охорони навколишнього середовища стають все більш актуальними [2].

Вермикультивування дозволяє значно скоротити кількість органічних відходів, що потрапляють на звалища або спалюються. Це допомагає зменшити викиди метану – потужного парникового газу, який виділяється при розкладі органічних матеріалів на сміттєзвалищах. Замість того, щоб забруднювати навколишнє середовище, органічні відходи можуть бути перероблені до корисних добрив, що покращує стан ґрунтів [1].

Ураховуючи зростаючий попит на екологічно чисті продукти, технологія вермикультивування може бути корисною для органічного землеробства в містах і на малих територіях. Завдяки своїй компактності та простоті, вермикультивування можна впровадити в умовах обмежених площ, наприклад, у міських садах або на дачах, що робить цей процес доступним для широкого кола користувачів. Міські фермери зможуть зменшити обсяги органічних відходів, одночасно покращуючи якість ґрунту та підвищуючи врожайність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кляченко О. Л., Мельничук М. Д., Іванова Т. В. Екологічні біотехнології: теорія і практика : навч. посіб. – Вінниця : ТОВ «Ніланд-ЛТД», 2015. – 254 с.
2. Юлевич О. І. Біотехнологія : навч. посіб. / О. І. Юлевич, С. І. Ковтун, М. І. Гиль ; за ред. М. І. Гиль. – Миколаїв : МДАУ, 2012. – 476 с.
3. Bernal M. P. Composting of Agricultural Wastes: Principles and Applications / M. P. Bernal, J. A. Alburquerque, A. Morán. – Oxford : Elsevier, 2021. – 215 p.
4. Edwards C. A. Vermiculture Technology: Earthworms, Organic Wastes, and Environmental Management / C. A. Edwards, N. Q. Arancon. – Boca Raton : CRC Press, 2019. – 325 p.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЯКОСТІ КРОХМАЛЮ ВІТЧИЗНЯНОГО ВИРОБНИЦТВА

А. В. Банк, *студентка спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-41*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Крохмаль є одним із найбільш поширених вуглеводів у харчовій та промисловій галузях народного господарства України. Основні види крохмалю, що виробляється є картопляний та кукурудзяний, але спостерігається зростання інтересу споживачів до пшеничного та горохового.

Попит на крохмаль формується харчовою, фармацевтичною, паперовою, текстильною та іншими галузями промисловості. В останні роки збільшується експорт українського крохмалю до Європейського Союзу, що свідчить про його конкурентоспроможність на міжнародному ринку [1].

Крохмаль є одним із головних джерел енергії для організму людини. Його складні вуглеводи розщеплюються до глюкози, яка необхідна для нормального функціонування мозку, м'язів та інших органів. Крім того, крохмаль бере участь у процесах регуляції метаболізму та забезпечує стабільний рівень цукру в крові.

Окремі види крохмалю, зокрема резистентний крохмаль, відіграють роль пребіотиків, сприяючи розвитку корисної мікрофлори кишківника, що покращує травлення, зміцнює імунітет і зни-

жує ризик розвитку захворювань шлунково-кишкового тракту. Таким чином, крохмаль не лише забезпечує організм енергією, але й виконує важливі регуляторні функції.

Якість крохмалю вітчизняного виробництва залежить від кількох ключових факторів: використовуваної сировини, технології переробки, ступеня очищення та відповідності нормативним стандартам [2].

Для проведення дослідження комплексної оцінки якості крохмалю було обрано чотири зразки картопляного крохмалю вітчизняного виробництва, що реалізуються в торгівельній мережі міста Полтава, різних виробників: ТМ «Сто пудів» (ТОВ «ВОВА-ХОРЕКА» (м. Київ); СТОВ «Агрокомплекс-98» (Житомирська область); ТМ «Алексіс» (м. Хмельницький»); ТМ «Розумний вибір» (ПБП «Вимал» (Чернігівська область).

Комплексна оцінка якості проводилася із визначенням органолептичних та фізико-хімічних показників якості відповідно до вимог чинного стандарту ДСТУ 4286:2004 «Крохмаль картопляний. Технічні умови» [3].

Результати органолептичної оцінки свідчать, що досліджувані зразки картопляного крохмалю є однорідними порошками, без грудок, механічних домішок та сторонніх включень; на дотик крохмаль м'який, шовковистий, без зернистої структури; колір крохмалю білий, без відтінків; запах відсутній або слабко виражений, без сторонніх запахів (цвілі, затхлості, хімічних домішок); смак нейтральний, без гіркоти чи кислоти.

Із фізико-хімічних показників визначалися наступні показники: вологість, вміст крохмалю та здатність до набухання. Результати свідчать, що досліджувані зразки крохмалю мають масову частку вологи не більше 18 %, вміст крохмалю був на рівні 87–89 %, здатність до набухання висока, зразки крохмалю утворюють в'язкий прозорий клейстер при температурі 55–70 °С.

Отже, після проведених досліджень можна стверджувати, що досліджувані зразки крохмалю вітчизняного виробництва відповідають вимогам стандарту ДСТУ 4286:2004 [3].

Для підвищення якості вітчизняного крохмалю необхідне вдосконалення технологій очищення та обробки сировини, впровадження сучасних методів контролю якості, а також розширення асортименту модифікованих крохмалів для харчової та нехарчової промисловості.

Комплексна оцінка якості крохмалю є важливим завданням, що дозволяє забезпечити відповідність продукції сучасним вимогам. Вітчизняний крохмаль має потенціал для подальшого розвитку та вдосконалення, що сприятиме його конкурентоспроможності на світовому ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Gupta V. K., Tuohy M. Starch: From Starch Containing Sources to Isolation of Starches and their Applications. – New York : Nova Science Publishers, 2018. – 350 p.
2. Eliasson A.-C. Starch in Food: Structure, Function and Applications. – 2nd ed. – Boca Raton : CRC Press, 2017. – 600 p.
3. ДСТУ 4286:2004. Крохмаль картопляний. Технічні умови. – [Чинний від 2005-01-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2005. – 12 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ОРГАНІЧНОГО ГРИБІВНИЦТВА

Є. О. Білий, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Органічне грибівництво є важливою частиною сучасного агропромислового комплексу, оскільки поєднує екологічно чисте виробництво, високу біологічну цінність продукції та стійкість до змін клімату. Попит на органічні гриби постійно зростає, адже вони є цінним джерелом білків, вітамінів, мікроелементів і біологічно активних речовин, необхідних для здорового харчування.

З економічного погляду, органічне грибівництво сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, створенню робочих місць та розширенню експортних можливостей. Гриби є швидкорослою культурою, що дозволяє отримувати врожай у короткі терміни та використовувати ресурси більш ефективно порівняно з традиційним рослинництвом чи тваринництвом [1].

Органічне грибівництво безпосередньо пов’язане з принципами сталого розвитку, оскільки сприяє збереженню біорізноманіття, мінімізує вплив аграрного виробництва на екосистеми та

забезпечує ефективне використання природних ресурсів. Гриби виконують важливу екологічну функцію – вони розкладають органічні речовини, сприяючи поверненню поживних елементів у ґрунт та покращенню його родючості.

Біотехнології відіграють ключову роль у розвитку органічного грибівництва. Зокрема, сучасні методи мікробіології дозволяють виводити нові штами грибів із підвищеною стійкістю до хвороб і шкідників, що знижує необхідність у застосуванні хімічних засобів захисту. Використання біопрепаратів на основі корисних мікроорганізмів допомагає покращити врожайність та якість грибів, зменшуючи негативний вплив на навколишнє середовище. Крім того, розвиток генної інженерії відкриває можливості для вдосконалення характеристик грибів, таких як збільшення вмісту корисних речовин чи підвищення їх стійкості до стресових факторів.

Біопрепарати на основі корисних мікроорганізмів активно використовуються для підвищення врожайності грибів і захисту їх від хвороб. До них належать біофунгіциди, які пригнічують розвиток патогенних грибів, а також біостимулятори росту, що активізують метаболічні процеси у грибниці. Використання таких препаратів дозволяє уникнути застосування хімічних пестицидів і добрив, що відповідає принципам органічного виробництва [3].

Мікробіота відіграє ключову роль у процесі росту грибів, сприяючи розкладанню органічних речовин у субстраті та покращенню доступності поживних елементів. Симбіотичні бактерії та мікроскопічні гриби стимулюють розвиток міцелію, підвищують стійкість до стресових умов і покращують засвоєння корисних речовин. Формування здорової мікробіоти у субстраті також сприяє зниженню ризику зараження патогенами та підвищенню якості кінцевого продукту.

Сучасні селекційні та генетичні методи дозволяють виводити нові штами грибів із покращеними характеристиками, такими як висока врожайність, підвищений вміст корисних речовин, стійкість до захворювань і стресових факторів. Використання біотехнологічних підходів у селекції сприяє прискоренню процесу адаптації грибів до різних умов вирощування та забезпечує стабільну якість продукції [2].

Органічне грибівництво є важливою частиною сучасного агропромислового комплексу, сприяючи не лише сталому роз-

витку сільського господарства, але й забезпеченню екологічно чистої продукції, яка є цінним джерелом харчових і біологічно активних речовин. Вирощування органічних грибів без використання хімічних стимуляторів росту та пестицидів позитивно впливає на здоров'я людей і навколишнє середовище. Біотехнології, зокрема використання біопрепаратів і генетичні методи селекції, грають ключову роль у підвищенні ефективності виробництва, якості продукції та стійкості грибів до захворювань і стресових факторів. Перспективи розвитку органічного грибівництва виглядають обнадійливо, оскільки ця галузь не тільки забезпечує продовольчу безпеку, але й робить значний внесок в екологічну стабільність і раціональне використання природних ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Грибівництво: технології та інновації / А. В. Ковальчук. – Львів : Світ, 2019. – 248 с.
2. Ed. by K. Esser, P. A. Lemke. Mushrooms: Cultivation, Nutritional Value, Medicinal Effect, and Environmental Impact. – Springer, 2024. – 450 p.
3. Webster J., Weber R. Introduction to Fungi. – 3rd ed., Cambridge University Press, 2022. – 500 p.

МОЛЕКУЛЯРНА ГАСТРОНОМІЯ ЯК ПРИКЛАД ІНТЕГРАЦІЇ ХІМІЇ У РЕСТОРАННЕ ГОСПОДАРСТВО

В. О. Бруско, *студентка спеціальності Харчові технології, група ХТ РТ б-11*

Н. В. Гнітій, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасна ресторанна індустрія дедалі частіше звертається до інноваційних технологій з метою формування унікального гастрономічного досвіду для споживачів. Одним із новітніх напрямів кулінарного мистецтва є молекулярна гастрономія, яка поєднує досягнення хімії, фізики та гастрономії для створення страв з незвичайними текстурами, смаком та візуальними ефектами [1, с. 14; 2, с. 27]. Цей підхід дозволяє трансформувати традиційні інгредієнти у нові кулінарні форми шляхом застосування хімічних і фізичних процесів. Зокрема, молекулярна

гастрономія вже знаходить практичне застосування у діяльності українських закладів харчування. Наприклад, ресторан «100 років тому вперед» у Києві активно використовує ферментацію, а також технології створення пін та гелів для переосмислення національної кухні. У ресторані «Канапа» реалізовано проєкти з використанням сферичних форм вареників та мусу із сала [3, с. 79–80].

До основних хімічних процесів, що використовуються у молекулярній гастрономії, належать:

- **Гелеутворення** – перетворення рідин на гелі за допомогою природних полімерів, таких як агар-агар або альгінат натрію, що дозволяє створювати «перлини» чи «сфери» [1, с. 52].
- **Емульгування** – стабілізація сумішей води та олії за допомогою емульгаторів, зокрема лецитину, що широко використовується у приготуванні соусів та пін [2, с. 115].
- **Сублімація та використання рідкого азоту** – миттєве замороження продуктів з метою формування крихкої текстури та ефекту диму [3, с. 81].
- **Карбонізація** – насичення продуктів вуглекислим газом для досягнення шипучого ефекту [1, с. 66].

Інші технології, що широко застосовуються у сучасній ресторанній практиці:

- **Сферифікація** – створення оболонки з гелю навколо рідин, зокрема соків [2, с. 197].
- **Піноутворення** – виробництво стійких пінистих структур із соків, соусів тощо [3, с. 82].
- **Дегідратація** – зневоднення продуктів для отримання чіпсів або декоративних елементів [1, с. 72].
- **Су-від (sous-vide)** – низькотемпературне приготування страв у вакуумному пакуванні, що забезпечує збереження смакових та поживних властивостей [2, с. 261].

Використання наведених технологій спостерігається у діяльності таких закладів, як «Vintage Nouveau» (Львів), де активно застосовуються методи дегідратації та сублімації десертів. У мережі гастро-барів «Реберня» технологія су-від дозволяє досягти високої якості м'ясних страв, а подача супроводжується соусами у формі піни чи гелю. У ресторані «BEEF Meat & Wine» (Київ) також популяризується використання емульсійних соусів і елементів із дегідрованих овочів як доповнення до основних страв [3, с. 81–83].

Таким чином, молекулярна гастрономія є наочним прикладом інтеграції хімічних знань у ресторанну справу. Це сприяє створенню нових стандартів приготування та презентації страв, формуванню інноваційного іміджу ресторану й зміцненню його конкурентних позицій на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кравченко С. В. Основи молекулярної гастрономії : навч. посіб. – Харків : ХНАУ, 2021. – 148 с.
2. This, H. Molecular Gastronomy: Exploring the Science of Flavor. – Columbia University Press, 2006. – 393 с.
3. Грицюк Н. Ю., Хомутенко А. В. Молекулярна гастрономія як сучасний тренд у ресторанному бізнесі // Вісник Одеської національної академії харчових технологій. – 2023. – №1 (54). – С. 77–83.

ЗАХОДИ БІОБЕЗПЕКИ ПРИ БІОТЕХНОЛОГІЧНОМУ ВИРОБНИЦТВІ ДНК-ВАКЦИН

К. В. Голінченко, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Біобезпека є критичним аспектом при розробці та виробництві ДНК-вакцин, адже цей тип вакцин передбачає використання рекомбінантних ДНК, що містять генетичні матеріали патогенів або їх частини, які можуть викликати небажані ефекти при неправильному поводженні з ними. Для забезпечення біологічної безпеки на всіх етапах виробництва та застосування ДНК-вакцин необхідно впроваджувати жорсткі контролі та заходи на всіх рівнях – від лабораторії до виробничих потужностей [1].

По-перше, на етапі розробки ДНК-вакцин необхідно провести ретельну оцінку потенційних ризиків щодо використання генетично модифікованих організмів (ГМО), що є основою для виготовлення вакцин. Всі генно-інженерні роботи повинні здійснюватися в умовах сертифікованих біобезпечних лабораторій рівня 2 або 3, де проводиться строгий моніторинг і контроль за можливими джерелами забруднення або витоку генетичного матеріалу. Важливою частиною є також контроль за генетичною стабільністю штамів, використаних для виробництва, щоб уник-

нути небажаних мутацій або переходу до більш патогенних форм [2].

По-друге, на етапі виробництва та масштабування технологій, до яких належать біореактори й культивування мікроорганізмів, що експресують необхідні білки, важливим є забезпечення належного рівня ізоляції та стерильності. Виробничі приміщення мають відповідати вимогам біологічної безпеки, які регулюються міжнародними стандартами (наприклад, GLP – Good Laboratory Practice, GMP – Good Manufacturing Practice). Використання спеціалізованого обладнання, систем для утримання забруднень та фільтрації повітря є обов'язковим для запобігання забрудненню вакцин від зовнішніх факторів.

По-третє, при транспортуванні та зберіганні готової ДНК-вакцини необхідно дотримуватися всіх вимог щодо зберігання біологічних препаратів, включаючи забезпечення низьких температур і захист від можливих пошкоджень чи джерел генетичних матеріалів. Важливими є також заходи щодо маркування та відстеження кожної партії вакцини для своєчасного виявлення потенційних порушень в її складі або термінах придатності.

Останнім етапом є впровадження механізмів моніторингу і контролю на етапі застосування ДНК-вакцин. Для цього необхідно мати відповідні засоби для виявлення та реєстрації можливих побічних ефектів, пов'язаних із вакцинуванням, а також забезпечити належне медичне спостереження за пацієнтами. Розробка протоколів для роботи з поствакцинальними ускладненнями та системи відповідальності є невіддільною частиною біобезпечних заходів [3].

Отже, впровадження та виробництво ДНК-вакцин відкриває нові перспективи у сфері медицини, забезпечуючи ефективну профілактику різноманітних інфекційних захворювань. Однак через свою специфіку, що включає використання генетично модифікованих організмів, виробництво таких вакцин вимагає ретельного забезпечення біобезпеки на всіх етапах – від лабораторних досліджень до застосування готових вакцин. Успішна реалізація цих заходів дозволяє мінімізувати потенційні ризики для здоров'я людини та навколишнього середовища.

Забезпечення належного рівня біобезпеки вимагає комплексного підходу, де кожен етап – від розробки вакцини до її застосування – контролюється спеціалістами та відповідає суворим стандартам. Це забезпечує не тільки ефективність вакцин, а й

зменшує можливі ризики, пов'язані з їх застосуванням. Своєю чергою, це сприяє розвитку надійної та безпечної вакцинопрофілактики, що є основою для зниження поширення інфекційних захворювань у світі. Враховуючи новітні досягнення в галузі біотехнологій, можна очікувати подальший розвиток і вдосконалення виробництва ДНК-вакцин, що ще більше підвищить їх доступність і безпеку для населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вадзюк С. Н., Волкова Н. М. Основи біоетики і біобезпеки : посібник. Тернопіль : ТДМУ : Укрмедкнига, 2019. – 128 с.
2. Гербич К. С., Лазоренко В. В. Біотехнологія виробництва рекомбінантної вакцини проти вірусу папіломи людини за допомогою штаму Saccharomyces cerevisiae. Актуальні питання біотехнології, екології та природокористування : матеріали Міжнар. наук. конф., 27–28 квітня 2023 р. Харків : ДБТУ, 2023. С. 62–63.
3. Юлевич О. І. Біотехнологія : навч. посіб. / О. І. Юлевич, С. І. Ковтун, М. І. Гиль ; за ред. М. І. Гиль. – Миколаїв : МДАУ, 2012. – 476 с.

БІОТЕХНОЛОГІЇ В ВИРОБНИЦТВІ ОРГАНІЧНОГО РОСЛИННОГО МОЛОКА

А. О. Деменчук, *студентка спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Виробництво органічного рослинного молока набуває все більшої популярності завдяки зростаючому попиту на здорові та екологічно чисті продукти. Біотехнології відіграють ключову роль у створенні високоякісного рослинного молока, оскільки дозволяють покращити текстуру, смакові якості та харчову цінність продукції без використання синтетичних добавок та консервантів. Застосування інноваційних методів ферментації, генетичних технологій та мікробіології допомагає оптимізувати процеси виробництва, підвищити ефективність використання сировини та забезпечити високу якість кінцевого продукту [3].

Основні біотехнологічні методи при виробництві органічного рослинного молока включають ферментацію, використання ферментів і мікроорганізмів. Ферментація дозволяє покращити текс-

туру та смакові якості молока, забезпечуючи його природний процес перетворення сировини за допомогою корисних мікроорганізмів, таких як бактерії та дріжджі. Використання ферментів сприяє розщепленню складних органічних сполук, що підвищує засвоюваність поживних речовин і поліпшує аромат продукту. Мікроорганізми відіграють важливу роль у покращенні консистенції, стабільності та збереженні продукту без застосування синтетичних добавок, забезпечуючи екологічність і безпеку органічного молока.

Генетичні та селекційні технології відіграють ключову роль у вдосконаленні сировини для виробництва рослинного молока. Розвиток нових сортів рослин дозволяє підвищити якість та кількість сировини, що використовується для виготовлення молочних альтернатив. Сучасні методи молекулярної селекції допомагають виявляти та покращувати такі характеристики, як вміст білків, жирів і корисних мікроелементів, що є важливими для отримання високоякісного рослинного молока з оптимальним складом. Такий підхід дозволяє знизити витрати на виробництво та покращити ефективність процесу переробки [2].

Використання генної інженерії та біотехнологічних підходів також дозволяє створювати рослини, стійкі до хвороб, шкідників та несприятливих погодних умов, що робить процес вирощування сировини більш стабільним та екологічно чистим. Селекція нових сортів рослин, таких як соя, мигдаль, овес, кокос, допомагає отримати більш продуктивні культури, що забезпечують більший вихід сировини з меншими затратами на вирощування та обробку, це є важливим для розвитку органічного виробництва рослинного молока, яке передбачає відмову від хімічних пестицидів та стимуляторів росту.

Окрім покращення кількості та якості врожаю, генетичні технології також відкривають можливості для збільшення поживної цінності рослинних сортів. Це включає підвищення вмісту вітамінів, мінералів та антиоксидантів у сировині, що дозволяє виробляти не лише смачне, але й корисне рослинне молоко. Завдяки селекційним методам, рослинне молоко може стати ще більш збалансованим продуктом, що відповідає вимогам сучасного здорового харчування і потребам ринку [1].

Застосування біотехнологій у виробництві органічного рослинного молока має значні екологічні та економічні переваги. Однією з головних переваг є зниження використання хімічних добавок, таких як пестициди та синтетичні добрива, що часто

застосовуються в традиційному землеробстві. З економічного погляду, зменшення використання дорогих хімічних засобів і поліпшення врожайності завдяки генетично вдосконаленим сортам рослин дозволяє знизити витрати на виробництво, роблячи процес виготовлення рослинного молока більш ефективним та рентабельним. Таким чином, біотехнології сприяють сталому розвитку галузі, поєднуючи економічну вигоду з екологічною безпекою.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гриценко М. В. Розвиток молочної галузі України: проблеми та перспективи // Економіка АПК. – 2023. – Т. 50, №5. – С. 98–104.
2. Іваненко В. О. Технології ферментації у виробництві рослинних продуктів // Науковий вісник. – 2020. – Т. 34, № 2. – С. 89–97.
3. Yadav, M. P., & Jha, N. (2022). Nutritional aspects and technological advancements in the production of plant-based milk. *Food Chemistry*, 344, 128498.

ЕКОЛОГІЧНО БЕЗПЕЧНЕ ПАКУВАННЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ТРЕНД ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

А. О. Клименко, *студентка спеціальності Підприємництво та торгівля, група ЕМС б-21*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Пакування відіграє ключову роль у сучасній харчовій промисловості, забезпечуючи збереження якості, безпечності та терміну придатності продуктів. Пакування виконує функцію бар'єра, що захищає харчові товари від механічних пошкоджень, впливу зовнішнього середовища, мікроорганізмів та окиснення.

Однак значне поширення синтетичних пакувальних матеріалів, особливо пластику, створює серйозні екологічні проблеми. Пластикове пакування, що не піддається швидкому розкладанню, накопичується у довкіллі, забруднюючи ґрунти, водойми та повітря [2].

Розвиток екологічних технологій стимулює виробництво пакувальних матеріалів, що мінімізують негативний вплив на довкілля. Основними напрямами є використання біорозкладних, компостованих, перероблених та їстівних матеріалів, які сприяють зменшенню кількості відходів і покращенню екологічної ситуації.

Біорозкладні пакувальні матеріали здатні розкладатися під дією мікроорганізмів, не утворюючи шкідливих залишків. Вони виготовляються на основі природних полімерів, таких як полілакцид (PLA), що отримується з кукурудзяного крохмалю та використовується для виготовлення контейнерів, плівок і пакетів. Полігідроксіалканоати (PHA) виробляються бактеріями та мають високу біодеградабельність, завдяки чому широко застосовуються у виробництві харчової упаковки.

Компостоване пакування є матеріалами, що розкладаються в природних умовах, не завдаючи шкоди довкіллю. Вони перетворюються на органічну масу, що може використовуватися як добриво. До таких матеріалів належать паперова упаковка з біополімерним покриттям, що замінює пластикові контейнери, та плівки з рослинних компонентів (альгінати, целюлоза), які швидко розкладаються у ґрунті або компості [3].

Їстівне пакування – інноваційний підхід, що поєднує захисну та споживчу функцію упаковки. Воно виготовляється з натуральних компонентів, які безпечні для людини. До таких матеріалів належать желатинові та казеїнові плівки, що використовуються для пакування продуктів, пектинові оболонки для зберігання фруктів та ягід, а також альгінатні капсули, що застосовуються для рідких продуктів і соусів.

Окрім розробки нових матеріалів, екологічно безпечне пакування активно розвивається завдяки технологічним інноваціям, що покращують його функціональні властивості.

Активне та розумне пакування спрямоване на покращення якості та безпечності продуктів за допомогою вбудованих технологій. Антимікробне пакування містить натуральні антисептичні речовини, такі як ефірні олії або срібло, що пригнічують ріст бактерій. Пакування з індикаторами свіжості змінює колір при порушенні температурного режиму або закінченні терміну придатності, що дозволяє споживачам контролювати якість продуктів. Оксиген-абсорбуючі упаковки запобігають окисленню продуктів, тим самим подовжуючи їхній термін зберігання.

Застосування грибного та паперового пакування як альтернатива пластику набуває все більшої популярності. Грибний біоматеріал (міцелій) використовується для створення біорозкладної тари, що може замінити пінопласт у харчовій промисловості. Паперове пакування з бар'єрним покриттям забезпечує захист

від вологи без використання поліетилену, що робить його ефективною екологічною альтернативою пластиковій упаковці [1].

Екологічно безпечне пакування є важливим трендом харчової промисловості, що сприяє збереженню довкілля та зменшенню відходів. Використання біорозкладних, компостованих, перероблених та їстівних матеріалів дозволяє мінімізувати негативний вплив традиційного пластикового пакування. Інноваційні технології, зокрема активне та розумне пакування, альтернативні матеріали, відкривають нові можливості для стійкого розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Jansen J., Schlüter O. Edible Packaging in the Food Industry / J. Jansen, O. Schlüter. – New York : Springer, 2019. – 389 p.
2. Marsh K. Food Packaging – Roles, Materials, and Environmental Issues / K. Marsh, B. Bugusu // Journal of Food Science. – 2020. – Vol. 85, Issue 3. – P. 517–525.
3. Robertson G. L. Food Packaging: Principles and Practice / G. L. Robertson. – Boca Raton : CRC Press, 2021. – 738 p.

КОРИСНІ ВЛАСТИВОСТІ. ХІМІЧНИЙ СКЛАД ТА ВИКОРИСТАННЯ СВІЖОЇ ЦВІТНОЇ КАПУСТИ В ХАРЧУВАННІ

Є. О. Ляшко, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТ ЕМС б-11*
З. П. Рачинська, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавського університету економіки і торгівлі

Цвітна капуста є одним із найбільш корисних овочів, що широко використовується в раціоні людей завдяки своєму багатому хімічному складу та численним корисним властивостям. Свіжа цвітна капуста (Brassica oleracea var. botrytis) є однорічною рослиною родини капустяних. Вона має білу, щільну та компактну суцвіттєву частину, відому як «качан» або «головка». Відрізняється ніжним смаком і текстурою, що робить її популярною в кулінарії. Суцвіття цвітної капусти білого або кремового кольору, покрите зеленим листям, що захищає головку. Головка капусти складається з дрібних, щільно розташованих суцвіть, що нагадують корону. Може мати варіації в кольорі – існують також жовті, фіолетові та оранжеві сорти [1–4].

Вона є важливим джерелом вітамінів, мінералів та антиоксидантів, що сприяють зміцненню здоров'я та профілактиці різних захворювань.

Хімічний склад:

✓ Цвітна капуста містить велику кількість вітаміну С, який є потужним антиоксидантом і підтримує імунну систему.

✓ Вона також є джерелом вітамінів групи В (особливо фолієвої кислоти), які сприяють нормалізації обміну речовин і здоров'ю нервової системи.

✓ Мінерали, такі як калій, кальцій, магній, допомагають нормалізувати водно-електролітний баланс та підтримувати серцево-судинну систему.

Свіжа цвітна капуста є чудовим джерелом вітаміну С, що зміцнює імунну систему та допомагає боротися з інфекціями. Вітаміни групи В (особливо В6 і фолієва кислота) важливі для нервової системи і нормалізації енергетичного обміну. Вміст калію сприяє нормалізації кров'яного тиску та підтримці серцево-судинного здоров'я.

Цвітна капуста є чудовим джерелом дієтичної клітковини, що сприяє поліпшенню травлення, запобігає запорам і підтримує здоров'я кишечника. Клітковина також допомагає контролювати рівень цукру в крові і забезпечує відчуття ситості, що сприяє схудненню.

Цвітна капуста містить потужні антиоксиданти, такі як сульфорафан, що борються з вільними радикалами, знижуючи ризик розвитку хронічних захворювань, у тому числі раку. Антиоксиданти в капусті також покращують стан шкіри і зменшують запальні процеси в організмі. Завдяки високому вмісту фітохімічних сполук цвітна капуста може знижувати рівень «поганого» холестерину в крові і зменшувати ризик розвитку серцево-судинних захворювань.

Вітамін К і кальцій у складі цвітної капусти сприяють зміцненню кісток і профілактиці остеопорозу. Сульфорафан і інші фітонутрієнти в цвітній капусті мають потужні протизапальні властивості, що зменшують ризик розвитку запальних захворювань, таких як артрит.

Цвітна капуста має м'який, нейтральний смак, що робить її універсальним інгредієнтом в різних стравах.

У сирому вигляді має хрусткку текстуру, а при тепловій обробці стає ніжною, злегка солодкуватою. Цвітну капусту використовують у різних стравах: супах, салатах, гарнірах, запіканках та навіть як замінник м'яса у вегетаріанських стравах.

Вона чудово поєднується з іншими овочами, зерновими культурами та молочними продуктами, а її нейтральний смак дозволяє створювати різноманітні кулінарні композиції. Цвітну капусту можна консервувати або заморожувати, що дозволяє зберегти її корисні властивості на тривалий період.

Свіжа цвітна капуста є незамінним продуктом у збалансованому харчуванні, вона сприяє здоров'ю організму, покращує функцію травної системи, а також має багато корисних властивостей завдяки своєму багатому хімічному складу. Регулярне споживання цвітної капусти позитивно впливає на загальний стан здоров'я та може стати частиною будь-якої дієти, особливо для людей, що прагнуть підтримувати здорову вагу та профілактику захворювань.

Список використаних інформаційних джерел

1. Перцев, П. І. Сучасна агрономія: Вирощування овочів / П. І. Перцев. – Київ : Вища школа, 2019. – 320 с.
2. Ковальчук, О. В. Фітотерапія: теорія та практика / О. В. Ковальчук. – Харків : НТУ «ХПІ», 2018. – 480 с.
3. Бойко, Н. А. Вітаміни та мінерали в харчуванні людини / Н. А. Бойко. – Львів : Технологічний університет, 2020. – 250 с.
4. Прядченко, В. А. Плодові та овочеві культури. Культивація та використання / В. А. Прядченко. – Київ : Академія аграрних наук, 2017. – 220 с.

СУЧАСНІ МЕТОДИ БІОТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ВІТАМІНІВ

О. А. Мигаль, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні методи біотехнології, що застосовуються при виробництві вітамінів, дозволяють значно покращити ефективність синтезу, знижуючи витрати та негативний вплив на навколишнє середовище. Одним з основних підходів є використання мікроорганізмів для біосинтезу вітамінів. Цей метод має багато переваг, серед яких висока економічність та екологічна чистота. Мікроорганізми, такі як бактерії, дріжджі та гриби, мають здатність синтезувати важливі вітаміни в результаті ферментаційних

процесів, що відбуваються в контрольованих умовах. Наприклад, вітамін B_{12}, який традиційно добувають із тваринних продуктів, тепер можна ефективно отримувати через ферментацію спеціальних штамів бактерій, таких як *Propionibacterium shermanii* або *Lactobacillus delbrueckii*. Цей процес дозволяє значно збільшити вихід продукції та знизити витрати на її виробництво [1].

Іншим важливим напрямом є використання генетично модифікованих організмів для виробництва вітамінів. За допомогою генної інженерії можна створювати мікроорганізми, здатні до синтезу великих кількостей вітамінів. Так, генетична модифікація дріжджів дозволяє отримати вітамін D2, що має великий попит у фармацевтичній та харчовій промисловості. Оскільки вітамін D є важливим для підтримки імунної системи та здоров'я кісток, його виробництво на основі генно-модифікованих організмів є перспективним. Зокрема, це дозволяє значно підвищити ефективність процесу і зробити його більш стабільним при зміні зовнішніх умов, таких як температура, pH середовища або наявність певних хімічних речовин.

Однією з ключових переваг біотехнологічних методів є використання ферментативних технологій. Ферменти, що каталізують певні реакції в організмі, можуть бути використані для синтезу вітамінів у промислових умовах. Це дозволяє замінити традиційні хімічні методи синтезу, що часто вимагають застосування токсичних реагентів або високих температур. Наприклад, для виробництва вітаміну C застосовують ферментативні процеси, які є екологічно чистими та не мають шкідливих побічних продуктів. Це дозволяє створювати вітаміни високої чистоти, які легко засвоюються організмом людини. Крім того, ферментативні технології можуть покращити стабільність і тривалість зберігання кінцевого продукту, що є важливою характеристикою вітамінних добавок [2].

Крім того, значну увагу варто приділити екологічному аспекту застосування біотехнологій. Традиційні хімічні методи виробництва вітамінів часто призводять до значних екологічних витрат, таких як утворення токсичних відходів і викиди парникових газів. У порівнянні з цим, біотехнологічні процеси є значно чистішими. Використання мікроорганізмів, генетичних модифікацій та ферментативних реакцій не вимагає застосування великих кількостей хімічних реагентів, що зменшує ризик забруднення навколишнього середовища. Окрім того, біотехнологічні методи потребують меншої кількості енергетичних ресур-

сів, що робить їх більш економічно вигідними та сталими в довгостроковій перспективі.

Використання біотехнологій для виробництва вітамінів також має важливе значення для здоров'я людини. Оскільки сучасне харчування не завжди забезпечує необхідну кількість вітамінів, біотехнологічно вироблені вітаміни можуть бути використані для створення добавок, які підтримують баланс нутрієнтів в організмі. Вітаміни, отримані за допомогою біотехнологій, можуть мати високу біодоступність, що означає, що вони легко засвоюються організмом і сприяють кращому здоров'ю [3].

Загалом, біотехнологічні методи виробництва вітамінів відкривають нові можливості для більш ефективного, економічного та екологічно чистого виробництва цих важливих харчових компонентів. Вони дозволяють підвищити якість та доступність вітамінів для споживачів, одночасно знижуючи вплив на навколишнє середовище та енергетичні витрати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мельничук М. Д., Кляченко О. Л., Бородай В. В., Коломієць Ю. В. Загальна (промислова) біотехнологія : навч. посіб. Київ : ФОП Корзун Д. Ю., 2014. – 252 с.
2. Сімахіна Г. О., Стеценко Н. О., Науменко Н. В. Біологічно активні речовини в харчових технологіях : підручник. Київ : НУХТ. 2016. 455 с.
3. Nabi F, Arain M. A., Rajput N., et all. Health benefits of carotenoids and potential application in poultry industry: A review. J Anim Physiol Anim Nutr (Berl). 2020. 104 (6): 1809-1818.

КОМПЛЕКСНА ОЦІНКА ЯКОСТІ ФЕРМЕНТОВАНИХ ПРОДУКТІВ РОСЛИННОГО ПОХОДЖЕННЯ

Н. В. Островерха, *студентка спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-41*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Ферментація є одним із найдавніших методів обробки продуктів, який використовується для їх консервування, покращення харчової цінності та надання нових смакових властивостей. Цей процес полягає в біохімічному перетворенні органічних сполук під впливом мікроорганізмів, таких як бактерії, дріжджі та гриби. Ферментація широко застосовується для обробки

продуктів рослинного походження, таких як овочі, фрукти, злаки, бобові та інші. Вона має численні переваги, як для здоров'я людини, так і для збереження та поліпшення якості продуктів [4].

Ферментація підвищує доступність поживних речовин в продуктах рослинного походження. Завдяки діяльності мікроорганізмів у процесі ферментації розщеплюються складні органічні молекули, що дозволяє збільшити біодоступність вітамінів, мінералів і амінокислот. Наприклад, у квашеній капусті зростає рівень вітаміну С, а в ферментованих бобових продуктах – рівень легко засвоюваних білків.

Ферментація є ефективним методом консервування, який дозволяє зберігати продукти рослинного походження протягом тривалого часу без використання штучних консервантів. Під час ферментації утворюється молочна кислота, яка пригнічує розвиток шкідливих мікроорганізмів, забезпечуючи природне консервування продуктів [2].

Ферментовані продукти мають унікальні смакові якості, які виникають внаслідок розщеплення складних цукрів, білків і жирів. Наприклад, при ферментації сої утворюються сполуки, які надають продуктам, таким як темпе або місо, характерний глибокий смак умамі.

Одним із найпоширеніших ферментованих продуктів є квашена капуста, яка, завдяки своїм корисним властивостям, має величезне значення в харчуванні людей [3].

Комплексна оцінка якості ферментованих продуктів рослинного походження проводилася на прикладі найпоширенішого продукту – квашеної капусти.

Для дослідження було обрано квашену капусту, що реалізується в супермаркеті «Сільпо» міста Полтава. Для цього було обрано такі зразки квашеної капусти: ТМ «Грінвіль», ТМ «Ніжин», ТМ «Гордій», ТМ «Повна чаша».

Визначення якості проводилося за загально прийнятними методиками відповідно до вимог стандарту ДСТУ 8642:2016 «Капуста квашена. Технічні умови» із визначенням органолептичних і фізико-хімічних показників якості [1].

Результати дослідження органолептичних показників засвідчили, що зразки квашеної капусти мають однорідний білий або злегка жовтуватий колір, характерний для продукту, що пройшов натуральну ферментацію, без ознак плісняви чи гниття; консистенція капусти еластична, не розм'якшена, листки капусти мають хрустку текстуру, що свідчить про правильний процес

ферментації та збереження необхідної вологи; запах характерний для ферментованого продукту, має легкий кислий аромат з нотками солоності, приємний та свіжий, неприємні запах відсутні; смак квашеної капусти відповідний, приємний, кисло-солоний, помірний, але мають виражену кислинку, без сторонніх неприємних присмаків.

Результати фізико-хімічних досліджень показали, що вологість досліджуваних зразків квашеної капусти становив 88 %, що відповідає стандартам для ферментованих овочів, оскільки такий рівень вологості є необхідним для збереження свіжості капусти та стабільності її фізичних властивостей; показник кислотності також знаходився в межах стандарту – не більше 1,2 %, що свідчить про достатній рівень молочної кислоти, що утворюється під час ферментації, та характерний кислий смак.

Таким чином, результати дослідження комплексної оцінки якості квашеної капусти свідчать, що досліджувані зразки квашеної капусти, що реалізуються в супермаркеті «Сільпо» відповідають вимогам стандарту ДСТУ 8642:2016 «Капуста квашена. Технічні умови».

Список використаних інформаційних джерел

1. ДСТУ 8642:2016. Капуста квашена. Технічні умови. – [Чинний від 2016-01-01]. – Київ : Держспоживстандарт України, 2016. – 14 с.
2. Подпрятов Г. І., Скалецька Л. Ф., Сеньков А. М. Технологія зберігання і переробки продукції рослинництва : практикум. – Київ : Вища освіта, 2004. – 271 с.
3. Скалецька Л. Ф. Товарознавство продукції рослинництва : навч. посіб. / Л. Ф. Скалецька, Г. І. Подпрятов, В. І. Войцехівський. – Київ : Арістей, 2005. – 496 с.
4. Харчова біотехнологія / Т. П. Пирог, М. М. Антонюк, О. І. Скроцька, Н. Ф. Кігель. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.

АГРОТЕРОРИЗМ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

Д. В. Смірнов, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-21*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Агротероризм є новим та небезпечним видом тероризму, що спрямований на аграрні об’єкти, таких як сільськогосподарські

угіддя, сільськогосподарське обладнання, посіви, тваринництво та продовольчі запаси. Вчинення терористичних актів, які сприяють знищенню або пошкодженню цих ресурсів, має на меті завдати значної шкоди не тільки економіці країни, але й створити продовольчу кризу. Агротероризм може проявлятися у вигляді навмисного зараження рослин чи тварин, підпалів, отруєння водних ресурсів та знищення інфраструктури, яка забезпечує агропромислове виробництво.

Причини агротероризму можуть бути різними, включаючи політичні, економічні, соціальні та екологічні фактори. У багатьох випадках агротероризм є реакцією на агресивну політику урядів, соціальну нерівність, конфлікти навколо ресурсів або спроби порушити продовольчу безпеку певних регіонів. До того ж зміни клімату та агресивне впровадження новітніх технологій в аграрному секторі можуть стати каталізатором для таких дій [1].

Однією з найсерйозніших наслідків агротероризму є загроза для продовольчої безпеки. Агротерористичні атаки, спрямовані на знищення врожаю або зараження рослин та тварин, можуть призвести до значних втрат у виробництві продовольства. Це, своєю чергою, може викликати дефіцит харчових продуктів, підвищення цін на основні продукти та створення умов для голоду, особливо в країнах, де сільське господарство є основним джерелом продовольчої незалежності. Зниження обсягів виробництва продовольства через агротероризм може також вплинути на експортні можливості країни, спричиняючи економічну нестабільність.

Агротероризм завдає значних економічних збитків, як безпосередніх, так і опосередкованих. Безпосередні втрати пов'язані з пошкодженням сільськогосподарських угідь, знищенням врожаю, хворобами та загибеллю тварин. Крім того, агротероризм може завдати шкоди інфраструктурі, що підтримує аграрне виробництво, такій як сховища для зберігання продукції, транспортні шляхи, обробне обладнання та переробні заводи. Економічні збитки можуть виникати також через необхідність в додаткових витратах на ліквідацію наслідків атак, а також на підтримку нормального функціонування сільськогосподарських підприємств, таких як закупівля нового насіння, добрив, засобів захисту рослин та відновлення інфраструктури [2].

Агротероризм може призвести до підвищення соціальної напруги в країні. Різке зростання цін на основні продукти харчування, обмеження доступу до продуктів та продовольчої допомоги може стати однією з причин протестів, страйків та соціальних заворушень. Наслідки можуть бути особливо відчутними в країнах, де сільське господарство є основною частиною економіки та забезпечує робочі місця для великої кількості населення. Соціальний протест через нестачу продовольства може трансформуватися в політичні заворушення, загрожуючи стабільності урядів.

Для боротьби з агротероризмом необхідно розробляти комплексні стратегії, що включають не лише зміцнення безпеки сільськогосподарських об'єктів, але й запобігання насильницьким конфліктам. Важливою є також міжнародна співпраця для моніторингу та виявлення терористичних загроз в аграрному секторі, розробка нових технологій для забезпечення захисту посівів та тварин від біологічних і хімічних загроз. Використання технологій для відстеження і запобігання спробам атак на критичні агропромислові об'єкти є важливим напрямком запобігання агротероризму [3].

З огляду на глобальні зміни в аграрній сфері та підвищені соціальні напруги, агротероризм, ймовірно, буде розвиватися як одна з форм ведення війни або протесту. Однак ефективне врегулювання аграрних конфліктів, підвищення рівня національної та міжнародної безпеки, а також інвестиції в агрономічні технології дозволяють зменшити ризики агротероризму. Тому важливо зосередитися на розвитку стійких та безпечних методів аграрного виробництва, а також на формуванні міжнародного співробітництва у боротьбі з новими загрозами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біоетика та біобезпека : навч. посіб. / Ю. Максименко, Д. Вискушенко. Житомир : Вид-во ЖДУ імені Івана Франка, 2022. – 126 с.
2. Вадзюк С. Н., Волкова Н. М. Основи біоетики і біобезпеки : посібник. Тернопіль : ТДМУ : Укрмедкнига, 2019. – 128 с.
3. Wright L., & Smith A. (2019). Bioterrorism and Agroterrorism: Risks and Responses. // Journal of Terrorism Research, 9(2), 15-21. doi: 10.1108/JTR-04-2018-0030.

ХІМІЧНИЙ СКЛАД ТА СПОЖИВНІ ВЛАСТИВОСТІ СУШЕНИХ ФРУКТІВ

О. О. Ставицький, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ТЕМС м-11*
З. П. Рачинська, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавського університету економіки і торгівлі

Сушені фрукти є важливим компонентом раціону завдяки своїм корисним властивостям і високій енергетичній цінності. Вони є джерелом вуглеводів, зокрема цукрів, таких як глюкоза і фруктоза, що забезпечують швидке джерело енергії. Сушені фрукти багаті на клітковину, що сприяє нормалізації травлення та підтримці здоров'я кишечника [1–4].

Сушені фрукти мають високу енергетичну цінність завдяки високому вмісту природних цукрів (глюкоза, фруктоза), які забезпечують швидке джерело енергії. Наприклад, 100 г сушеного інжиру чи кураги містить близько 250–300 калорій, що вдвічі більше, ніж у свіжих фруктах.

Завдяки високому вмісту цукрів, сушені фрукти часто використовуються як енергетичний перекус для спортсменів, мандрівників, туристів, а також людей, які працюють в умовах великої фізичної або розумової напруги.

Хімічний склад сушених фруктів варіюється в залежності від виду та технології сушіння, однак загалом зберігають значну кількість вітамінів А, С та групи В. Наприклад, сушений абрикос є джерелом калію та вітамінів А і С, які підтримують здоров'я серця та знижують ризик виникнення гіпертонії. Мінерали, такі як калій, кальцій і магній, підтримують роботу серцево-судинної та нервової системи, а також сприяють зміцненню кісток.

Процес сушіння також зберігає антиоксиданти, які допомагають боротися з вільними радикалами, зміцнюючи імунну систему. Наприклад, сушені ягоди (чорниця, малина) містять антоціани, які мають потужні антиоксидантні властивості.

Однак важливо зазначити, що процес сушіння може впливати на вміст водорозчинних вітамінів та на сенсорні властивості продукту, такі як смак, текстура і колір.

Технології сушіння, що використовують низькі температури та швидку сушку, можуть зберегти більшу частину поживних речовин і поліпшити кінцеву якість продукту. Під час сушіння змінюється текстура та смак фруктів, що може додавати їм особливої привабливості. Сушені фрукти мають більш концентрований смак, що може бути бажаним у певних кулінарних застосуваннях.

Наприклад, сушені яблука або груші можуть мати яскраво виражений солодкий смак, що робить їх привабливими для використання в десертах або як інгредієнт для приготування компотів і начинок для випічки.

У порівнянні з іншими перекусами, сушені фрукти є здоровою альтернативою, оскільки вони не містять штучних консервантів, барвників чи ароматизаторів (як це часто буває з солодкими перекусами або чіпсами).

Вони можуть бути природним джерелом енергії і корисних речовин без додавання цукру або солі, що робить їх кращим вибором для людей, які прагнуть до здорового харчування.

Сушені фрукти часто рекомендують у різних дієтах завдяки їхній низькій калорійності та високому вмісту клітковини, що дає змогу контролювати апетит і стабілізувати рівень цукру в крові. Вони можуть бути корисними для людей, що намагаються підтримувати здорову вагу або борються з ожирінням.

Однією з найбільших переваг сушених фруктів є їх довгий термін зберігання. Сушіння знижує вміст води в продукті, що уповільнює розвиток мікроорганізмів і процеси гниття, тому сушені фрукти можуть зберігатися протягом кількох місяців або навіть років без необхідності використання консервантів. Це робить їх ідеальними для зберігання, транспортування та споживання в умовах обмеженого доступу до свіжих продуктів (наприклад, під час зимового періоду або в екстремальних умовах). Вони часто використовуються в якості додатка до різноманітних страв: у десертах, салатах, кашах, йогуртах, мюслі, а також як окремий продукт для перекусів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бойко, Н. А. Вітаміни та мінерали в харчуванні людини / Н. А. Бойко. – Львів : Технологічний університет, 2020. – 250 с.
2. Левченко, О. І. Переробка фруктів та овочів: Технології, якість, стандарти / О. І. Левченко. – Київ : Вища школа, 2018. – 320 с.

3. Федорова, М. О. Харчова цінність та технології обробки фруктів і овочів / М. О. Федорова. – Одеса: Астропринт, 2017. – 280 с.
4. Тимошенко, Л. О. Переробка плодово-ягідних культур: Основи технології / Л. О. Тимошенко. – Харків : НТУ «ХПІ», 2019. – 280 с.

ХІМІЧНИЙ АНАЛІЗ ТОВАРИВ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ПРОДУКЦІЇ

М. В. Темченко, *студентка спеціальності Підприємництво та торгівля, група ЕМС б-11*
Н. В. Гнітій, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобалізації ринку безпеки та високої конкуренції питання якості та продукції мають особливе значення. Споживачі все частіше звертаються звертають увагу не тільки на вартість товару, але й на його склад та відповідність стандартам безпеки. У цьому контексті хімічний аналіз товарів стає незамінним інструментом у підприємницькій та торговельній діяльності [1–3].

Хімічний аналіз дозволяє встановити якісний та якісний склад продукції, застосувати наявність шкідливих домішок, токсичних елементів або порушити у технології виробництва. Це особливо важливо для товарів харчової, косметичної та фармацевтичної галузей.

Наприклад, у сфері харчової продукції хімічний аналіз дозволяє встановити наявність залишків пестицидів у фруктах та овочах. За даними українських лабораторій, у 2024 році під час перевірки імпортних цитрусових виявлено перевищення допустимих рівнів хлорпірифосу – інсектициду, забороненого в багатьох країнах ЄС. Завдяки цій партії товар не потрапив до роздрібної торгівлі, що запобігло можливим відторгненням серед споживачів.

Ще один приклад – контроль якості молочної продукції. Відомо, що деякі недобросовісні виробники дають до молока та сметани рослинні жири для здешевання продукції. Проведення спектрофотометричного аналізу дозволяє швидко ідентифікувати фальсифікат і гарантувати отримання якісного продукту.

Так, у 2023 році Держпродспоживслужба України виявила низку молокозаводів, що реалізували «молочну продукцію» із вмістом немолочних жирів понад 50 %.

У сфері косметики хімічний аналіз дозволяє уникати застосування шкідливих речовин, таких як парабени чи фталати. Це важливо для збереження здоров'я споживачів та формування позитивного іміджу бренду.

Таким чином, регулярне використання хімічного аналізу в торгівлі та підприємництві не лише забезпечує рівень якості товарів, але й сприяє зміцненню довіри покупців до виробника або постачальника. Крім того, хімічна експертиза є запорукою дотримання чинного законодавства у сфері безпеки товарів.

Отже, хімічний аналіз – це не лише науковий метод дослідження, а й дієвий бізнес-інструмент для підвищення конкурентоспроможності продукції на українському та міжнародному ринках.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білецька Г. М. Контроль якості товарів у торгівлі: теорія та практика / Г. М. Білецька. – Київ : Центр учбової л-ри, 2021. – 312 с.
2. Сидоренко В. М. Хімічна безпека продукції : навч. посіб. / В. М. Сидоренко, О. П. Литвиненко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. – 210 с.
3. Методичні рекомендації щодо здійснення державного контролю харчових продуктів за показниками безпеки та якості / Держпродспоживслужба України. – Офіційне видання. – Київ, 2023. – 145 с.

АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТА СПОЖИВАННЯ ХАЛВИ В УКРАЇНІ

Д. Р. Трус, *студентка спеціальності Експертиза та митна справа, група ЕМС б-11*

Н. О. Офіленко, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Споживні властивості халви залежать від основного інгредієнта (соняшникова, кунжутна, арахісова тощо), але загалом вона має досить високу калорійність, через що халва є енергетично цінним продуктом, містить рослинний білок (12–15 %), що робить її корисною для вегетаріанців, вона багата на нена-

сичені жирні кислоти, які корисні для серцево-судинної системи, але містить значну кількість цукрів і може бути алергенною, бо містить горіхи або насіння, які можуть викликати алергічні реакції.

Із корисних властивостей халва славиться тим, що містить вітаміни групи В, які важливі для нервової системи, а також вітамін Е, що є антиоксидантом, продукт багатий на магній, калій, залізо, фосфор, кальцій та цинк (це позитивно впливає на кістки, серце та кровообіг), натуральні масла в халві сприяють боротьбі зі старінням.

В Україні функціонує декілька провідних виробників халви, які займають значну частку ринку та відомі своєю продукцією:

Найбільшим виробником халви в Україні є ТОВ «Три Стар», що розташоване в Кропивницькому. Ця компанія швидко розвивається, використовуючи передове обладнання та дотримуючись традиційних рецептів з натуральними інгредієнтами.

На другому місці ПрАТ «Шполянський завод продтоварів», що знаходиться у Черкаській області, завод відомий виробництвом високоякісної халви та інших кондитерських виробів.

І на третє місце можна віднести ТОВ «Ласка», що входить до Асоціації «Укркондитер» і спеціалізується на виробництві халви та інших солодощів.

Ці компанії відіграють ключову роль у забезпеченні українського ринку халвою та сприяють розвитку кондитерської галузі країни.

У Полтавській області є кілька підприємств, які займаються виробництвом халви:

1. ПрАТ «Полтавакондитер» (ТМ «Домінік»). Розташоване в м. Полтава і пропонує халву соняшникову ванільну та халву соняшникову з арахісом.

2. ТОВ «Жадана Плюс» знаходиться в місті Хорол. Спеціалізується на виробництві халви, грильяжу та печива.

3. ТОВ «SweeTale» розташоване в Кременчуці. Це підприємство є однією з провідних кондитерських фабрик України. Хоча основний асортимент ТОВ «SweeTale» зосереджений на інших солодощах, фабрика також виробляє східні солодощі, до яких належить халва.

Ці підприємства відіграють важливу роль у забезпеченні регіонального та національного ринку якісною халвою та іншими кондитерськими виробами.

Ринок халви в Україні за останні три роки зазнав значних змін під впливом різних економічних та політичних факторів.

Виробництво халви та східних солодощів у 2022 році з початком повномасштабного вторгнення призвів до незначного зниження обсягів виробництва. Основні причини включають порушення логістичних ланцюгів, нестабільну роботу підприємств та прямі втрати від бойових дій

У **2023 році с**постерігалося відновлення виробництва, що свідчить про адаптацію ринку до нових умов.

Експорт

- **2022 рік:** Обсяги експорту халви та східних солодощів значно зменшилися через зниження виробництва та ускладнення логістики.
- **2023 рік:** Відбулося зростання експорту, що вказує на поступове відновлення зовнішньоекономічної діяльності. Основними ринками збуту залишаються Румунія, Молдова та Азербайджан [1].

Імпорт

- **2022–2023 роки:** Обсяги імпорту зменшилися приблизно на 14 % від показників 2021 року через ускладнення логістики та часткове припинення торговельних відносин з окремими країнами.

Внутрішній попит на халву та східні солодощі залишається стабільним. Основними споживачами є жінки, діти та люди похилого віку, які обирають ці продукти як альтернативу шоколаду [2].

Попри виклики останніх років, ринок халви в Україні демонструє стійкість та здатність до адаптації. Вітчизняні виробники продовжують домінувати на ринку, забезпечуючи понад 99 % його обсягу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз ринку халви в Україні // InVenture. URL: https://inventure.com.ua/uk/analytics/investments/ (27.03.2025).
2. Аналітична записка по ринку халви в Україні. 2021 – 1 кв. 2024 рр. // Дослідження ринків. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/ (27.03.2025).

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИРОБНИЦТВА АНТИБІОТИКІВ

З. В. Фесенко, *студент спеціальності Біотехнології та біоінженерія, група БТ б-31*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Антибіотики є основними засобами боротьби з бактеріальними інфекціями, які рятують мільйони життів у всьому світі. З кожним роком зростає попит на ці ліки через збільшення випадків інфекційних захворювань, а також через зростання стійкості бактерій до існуючих препаратів. Тому розробка нових методів виробництва антибіотиків є необхідною для забезпечення ефективності та доступності цих ліків. У цій статті розглянемо інноваційні підходи до виробництва антибіотиків, зокрема через використання новітніх технологій у біотехнології [1].

Один із найбільш перспективних підходів до створення нових антибіотиків – це використання сучасних генетичних і молекулярних технологій. Зокрема, біотехнологи застосовують методи рекомбінантної ДНК-технології для виробництва антибіотиків. Завдяки цьому методу можливо синтезувати нові антибіотики шляхом модифікації генетичних структур мікроорганізмів, які їх виробляють.

Однією з таких розробок є використання *Escherichia coli* для виробництва антибіотиків, що зазвичай синтезуються грибами, такими як *Penicillium* та *Streptomyces*. Завдяки цьому методу можна отримати значно більші кількості антибіотиків та прискорити їх виробництво. Такі підходи дозволяють не лише збільшити кількість вироблених антибіотиків, але й модифікувати їх для боротьби з новими штамами бактерій.

Одним з найбільш перспективних напрямків є розробка синтетичних антибіотиків на основі нових хімічних сполук. Ці сполуки створюються не лише на основі природних джерел, але й за допомогою штучних методів синтезу. Такий підхід дозволяє розробляти антибіотики, які можуть ефективно боротися з бактеріями, що стали стійкими до існуючих препаратів [3].

Інтердисциплінарні підходи до створення нових антибіотиків включають синтез молекул, які поєднують хімічні, біологічні та

фармакологічні властивості. Такі молекули здатні проникати через мембрани бактерій, зв'язуватися з важливими клітинними структурами та блокувати основні функції бактерій. Наприклад, нові класи антибіотиків, такі як *oxazolidinones* або *glycopeptides*, вже показали свою ефективність у боротьбі з бактеріями, які не реагують на традиційні антибіотики.

Окрім традиційних методів виробництва антибіотиків за допомогою грибів та бактерій, розробляються нові підходи до біосинтезу антибіотиків за допомогою нетрадиційних джерел. Наприклад, нові штами мікроорганізмів, такі як актиноміцети або бактерії, що живуть в екстремальних умовах, можуть виробляти унікальні антибіотики, які мають широкий спектр дії та можуть бути використані для боротьби з багатьма видами інфекцій.

Інноваційним підходом є використання генетичних технологій для отримання антибіотиків від мікроорганізмів, які існують у таких екстремальних умовах, як термальні джерела, солоні озера або глибоководні середовища. Ці мікроорганізми часто виробляють антибіотики, які мають високу стійкість до природних умов та здатні знищувати бактерії, що є стійкими до традиційних препаратів.

Нанотехнології відіграють все більш важливу роль у виробництві нових антибіотиків. Крім того, нанотехнології дозволяють створювати нові антибіотики, що впливають на мембрани бактерій або використовують механізми, що руйнують бактеріальні клітини. Такі методи є перспективними для розробки нових антибіотиків, особливо для боротьби з антибіотикорезистентними бактеріями [2].

Отже, інноваційні підходи до виробництва антибіотиків включають різноманітні методи та технології, які дозволяють розробляти більш ефективні препарати для боротьби з бактеріальними інфекціями. Генетичні та молекулярні технології, метаболічне інженерство, новітні методи синтезу та біосинтез з нетрадиційних джерел дозволяють створювати нові антибіотики, які є більш стійкими до стійких бактерій. Важливим напрямком є також використання нанотехнологій для покращення технології виробництва антибіотиків і підвищення їх ефективності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лихач А. В. Промислова біотехнологія / А. В. Лихач. – МНАУ. – 2016. – 116 с.

2. Advocacy for Responsible Antibiotic Production and Use / V. Mondain, N. Retur, B. Bertrand, F. Lieutier-Colas, P. Carenco, S. Diamantis. Antibiotics. 2022. 11. 980.
3. Antibiotics: past, present and future / M. I. Hutchings, A. W. Truman, B. Wilkinson. Current Opinion in Microbiology. 2019. 51. 72–80.

ЗАСТОСУВАННЯ ХІМІЇ ДЛЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ЛОГІСТИКИ ТА ЗБЕРІГАННЯ ТОВАРІВ

С. А. Шивела, *студентка спеціальності Підприємництво та торгівля, група ЕМС б-11*
Н. В. Гнітій, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах підприємницької діяльності ефективна логістика та збереження товарів є сучасними чинниками підвищення конкурентоспроможності компаній. На перший погляд може здатися, що хімія має мало спільного з логістичними процесами, однак на практиці саме хімічні знання суттєво впливають на правильну організацію транспортування, зберігання та збереження продукції [1, с. 14; 2, с. 105].

Одним із ключових аспектів є вибір пакувальних матеріалів. Хімічні властивості упаковки впливають на захист товарів від зовнішнього середовища – вологи, ультрафіолету, механічних пошкоджень чи хімічних забруднень. Наприклад, для харчових продуктів часто використовують багатошарові полімерні плівки, які мають бар'єрні властивості завдяки оксидам алюмінію чи полівінілхлориду (ПВХ) [2, с. 106–107].

У 2024 році велика мережа супермаркетів в Україні впровадила інноваційну упаковку з полілактидних плівок, яка є не тільки біорозкладною, але й ефективно захищає продукти від кисню та мікробного забруднення [3, с. 44–45]. Завдяки цьому було продовжено термін зберігання свіжих овочів.

Ще одним напрямом є використання хімічних речовин для забезпечення оптимальних умов зберігання. Наприклад, активно застосовуються сорбенти (силікагель, цеоліти) для контролю вологості під час перевезення та зберігання електроніки, одягу чи фармацевтичних препаратів [1, с. 159; 2, с. 109]. У транспортних контейнерах вибір поглиначів вологи дозволяє запобігати конденсації та корозії.

Також застосовуються антисептичні засоби на складах. Обробка тарних матеріалів та складських приміщень дезінфекційними засобами на основі сполук хлору або четвертинних амонієвих солей (QACs) допомагає запобігти псуванню, особливо харчових продуктів [3, с. 133].

У сучасних логістичних ланцюгах усе частіше застосовуються так звані індикатори часу та температури. Це хімічні сенсори, які змінюють колір залежно від температурного режиму, що дозволяє контролювати правильність умов транспортування чутливої продукції (наприклад, ліків чи вакцин) [2, с. 110; 3, с. 204].

Прикладом є застосування температурних індикаторів для доставки вакцин в регіони України з обмеженою інфраструктурою. Порушення температурного режиму під час перевезення одразу фіксується індикатором, що дозволяє вчасно вилучити продукт із обігу [3, с. 205].

Таким чином, знання хімії дозволяє підприємствам оптимізувати логістичні процеси, мінімізувати втрати від псування продукції та забезпечити відповідність товарів сучасним стандартам якості й безпеки. Це сприяє ефективному управлінню запасами, скороченню витрат та підвищенню задоволеності споживачів [1, с. 292; 2, с. 111].

Список використаних інформаційних джерел

1. Білецька Г. М. Логістика товарних потоків : навч. посіб. – Київ : Центр учбової л-ри, 2022. – 296 с.
2. Васильєв М. І., Хомич Г. В. Хімія пакувальних матеріалів та їх застосування в логістиці // Вісник Київського нац. торговельно-економічного університету. – 2023. – № 2. – С. 104–111.
3. Сучасні технології пакування та зберігання товарів : практ. посіб. / за ред. О. П. Коваля. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 215 с.

СЕКЦІЯ 9 КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАТЕМАТИКА ТА ФІЗИКА

СИСТЕМА ОБЛІКУ ТА НАГАДУВАНЬ ДЛЯ СПОЖИВАННЯ ВОДИ ПРОТЯГОМ ДНЯ З ПРОСТИМИ ГРАФІЧНИМИ ЗВІТАМИ

Р. А. Барабаш, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, групи КН м-11*
О. Р. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні мобільні додатки, що стосуються здорового способу життя, часто включають функції відстеження споживання води, але багато з них мають складний інтерфейс або не пропонують гнучких індивідуальних налаштувань. Деякі застосунки обмежуються лише статичними нагадуваннями, не враховуючи індивідуальні фізіологічні особливості користувача та умови довкілля [1, 2].

Для вирішення цієї проблеми було розроблено програмне рішення, яке не лише нагадає користувачеві про необхідність випити воду, але й дозволить відстежувати споживання рідини, формувати звички та переглядати прогрес у вигляді простих графічних звітів.

Запропонована система є мобільним застосунком, що працює як персональний помічник із підтримання водного балансу. Вона враховує базові фізіологічні показники користувача, такі як вага, вік, рівень фізичної активності, а також зовнішні фактори, наприклад, температуру навколишнього середовища. На основі цих даних система визначає рекомендовану добову норму води та створює індивідуальний план гідратації.

Однією з головних функцій є розумні нагадування, які адаптуються до режиму дня користувача. На відміну від простих таймерів, що спрацьовують у фіксований час, ця система аналізує патерни поведінки користувача та підлаштовується під його активність. Наприклад, якщо людина регулярно вживає рідину в певний час, система оптимізує нагадування так, щоб вони

не були надто нав'язливими, але водночас ефективно підтримували корисну звичку.

Інтерфейс застосунку побудований таким чином, щоб користувач міг легко вносити інформацію про випиту воду. Це можна зробити як вручну, так і автоматично через інтеграцію з розумними годинниками та фітнес-трекерами. Також передбачено голосове введення, що дозволяє фіксувати споживання води без необхідності відкривати додаток.

Ще однією важливою особливістю є система графічного аналізу. Користувач може переглядати щоденні, тижневі та місячні звіти, що допомагають виявити закономірності у споживанні рідини та оцінити ефективність дотримання встановленого режиму. Графічні звіти розроблені у максимально простому форматі, щоб користувач швидко отримував необхідну інформацію без потреби у детальному аналізі числових показників.

Запропоноване рішення покликане не лише відстежувати рівень гідратації, але й формувати корисні звички, що забезпечують довготривале покращення здоров'я.

Розроблений застосунок спрямований на підвищення обізнаності щодо важливості регулярного споживання води та спрощення процесу контролю гідратації. Очікується, що його використання дозволить:

- Зменшити кількість випадків хронічної дегідратації серед користувачів, які ведуть активний спосіб життя або працюють у напружених умовах.
- Покращити загальний рівень енергії та концентрації за рахунок оптимізації водного балансу.
- Допомогти користувачам виробити стійку корисну звичку, що зберігатиметься навіть після тривалого використання додатка.

На відміну від багатьох аналогічних рішень, цей застосунок поєднує в собі адаптивні нагадування, розширену аналітику та простий дизайн, що робить його корисним для широкої аудиторії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Використання мобільних застосунків для контролю споживання води. ResearchGate. URL: https://researchgate.net/water-tracking.
2. Smart Hydration Apps: Аналіз ефективності системи нагадувань та мотиваційних механізмів. ACM Digital Library. URL: https://dl.acm.org/hydration-apps.

РОЗРОБКА САЙТУ «КОНФІГУРАТОР ПК З АНАЛІЗОМ ПРОДУКТИВНОСТІ» З ВИКОРИСТАННЯМ REACT

Р. М. Березенко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, групи КН б-41*
Т. В. Чілікіна, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій –* ***науковий керівник***
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний ринок комп'ютерних комплектуючих вимагає зручних інструментів для підбору оптимальної конфігурації ПК. Онлайн-конфігуратори дозволяють користувачам обирати сумісні компоненти та оцінювати їхню продуктивність. У роботі розглядається створення такого сайту з використанням React для гнучкого інтерфейсу та ефективного оновлення даних.

React – це бібліотека JavaScript для створення інтерфейсів користувача, розроблена інженером Джорданом Волке у компанії Facebook і випущена у 2013 році, головними перевагами якої є використання віртуального DOM, компонентний підхід, підтримка React Hooks та велика екосистема [1].

React використовують для створення інтерфейсу користувача, а також для управління фронтендом у поєднанні з бібліотеками, такими як Redux для стану та React Router для маршрутизації. Для стилізації можна застосовувати CSS-фреймворки, бібліотеки або препроцесори.

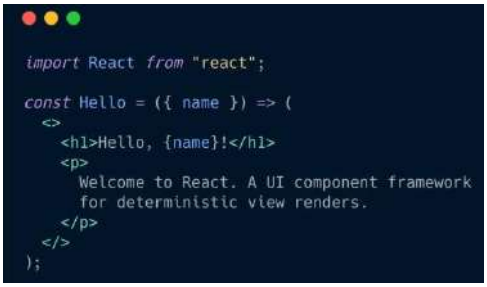
Ключова особливість React – універсальність, оскільки він підтримує серверний рендеринг і мобільну розробку через React Native [2].

Ще одна важлива перевага – декларативний підхід, що дозволяє визначати вигляд компонентів у різних станах, спрощуючи код і підвищуючи його читабельність.

React заснований на компонентній архітектурі, де кожен компонент повертає частину інтерфейсу зі своїм станом, а їхнє поєднання формує повноцінний веб-застосунок.

Важливою особливістю React є використання JSX. Це розширення синтаксису JavaScript, яке зручно використовувати для опису інтерфейсу. JSX схожий на HTML, проте це все-таки JavaScript (рис. 1).

Використання віртуального DOM дозволяє бібліотеці ефективно оновлювати реальний DOM [3].



```jsx
import React from "react";

const Hello = ({ name }) => (
  <>
    <h1>Hello, {name}!</h1>
    <p>
      Welcome to React. A UI component framework
      for deterministic view renders.
    </p>
  </>
);
```

Рисунок 1 – Приклад використання JSX розмітки

React залишається однією з найбільш затребуваних технологій у веб-розробці. За даними співзасновника npm Inc Лоррі Восса (Laurie Voss), наприкінці 2024 року ця бібліотека займала понад 70 % ринку фронтенд-інструментів. Інформація про популярність була отримана на основі опитування користувачів системи керування пакетами npm [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. React. URL: https://react.dev (дата звернення: 14.03.2025).
2. React Native. URL: https://reactnative.dev (дата звернення: 14.03.2025).
3. Віртуальний DOM його реалізація в React.URL: https://uk.legacy.reactjs.org/docs/faq-internals.html (дата звернення: 14.03.2025).
4. This year in JavaScript: 2018 in review and npm's predictions for 2019. URL: https://medium.com/npm-inc/this-year-in-javascript-2018-in-review-and-npmspredictions-for-2019-3a3d7e5298ef (дата звернення: 14.03.2025).

ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ ПЗ ПІДГОТОВКИ ЗОБРАЖЕННЯ ДЛЯ ВЕРСТАТУ ПО ВИГОТОВЛЕННЮ ТРИКОТАЖНИХ ВИРОБІВ

Д. В. Білуха, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*
Т. В. Чілікіна, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному виробництві трикотажних виробів важливу роль відіграє якісна підготовка зображень для їх подальшої обробки

верстатами [1–3]. Основною метою даної роботи є розробка та впровадження інтерфейсу програмного забезпечення, що дозволяє автоматизувати цей процес, зробити його зручнішим і точнішим.

Розробка користувацького інтерфейсу є актуальною задачею, оскільки існуючі рішення часто мають складний або незручний дизайн, що ускладнює робочий процес. Запропоноване рішення базується на технологіях JavaFX та FXML, що забезпечують адаптивність і зручність у використанні.

Створений інтерфейс дозволяє**:**

- Вибирати зображення для обробки та завантажувати його у програму.
- Виконувати основні операції, такі як зміна розміру, корекція яскравості та контрасту.
- Автоматизувати форматування файлів для подальшої обробки на верстатах.
- Інтуїтивно взаємодіяти з графічними елементами, що спрощує навчання користувачів.

Основна перевага цього інтерфейсу – спрощення роботи з підготовкою зображень, що мінімізує ризик помилок та скорочує час обробки. Реалізація інтерфейсу на базі JavaFX забезпечує можливість гнучкого масштабування та інтеграції з іншими системами виробництва.

Розроблений інтерфейс було протестовано, що дозволило підтвердити його ефективність та зручність використання. Дане рішення може бути застосоване не лише у текстильному виробництві, а й в інших галузях, де потрібна автоматизована підготовка графічних матеріалів.

Отже, розробка спеціалізованого інтерфейсу для підготовки зображень є важливим кроком у підвищенні ефективності виробничих процесів, що дозволяє підприємствам оптимізувати свою роботу та зменшити витрати часу на обробку графічних файлів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Морато, К. Р. (2021). JavaFX 17 by Example. Apress.
2. Норман, Д. (2013). The Design of Everyday Things. Basic Books.
3. Маккей, Е. Н. (2013). UI is Communication: How to Design Intuitive, User Centered Interfaces by Focusing on Effective Communication. New Riders.

СТВОРЕННЯ ТА ДРУК СТАРТОВОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ЗАПУСКУ ДРОНІВ

Б. М. Бровко, *учень ліцею № 33 Полтавської міської ради;*
В. В. Матвієнко, *студент групи КН б-41*
Ю. В. Бровко, *вчитель інформатики ліцею № 33 Полтавської міської ради – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розвиток STEM освіти в Україні сьогодні впевнено набирає обертів. Про це свідчить ухвалення урядом низки нормативно-правових документів, які забезпечують ефективність діяльності галузі.

До основних складових STEM-освіти важливо також залучати і сучасні технологічні новації, що нині швидко розвиваються. До них належать робототехніка та 3D-технології. Останнім часом 3D-друк в освіті набув широкої популярності.

Актуальність застосування тривимірного моделювання пояснюється перед усім тим, що воно забезпечує більшу наочність і інтерпретацію даних. 3D-моделювання – це розробка будь-якої тривимірної моделі об'єкта за допомогою програмного забезпечення, яке слугує для даної задачі.

Тривимірне моделювання є невід'ємною частиною інженерного проєктування можливих технічних пристроїв, що дає можливість забезпечити військових необхідними ресурсами, які виготовляються за допомогою 3D-друку. Так, відкрита волонтерська платформа «Друк-армія» обгрунтовує постійний запит від військових на друк безпечних стартових платформ для запуску дронів. Вони захищають пілотів і забезпечують надійний запуск кожного дрону.

Дотримуючись всіх етапів процесу 3D-друку моделі площадки для запуску дронів спочатку потрібно виконати проєктування моделі площадки засобами Fusion 360. Після цього створену модель, необхідно відрендерити із налаштуванням всіх матеріалів та сцени. Bambu Studio – слайсер використано як програму, яка конвертує 3d-моделі у шари (слайси) та генерує відповідний G-code (Geometric Code) для 3d-принтера.

Перед проєктуванням практичної частини, щоб в повній мірі вирішити практичні задачі, необхідно дослідити вплив налаштувань обладнання та параметрів процесу 3D-друку на результуючу міцність зразка. Процес друку реалізовано за допомогою двох

принтерів: Anycubic Mega Pro (bowden (а)), Bambulab A1 mini (direct (б)).

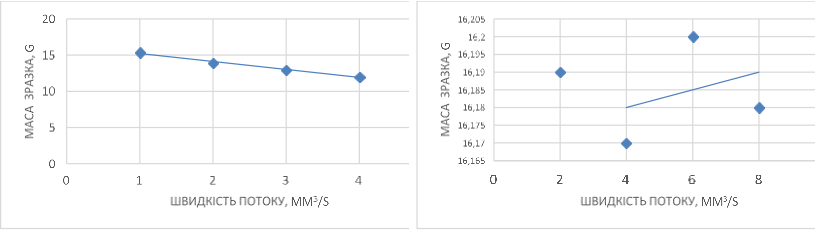


Рисунок 1 – Залежність маси зразка від швидкості потоку

Як видно з діаграми (рис. 1 (а)), ефективність екструзії для екструдерів типу Bowden (Anycubic Mega Pro) строго залежить від опору екструзії. В межах однієї апаратної установки з екструдером Bowden ефективність екструзії лінійно падала при збільшенні швидкості потоку. Екструдер (Bambulab A1 mini) не страждає від стійкості до екструзії. У всьому діапазоні досліджуваних значень швидкості потоку маса зразків залишалася статистично постійною. Для того, щоб отримати готову модель високої якості друк виконано на принтері Bambulab A1 mini. При цьому швидкість потоку пластика задаємо в діапазоні 25, 50 і 75 мм/с.

Практична значимість даного проєкту дозволила продемонструвати весь процес використання 3D-графіки в навчальному процесі: від моделювання об’єкту до фізичної реалізації досліджуваних об’єктів шляхом FDM-друку, що є головним завданням в упровадженні STEM-проєктів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Загальні принципи створення 3D об’єктів [Електронний ресурс]. URL: http://www.getinfo.com/article148.html.
2. Офіційний сайт компанії «fusion360.in.ua» [Електронний ресурс]. URL: https://fusion360.in.ua/
3. Команди G-коду 3D-принтера: повний список і посібник. [Електронний ресурс]. URL: http://ua.insta3dm.com/info/3d-printer-g-code-commands-full-list-tutori-79270435.html.

COMPUTER NETWORKS AND CYBERSECURITY

D. S. Bulon, *student majoring in "electronic communications and radio engineering", group RE-31*
N. V. Chizova, *Lecturer of Linguistics Faculty – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Computer networks serve as the foundation of digital communication, enabling seamless data exchange across local (LAN) and global (WAN) systems. As technology evolves, cyber threats such as hacking, phishing, and data breaches are becoming more prevalent. To ensure the security and efficiency of information systems, strong protective measures are essential. Cybersecurity and networking are closely connected, playing a vital role in maintaining a stable and secure digital environment.

Types of network

A Local Area Network (LAN) is a network that connects computers and other devices within a limited area, such as an office, home, school, or university campus. Main characteristics of LAN are small area that covers meters or hundreds of meters, it has high speed – 100 Mbps to 10 Gbps or even more, it uses wired or wireless technologies and manages through a router switch or server.

LAN uses as home network connecting computers, smartphones and TVs via Wi-Fi. Also, it uses like office network connecting employees' computers for shared file and printer use or campus network providing access to the internet and internal resources.

Metropolitan Area Network (MAN)

A Metropolitan Area Network (MAN) covers the area of a city or a large town. It's a middle ground between Local Area Networks (LAN) and Wide Area Networks (WAN). Main characteristics of MAN are large cover, it can cover an area up to 50 km, it connects multiple LANs within the city. MAN uses high-speed channels that provides fast data transmission – 1 Gbps or mor. Usually, it manages by internet service providers or city organizations.

MAN used in university network connecting all its campuses within a city and by Service provider networks providing internet to residential buildings and offices or by City surveillance systems and "Smart City" applications.

A Wide Area Network (WAN) is a network that covers large geographic areas, including countries or even continents. The most well-known example of a WAN is the Internet. Main characteristics of WAN are the largest area – from countries to the entire world. WAN uses various communication technologies like fiber optics, satellites, mobile networks and VPN. It has low speed compared to LAN and MAN due to large distance, usually managed by large organizations or governments.

WAN uses as the Internet – the largest global network in the world. WAN used by corporate networks that connect offices across different countries via VPN and by banking systems providing access to customer databases worldwide.

Security

Network security is a set of measures and technologies designed to protect computer networks from unauthorized access, attacks, malicious software, data breaches, and other threats. Network protection is critical for the security of information systems, as most businesses and organizations rely on computer networks for storing and exchanging important data.

The main aspects of network security:

1. Access Control

The main principle of network security is to limit access to the network and its resources to authorized users only. To achieve this, the following are used:

Authentication – the process of verifying the user's identity (login and password, biometrics, tokens).

Authorization – the process of granting the user access to certain resources based on their rights and roles.

Audit – recording and monitoring user actions to detect any suspicious activities.

2. Firewalls

Firewalls are one of the key tools of network security. They serve to filter network traffic and prevent unauthorized connections from accessing the internal network.

3. Antivirus and Anti-malware

Antivirus programs are used to detect, neutralize, and remove viruses. This is an important component of network security, as viruses and other malicious programs can be used to steal data.

4. Web Security

A web security solution will monitor and manage your employees' web usage, block online threats, and prevent access to harmful websites. It will safeguard your web gateway, whether it's on-premises or in the cloud. "Web security" also encompasses the measures you implement to protect your own website.

List of used information sources

1. Types of Computer Networks. URL: https://www.geeksforgeeks.org/types-of-computer-networks/ (date of appeal: 18.03.2025).
2. What Is Network Security? URL: https://www.cisco.com/c/en/us/products/security/what-is-network-security.html (date of appeal: 18.03.2025).

DART ЯК АЛЬТЕРНАТИВА JAVASCRIPT У ВЕБ-РОЗРОБЦІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ

В. С. Волков, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
Ю. Ф. Олексійчук, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. JavaScript уже багато років є основною мовою для веб-розробки. Він забезпечує інтерактивність на веб-сторінках, має потужну екосистему бібліотек і фреймворків та підтримується всіма браузерами. Однак, через свою динамічну природу та обмеження продуктивності, JavaScript має альтернативи, які пропонують розширені можливості для розробників [1–3].

Однією з таких альтернатив є Dart – мова програмування, розроблена Google. Вона орієнтована на створення швидких та ефективних застосунків і використовується не тільки для веб-розробки, але й у мобільних додатках через Flutter. Порівняємо Dart із JavaScript, розглянемо їхні особливості, продуктивність, екосистему та перспективи використання.

Синтаксис. JavaScript є динамічно типізованою мовою, що дає розробникам велику гнучкість, але водночас може призводити до помилок, пов'язаних із неправильним використанням типів. Наприклад, змінна може змінювати свій тип у процесі виконання програми, що може викликати неочікувані результати.

Dart, на відміну від JavaScript, має підтримку статичної типізації, що дозволяє виявляти помилки ще на етапі компіляції. Це значно покращує надійність коду та полегшує його підтримку, особливо у великих проєктах.

Використання статичної типізації у Dart допомагає уникнути неочікуваних результатів і зробити код більш передбачуваним.

Продуктивність. Продуктивність є одним із ключових факторів при виборі мови для веб-розробки. JavaScript виконується через браузерний рушій (наприклад, V8 у Chrome або SpiderMonkey у Firefox), використовуючи JIT (Just-in-Time) компіляцію. Це дозволяє досягти високої продуктивності, але інтерпретований характер мови все ж накладає певні обмеження.

Dart використовує два основні підходи до компіляції:

- JIT (Just-in-Time) – використовується під час розробки, забезпечує швидке виконання змін у коді без необхідності повної компіляції.
- AOT (Ahead-of-Time) – дозволяє компілювати код у машинний код перед виконанням, що значно покращує продуктивність у продакшені.

У складних розрахунках та обробці даних Dart (AOT) може перевершувати JavaScript, проте у браузерах JS залишається швидшим завдяки оптимізаціям рушія V8.

Веб. JavaScript має найбільшу екосистему у світі веб-розробки. Фреймворки, такі як React, Angular та Vue, активно використовуються для створення фронтенд-застосунків. Node.js дозволяє використовувати JavaScript для серверної розробки, що робить його універсальним інструментом.

Dart, хоча й більш відомий завдяки Flutter, також має інструменти для веб-розробки, які дозволяють створювати як клієнтські, так і серверні застосунки. Для фронтенду Dart підтримує Dart Web, що дозволяє писати веб-застосунки напряму, та Flutter Web, який використовує ті ж компоненти, що й у мобільній версії. Крім того, Google розробляє AngularDart, альтернативу Angular на Dart, яка використовується в деяких корпоративних проєктах. Для серверної частини є Dart Frog, що забезпечує просте та продуктивне створення API, а також Shelf, який дозволяє реалізовувати HTTP-сервіси. Використовуючи dart2js, Dart-код можна компілювати в JavaScript для запуску у браузерах, а в майбутньому можливе використання WebAssembly. Незважаючи на те, що Dart у веб-розробці не такий популярний, як

JavaScript, його можливості продовжують розвиватися, і він може бути ефективним вибором для створення єдиного коду для мобільних і веб-застосунків.

Висновки. Dart є потужною альтернативою JavaScript, яка пропонує кращу типізацію, оптимізовану продуктивність та ефективну інтеграцію з Flutter. Однак JavaScript залишається стандартом для веб-розробки завдяки своїй універсальності, популярності та розвинутій екосистемі.

Dart можна рекомендувати для розробників, які хочуть працювати з мобільними та веб-застосунками одночасно, тоді як JavaScript залишається найкращим вибором для веб-проєктів, орієнтованих на браузери.

Список використаних інформаційних джерел

1. ECMA-262 (JavaScript Standart). URL: https://ecma-international.org/publications-and-standards/standards/ecma-262/
2. ECMA-408 (Dart Standart). URL: https://ecma-international.org/publications-and-standards/standards/ecma-408/
3. Dart Documentation. URL: https://dart.dev/docs.

НАВЧАЛЬНЕ ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ПОБУДОВИ КАНОНІЧНИХ ФОРМ БУЛЕВИХ ФУНКЦІЙ

А. В. Волторніст, *студент спеціальності Комп'ютерні науки та інформаційні технології, група КН б-41*

Т. О. Парфьонова, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Автоматизація побудови канонічних форм булевих функцій є важливим завданням у галузі цифрової логіки, дискретної математики та проєктування електронних схем [1–3]. Ручні обчислення можуть бути складними та схильними до помилок, особливо при великій кількості змінних. Використання навчального програмного забезпечення дозволяє спростити цей процес, підвищити точність обчислень і зробити навчання більш інтерактивним. Такий інструмент буде корисним як для студентів і викладачів, так і для фахівців, що працюють із цифровими схемами та алгоритмами оптимізації булевих функцій.

Створене навчальне програмне забезпечення передбачає автоматизацію побудови канонічних форм булевих функцій, а саме:

побудову кон'юнктивної нормальної форми (КНФ), диз'юнктивної нормальної форми (ДНФ) та досконалих КНФ та ДНФ (ДКНФ та ДДНФ)). Програма є зручною у використанні, містить інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що дозволить користувачам вводити булеві вирази, переглядати процес їх перетворення та отримувати пояснення до виконаних дій. Основна мета – зробити процес вивчення булевих функцій більш доступним, підвищити ефективність засвоєння матеріалу та полегшити виконання практичних завдань з даної теми.

Розроблена програма забезпечує автоматичне перетворення булевих функцій у канонічні форми за допомогою таблиць відповідності та шляхом тотожних перетворень. Програма дозволить перевіряти правильність обчислень та виявляти можливі помилки. Додатково передбачена можливість розширення функціоналу, а також інтеграція з іншими освітніми платформами. Такий функціонал сприятиме ефективному засвоєнню матеріалу, автоматизації складних обчислень та підвищенню якості навчального процесу.

Розроблене програмне забезпечення стане ефективним інструментом для автоматизації навчального процесу в галузі дискретної математики, цифрової логіки та проєктування логічних схем. Воно дозволить студентам і викладачам швидко та безпомилково будувати канонічні форми булевих функцій, що підвищить якість засвоєння матеріалу та зробить навчання більш інтерактивним. Інженери та розробники цифрових систем зможуть використовувати програму для аналізу та оптимізації логічних виразів у процесі проєктування. Крім того, програмний інструмент стане корисним для тестування знань, самостійного навчання та дистанційних освітніх програм, забезпечуючи зручність та доступність вивчення булевої алгебри.

Розробка навчального програмного забезпечення для побудови канонічних форм булевих функцій є важливим кроком у напрямку вдосконалення методик викладання дискретної математики та цифрової логіки. Такий інструмент дозволить значно покращити розуміння теоретичних основ, автоматизувати рутинні обчислення та підвищити якість навчального процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дискретна математика : навч. посіб. / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», 2023. – 284 с.

2. Архітектура комп'ютерних систем : навч. посіб. / В. Д. Тараракa. – Житомир : ЖДТУ, 2018. – 383 с.
3. Основи дискретної математики : метод. посіб. / Ю. А. Васильченко, Г. Е. Копча-Горячкіна. Ужгород : ЗДУ, 2005 – 60 с.

РОЛЬ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ МАСИВІВ ДАНИХ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

І. О. Воробйов, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
О. П. Кошова, *канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі*

У сучасному світі все більше інформації зберігається у цифровому вигляді. Все більше компаній впроваджують активний збір, зберігання та аналіз даних, що утворюються при їх діяльності. Метою є підтримка та прийняття кращих управлінських рішень на основі зібраної інформації. Актуальність візуалізації масивів даних полягає в швидкому візуальному аналізі та виявленні нестандартних поведінок, аномалій, піків тощо. На даний час можна виділити наступні методи візуалізації масивів даних: статичні графіки, теплові карти та кореляційні матриці, географічні візуалізації, інтерактивні дашборди, мережеві та кластерні візуалізації, анімовані та динамічні візуалізації [1–6].

У процесі розробки програмного забезпечення, що базується на методах машинного навчання, використання ефективних засобів візуалізації даних є критично важливим. Статичні графіки, зокрема лінійні, стовпчикові, кругові діаграми та графіки розсіювання, забезпечують наочне представлення даних, що сприяє глибшому розумінню моделей, їхньої поведінки та точності прогнозів.

Лінійні графіки відіграють ключову роль у відстеженні змін показників у часі, що особливо важливо для аналізу трендів, сезонності та динаміки роботи алгоритмів. Наприклад, вони дозволяють оцінити зміну точності моделі після кожної ітерації навчання або ефективність алгоритму прогнозування попиту. Стовпчикові графіки та гістограми є незамінними для порівняльного аналізу категорійних або числових даних, що допомагає розробникам оцінювати вплив окремих ознак на резуль-

тати моделі. Аналіз розподілу значень допомагає визначити можливі аномалії або дисбаланс у вибірці, що є важливим для коригування навчальних даних.

Кругові діаграми дають змогу оцінювати частковий розподіл факторів, що впливають на рішення моделі. Це може бути корисним для пояснюваності алгоритмів машинного навчання, зокрема в інтерпретації внеску різних змінних у кінцевий прогноз. Графіки розсіювання, у свою чергу, дозволяють досліджувати взаємозв'язки між вхідними змінними, виявляти кореляції та кластери, що сприяє покращенню роботи алгоритмів класифікації та регресії.

Таким чином, інтеграція засобів візуалізації в програмне забезпечення з використанням машинного навчання забезпечує зручний аналіз даних, ефективну діагностику моделей і підвищує прозорість процесу ухвалення рішень. Це дозволяє не лише оптимізувати навчання алгоритмів, а й покращити взаємодію з користувачами та експертами, що працюють із цими моделями.

Теплові карти – відображають інтенсивність або щільність значень за допомогою кольорової гами. Використовуються для порівняння багатовимірних даних і швидкого виявлення піків.

Кореляційні матриці – матриці, де кожна клітинка позначає коефіцієнт кореляції між двома змінними, допомагають швидко оцінити силу взаємозв'язків між величинами

Географічна візуалізація відіграє важливу роль у аналізі просторових даних, дозволяючи ефективно представляти інформацію на карті та виявляти закономірності, які можуть бути невидимими у табличному чи графічному вигляді. Одним із ключових інструментів такого аналізу є картографічні діаграми, які відображають дані за допомогою кольорових градієнтів або змінних розмірів маркерів. Це дає змогу наочно порівнювати показники між різними регіонами, що особливо актуально для візуалізації демографічних характеристик, економічних тенденцій або екологічних факторів.

Ще одним важливим підходом є геопросторові візуалізації, які використовуються для аналізу даних із просторовою прив'язкою. Такі методи дають змогу досліджувати динамічні процеси, зокрема відстеження руху транспорту, оптимізацію логістичних маршрутів або розподіл ресурсів у реальному часі. Завдяки цим візуалізаціям можна ефективно розпізнавати патерни, прогнозувати зміни та приймати обґрунтовані рішення у

сферах міського планування, інфраструктурного розвитку та управління надзвичайними ситуаціями.

Впровадження географічної візуалізації у програмне забезпечення, особливо у поєднанні з методами машинного навчання, дозволяє автоматизувати аналіз просторових даних, підвищити точність прогнозів та покращити прийняття рішень у таких галузях, як транспортна аналітика, моніторинг навколишнього середовища та управління міськими ресурсами.

Інтерактивні панелі управління – дозволяють користувачам фільтрувати, сортувати та взаємодіяти з даними в режимі реального часу. Сучасні BI-системи, такі як Tableau, Power BI чи вебдодатки з використанням d3.js, надають користувачеві широкий набір інструментів для аналізу даних. Приклад – оперативний моніторинг фінансових показників компанії.

Мережеві графи – відображають зв'язки між елементами у вигляді мережі, наприклад для аналізу зв'язків між підприємствами або користувачами на соціальних платформах.

Кластерні діаграми та бульбашкові діаграми дозволяють групувати подібні дані за допомогою кольорів, розмірів крапок або інших маркерів зокрема для сегментація клієнтської бази за ознаками.

Анімовані графіки – візуалізації, що змінюються з часом, допомагають показати еволюцію даних, що буде корисним для відстеження глобальних економічних криз у часі.

Динамічні візуалізації – дозволяють у режимі реального часу оновлювати дані та реагувати на взаємодію користувача. Останнє буде важливо для аналізу потокових даних із біржі, які постійно відображаються на інтерактивних панелях.

Завдяки візуалізації можна швидко виявити повторювані патерни та спрогнозувати майбутні дані. Також немало важливим аспектом є вчасна ідентифікація недоліків, завдяки чому можна підвищити ефективність, адаптуватися до змін та виявити нові можливості.

Саме тому метою нашого дослідження буде розробка програмного забезпечення для візуалізації масивів даних з використанням машинного навчання для швидкого виявлення потенційних ризиків та прогнозування майбутніх даних. Програмне забезпечення буде реалізоване на платформі WPF мовою програмування C# з використанням бібліотеки d3.js для візуалізації масивів даних.

Список використаних інформаційних джерел

1. Energy Blog: Типи діаграм та їх використання [Електронний ресурс]. URL: http://energyfirefox.blogspot.com/2010/06/blog-post.html.
2. Карта кліків (теплова карта) [Електронний ресурс]. URL: https://hostpro.ua/blog/ua/what-is-a-heatmap/.
3. Кореляційна матриця [Електронний ресурс]. URL: https://studfile.net/preview/5211482/page:6/.
4. Google Analytics Solutions [Електронний ресурс]. URL:
5. https://analytics.googleblog.com/2008/11/new-features-are-now-available-in-your.html.
6. Динамічна візуалізація [Електронний ресурс]. URL: https://www.uaredactor.com.ua/dynamichna-vizualizacziya-servisy-dlya-s/
7. Кошова О. П., Ольховська О. В., Бражніченко А. О. (2024). Підвищення ефективності прийняття управлінських рішень в IT-проектах методами імітаційного моделювання. Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки, (3), 39-50. https://doi.org/10.32782/tnv-tech.2024.3.5.

РОЗРОБКА АДАПТИВНОГО ІГРОВОГО ІНТЕРФЕЙСУ ДЛЯ СИМУЛЯТОРА КАСОВОГО АПАРАТУ З ВИКОРИСТАННЯМ UNITY

Є. О. Голишко, *студент спеціальності Комп'ютери науки, група КН б-41*
О. В. Ольховська, *канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Дослідження присвячене розробці адаптивного ігрового інтерфейсу для симулятора касового апарату з використанням Unity. Основною метою є створення інтуїтивного, масштабованого та функціонального інтерфейсу для навчання персоналу.

Розробка інтерфейсу ґрунтується на принципах мінімалізму та інтуїтивності. Основним завданням є створення динамічних панелей, що автоматично підлаштовуються під розміри екрана. Наприклад, коефіцієнт масштабування обчислюється за формулою:

$$k = \frac{w}{h},$$

де w – ширина; h – висота екрану. Використання об'єктного пулу (Object Pool) зменшує витрати системних ресурсів, що забезпечує плавну роботу інтерфейсу під час пошуку та відображення інформації про товари.

У рамках розробки був створений інноваційний прототип інтерфейсу, який відзначається високою адаптивністю, інтуїтивністю та гнучкістю. Проєкт реалізовано із застосуванням сучасних технологій, що дозволило врахувати потреби кінцевих користувачів і забезпечити максимальну зручність використання. Завдяки продуманій архітектурі та використанню останніх досягнень у сфері дизайну, прототип гарантує бездоганну сумісність із різноманітними пристроями – від стаціонарних комп'ютерів до мобільних телефонів та планшетів.

Проведені тестування підтвердили, що система швидко масштабує елементи інтерфейсу, забезпечуючи коректне та оптимальне відображення незалежно від розміру екрану та специфіки апаратного забезпечення. Це дозволяє користувачам насолоджуватися високою якістю зображення і зручністю взаємодії навіть у випадку зміни умов експлуатації. Інтерфейс адаптується до індивідуальних налаштувань користувача, що суттєво підвищує комфорт при роботі з системою.

Особливу увагу було приділено інтеграції функції пошуку за унікальним кодом UPC та детальним описом товару. Ця функція дозволяє користувачам швидко та точно знаходити необхідні позиції серед великого асортименту продукції, що значно прискорює процес обслуговування. Завдяки такому підходу, скорочується час на пошук інформації, що в свою чергу підвищує ефективність роботи оператора і зменшує можливість помилок [1–5].

Крім того, розроблений інтерфейс легко інтегрується з іншими системами управління та базами даних, що відкриває перспективи для подальшої автоматизації бізнес-процесів і розширення функціональності платформи. Такий підхід забезпечує не лише зручність роботи, а й конкурентну перевагу на ринку інноваційних технологій.

Таким чином, створений прототип інтерфейсу є сучасним рішенням, яке відповідає високим стандартам якості, забезпечує максимальну гнучкість та адаптивність, а також має великий потенціал для подальшого розширення функціоналу в умовах швидко змінного ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. SMITH, M.; QUEIROZ, C. Unity 2021 Cookbook: Over 150 Solutions to Help You Overcome Common and Not-So-Common Challenges in Unity 2021. London : Packt Publishing, 2021.
2. KRUG,S. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. Berkeley, CA : New Riders, 2014.
3. JACKSON,S. Unity UI Essentials. Amsterdam : Packt Publishing, 2015.
4. COOPER, A.; REIMANN, R.; CRONIN, D.; NOESSEL, C. About Face: The Essentials of Interaction Design. Indianapolis: Wiley, 2014.
5. PAYMENT CARD INDUSTRY SECURITY STANDARDS COUNCIL. PCI DSS v4.0: Requirements and Security Assessment Procedures [Електронний ресурс]. 2022. URL: https://www.pcisecuritystandards.org/

ЄДИНИЙ ПОРТАЛ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ «ДІЯ»: УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

О. В. Грещишен, *студент спеціальності Комп'ютерна інженерія, група КІ(мб)-941*
С. С. Омельчук, *викладачка циклової комісії інформаційних технологій – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Портал «Дія» в Україні є важливим кроком до цифровізації державних послуг. Це інноваційна платформа, яка дозволяє громадянам та бізнесу взаємодіяти з державними органами через інтернет, забезпечуючи доступ до електронних послуг, таких як реєстрація бізнесу, оформлення документів, подача декларацій та інше.

Портал «Дія» – організована сукупність інформаційно-комунікаційних, інформаційних систем, які діють як єдине ціле та у взаємодії з іншими інформаційними та інформаційно-комунікаційними системами.

Організаційно-технічно портал «Дія» складається, зокрема, з мобільного додатка Порталу Дія (Дія), освітнього мобільного додатка «Мрія», Реєстру адміністративних послуг, електронного кабінету користувача, мобільних додатків, інформаційних систем, підсистеми перевірки даних, інших складових [1].

2 квітня 2020 року було офіційно запущено портал державних послуг «Дія», на якому вже можна було отримати 27 державних послуг онлайн. На початок 2025 р. застосунок «Дія»

досяг понад 21 млн користувачів, надаючи 28 документів та понад 30 сервісів, а також інтегрувався з 5 000 новими партнерами.

Міністерство цифрової трансформації розвиває напрям штучного інтелекту, планує до 2030 року увійти у список найкращих 3 країн світу за рівнем розробки рішень на основі штучного інтелекту та працює над проєктами AI Center of Excellence і Sandbox.

У 2025 році планується запуск проактивних послуг у «Дії», розвиток штучного інтелекту, військові проєкти та інтеграція технологій у всі сфери [2].

У світі існують аналоги порталу «Дія», які також спрямовані на цифровізацію державних послуг. До них належать:

– Estonia – e-Estonia. Один із найрозвиненіших цифрових урядів у світі. Громадяни можуть голосувати онлайн, реєструвати бізнес за кілька хвилин, отримувати медичні послуги та підписувати документи електронним підписом.

– Singapore – Singpass. Єдиний доступ до понад 340 електронних державних і приватних послуг. Включає цифровий паспорт, електронні підписи та сервіси для бізнесу.

– Denmark – NemID/MitID. Система цифрової ідентифікації для доступу до державних послуг, банкінгу та інших сервісів.

– United Arab Emirates – UAE Pass. Єдина цифрова ідентифікація для всіх державних і деяких приватних послуг. Дозволяє підписувати документи та використовувати мобільний додаток замість фізичних документів.

– India – DigiLocker. Платформа для зберігання та обміну цифровими документами, що використовує біометричну ідентифікацію (Aadhaar). Дає змогу громадянам отримувати офіційні документи онлайн.

– South Korea – Government 24. Державний портал для отримання понад 5 000 послуг онлайн. Використовується для реєстрації, податків, страхування та інших адміністративних процесів.

Однак українська «Дія» належить до найсучасніших цифрових державних платформ у світі, а деякі її функції є унікальними навіть серед розвинених країн. Вона є однією з найінноваційніших платформ у світі, а її концепцію уже вивчають інші країни. На початку 2023 року Міністерство цифрової трансформації України повідомило, що в Естонії запускають мобільний засто-

сунок на базі «Дії» під назвою mRiik. Він побудований на коді й дизайні українського взірця [3].

США, кілька європейських країн, країни Азії і Африки зацікавлені у створенні технологічних продуктів, подібних до української програми «Дія». З ними ведеться комунікація на державному рівні щодо впровадження та адаптації порталу.

«Дія» має потенціал стати зразком цифрової держави та експортувати український досвід у сфері e-government, може бути інтегрована з іншими цифровими екосистемами ЄС та світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Питання Єдиного державного вебпорталу електронних послуг та Реєстру адміністративних послуг. *Офіційний вебпортал парламенту України*. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1137-2019-п#Text.
2. Нові послуги в Дії, сотні дронів і Мрія: як розвивалася цифрова Україна у 2024 і що буде у 2025. *24 Канал*. URL: https://24tv.ua/shho-chekati-vid-mintsifri-2025-novi-poslugi-diyi-droni-dlya_n2718212.
3. Осіпова В. Як Естонія обрала «Дію» базою для mRiik. *DOU*. URL: https://dou.ua/lenta/interviews/luukas-ilves-mriik/?from=similar_posts.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN EVERYDAY LIFE

M. M. Danilov, *student majoring in "Electronic communications and radio engineering", group RS-41mn*
N. V. Chizhova, *Lecturer of Linguistics Faculty – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»

Artificial intelligence (AI) is technology that allows computers and machines to perform tasks that usually require human intelligence. Examples include understanding language, recognizing faces, and solving problems. Today, AI is a popular and important topic because it influences almost every part of our daily lives. We see AI everywhere, from smartphones to smart homes [1].

We use artificial intelligence every day, sometimes even without noticing it. When we ask Siri or Google Assistant a question, AI helps understand our voice and finds the answer. Netflix or YouTube uses AI to recommend videos or films based on what we watched before [2].

Many companies use AI to communicate with customers. Chatbots, small programs that can answer questions or help solve problems, make it faster and easier to get support online. Another example is facial recognition technology used in smartphones to unlock screens or in security systems to identify people.

AI also makes our life easier with smart home technology. We can control lights, temperature, or even our refrigerator using only voice commands or an app on our phone.

These examples show that artificial intelligence is already a big part of our everyday lives and will become even more important in the future.

Language models are a specific type of AI designed to understand, generate, and interact using human language. They are trained on large amounts of text data from books, articles, and websites. Because of this training, language models can understand the meaning of questions, translate languages, write coherent texts, and even produce creative stories. Examples of popular language models include ChatGPT by OpenAI [3], Bard by Google [4], and various other AI assistants.

However, language models do not always give perfect results automatically. To use them effectively, we need to learn how to communicate clearly with them. This is the main goal of a new and growing field called prompt engineering [5].

Prompt engineering is about designing clear and precise instructions (prompts) that help language models understand exactly what is required. Good prompts improve the accuracy and usefulness of the AI's responses, minimize mistakes, and ensure that the AI's answers meet our needs. It involves choosing the right words, giving clear examples, and structuring requests to achieve the best possible result.

Today, many educational courses and workshops teach prompt engineering, recognizing its value. Participants in these courses obtain practical skills for effectively using AI. Students, professionals, and even writers participate in these courses to better use language models in their work.

Clear and precise prompts are essential to effectively use AI. Good prompts include all necessary details and context. Instead of asking broad questions like "Tell me about history", it is better to specify clearly, such as: "Tell me about important events during World War II in Europe".

Providing examples of the type of answers you can also help. If you need a summary, you might say: “Summarize this text in three short sentences”. Clear instructions help AI produce accurate answers.

Remember that AI can make mistakes or misunderstand instructions. Users should always check information provided by AI, especially if it’s critical or important. Human judgment remains essential for evaluating AI outputs, ensuring ethical use, and maintaining accurate results.

Conclusion. Artificial intelligence is already integrated into our daily lives, offering many benefits. From language models to smart homes, AI makes tasks easier and faster. To get the most from AI, we must learn to communicate effectively using prompt engineering. As AI continues to develop, its role in our daily lives will become even more significant, making prompt engineering an important and valuable skill for everyone.

List of used information sources

1. Що таке штучний інтелект та як він працює. (2021). URL: https://nachasi.com/tech/2021/03/25/scho-take-ai/
2. Як штучний інтелект впливає на наше життя? (2022). URL: https://osvita.ua/consultations/tech/84658/
3. OpenAI. (2023). ChatGPT. https://openai.com/blog/chatgpt
4. Google AI (Bard). https://bard.google.com/
5. Промпт-інжиніринг: як правильно ставити питання штучному інтелекту. (2023). URL: https://dou.ua/lenta/articles/prompt-engineering-guide/

ВІДСТЕЖЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ СТАНУ ЗДОРОВ’Я НА ОСНОВІ ОБРОБКИ БІОМЕДИЧНИХ ДАНИХ

М. О. Дзяткевич, *студент спеціальності Комп’ютерні науки, група КН м-11*

О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп’ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. У сучасному світі зростає потреба в інструментах, які дозволяють людям активно стежити за своїм здоров’ям та прогнозувати можливі ризики. Використання біомедичних даних у поєднанні з технологіями обробки великих даних (Big Data) відкриває нові можливості для розробки таких інструментів [1].

Актуальність теми. Традиційні методи моніторингу здоров'я часто обмежуються періодичними візитами до лікаря та суб'єктивними відчуттями пацієнта. Це може призводити до пізнього виявлення захворювань та ускладнень. Впровадження вебдодатків, які аналізують біомедичні дані в режимі реального часу, дозволяє забезпечити безперервний моніторинг та своєчасне виявлення відхилень [2].

Гіпотеза. Розробка веб-додатку для відстеження та прогнозування стану здоров'я на основі обробки біомедичних даних дозволить:

1. Забезпечити безперервний моніторинг – користувачі зможуть відстежувати ключові показники здоров'я в режимі реального часу.
2. Прогнозувати можливі ризики – аналіз даних дозволить виявляти тенденції та попереджати про потенційні загрози здоров'ю.
3. Покращити профілактику захворювань – своєчасне виявлення відхилень сприятиме ранньому втручанню та запобіганню розвитку хвороб.

Результати дослідження.

1. Розробка веб-додатку для моніторингу здоров'я: створено інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволяє користувачам вводити та аналізувати свої біомедичні дані, такі як артеріальний тиск, рівень цукру в крові та інші показники.
2. Інтеграція технологій обробки великих даних: впроваджено алгоритми, які аналізують зібрані дані, виявляють аномалії та прогнозують можливі ризики для здоров'я [1].
3. Тестування та впровадження: проведено тестування додатку на групі користувачів. Результати показали підвищення обізнаності користувачів про свій стан здоров'я та своєчасне виявлення потенційних проблем.

Висновки. Розроблений веб-додаток для відстеження та прогнозування стану здоров'я на основі обробки біомедичних даних дозволяє користувачам активно стежити за своїм здоров'ям, своєчасно виявляти відхилення та вживати необхідних заходів. Це сприяє покращенню якості життя та зниженню ризику розвитку серйозних захворювань.

Список використаних інформаційних джерел

1. Big Data в охороні здоров'я: аналіз масивних даних для покращення медичних послуг. Медексперт. URL: https://med-expert.

com.ua/news-uk/big-data-v-ohoroni-zdorovya-analiz-masivnih-danih-dlya-pokrashennya-medichnih-poslug.
2. Охорона здоров'я у хмарах. Хмарні технології у медицині. SIM-Networks. URL: https://www.sim-networks.com/ukr/blog/cloud-technologies-for-medicine.
3. IoT у медицині: від теорії до реальних кейсів. Kyivstar Business Hub. URL: https://hub.kyivstar.ua/articles/iot-u-medyczyni-vid-teoriyi-do-realnyh-kejsiv.

СУЧАСНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ЦІЛЯМИ: ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ

Я. О. Загоруйко, *студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*
О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. У сучасному суспільстві управління цілями та ефективне планування стають важливими факторами особистого та професійного розвитку [1]. Цифрові технології значно змінили підходи до планування, надаючи користувачам інструменти для структурування завдань, відстеження прогресу та підвищення продуктивності. Одним із перспективних напрямів є використання цифрових планувальників, які не лише допомагають створювати чіткі плани, але й дають змогу адаптувати їх до змінних умов у реальному часі. Традиційні методи планування часто обмежені у своїй гнучкості, що може призводити до неефективного використання часу, особливо в умовах швидких змін та великої кількості завдань. Цифрові технології пропонують персоналізовані рішення, що дають змогу не лише управляти завданнями, а й коригувати плани, відстежувати досягнення та підтримувати мотивацію через інструменти візуалізації та аналітики.

Актуальність теми. Традиційні підходи до управління цілями часто не враховують когнітивні особливості сприйняття інформації та вплив мотивації на продуктивність [1]. Недостатня систематизація завдань, відсутність інструментів моніторингу прогресу та перевантаженість інформацією призводять до зниження ефективності роботи. Використання цифрових технологій у плануванні дозволяє персоналізувати процес, спрощувати

контроль за виконанням завдань та підвищувати мотивацію через наочне відображення досягнень.

Гіпотеза. Використання цифрових рішень у процесі планування дозволяє підвищити продуктивність завдяки:

− обмеженню кількості завдань для зосередженості на ключових цілях,

− візуалізації прогресу для збереження мотивації,

− інтеграції аналітики для персоналізації рекомендацій.

Результати дослідження.

1. Аналіз наукових підходів до управління цілями: методи GTD (Getting Things Done), Pomodoro, OKR (Objectives and Key Results), SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) [2]. Ці методи допомагають структурувати завдання, визначати ключові цілі та відстежувати прогрес, підвищуючи ефективність виконання завдань.

2. Дослідження впливу обмеження кількості завдань на ефективність виконання: зменшення кількості завдань до 5–6 дозволяє користувачам зосередитися на найважливіших цілях, уникнути перевантаження та забезпечити більш ефективне виконання [3].

3. Розробка концепції цифрового планувальника, який дозволяє користувачам ставити до 5–6 ключових цілей та концентруватися на їх виконанні: такий підхід допомагає уникнути втрати фокусу та зменшити ризик перенавантаження, дозволяючи зберігати баланс між роботою та особистим життям [4].

Висновки. Цифрові технології суттєво покращують процес планування та управління цілями. Використання інструментів візуалізації та аналітики дозволяє зосередитися на ключових завданнях, відстежувати прогрес і підвищувати ефективність досягнення цілей. Це сприяє формуванню звички системного підходу до планування та раціонального управління часом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Маслюківська, А. (2018). Значення тайм-менеджменту для підвищення персональної ефективності. *Молодий вчений*, 11 (63), 467-471. URL: https://www.molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/3513 (дата звернення: 29.01.2025).
2. Жуковська, А. (2023). Методи планування та розподілу завдань у тайм-менеджменті. Socio-Economic Relations in the Digital Society, 1(47), 50-60. URL: https://doi.org/10.55643/ser.1.47.2023.478.

3. Peter A. Heslin, Jay B. Carson. Don Vandewalle Practical Applications of Goal Setting Theory to Performance Management. URL: https://www.researchgate.net/publication/228211042_Practical_Applications_of_Goal_Setting_Theory_to_Performance_Management (дата звернення: 30.01.2025).
4. Covey, S. R. (2020). The 7 Habits of Highly Effective People: 30th Anniversary Edition (The Covey Habits Series). Publisher: Simon & Schuster; Anniversary edition. 464 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ МАРШРУТІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: АНАЛІЗ ТА ПРАКТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ЛЕАСИЯ»

Є. В. Зануда, *студентка спеціальність Комп'ютерні науки, група КН б-31*
О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах розвитку логістичних систем оптимізація маршрутів відіграє ключову роль у підвищенні ефективності перевезень, зниженні витрат і покращенні якості обслуговування клієнтів. Особливо це актуально в умовах воєнного стану, коли велика кількість доріг та інфраструктурних об'єктів є тимчасово закритими або зруйнованими. Аналіз даних та застосування алгоритмічних методів дозволяють знаходити оптимальні рішення для побудови маршрутів з урахуванням динамічних факторів, таких як трафік, відстань, час доставки, обмеження ресурсів та закриті дороги [1–4].

Збір інформації. У режимі реального часу враховуються позиції точок доставки, терміни виконання замовлень, стан доріг та наявність вільних автомобілів. Ці дані критично важливі для ефективного планування та адаптації маршрутів до змінюваних умов.

Алгоритмічні розрахунки. Спеціалізований софт аналізує усі змінні (відстань, швидкість, затори, часові обмеження), щоб знайти оптимальний баланс між швидкістю і витратами. Використовуються передові методи для аналізу та оптимізації маршрутів у реальному часі.

Планування. Програма формує декілька маршрутних варіантів, а менеджер обирає найкращий з урахуванням терміновості та інших пріоритетів. Це дозволяє оперативно реагувати на зміни та максимально ефективно використовувати наявні ресурси.

Оперативне реагування. У разі зміни умов на дорозі (аварії, затори, погода), GPS-системи допомагають швидко підкоригувати поточний маршрут, економлячи час і пальне, що дозволяє забезпечити мінімальні затримки та максимальну ефективність.

Впровадження та відстеження. Після затвердження маршрутів водії виконують план, а керівники відстежують результати та постійно вдосконалюють процес. Завдяки інтеграції в реальний час з інформаційними системами компанії, можна постійно адаптувати стратегію і покращувати якість обслуговування.

Оптимізація маршрутів є важливим напрямком діяльності компанії ТОВ «ЛЕАСИЯ», яка займається логістичними перевезеннями. У компанії застосовуються автоматизовані системи аналізу даних та побудови маршрутів на основі інформації про стан доріг, обмеження через воєнний стан та динамічні зміни в русі транспорту. Основними інструментами для прийняття рішень є Python-бібліотеки NetworkX, Pandas та Google OR-Tools, які забезпечують оптимізацію маршрутів з урахуванням часових вікон, обмежень місткості транспортних засобів та поточного стану доріг.

Комп'ютерні науки відіграють важливу роль у процесі оптимізації маршрутів. Математичні моделі оптимізації, такі як цілочисельне програмування, лінійне програмування та евристичні алгоритми, є основою для створення програмного забезпечення, яке дозволяє вирішувати задачі оптимального розподілу ресурсів. Методи машинного навчання, зокрема алгоритми регресії, кластеризації та нейронні мережі, допомагають прогнозувати затримки на дорогах, оцінювати ризики та приймати оптимальні рішення в режимі реального часу.

Прийняття рішень у ТОВ «ЛЕАСИЯ» базується на алгоритмічному підході з використанням історичних даних про час доставки, частоту поламок на маршрутах та оцінки ризиків. Наприклад, у зв'язку з воєнним станом, було розроблено альтернативні маршрути для перевезень між Кременчуком та Одесою, які враховують закриття дамби в Світловодську та мостів на окремих ділянках. Відстань цього маршруту зросла з 450 км до 645 км, що безпосередньо вплинуло на вартість та час доставки.

Для наочності результатів були побудовані графіки (табл. 1), що демонструють зміну витрат часу та пального при застосуванні різних алгоритмів оптимізації.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика алгоритмів оптимізації маршрутів

Алгоритм	Час доставки (год)	Витрати пального (л)
Дейкстри	12	150
A*	10	140
Генетичний алгоритм	9	130

Аналіз результатів показує, що застосування генетичних алгоритмів дозволяє досягти найкращих показників ефективності як за часом, так і за витратами пального. При цьому алгоритм A* демонструє стабільні результати при обмежених ресурсах та змінних умовах на маршруті.

Власне дослідження включало аналіз затримок через поламки на дорогах та зміни в графіках доставки. Було встановлено, що застосування адаптивних алгоритмів, таких як метод A*, дозволяє мінімізувати втрати часу на 20–25 % у порівнянні з традиційними підходами. Компанія активно впроваджує систему динамічного перерахунку маршрутів, яка автоматично враховує актуальну інформацію про стан доріг.

Таким чином, оптимізація маршрутів в умовах воєнного стану на прикладі ТОВ «ЛЕАСИЯ» демонструє важливість використання сучасних алгоритмів та автоматизованих систем для підвищення ефективності логістичних процесів. Інтеграція алгоритмічних підходів, машинного навчання та динамічних систем прийняття рішень сприяє значному зниженню витрат та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Dijkstra, E. W. (1959). A Note on Two Problems in Connexion with Graphs. Numerische Mathematik.
2. Google OR-Tools Documentation [Електронний ресурс]. URL: https://developers.google.com/optimization.
3. Mitchell, M. (1998). An Introduction to Genetic Algorithms. MIT Press.
4. Hart, P. E., Nilsson, N. J., & Raphael, B. (1968). A Formal Basis for the Heuristic Determination of Minimum Cost Paths. IEEE Transactions on Systems Science and Cybernetics.

РОЗРОБКА ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОБІЛЬНОГО ДОДАТКУ ДЛЯ ПЛАНУВАННЯ ЩОДЕННИХ ВПРАВ ТА ВІДСТЕЖЕННЯ ПРОГРЕСУ В ОСОБИСТОМУ ТРЕНУВАЛЬНОМУ ПЛАНІ

В. Є. Карабаш, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
О. П. Кошова, *канд. пед. наук, доцент комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. У сучасному світі підтримка здорового способу життя та регулярна фізична активність є ключовими аспектами загального благополуччя. З розвитком технологій мобільні додатки стали невід'ємною частиною фітнес-індустрії, надаючи користувачам можливість планувати тренування, відстежувати прогрес та отримувати персоналізовані рекомендації. Додатки, такі як Fitify та Runtastic, пропонують широкий спектр функцій для користувачів різного рівня підготовки [1, 2].

Актуальність. Незважаючи на велику кількість доступних фітнес-додатків, багато з них не враховують індивідуальні потреби користувачів або мають складний інтерфейс, що може знижувати мотивацію до регулярних тренувань. Розробка інтуїтивно зрозумілого мобільного додатка, який дозволяє персоналізувати тренувальні плани та ефективно відстежувати прогрес, є актуальною задачею. Це сприятиме підвищенню мотивації та досягненню фітнес-цілей користувачів.

Мета дослідження. Розробити мобільний додаток, який забезпечить користувачам можливість:

- Створювати та налаштовувати щоденні тренувальні плани відповідно до їхніх індивідуальних цілей та фізичних можливостей.
- Відстежувати прогрес за допомогою візуалізації даних та аналітики, що дозволить оцінювати ефективність тренувань та вносити необхідні корективи.
- Отримувати персоналізовані рекомендації щодо коригування тренувань на основі зібраних даних та аналізу прогресу.

Результати дослідження.

У процесі розробки додатка були досягнуті наступні результати:

- Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс користувача: створено дизайн, який забезпечує легкий доступ до основних функцій додатка, що робить його зручним для користувачів різного віку та рівня технічної підготовки.

- Функціональність планування тренувань: користувачі можуть обирати вправи з вбудованої бібліотеки або додавати власні, створюючи індивідуальні плани тренувань, що відповідають їхнім цілям та фізичним можливостям [3].
- Відстеження прогресу: додаток автоматично зберігає дані про виконані вправи, надаючи можливість переглядати графіки та статистику для аналізу прогресу та ефективності тренувань.
- Інтеграція з іншими сервісами: забезпечено можливість синхронізації з популярними фітнес-трекерами та соціальними мережами, що дозволяє користувачам ділитися своїми досягненнями та отримувати додаткову мотивацію [4].

Висновки. Розроблений мобільний додаток надає користувачам зручний інструмент для планування та відстеження тренувань. Індивідуальний підхід та простота використання сприяють підвищенню мотивації та досягненню фітнес-цілей. Інтеграція з іншими сервісами та можливість отримання персоналізованих рекомендацій роблять додаток корисним як для початківців, так і для досвідчених спортсменів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Fitify: Персоналізовані тренування вдома. URL: https://gymbeam.ua/blog/uk/naykraschi-fitnes-zastosunky-dlya-vidst/
2. Runtastic: Відстеження бігових маршрутів та прогресу. URL: https://mondayrun.com.ua/uk/running-apps/
3. IreneFitCoach: Просте відстеження прогресу. URL: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.trainerize.irenefitcoach.
4. JEFIT Gym Workout Plan Tracker: Велика бібліотека вправ і готові плани тренувань. URL: https://play.google.com/store/apps/details?id=je.fit.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТА ВИКЛИКИ РЕАЛІЗАЦІЇ КВАНТОВИХ ОБЧИСЛЕНЬ У СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ

Д. А. Карп'юк, *студент спеціальності Комп'ютерна інженерія, група КІ(мб)-921*
А. В. Дідик, *викладач циклової комісії інформаційних технологій, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Розвиток інформаційних технологій призвів до необхідності створення більш продуктивних обчислювальних систем. Одним

із найперспективніших напрямів є квантові обчислення [1], що базуються на законах квантової механіки. Вони мають потенціал у вирішенні складних задач, які залишаються недосяжними для традиційних комп'ютерів.

Основою квантових обчислень є використання принципів квантової механіки, серед яких:

− кубіт (квантовий біт) [2] – елементарна одиниця інформації, що може перебувати у стані 0, 1 або їх суперпозиції;

− квантова суперпозиція – властивість кубітів одночасно знаходитися у декількох станах;

− квантове переплутування – взаємозв'язок між кубітами, що дозволяє миттєво передавати інформацію незалежно від відстані;

− квантові гейти – операції, які змінюють стан кубітів та використовуються для створення алгоритмів;

− алгоритми Шора та Гровера [3] – фундаментальні алгоритми, що демонструють переваги квантових обчислень у факторизації чисел і швидкому пошуку даних.

Математика є основою квантових обчислень, потенціал яких безпосередньо пов'язаний із застосуванням лінійної алгебри, теорії ймовірностей та квантової теорії.

Лінійний простір станів. Квантовий біт (кубіт) описується вектором (1) у двовимірному гільбертовому просторі:

$$|\Psi\rangle = \alpha|0\rangle + \beta|1\rangle, \tag{1}$$

де $\alpha, \beta \in \mathbb{C}$, а їхні квадратні модулі $\left(|\alpha|^2 + |\beta|^2 = 1\right)$ визначають ймовірність отримання відповідного стану при вимірюванні.

Квантові гейти та унарні оператори. Усі операції на кубітами описуються унарними матрицями, що зберігають норму вектора стану. Наприклад, гейт Адамара *H* задається матрицею (2)

$$H = \frac{1}{\sqrt{2}}\begin{bmatrix} 1 & 1 \\ 1 & -1 \end{bmatrix} \tag{2}$$

і переводить стандартні базисні стани в суперпозицію.

Квантове переплутування. Якщо два кубіти знаходяться у стані (3)

$$\left|\Phi^{+}\right\rangle = \frac{1}{\sqrt{2}}\left(\left|00\right\rangle + \left|11\right\rangle\right), \qquad (3)$$

то вимірювання одного одразу визначає стан іншого, незалежно від відстані між ними.

Квантові алгоритми, такі як алгоритм Шора [3], дозволяють факторизувати великі числа за поліноміальний час, тоді як класичні методи потребують експоненційного часу.

Значний науковий інтерес до квантових технологій пояснюється їх потенційними перевагами:

− моделювання складних хімічних і біологічних систем;

− прискорення розв'язання задач оптимізації в логістиці, економіці та фінансах [5];

− покращення машинного навчання завдяки квантовим алгоритмам;

− створення нових підходів до криптографії [4] та інформаційної безпеки;

− використання у фізичних дослідженнях, зокрема у квантовій механіці та матеріалознавстві.

Незважаючи на перспективи, існує низка перешкод, що уповільнюють розвиток квантових обчислень:

− висока чутливість квантових систем до зовнішніх впливів та необхідність їх охолодження до наднизьких температур;

− проблеми масштабування та корекції квантових помилок;

− недостатня кількість програмного забезпечення та кваліфікованих спеціалістів;

− високі витрати на розробку та впровадження квантових процесорів;

− необхідність адаптації існуючих алгоритмів для квантових платформ.

Квантові обчислення є важливим напрямом розвитку сучасних інформаційних технологій. Вони мають потенціал у значному прискоренні розв'язання складних обчислювальних задач. Однак для повноцінного впровадження квантових технологій необхідно вирішити низку технічних, математичних і економічних проблем. Подальші дослідження в цьому напрямку можуть змінити сучасні уявлення про обчислювальні можливості людства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Все про квантові обчислення: історія, можливості та перспективи. URL: https://gigacloud.ua/articles/vse-pro-kvantovi-obchyslennya-istoriya-mozhlyvosti-ta-perspektyvy/ (дата звернення: 11.03.2025).
2. Що таке кубіт, або коротка екскурсія квантовим світом. URL: https://matan-bebop.github.io/pop/quant.html (дата звернення: 11.03.2025).
3. Все що треба знати про алгоритми Гровера і Шора. URL: https://mindua.org/dif/vse-shcho-treba-znaty-pro-alhorytmy-hrovera-i-shora.html (дата звернення: 12.03.2025).
4. Квантові комп'ютери у 2025 році які проблеми вже можуть вирішувати. URL: https://proit.com.ua/news/kvantovi-komp-yutery-2025-rotsi/ (дата звернення: 12.03.2025).
5. Квантовий комп'ютер: як він змінить 2025 рік. URL: https://proit.com.ua/news/kvantovyj-komp-yuter-yak-vin/ (дата звернення: 12.03.2025).

РОЗРОБКА ТЕМАТИЧНОГО САЙТУ ПРО СНІКЕР-ІНДУСТРІЮ

О. Ю. Ковальов, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група-КН б-41*
О. П. Кошова, *канд. пед. наук, доцент комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі снікер-індустрія займає вагоме місце у сфері моди та молодіжної культури. Відомі виробники кросівок, такі як Nike, Adidas, Puma та New Balance, щорічно випускають нові моделі, використовуючи сучасні технології виробництва та унікальні дизайнерські рішення. Популярність снікерів значно зросла завдяки співпраці брендів із відомими особистостями, такими як спортсмени, музиканти та дизайнери, що сприяє збільшенню попиту на ексклюзивні моделі. У зв'язку з цим з'явилася необхідність у створенні тематичного веб-ресурсу, який об'єднає всю необхідну інформацію про тренди, новинки, історію брендів та допоможе користувачам орієнтуватися у світі снікерів. Розробка веб-сайту дозволить користувачам швидко отримувати актуальну інформацію про нові релізи, рідкісні моделі та тенденції снікер-індустрії. Крім того, сайт стане корисним ресурсом для колекціонерів, реселерів та новачків, які прагнуть розібратися в особливостях різних брендів та їхніх технологічних інноваціях [1–4].

Важливим завданням при створенні такого ресурсу є забезпечення зручної навігації та доступу до структурованої інформації. Це включає в себе розділи, присвячені новинам, календарю майбутніх релізів, аналітиці ринку, історії ключових брендів, що сприятиме формуванню спільноти снікер-хедів. Для розробки сайту будуть використані сучасні веб-технології. Фронтенд частина буде реалізована за допомогою React.js або Vue.js, що дозволить створити динамічний та швидкодійний інтерфейс. Бекенд буде розроблений з використанням Node.js або Django, що забезпечить швидку обробку даних.

В якості бази даних обрано MongoDB або MySQL, що дозволить ефективно зберігати та обробляти інформацію про користувачів, статті, огляди. Безпека веб-ресурсу буде забезпечена шляхом впровадження SSL-сертифіката, аутентифікації через JWT та системи захисту від шкідливих атак. Особливу увагу буде приділено UX/UI дизайну, що сприятиме зручності користування ресурсом. Сайт матиме адаптивний інтерфейс, мінімалістичний дизайн та інтуїтивно зрозумілу навігацію. Важливим елементом буде можливість персоналізації контенту для кожного користувача, зокрема рекомендації відповідно до його інтересів та історії переглядів. Також планується інтеграція інструментів для взаємодії з користувачами, таких як система коментарів, оцінювання моделей та можливість обговорень у тематичних форумах.

Таким чином, розробка тематичного веб-сайту про снікер-індустрію сприятиме розвитку культури снікер-хедів, надасть користувачам доступ до якісної інформації та стане корисним інструментом для колекціонерів, ентузіастів та звичайних покупців. Завдяки використанню сучасних технологій та інноваційних рішень сайт стане ефективним, безпечним та зручним джерелом інформації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Sneaker Freaker – міжнародний журнал про кросівки [Електронний ресурс]. URL: https://www.sneakerfreaker.com.
2. Nike Official Website [Електронний ресурс]. URL: https://www.nike.com.
3. Adidas News [Електронний ресурс]. URL: https://www.adidas-group.com.

4. Sole Collector – аналітичні матеріали про ринок снікерів [Електронний ресурс]. URL: https://www.solecollector.com.
5. Hypebeast – огляди модних тенденцій у світі кросівок [Електронний ресурс]. URL: https://hypebeast.com.

MODERN PROBLEMS OF ANALOG AND DIGITAL CIRCUITRY. SENSITIVITY TO ELECTROMAGNETIC INTERFERENCE (EMI/EMC)

I. U. Kuznetsov, *student majoring in "Intelligent radio electronics technologies", group RE-31*
N. V. Chizhova, *Lecturer of Linguistics Faculty – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Now, with the development of electronic systems that operate at higher and higher frequencies and become increasingly complex, the issue of electromagnetic interference and electromagnetic compatibility is turning into more and more serious and even more – changing into one of the key problems of electronics.

EMI (electromagnetic interference) is unwanted electromagnetic signals that can affect the operation of electronic devices. They distort analog signals and cause errors in digital systems that can consequently lead to malfunction of equipment.

Of the main classes of electromagnetic interference, two can be distinguished: electromagnetic interference caused by natural sources, and the second is that caused by artificial sources. The main natural ones include lightning, solar radiation, geomagnetic storms, and the artificial ones include high-frequency signals, breaks in the lower layer of the earth, switching sources, transmission buses, motor drives, relays and generators, radio signals and Wi-Fi [2].

Electromagnetic compatibility, in turn, is the ability of an electronic device to operate in an environment without the influence of external electromagnetic interference and without emitting its own.

The main problems today are that analog signals are very sensitive to noise, especially low-level signal chains, and digital signals, although more robust due to discrete signal levels, can still be subject to errors because of guidance, high-frequency spikes, and impulse noise.

Typical sensitivity problems are crosstalk caused by the close location of the tracks on the board, induced currents caused by the instability of microcontrollers and microprocessors, wire antennas and resonators, namely long wires that act as antennas, emitting or receiving interference, harmonics and intermodulation that occur in high-frequency circuits due to nonlinearities in active components, and others [2].

Modern methods of reducing sensitivity to electromagnetic interference are optimization of tracing, namely minimizing the length of signal lines, using differential transmission methods, separating high-frequency and low-frequency signals, good grounding and using ferrite filters. Modern methods of reducing sensitivity to electromagnetic interference include hardware methods such as filters, capacitors, case shielding, and software methods like signal filtering in microcontrollers, error correction, and algorithms for noise processing.

Current and future challenges include the transition to 5G, the use of gigahertz processors, the growth of wireless devices in industry, and the development of electric vehicles that have problems with interference in power circuits.

Advances in electromagnetic compatibility (EMC) testing and simulation techniques play a crucial role in addressing these challenges. By using advanced simulation tools, engineers can model the behavior of electronic devices in real-world electromagnetic environments. This approach allows for the identification of potential sources of interference early in the design process, thus reducing the likelihood of costly redesigns. Additionally, EMC testing standards, such as IEC 61000 and ISO 11452, provide a structured framework for evaluating device performance under various electromagnetic conditions. As the complexity of electronic systems continues to grow, incorporating EMC testing at every stage of development is becoming increasingly essential to ensure device reliability and compliance with international standards [1].

Problems with electromagnetic interference are becoming increasingly critical, and to ensure the stability of devices, engineers must use methods of shielding, filtering, PCB trace optimization, software correction, and comply with electromagnetic compatibility standards.

List of used information sources

1. IEC 61000 (Electromagnetic Compatibility Standards). URL: https://www.academyofemc.com/emc-standards.
2. Ott, Henry W. *Electromagnetic Compatibility Engineering*. URL: https://daskalakispiros.com/files/Ebooks/Electromagnetic%20Compatibility%20Engineering.pdf.

ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ САЙТУ ДЛЯ ФРІЛАНСЕРІВ

Р. С. Куцовол, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, групи КН б-41*

О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Попит на альтернативні платформи для фрілансерів зростає, оскільки фахівці прагнуть отримати справедливі умови співпраці без посередників, які вимагають високих комісій. Крім того, поточні фріланс-біржі часто не враховують локальні особливості ринку, що ускладнює можливість знайти відповідних виконавців або клієнтів у певних регіонах [1–4].

Розробка нової фріланс-платформи, яка зможе уникнути цих проблем, сприятиме створенню конкурентного середовища, яке підтримає як новачків, так і досвідчених фахівців..

Запропонована система включає нові підходи до взаємодії між фрілансерами та клієнтами, що дозволяють зробити процес співпраці більш зручним та ефективним:

- Гнучка система комісій – користувачі можуть обирати тарифний план: мінімальні комісії або фіксовану щомісячну оплату.
- Розширені можливості профілю – можливість додавати інтерактивне портфоліо, відеопрезентації та реальні приклади виконаних робіт.
- Вбудована система тестування – роботодавці можуть перевіряти навички виконавця за допомогою інтегрованих тестів.
- Пряме спілкування – можливість обговорювати деталі замовлення безпосередньо через внутрішній чат або відеозв'язок.

- Автоматизовані пропозиції – штучний інтелект аналізує навички виконавців та автоматично рекомендує їм відповідні замовлення.

Запровадження таких можливостей дозволяє створити новий рівень взаємодії, де кожен користувач отримує персоналізований підхід до роботи.

У результаті роботи було створено прототип веб-сайту, який включає:

- Головну сторінку з коротким описом платформи та ключовими перевагами.
- Систему реєстрації та профілю з можливістю заповнення детальної інформації про фрілансера або клієнта.
- Механізм пошуку та відгуків – клієнти можуть швидко знаходити виконавців за спеціалізацією, рейтингом та ціною.
- Систему оплат – впроваджено безпечний платіжний шлюз із підтримкою карткових платежів та криптовалют.

Окрім технічних можливостей, проведено аналіз користувацького досвіду, що дозволило спростити навігацію та покращити інтуїтивність інтерфейсу.

Розробка сучасної платформи для фрілансерів є перспективним напрямком у сфері інформаційних технологій. Впроваджені інноваційні функції, такі як автоматизований підбір проєктів, розширені профілі користувачів та система рейтингу без жорстких обмежень, дозволяють зробити платформу гнучкішою та зручнішою у порівнянні з існуючими рішеннями.

Завдяки запропонованому рішенню, користувачі отримують справедливі умови співпраці та можливість повноцінно реалізовувати свої професійні навички. Подальший розвиток платформи може стати конкурентною альтернативою на ринку фріланс-послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Upwork: Official Freelance Marketplace. URL: https://www.upwork.com.
2. Freelance Marketplaces: Challenges and Future Opportunities. ResearchGate. URL: https://researchgate.net/freelancing.
3. AI in Freelance Marketplaces: Automation and Personalization. Science Direct. URL: https://sciencedirect.com/freelance-ai.
4. Impact of Commission Fees on Freelancers. ACM Digital Library. URL: https://dl.acm.org/freelance-economy.

РИЗИКИ В ІТ-ІНДУСТРІЇ

Б. А. Лемешко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки*
З. Г. Новосад, *канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук, прикладної та вищої математики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Сучасна ІТ-індустрія є одним із найбільш динамічних секторів економіки, проте вона також супроводжується численними ризиками, які можуть вплинути на компанії та окремих спеціалістів. Ці ризики можна поділити на кілька основних категорій: технічні, безпекові, фінансові, правові та кадрові.

Одним із найпоширеніших ризиків є технічні проблеми, що можуть виникати внаслідок апаратних збоїв, програмних помилок чи недостатнього тестування. Такі збої можуть спричинити втрати даних або зупинку роботи компаній, особливо якщо вони залежать від хмарних технологій. Швидкий розвиток технологій може зробити програмні рішення застарілими ще до завершення їхнього життєвого циклу, що призводить до додаткових витрат [1]. Якщо розглянути безпекові ризики, то кібербезпека є однією з найбільш актуальних загроз для ІТ-компаній. Хакерські атаки, витоки даних та внутрішні загрози можуть призвести до фінансових та репутаційних втрат. Зловмисники використовують фішинг, DDoS-атаки або соціальну інженерію для отримання доступу до важливої інформації. Для мінімізації таких ризиків компаніям необхідно впроваджувати багаторівневі системи безпеки та навчати співробітників основам кібербезпеки [2].

ІТ-компанії стикаються з ризиками, пов'язаними з інвестуванням, нестабільністю ринку та змінами в курсах валют. Недостатня фінансова стійкість може призвести до банкрутства стартапів або скорочення штату великих корпорацій. Для зменшення фінансових ризиків необхідно ретельно планувати бюджети та диверсифікувати джерела доходів.

Також важливу роль відіграють кадрові ризики. Висока плинність кадрів, брак кваліфікованих спеціалістів та синдром емоційного вигорання є серйозними проблемами для ІТ-галузі. Втрата ключових співробітників може негативно вплинути на розвиток проєктів та продуктивність команди. Для утримання персоналу компанії повинні створювати комфортні умови праці та можливості для кар'єрного росту.

Статистичні дані про кількість ІТ-компаній в Україні показують, що за останні 10 років кількість ІТ-компаній в Україні зросла на 41,1 %. Проте після початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році кількість ІТ-компаній скоротилася на 25,7 %. У 2023 році ринок відновився, зрісши на 21,25 %, хоча не досяг рівня 2021 року. У 2024 році кількість компаній зросла лише на 0,4 %, залишаючись нижчою за показники 2019 та 2021 років [3].

Таким чином, ІТ-індустрія стикається з численними викликами, які потребують комплексного підходу до управління ризиками. Ефективні стратегії мінімізації загроз включають впровадження сучасних систем безпеки, ретельне фінансове планування, дотримання правових норм та створення сприятливих умов для працівників

Список використаних інформаційних джерел

1. Назарова, К., Парасій-Вергуненко, І., Остапець, А. Класифікація ризиків компаній ІТ-індустрії. Scientia fructuosa. 150, 4 (2023), 120–137. DOI: https://doi.org/10.31617/1.2023(150)08.
2. Решетняк, О. І., Данько, Н. І., Юрченко, О. К. Управління ризиками ІТ-проєктів: сутність та особливості застосування підходів PMBoK і Agile, БІЗНЕСІНФОРМ № 10_2023.
3. Статистика кількості ІТ-компаній в Україні. URL: https://business.diia.gov.ua/news/u-2024-rotsi-ukraintsi-chastishe-vidkryvaly-kompanii-u-sektorakh-mashynobuduvannia-it-i-telekomunikatsii?utm_source.

РОЗРОБКА ВЕБ-ДОДАТКУ ДЛЯ МОНІТОРИНГУ СТАТУСУ ПРОЄКТУ З ІНТЕГРОВАНОЮ СИСТЕМОЮ АВТОМАТИЗОВАНОГО СПОВІЩЕННЯ ПРО РИЗИКИ ТА ВІДХИЛЕННЯ ВІД ГРАФІКУ

Д. В. Лисенко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*

О. В. Ольховська, *канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. Управління проєктами у сфері інформаційних технологій потребує ефективних методів моніторингу статусу виконання завдань та виявлення ризиків. Запізнення на окремих етапах реалізації може призвести до значного відхилення від

графіка, що негативно впливає на якість кінцевого продукту та фінансові витрати. Використання веб-додатків для управління проєктами дозволяє не лише автоматизувати контроль за статусом завдань, але й інтегрувати інструменти прогнозування ризиків та оперативного сповіщення команди про критичні затримки.

Актуальність теми. Більшість сучасних систем управління проєктами надають лише базові можливості для моніторингу виконання завдань, не включаючи розширений аналіз затримок та їх потенційного впливу на проєкт. Відсутність автоматизованих сповіщень про можливі ризики та порушення дедлайнів ускладнює процес управління ресурсами та розподілу навантаження. Використання алгоритмів прогнозування на основі історичних даних може значно покращити ефективність управління проєктами [1].

Гіпотеза. Впровадження веб-додатку для моніторингу статусу проєкту з інтегрованою системою автоматизованого сповіщення дозволяє:

1. Раннє виявлення ризиків – аналіз тенденцій у виконанні завдань допомагає прогнозувати можливі відхилення.
2. Зменшення затримок – автоматичне сповіщення команди про критичні відхилення сприяє швидкому реагуванню.
3. Підвищення ефективності команди – контроль ключових показників продуктивності допомагає оптимізувати розподіл ресурсів.

Результати дослідження.

4. Розробка канбан-дошки для управління спринтами: створено інтерактивний інтерфейс, який дозволяє команді додавати, редагувати та переміщувати завдання між колонками «To Do», «In Progress» та «Done». Це забезпечує прозорість процесу та полегшує відстеження прогресу [2, 3].
5. Інтеграція системи автоматизованого сповіщення про ризики: впроваджено алгоритми, які аналізують тривалість виконання завдань, завантаженість команди та інші показники. У разі виявлення потенційних ризиків або відхилень від плану, система надсилає сповіщення відповідальним особам.
6. Тестування та впровадження: проведено тестування веб-додатку на реальних проєктах. Результати показали зменшення кількості затримок та покращення комунікації в команді.

Висновки. Використання веб-додатку для моніторингу статусу проєкту дозволяє значно покращити управління дедлайна-

ми та мінімізувати ризики затримок. Інтеграція алгоритмів прогнозування та автоматизованих сповіщень підвищує продуктивність команди та зменшує втрати часу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Atlassian. (n.d.). Kanban vs. Scrum: What's the Difference? URL: https://www.atlassian.com/agile/kanban/kanban-vs-scrum.
2. Atlassian. (n.d.). Документація Jira. URL: https://www.atlassian.com/ru/software/jira/guides.
3. Документація Trello. URL: https://trello.com/guide.

ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПІДБОРУ ЖИТЛА З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ СИСТЕМНОГО АНАЛІЗУ

***А. А. Лушина**, здобувач освіти спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*
***О. В. Ольховська**, канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному суспільстві набирає популярності автоматизація рутинної або важкої роботи. Це відбувається для збільшення ефективності та швидкодії праці, що забезпечує більш якісний результат.

З такою метою було проведено дослідження в області системного аналізу, протестовано кілька програмних продуктів, які використовують метод аналізу ієрархій (MAI) для обрахунку практичних задач із реального життя. Результатом дослідження є розробка програмного продукту, який буде використовувати принципи системного аналізу для вирішення задачі вибору житла [1–3].

Робота цього калькулятора буде корисною у вивченні та практичному застосуванні методологій системного аналізу. Використання такого інструменту також допоможе у розвитку та тренуванні навичок стратегічного планування та прийняття обґрунтованих рішень, в залежності від того, які фактори впливають на вибір необхідного варіанту.

Для розробки калькулятору було застосовано такі технології:

1. Frontend: JavaScript з використанням фреймворку Next.js 14. Next.js надає можливість створення швидких та оптимізованих веб-додатків з підтримкою сучасних підходів до розробки інтерфейсів.

2. Backend: Мова програмування Rust у поєднанні з фреймворком Tauri 2. Tauri дозволяє створювати додатки, які використовують системний WebView2 для відображення інтерфейсу, що забезпечує високу продуктивність та мінімальний розмір виконуваного файлу.

Алгоритм роботи програми запозичує алгоритм MAI, тому що це є основною функцією розроблюваного застосунку. Суттєвою перевагою є те, що продукт буде досить швидким за рахунок особливостей технології розробки, що свідчить про те, що він буде адаптований під більшу частину пристроїв, оскільки система не буде витрачати багато обчислювальних ресурсів для виконання роботи.

Інтерфейс було розроблено таким чином, щоб він не лише зовнішнім виглядом приваблював користувача, а і був зручним. У цьому калькуляторі використано кілька вікон, що допомагають користувачу спершу обрати необхідні критерії, потім оцінити критерії вибору, а наостанок він отримує оптимальний результат у відповідності до введених оцінок (рис. 1).

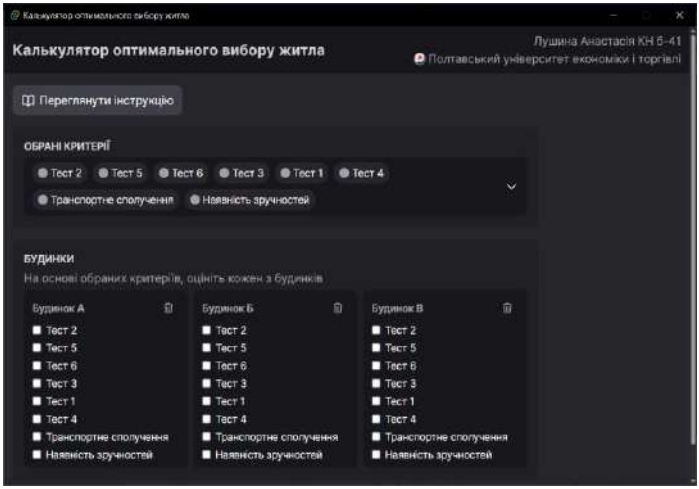


Рисунок 1 – Інтерфейс калькулятору

У контексті зростаючої автоматизації, такий додаток допоможе значно спростити складні розрахунки, оптимізувати вибір найкращих альтернатив і підвищити ефективність прийняття рішень у ситуаціях з багатьма критеріями.

Таким чином, результатом роботи стане створення конкурентоспроможного програмного продукту, який повною мірою відповідає актуальним потребам у сфері системного аналізу і забезпечує ефективну підтримку користувачів у вирішенні задач із багатьма критеріями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційна документація React. URL: https://reactjs.org/docs/
2. Офіційна документація math.js. URL: https://mathjs.org/
3. Системний аналіз // Вікіпедія: вільна енциклопедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Системний_аналіз.

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО НАВЧАННЯ ПРОГРАМУВАННЮ НА ОСНОВІ ІНТЕРАКТИВНИХ СИМУЛЯЦІЙ ТА ГЕЙМІФІКАЦІЇ

М. О. Мазур, *студентка спеціальності Комп'ютерна інженерія, група КІ(мб)-921*

О. В. Плотніков, *викладач циклової комісії інформаційних технологій – науковий керівник*

Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

У сучасному освітньому середовищі впровадження інтерактивних симуляцій та гейміфікації стає все більш актуальним для підвищення ефективності навчання програмуванню. Ці підходи не лише стимулюють інтерес студентів, але й сприяють глибшому розумінню матеріалу.

Традиційні методи навчання програмуванню часто не враховують потреби сучасних студентів, які звикли до інтерактивних та динамічних форм подачі інформації. Використання інтерактивних симуляцій та гейміфікації дозволяє адаптувати навчальний процес до цих потреб, підвищуючи мотивацію та залученість студентів. Згідно з дослідженням, гейміфікація може значно покращити результати навчання та залученість студентів [1].

Інтерактивні симуляції дозволяють студентам моделювати реальні ситуації та експериментувати з кодом у безпечному середовищі. Це сприяє кращому розумінню абстрактних концепцій та розвитку практичних навичок. Використання таких симуляцій забезпечує можливість практичного застосування теоретичних знань, що є ключовим аспектом ефективного навчання програмуванню.

Гейміфікація включає використання ігрових елементів, таких як бали, значки, таблиці лідерів, що стимулюють конкурентний дух та мотивацію студентів. Це робить процес навчання більш привабливим та інтерактивним, сприяючи активній участі студентів у навчальному процесі.

Існує ряд платформ, які успішно інтегрують гейміфікацію та інтерактивні симуляції для навчання програмуванню:

- CodeCombat: дозволяє вивчати програмування через гру, де гравець пише код для управління персонажем.
- Scratch: візуальна мова програмування, яка дозволяє створювати інтерактивні історії та ігри, сприяючи розвитку алгоритмічного мислення.
- Codecademy: пропонує інтерактивні курси з програмування з елементами гейміфікації, такими як досягнення та бали.

Ці платформи демонструють ефективність інтеграції гейміфікації в освітній процес.

Розробка власних інтерактивних вправ передбачає врахування інтересів та рівня підготовки студентів, використання зрозумілих інтерфейсів та поступового підвищення складності завдань. Включення ігрових елементів, таких як нагороди за досягнення, сприяє підтримці мотивації та інтересу до навчання [2].

Для оцінки ефективності впровадження інтерактивних методів використовуються такі показники, як рівень залученості студентів, покращення академічних результатів та зворотний зв'язок від учасників. Дослідження показують, що гейміфікація позитивно впливає на мотивацію та успішність студентів [3].

Інтеграція елементів змагання, співпраці та миттєвого зворотного зв'язку стимулює студентів до самостійного вивчення матеріалу та вдосконалення своїх навичок. Гейміфікація створює середовище, де студенти відчувають відповідальність за свій прогрес, що сприяє розвитку автономії в навчанні.

Впровадження гейміфікації та інтерактивних симуляцій потребує адаптації до специфіки кожного освітнього закладу.

Важливо враховувати вік студентів, технічні можливості та навчальні програми для забезпечення ефективності цих методів.

Реальні приклади впровадження гейміфікації в навчальний процес демонструють позитивні результати, такі як підвищення успішності та залученості студентів. Це підтверджує доцільність використання інтерактивних методів у навчанні програмуванню.

Список використаних інформаційних джерел

1. Exploring the Impact of Gamification In e-Learning Modules. *Вебпортал ClueLabs.* URL: https://cluelabs.com/blog/exploring-the-impact-of-gamification-in-e-learning-modules/
2. Transforming Learning Experiences with Gamification in eLearning. В*ебпортал ClueLabs*. URL: https://cluelabs.com/blog/transforming-learning-experiences-with-gamification-in-elearning/
3. Малюк О. С. Впровадження гейміфікації для стимулювання навчання та мотивації студентів. *ВНТУ*. URL: https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/42008/20810.pdf?sequence=3.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ОБРОБКИ ЗОБРАЖЕННЯ ДЛЯ ВЕРСТАТУ ПО ВИГОТОВЛЕННЮ ТРИКОТАЖНИХ ВИРОБІВ

В. В. Матвієнко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

Т. В. Чілікіна, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні нейромережі дають змогу автоматично адаптувати зображення, що значно скорочує час підготовки дизайну. Багато виробництв досі не використовують ефективні цифрові інструменти для роботи з графікою, тож цей проєкт відкриває можливість впровадження інноваційних підходів. Завдяки цьому можна значно спростити взаємодію між дизайнерами та виробниками, зменшивши кількість виправлень і помилок [1].

Цей проєкт має на меті створення Java-програми, яка автоматизує обробку та адаптацію зображень для верстата, що виготовляє трикотажні вироби. Програма дозволить інтегрувати генеративну нейромережу Stable Diffusion для створення та редагування дизайну, спростити підготовку графічних матеріалів для трикотажного виробництва, а також оптимізувати процес

дизайну, що допоможе зменшити ручну працю та підвищити якість продукції [2].

Програма дозволяє створювати зображення на основі текстових запитів за допомогою Stable Diffusion. Вона автоматично спрощує контури, зменшує палітру кольорів та оптимізує зображення під формат верстата. Крім того, підтримуються спеціалізовані формати, такі як DST і PES, що дає змогу експортувати файли у вишивальні машини. Користувач може зберігати проміжні версії, порівнювати варіанти та редагувати дизайн у реальному часі.

Завдяки нейромережі зображення автоматично покращується та адаптується до особливостей трикотажного виробництва. Програма працює з різними типами вхідних зображень, зокрема з фотографіями, ескізами та цифровими малюнками. Штучний інтелект аналізує кожне зображення і визначає оптимальні параметри, такі як щільність стібків та розподіл кольорів.

Графічний інтерфейс розроблено на Java з використанням JavaFX. Обробка та конвертація зображень здійснюється за допомогою OpenCV. Для генерації та редагування графіки використовується Stable Diffusion API, а для локального запуску нейромережі передбачена підтримка TensorFlow та PyTorch. Взаємодія з серверною частиною здійснюється через HTTP або gRPC.

Користувач може завантажити або створити зображення в єдиному інтерфейсі. Передбачений миттєвий попередній перегляд результату, а також можливість налаштування параметрів перед експортом. Інтерфейс інтуїтивно зрозумілий і мінімізує кількість необхідних дій для отримання кінцевого результату.

Програма може бути інтегрована із системами керування виробництвом, такими як ERP і PLM. Також передбачається розширення функціоналу для редагування та адаптації векторних зображень. Використання методів машинного навчання допоможе підвищити точність розпізнавання контурів і покращити якість обробки графіки.

Створена програма значно полегшує процес створення дизайну трикотажних виробів, поєднуючи можливості нейромережі та автоматизовану адаптацію графіки під виробництво. Інтеграція Stable Diffusion дозволяє швидко генерувати або редагувати зображення, а простий у використанні інтерфейс забезпечує зручність роботи для дизайнерів і технологів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Coding Tech Room “Implementing an AI-Based Image Generator in Java”. 2024.
2. Meng, C., He, Y., Song, Y., Song, J., Wu, J., Zhu, J., & Ermon, S. SDEdit: Guided Image Synthesis and Editing with Stochastic Differential Equations. In Proceedings of the International Conference on Learning Representations (ICLR), 2022.

ПОРІВНЯННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗРОБКИ ВЕБ-СЕРВІСІВ ОПИТУВАНЬ: NODE.JS ПРОТИ АЛЬТЕРНАТИВ

В. І. Микитенко, *студент спеціальності Комп’ютерні науки, група КН м-11*
Т. О. Парфьонова, *канд. фіз.-мат. наук, доцент комп’ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Онлайн-опитування є важливим інструментом збору даних у різних сферах, а вибір бекенд-технології суттєво впливає на продуктивність, масштабованість та швидкість розробки. Серед найпопулярніших варіантів – Node.js (JavaScript), Django (Python), Spring Boot (Java) та Laravel (PHP). Кожна з цих технологій має свої особливості, що роблять її більш або менш придатною для побудови систем онлайн-опитувань [1–4].

Node.js – середовище виконання JavaScript із неблокуючою моделлю вводу/виводу. Така архітектура дозволяє обробляти велику кількість одночасних підключень, що є важливим для опитувальних платформ із високим навантаженням. Велика екосистема npm і використання єдиної мови для фронтенду та бекенду значно прискорюють розробку. Водночас для задач із високим навантаженням на процесор (CPU-bound) продуктивність Node.js може бути нижчою за рішення на Java.

Django – фреймворк на Python, який пропонує багато вбудованих можливостей, включаючи ORM, систему автентифікації та автоматичну адміністративну панель. Це дозволяє швидко створювати MVP-продукти. Проте синхронна обробка запитів обмежує ефективність роботи під високим навантаженням, що робить Django менш придатним для великих опитувальних платформ.

Spring Boot – потужне Java-рішення, яке забезпечує високу продуктивність завдяки багатопотоковій моделі виконання. Воно відмінно масштабується, що робить його ідеальним для корпоративних рішень. Однак складність розробки та висока вартість підтримки роблять його менш привабливим для швидких проєктів.

Laravel – сучасний PHP-фреймворк, що дозволяє швидко створювати веб-застосунки завдяки простоті PHP та великій кількості готових інструментів. Проте PHP поступається за продуктивністю JavaScript і Java, а традиційна модель обробки запитів (один процес на кожен запит) може створювати обмеження при масштабуванні.

Робота з різними бекенд-технологіями показує, що вибір платформи суттєво впливає на продуктивність і масштабованість веб-сервісу. Django пропонує багато готових рішень для швидкого старту, але його синхронна модель може обмежувати ефективність під високим навантаженням. Spring Boot забезпечує стабільність і потужну багатопотокову обробку запитів, але потребує більше часу на розробку та складнішу підтримку. Node.js вирізняється неблокуючою архітектурою та універсальністю JavaScript, що робить його зручним і продуктивним рішенням для створення динамічних і масштабованих веб-застосунків.

Проведений аналіз показав, що Node.js є найоптимальнішим вибором для розробки веб-сервісу онлайн-опитувань. Він поєднує швидкість розробки (як у Django та Laravel) із високою продуктивністю та масштабованістю. Порівняно з Spring Boot, який більше підходить для корпоративних рішень, Node.js є легшим у впровадженні, підтримці та розгортанні. Завдяки своїй неблокуючій архітектурі та гнучкості, Node.js дозволяє створювати швидкі та масштабовані системи, що робить його оптимальним вибором для веб-сервісів онлайн-опитувань.

Список використаних інформаційних джерел

1. Medium. (2022). Node.js vs Spring Boot vs Django: Which One Is Best for Beginners? URL: https://sandydev.medium.com/node-js-vs-spring-boot-vs-django-which-one-is-best-for-beginners-8782d3be54.
2. Techno Exponent. (2022). Node.JS Vs Django Vs Laravel – Which is the Best Framework in 2022? URL: https://www.technoexponent.com/blog/node-js-vs-django-vs-laravel-which-is-the-best-framework-in-2022/

3. StackShare. (2023). Laravel vs Node.js vs Spring Boot | What are the differences? URL: https://stackshare.io/stackups/laravel-vs-nodejs-vs-spring.
4. Reddit. (2023). Laravel or Django or Node.js (Express) – обговорення серед розробників. URL: https://www.reddit.com/r/django/comments/g73irk/laravel_or_django_or_node_js_express/

РОЗРОБКА ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «REMESLO BREWERY»

Є. В. Михайленко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки та інформаційні технології, група КН б-41*
Т. О. Парфьонова, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному бізнес-середовищі наявність професійного вебсайту є ключовою умовою для успішного розвитку, особливо у сфері крафтового пивоваріння. Основною метою даної роботи є розробка та впровадження сайту для магазину «Remeslo Brewery», що дозволить покращити комунікацію з клієнтами, збільшити кількість замовлень та підвищити впізнаваність бренду.

Ця тема є надзвичайно актуальною, адже власний сайт формує професійний імідж і підвищує довіру покупців. Це зручний інструмент для надання інформації про асортимент продукції, особливості крафтового пива, акції та можливості оформлення замовлення, що значно спрощує комунікацію з клієнтами.

Для залучення більшої кількості клієнтів сайт може містити інтерактивні елементи, такі як: калькулятор підбору пива – клієнт обирає свої смакові вподобання (гіркота, насиченість, відсоток алкоголю), а система рекомендує ідеальне пиво; віртуальний тур по магазину або пивоварні у форматі 3D; чат-бот для миттєвих консультацій щодо вибору продукції.

Програма лояльності та особистий кабінет.

Розробка особистого кабінету для покупців дозволить: накопичувати бали за покупки, які можна обміняти на знижки або подарунки; створювати персоналізовані рекомендації на основі попередніх замовлень; надсилати повідомлення про новинки, акції та дегустації.

Крім того, сайт відкриває нові можливості для просування магазину через SEO-оптимізацію та онлайн-рекламу, що сприя-

тиме залученню нових клієнтів. Автоматизація процесів, таких як прийом замовлень і оплата, допоможе зменшити адміністративне навантаження та підвищити ефективність роботи [1–3].

Наявність якісного веб-ресурсу надасть «Remeslo Brewery» конкурентну перевагу, оскільки багато крафтових виробників покладаються лише на соціальні мережі. Власний сайт дозволить не тільки презентувати продукцію, а й розширити можливості бізнесу, наприклад, через блог про культуру крафтового пивоваріння чи відкриття онлайн-магазину для продажу мерчу та аксесуарів.

Хоча «Remeslo Brewery» вже активно представлений у соцмережах, таких як Instagram і Facebook, власний сайт є важливим стратегічним кроком. Соцмережі ефективні для залучення уваги та взаємодії з аудиторією, проте вони не дають повного контролю над контентом і алгоритмами, які можуть змінюватися.

На відміну від соцмереж, сайт є стабільною платформою, яка завжди доступна клієнтам і містить усю необхідну інформацію в одному місці – від каталогу продукції до можливості оформлення замовлення. До того ж, веб-сайт сприятиме просуванню через пошукові системи, що дозволить залучити нових покупців, які ще не знайомі з брендом.

Таким чином, створення сайту для «Remeslo Brewery» не лише спростить процес комунікації та автоматизує бізнес-процеси, а й стане потужним маркетинговим інструментом, який доповнить соцмережі та посилить онлайн-присутність магазину.

Технологічна основа сайту. Веб-сайт розроблений на HTML, що забезпечить швидкість, стабільність і зручність користування. Використання HTML дозволить створити структурований, адаптивний і візуально привабливий ресурс, який коректно відображатиметься на всіх пристроях. Завдяки цьому сайт працюватиме швидко, без зайвих навантажень, забезпечуючи комфортний користувацький досвід. Крім того, HTML надає гнучкі можливості для налаштування дизайну та функціоналу, що дозволить ефективно представити бренд «Remeslo Brewery» в інтернет-просторі.

Освітній контент та блог про пивну культуру. Для залучення аудиторії сайт може містити розділ «Блог», де публікуватимуться цікаві матеріали.

Окрім стандартного SEO, можна підключити Google Analytics для відстеження поведінки користувачів, а також використовувати email-розсилки для залучення постійних клієнтів.

Такі елементи зроблять сайт не просто вітриною, а повноцінним маркетинговим інструментом для залучення аудиторії та підвищення лояльності клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. W3C. HTML & CSS Standards [Online]. URL: https://www.w3.org/standards/webdesign/htmlcss.
2. Nielsen Norman Group. Web Usability Guidelines. [Online]. URL: https://www.nngroup.com.
3. Google Developers. SEO Starter Guide. [Online]. URL: https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide.

РОЗРОБКА ТА ПРОЄКТУВАННЯ ЗАСТОСУНКУ ДЛЯ РОЗПІЗНАВАННЯ ОБЛИЧЧЯ

Н. С. Різник, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Системи розпізнавання обличчя є одним із ключових напрямків досліджень у галузі комп'ютерного зору та біометрії. Їх популярність зумовлена широким застосуванням у сферах безпеки, маркетингу, соціальних мереж та робототехніки, а також зростанням обсягів візуальної інформації та потреби у надійній ідентифікації особи. Традиційні методи, такі як паролі чи відбитки пальців, втрачають актуальність через можливу неточність та низьку швидкість. Тому розвиток нових систем ідентифікації є закономірним етапом еволюції технологій [1–6].

Технології, бібліотеки, та інформація використана для проєкту, взята з відкритих джерел, статей, наукових робіт, навчальних матеріалів.

Основним функціональними можливостями програми є:

- Вибір користувачем та завантаження до бази облич, які потрібно ідентифікувати.

- Візуальний інтерфейс.
- Обробка у реальному часі за допомогою веб-камери користувача.

За повної розробки та додаткових змін, програма матиме можливість для впровадження до багатьох сфер. Наприклад, перевірки присутності студентів.

Система розпізнавання обличчя базується на порівнянні закодованих зображень відомих осіб із зображеннями, отриманими в реальному часі. На етапі ініціалізації створюються порожні контейнери для зберігання закодованих зображень та імен відомих осіб, а також встановлюється коефіцієнт масштабування для оптимізації продуктивності.

Система сканує визначений каталог, завантажує зображення, конвертує їх, виявляє обличчя за допомогою функції та обчислює вектори ознак. Ці вектори разом із іменами зберігаються у відповідних контейнерах.

На етапі розпізнавання система захоплює кадр, потім виявляє обличчя в кадрі, обчислює їх вектори ознак та порівнює їх із векторами відомих осіб. Для визначення найбільш схожої особи обчислюється відстань між векторами. Найменша відстань вказує на найбільш схожу особу.

І як результат, програма створює вікно з відображенням вебкамери у реальному часі, з накладанням результату розпізнавання ім'я обличчя, яке знаходиться на кадрі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Sefik Ilkin Serengil. Introduction to Face Recognition in Deep Learning. 2020. URL: https://sefiks.com/2020/05/01/a-gentle-introduction-to-face-recognition-in-deep-learning/.
2. Kortli, Yassin, Maher Jridi, Ayman Al Falou, and Mohamed Atri. Face Recognition Systems: A Survey. 2020. Sensors 20, № 2: 342. URL: https://doi.org/10.3390/s20020342.
3. Ben Lutkevich. Pros and cons of facial recognition. 2024. URL: https://www.techtarget.com/whatis/feature/Pros-and-cons-of-facial-recognition.
4. David Gargaro, Rene Millman. The pros and cons of facial recognition technology. 2024. URL: https://www.itpro.com/security/privacy/356882/the-pros-and-cons-of-facial-recognition-technology.
5. Xue Lv, Mingxia Su, Zekun Wang. Face Recognition Method under Adaptive Image Matching and Dictionary Learning Algorithm.

Computational Intelligence and Neuroscience. 2023. 1-8. URL: https://doi.org/10.1155/2023/8225630.
6. Guo Jiahui, Ma Feilong, Matteo Visconti di Oleggio Castello, Samuel A. Nastase, James V. Haxby, M. Ida Gobbini. Modeling naturalistic face processing in humans with deep convolutional neural networks. Proceedings of the National Academy of Sciences. 2023. Vol. 120. № 43. URL: https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.2304085120.

РОЗРОБКА ТА ВПРОВАДЖЕННЯ САЙТУ ДЛЯ ТАНЦЮВАЛЬНОЇ СТУДІЇ «ВІЛЬНАЯ»

К. П. Симітко, *студентка спеціальності Комп'ютери науки, група КН б-41*
О. В. Ольховська, *канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі наявність веб-сайту є необхідною умовою для успішного функціонування бізнесу, зокрема й у сфері танцювального мистецтва [1]. Основною метою даної роботи є розробка та впровадження сайту для танцювальної студії «Вільная», що дозволить покращити взаємодію з клієнтами, збільшить кількість відвідувачів і підвищить впізнаваність бренду.

Хочу наголосити, що дана тема є актуальною. Оскільки власний сайт допоможе створити професійний імідж та підвищити довіру потенційних клієнтів. Це зручний інструмент для надання інформації про розклад занять, викладачів, ціни та можливість запису, що спрощує комунікацію з аудиторією.

Крім того, сайт відкриває нові можливості для просування студії через SEO та онлайн-рекламу, що сприятиме залученню нових клієнтів. Автоматизація процесів, таких як запис на заняття та оплата, дозволить зменшити адміністративне навантаження та підвищити ефективність роботи.

Маючи сучасний сайт, студія «Вільная» отримає конкурентну перевагу, адже багато подібних студій не мають якісного вебресурсу. Також це створює перспективи для розширення послуг, наприклад, запуску онлайн-курсів чи продажу відеоуроків. Усе це сприятиме розвитку студії, залученню більшої кількості клієнтів та збільшенню прибутку.

Попри те, що танцювальна студія «Вільная» активно представлена в соціальних мережах, таких як Instagram і TikTok, наявність власного сайту залишається важливим елементом її розвитку. Соціальні платформи чудово підходять для залучення уваги, демонстрації атмосфери студії та взаємодії з аудиторією, однак вони не дають повного контролю над контентом і обмежують можливості для детальної презентації послуг.

Сайт, на відміну від соціальних мереж, є стабільною платформою, яка не залежить від змін у політиках соцмереж чи їхніх алгоритмах. Він забезпечує потенційним клієнтам доступ до всієї необхідної інформації в одному місці: розкладу занять, опису стилів танцю, вартості послуг, а також можливості запису онлайн. До того ж, власний вебресурс відкриває додаткові можливості для просування через пошукові системи, що допоможе залучати нову аудиторію, яка не обов'язково стежить за студією в соцмережах.

Отже, сайт стане не лише інструментом для зручної комунікації та автоматизації процесів, а й важливим маркетинговим каналом, який доповнить Instagram і TikTok, посилюючи загальну присутність студії в онлайн-просторі.

Сайт танцювальної студії «Вільная» розроблений на HTML, що забезпечує його швидкість, стабільність і зручність у використанні. Використання HTML дозволяє створити структурований, адаптований та естетично привабливий вебресурс, який легко відображається на будь-яких пристроях.

HTML (HyperText Markup Language) – це мова розмітки, що використовується для створення веб-сторінок і визначення їх структури та зовнішнього вигляду. Вона складається з набору тегів, які використовуються для позначення різних елементів веб-сторінки, таких як заголовки, параграфи, таблиці, зображення і посилання [1].

Завдяки цьому сайт працює без зайвих навантажень, забезпечуючи швидке завантаження сторінок та комфортний користувацький досвід. Крім того, HTML дозволяє гнучко налаштовувати дизайн і функціональність, що робить його ефективним інструментом для представлення студії в мережі Інтернет.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сайт tutorial.in.ua. URL: https://html.tutorial.in.ua/what-is-html/

РОЗРОБКА WEB-СЕРВІСУ ДЛЯ ІНТЕРАКТИВНОГО ОЦІНЮВАННЯ СТУДЕНТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ NLP-МОДЕЛЕЙ

В. О. Сіроштан, *здобувач освіти спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій –* ***науковий керівник***
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. У сучасній освіті інтерактивні методи оцінювання студентів набувають все більшого значення. Використання технологій обробки природної мови (NLP) відкриває нові можливості для автоматизації процесу оцінювання, аналізу відповідей студентів та надання миттєвого зворотного зв'язку [1].

Актуальність теми. Традиційні методи оцінювання часто є трудомісткими та не забезпечують оперативного аналізу відповідей студентів. Інтеграція NLP-моделей у веб-сервіси для оцінювання дозволяє автоматизувати процес аналізу текстових відповідей, виявляти ключові аспекти відповідей та надавати персоналізовані рекомендації для покращення навчальних результатів [2].

Гіпотеза. Використання веб-сервісу з інтегрованими NLP-моделями для інтерактивного оцінювання студентів дозволить:

- Автоматизувати аналіз текстових відповідей – швидке та точне визначення відповідності відповідей заданим критеріям [2].
- Надавати миттєвий зворотний зв'язок – оперативне інформування студентів про результати та рекомендації для покращення.
- Підвищити ефективність навчального процесу – зменшення навантаження на викладачів та покращення якості оцінювання.

Результати дослідження.

1. Розробка веб-сервісу для інтерактивного оцінювання: створено інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, який дозволяє студентам вводити текстові відповіді на запитання, а викладачам – налаштовувати критерії оцінювання [3].

2. Інтеграція NLP-моделей для аналізу відповідей: впроваджено моделі обробки природної мови, які аналізують сема-

нтичний зміст відповідей, виявляють ключові поняття та оцінюють відповідність відповідей заданим критеріям [1].

3. Тестування та впровадження: проведено тестування веб-сервісу на реальних даних. Результати показали високу точність оцінювання та позитивний відгук від студентів та викладачів щодо зручності використання [2].

Висновки. Розроблений веб-сервіс з інтегрованими NLP-моделями для інтерактивного оцінювання студентів дозволяє автоматизувати процес аналізу текстових відповідей, надавати миттєвий зворотний зв'язок та підвищувати ефективність навчального процесу. Це сприяє покращенню якості освіти та задоволеності студентів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стативка Ю. І. Методи обробки природної мови: Феномен ChatGPT. Навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра за освітньою програмою «Інженерія програмного забезпечення інтелектуальних кіберфізичних систем в енергетиці». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 67 с. URL: ipze.kpi.ua.
2. Климко І. М. Дослідження застосування методів штучного інтелекту для обробки природної мови засобами глибинного навчання. Магістерська робота. Тернопіль : Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2024. 95 с. URL: elartu.tntu.edu.ua.
3. Пікалова В. В. Аналіз і синтез природньомовної інформації. Силабус освітнього компонента для спеціальності 113 – Прикладна математика. Харків : НТУ «ХПІ», 2023. URL: web.kpi.kharkov.ua.

РОЗРОБКА САЙТУ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ «KIDDO» НА ПЛАТФОРМІ WORDPRESS

А. В. Соколов, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. Електронна комерція сьогодні відіграє значну роль у розвитку бізнесу та споживчої культури. Зростаюча популярність онлайн-покупок зумовлена зручністю, доступністю та широким вибором товарів. Малий та середній бізнес активно

впроваджує цифрові рішення для створення власних інтернет-магазинів, що дозволяє розширити клієнтську базу та підвищити ефективність продажів [1].

Одним із найпопулярніших рішень для створення інтернет-магазинів є платформа WordPress у поєднанні з плагіном WooCommerce. Ця система забезпечує простоту розробки, зручне управління контентом, інтеграцію з платіжними системами та можливість подальшого масштабування. Використання WordPress дозволяє швидко запускати повноцінний інтернет-магазин без значних фінансових витрат та залучення команди розробників.

У межах даного дослідження було розроблено сайт інтернет-магазину «Kiddo» на базі WordPress із використанням WooCommerce, що забезпечує функціональність для управління каталогом товарів, замовленнями, платежами та інтеграцією з маркетинговими інструментами.

Актуальність теми. З огляду на зростання конкуренції в сфері онлайн-торгівлі, компанії та підприємці стикаються з викликами ефективного ведення бізнесу в цифровому середовищі. Створення власного інтернет-магазину дозволяє мінімізувати витрати на оренду торгових площ, автоматизувати процеси замовлення, покращити комунікацію з клієнтами та забезпечити аналітику продажів для подальшого вдосконалення бізнес-стратегії [2].

Гіпотеза. Використання WordPress для створення інтернет-магазину «Kiddo» забезпечить:

1. Швидке розгортання сайту – завдяки готовим шаблонам та плагінам.
2. Зручне управління контентом – інтуїтивно зрозуміла панель адміністратора.
3. Масштабованість та гнучкість – можливість додавання нового функціоналу за потреби.

Результати дослідження.

1. Вибір платформи та плагінів: для реалізації інтернет-магазину обрано WordPress з плагіном WooCommerce, який забезпечує повний набір інструментів для електронної комерції [3].
2. Розробка дизайну та структури: створено адаптивний дизайн, що забезпечує коректне відображення на різних пристроях, та продуману структуру сайту для зручної навігації користувачів.

3. Інтеграція додаткових плагінів: для розширення функціоналу використано плагіни для SEO-оптимізації, інтеграції з платіжними системами та службами доставки.

Висновки. Розробка інтернет-магазину «Kiddo» на платформі WordPress з використанням плагіну WooCommerce дозволила створити ефективний та зручний ресурс для електронної комерції. Гнучкість та масштабованість платформи забезпечують можливість подальшого розвитку та вдосконалення сайту відповідно до потреб бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Розробка інтернет-магазину на WordPress: що потрібно знати? Webnauts. URL: https://webnauts.pro/uk/blog/rozrobka-internet-magazynu-na-wordpress/
2. Як створити інтернет-магазин на WordPress з WooCommerce. HOSTiQ. URL: https://hostiq.ua/wiki/ukr/wordpress-shop/
3. 5 плагінів інтернет-магазину на WordPress. HOSTiQ. URL: https://hostiq.ua/blog/ukr/6-plugins-ecommerce-wordpress/

МЕТОДОЛОГІЯ ТЕСТУВАННЯ WEB-ІНТЕРФЕЙСІВ

Є. О. Стеценко, *спеціальність Комп'ютерні науки, група КН м-11*

Т. В. Чілікіна, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Інтерфейс – це ключовий елемент взаємодії людини з цифровими продуктами, який визначає зручність їх використання. З моменту появи комп'ютерних технологій інтерфейси пройшли шлях від текстових команд до зручних графічних рішень, що значно спростило роботу користувачів. Сьогодні, з розвитком інтернету та мобільних додатків, увага до зручності інтерфейсів стала ще важливішою, адже люди очікують простоти та швидкості у користуванні [1–3].

Сучасні цифрові продукти вимагають інтуїтивного та швидкого інтерфейсу, адже люди очікують мінімальних зусиль для досягнення своїх цілей. Якщо програма чи сайт незручні, користувачі просто перестають ними користуватися. Дослідження показують, що 88 % людей не повертаються після негатив-

ного досвіду, а 70 % компаній втрачають клієнтів через складний дизайн [2].

Саме тому важливо регулярно тестувати інтерфейси та вдосконалювати їх.

Серед основних методів перевірки інтерфейсів виділяють такі:

Юзабіліті-тестування – користувачі виконують певні завдання, а спеціалісти спостерігають за їхніми діями, фіксуючи труднощі. Дослідження показали, що тестування на п'яти користувачах дозволяє виявити 85 % проблем [3].

A/B-тестування – метод порівняння двох варіантів інтерфейсу для визначення ефективнішого рішення. Наприклад, зміна кольору кнопки або її розташування може суттєво вплинути на поведінку користувачів.

Теплові карти – інструмент, що допомагає визначити, які елементи інтерфейсу найбільше привертають увагу користувачів, а які залишаються непоміченими.

Тестування інтерфейсів включає кілька основних етапів:

- Визначення цілей – потрібно зрозуміти, що саме перевіряється: зручність навігації, простота виконання завдань чи загальне враження від використання продукту.
- Формування групи тестувальників – важливо залучати людей, які є потенційними користувачами продукту, адже їхні очікування можуть суттєво відрізнятися.
- Створення сценаріїв тестування – тестувальники виконують типові дії, такі як реєстрація, пошук інформації або оформлення замовлення.
- Проведення тестування – спеціалісти спостерігають за взаємодією користувачів із продуктом, фіксуючи труднощі.
- Аналіз результатів – отримані дані дозволяють виявити основні проблеми та знайти способи їх усунення.
- Внесення змін та повторне тестування – після виправлення помилок тестування проводять повторно, щоб оцінити ефективність змін.

Регулярне тестування дозволяє покращити користувацький досвід і зменшити кількість людей, які відмовляються від використання продукту через незручність. Наприклад, компанія Amazon постійно змінює дизайн сторінок, щоб зробити покупки

простішими, а сервіс Airbnb вдосконалює процес бронювання, зменшуючи кількість незавершених угод.

Отже, якісний інтерфейс є важливою складовою успішного цифрового продукту. Він впливає на задоволеність користувачів, їхню активність та загальну популярність сервісу. Ефективне тестування допомагає створювати зручні та зрозумілі рішення, що сприяє лояльності аудиторії та успішності продукту на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Манаков В. П., Бізюк О. О., Бізюк О. В. Дослідження формальних оцінок якості UI/UX сайтів // Біоніка інтелекту. 2017. № 2 (89). С. 132–137.
2. 27 Eye-Opening Website Statistics [Updated for 2023]. *The Webflow support you have been looking for Support when and how you need it.* URL: https://www.sweor.com/firstimpressions.
3. Nielsen J. Why You Only Need to Test with 5 Users. *Nielsen Norman Group*. URL: https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/

ПРОЄКТУВАННЯ ТА РОЗРОБКА ЕЛЕМЕНТІВ ІНФОРМАЦІЙНОГО САЙТУ ДЛЯ МАЙСТЕРНІ «Slim Lite» З ВИГОТОВЛЕННЯ ЕЛЕКТРОНІКИ

В. В. Ткачов, *здобувач освіти спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

Ю. Ф. Олексійчук, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі вебсайти стали невід'ємною частиною бізнесу, оскільки вони є основним інструментом для представлення продуктів та послуг, взаємодії з клієнтами та підвищення рівня довіри до бренду. Наприклад, для майстерні, яка спеціалізується на виготовленні електронних виробів, створення інформаційного вебсайту допоможе залучити нових клієнтів, надати їм зручний доступ до інформації про продукцію.

Необхідність створення вебсайту обумовлена зростаючою популярністю індивідуальних та персоналізованих електронних

пристроїв. Користувачі все частіше зацікавлені не лише у придбанні товарів, а й у отриманні детальної інформації про їх налаштування, модернізацію та ефективне використання. Крім того, ключовими аспектами є підтримка багатомовності, адаптивний дизайн для зручного перегляду на мобільних пристроях, а також інтерактивні елементи інтерфейсу, які забезпечують комфортну взаємодію з сайтом.

У ході дослідження було проведено вивчення актуальних підходів до створення інтерфейсів та функціональності вебресурсів. Проєктування структури сайту та інтерфейсу здійснювалося з урахуванням зручності користування, що включає створення інтуїтивно зрозумілої навігації та адаптацію дизайну для різних пристроїв. Використано сучасні технології веб-розробки, такі як HTML, CSS, JavaScript та системи управління контентом (CMS), що забезпечує високу якість та функціональність сайту [1–4].

Усі використані інструменти наразі є досить популярними завдяки тому, що вони надають зручні та ефективні рішення для більшості необхідних задач, які необхідно вирішувати розробнику. Саме тому, було обрано саме їх.

Оскільки майстерня займається виготовленням електронних продуктів та різноманітних доповнень для VR-технологій, то це, зокрема, забезпечує розвиток та розповсюдження даної сфери, оскільки ще пару років тому індустрія віртуальної та доповненої реальності була менш популярною ніж зараз.

Вебсайт є інформаційною платформою, основним завданням якої є демонстрація продукції майстерні, а також надання відвідувачам детальних відомостей про вироби, умови їх використання та можливості індивідуального використання із можливістю модифікації.

Сайт поєднує функціональність інтернет-магазину та інформаційного порталу, що робить його зручним для широкого кола користувачів.

Головною інноваційною рисою є розділ «Посібник» (рис. 1), який пропонує два варіанти перегляду: «базовий» та «розширений». Це дозволяє користувачам з різним рівнем технічних знань отримувати потрібну інформацію у зручному для них вигляді.

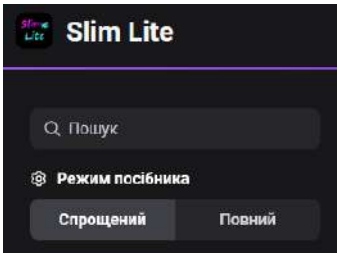


Рисунок 1 – Розділ «Посібник»»

Такий підхід робить контент більш доступним і покращує взаємодію з платформою.

Таким чином, результатом роботи стане розробка сучасного, функціонального та інтуїтивно зрозумілого веб-сайту, який повністю відповідає поточним потребам майстерні та забезпечує ефективну взаємодію з користувачами. Цей ресурс виділятиметься серед аналогічних рішень завдяки зручному інтерфейсу, розширеним можливостям та високому рівню сервісу, що робить його привабливим для клієнтів і конкурентоздатним на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Rappin N. Modern CSS with Tailwind: Flexible Styling without the Fuss / Noel Rappin. – The Pragmatic Bookshelf, 2021. – 90 p. – ISBN: 9781680508182.
2. Офіційна документація React. URL: https://reactjs.org/docs/
3. Офіційна документація Node.js. URL: https://nodejs.org/en/docs
4. Сучасний довідник з JavaScript // JavaScript.info. URL: https://uk.javascript.info/

ПРОЄКТУВАННЯ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ З ВИКОРИСТАННЯМ DJANGO

І. Я. Цілуйко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*
О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вступ. Сучасні інформаційні технології відіграють важливу роль у розвитку електронної комерції. Зростаючі вимоги користувачів до продуктивності, масштабованості та безпеки веб-до-

датків спонукають розробників використовувати сучасні технології. У межах даного дослідження було поставлено завдання розробити інтернет-магазин, який забезпечує реєстрацію користувачів, управління кошиком, обробку замовлень, інтеграцію платіжної системи Stripe, а також впровадження ефективних механізмів пошуку товарів через Elasticsearch. Для підвищення продуктивності використано кешування Redis та асинхронні задачі на базі Celery [1–6].

Постановка задачі. Головною метою розробки є створення функціонального та масштабованого інтернет-магазину. Користувачі отримують можливість реєструватися, автентифікуватися та відновлювати доступ через електронну пошту. Для зручності навігації та управління покупками реалізовано кошик, де можна додавати товари, переглядати їх опис і оформлювати замовлення. Інтеграція з платіжною системою Stripe дозволяє користувачам здійснювати оплату в безпечному середовищі. Також передбачено використання асинхронних процесів для оптимізації роботи сервісу, зокрема надсилання електронних листів через Celery. Покращення продуктивності досягнуто завдяки кешуванню даних у Redis, що зменшує навантаження на базу даних. Крім того, пошук товарів здійснюється за допомогою Elasticsearch, що забезпечує швидке та точне знаходження необхідних позицій у каталозі.

Вибір інструментарію. Для реалізації проєкту було обрано стек технологій, що забезпечує оптимальне функціонування системи. Основою розробки є Django – потужний веб-фреймворк на Python, який містить вбудовані засоби для адміністрування, ORM для взаємодії з базами даних та гнучку систему шаблонів. Як основна база даних використовується PostgreSQL, що дозволяє працювати з великими обсягами інформації. Оптимізація роботи досягнута через Redis, який виконує роль кешу, а також Celery, що забезпечує обробку фонових задач. Платіжна система Stripe інтегрована для надання безпечного механізму проведення платежів. Дизайн та адаптивність забезпечені використанням Bootstrap.

Реалізація структури. Архітектура інтернет-магазину побудована з урахуванням модульності та зручності розширення. База даних складається з декількох ключових моделей, серед яких модель користувача для управління обліковими записами, модель товару для збереження характеристик продукції, модель

кошика для роботи з покупками, а також модель відгуків, яка дозволяє користувачам залишати коментарі про товари. Використання шаблонів Django та класових представлень дозволило реалізувати ефективну взаємодію між користувачем і серверною частиною.

Висновки. Розроблений інтернет-магазин забезпечує широкий функціонал для користувачів, дозволяючи їм зручно оформлювати замовлення, здійснювати безпечні платежі та отримувати персоналізований досвід. Завдяки використанню Django, Stripe, Elasticsearch, Celery та Redis вдалося досягти високої продуктивності та стабільності системи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Django Documentation. URL: https://docs.djangoproject.com.
2. PostgreSQL Documentation. URL: https://www.postgresql.org/docs/
3. Redis Documentation. URL: https://redis.io/documentation.
4. Celery Documentation. URL: https://docs.celeryq.dev.
5. Stripe API Documentation. URL: https://stripe.com/docs.
6. Elasticsearch Guide. URL: https://www.elastic.co/guide.

DEVELOPMENT OF A TIME MANAGEMENT AND PRODUCTIVITY APPLICATION WITH AUTOMATED REPORTING FUNCTIONALITY

S. Shustval, *Department of electrical and computer engineering Hellenic Mediterranean University;*
O. O. Chernenko, *Ph.D. in Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the Department of Computer Science and Information Technology – Scientific Advisor*
Poltava University of Economics and Trade

Introduction. In the modern work environment, effective time management and productivity tracking are crucial for both individuals and organizations. The integration of automated reporting into these processes enhances transparency and decision-making efficiency. Existing tools such as Time Camp and Clockify have demonstrated the benefits of automated time tracking and reporting in improving work efficiency and accuracy [1, 2]. However, many solutions lack advanced customization and integration features tailored to specific business needs.

Relevance of the Topic. Traditional methods of time tracking, such as manual timesheets, are prone to errors and can be time-consuming. Automated solutions not only reduce administrative burdens but also provide real-time insights into productivity patterns [2]. This is particularly important in remote work settings, where monitoring and maintaining productivity can be challenging. The development of an application that combines time management, productivity tracking, and automated reporting addresses these challenges by offering a comprehensive solution [3].

Key Features and Innovations. The proposed time management and productivity application introduces a holistic approach to work efficiency by integrating intelligent automation, behavioral analytics, and adaptive reporting. Unlike traditional time trackers, this solution does not rely solely on manual input but leverages machine learning algorithms to recognize work patterns and suggest optimizations for task prioritization and time allocation.

One of the standout features is AI-driven work session analysis, which detects inefficiencies by analyzing users' digital interactions, such as keyboard activity, application usage, and focus time. Based on these insights, the system provides personalized recommendations, including suggestions for time blocking, reducing distractions, and improving task distribution.

The application also includes a built-in performance forecasting engine, allowing users to visualize potential productivity trends based on past behavior. This helps individuals and teams anticipate workload bottlenecks and adjust schedules dynamically, ensuring better time management.

Additionally, adaptive reporting is introduced, where users can customize reporting formats to align with personal or organizational preferences. Rather than generating static reports, the system provides interactive dashboards with real-time data visualization, comparative analytics, and goal progress tracking.

To enhance team collaboration, the application integrates gamification mechanics, such as productivity streaks, achievement badges, and team performance comparisons. This feature is designed to boost engagement and motivation by encouraging users to maintain efficient work habits in a rewarding and competitive environment.

By combining automation, intelligent analytics, and an intuitive user experience, this application transforms time management from a

passive logging tool into an active productivity enhancer that adapts to the user's work style and goals.

Conclusions. The developed application effectively addresses the need for accurate time tracking and productivity management. By automating reporting processes, it reduces administrative tasks and provides valuable insights into work patterns, thereby supporting informed decision-making and fostering a culture of accountability and efficiency.

List of used information sources

1. TimeCamp – Free Time Tracking Software. URL: https://www.timecamp.com.
2. Clockify – Free Time Tracker and Timesheet App. URL: https://clockify.me.
3. TrackingTime – Time Tracker Software for Productive Teams. URL: https://trackingtime.co.

РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ВЕБСАЙТУ ПО ГРІ WARFRAME

Д. О. Юдкін, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-41*

Т. В. Чілікіна, *канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному цифровому середовищі ігрова індустрія відіграє ключову роль у формуванні онлайн-культури, а також у розвитку мультимедійного контенту [1–4]. Вебсайти, присвячені популярним відеоіграм, виконують не лише інформаційно-довідкову функцію, а й сприяють об'єднанню спільнот гравців та підтримці їх інтересу до проєкту. Метою цієї роботи є створення сучасного, зручного та інформативного вебресурсу, присвяченого популярній грі Warframe.

Для розробки інформаційного вебсайту про гру «Warframe» було обрано наступні інструменти та технології:

- React – для побудови інтерфейсу користувача;
- TypeScript – для статичної типізації;
- Tailwind CSS – для швидкого стилювання;
- Vite – як збирач проєкту;
- VS Code – як основне середовище розробки.

Робота над сайтом включала створення адаптивного макету, верстку з використанням Tailwind CSS, компонування React-компонентів, а також налаштування маршрутизації між сторінками. Дизайн сайту виконано в сучасному геймерському стилі, що підкреслює тематику гри: темно-синій, білий та яскраво-блакитний (рис. 1). Було реалізовано окремі сторінки з тематичним контентом: про персонажів Warframe, ігрову систему, внутрішньоігрові фракції, ресурси та торгівлю, а також сторінку з інформацією про особистий корабель гравця. Кожна зі сторінок містить структуровані блоки тексту, зображення, заголовки та кнопки. Додано анімації, інтерактивні елементи та відеоблоки. Сайт працює локально за допомогою Vite.

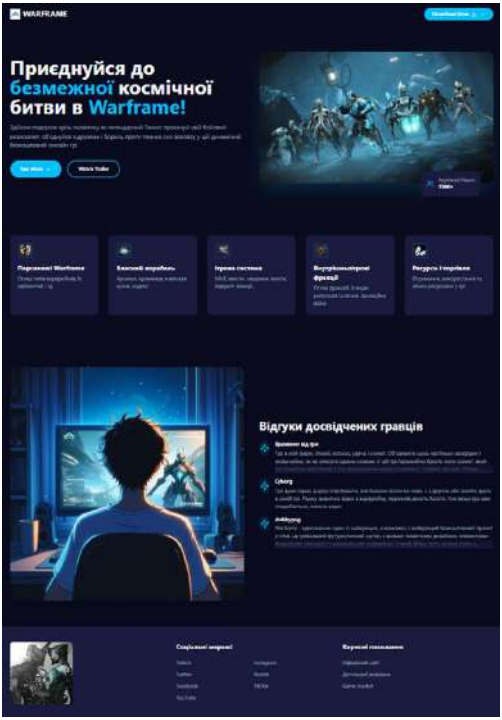


Рисунок 1 – Фрагмент головної сторінки вебсайту

Тестування є важливим етапом розробки веб-сайту, оскільки воно дозволяє переконатися, що всі функції працюють коректно

і користувачам буде зручно взаємодіяти з ресурсом. Під час розробки інформаційного сайту гри «Warframe» було проведено ряд тестувань: функціональне тестування, перевірка продуктивності та тестування кросбраузерної сумісності. Особливу увагу приділено адаптивному дизайну – сайт коректно відображається на мобільних, планшетах та десктопах.

У результаті роботи було створено інформаційний сайт, який містить тематичну інформацію, структуровані сторінки, медіаконтент та базові інтерактивні елементи. Результат може бути використаний як основа для повноцінного порталу фан-спільноти гри.

Список використаних інформаційних джерел

1. Річард Пулін. Школа дизайну: макет : практ. посіб. для студентів і дизайнерів. Манн, Іванов и Фербер, 2019. 232 с.
2. React: сучасні шаблони для розробки додатків / Порселло Е., Бенкс А. 2-ге видання.
3. JavaScript повне керівництво; довідник по найпопулярнішій мові програмування / Фленаган Д. 7-е вид.
4. Ефективний TypeScript: 62 способи поліпшити код. Ден Вандеркам.

МОТИВАЦІЯ В КОМАНДІ: ЯК ПІДТРИМУВАТИ ВИСОКУ ПРОДУКТИВНІСТЬ ТА ЗАЛУЧЕНІСТЬ?

М. О. Данилейко, *студент спеціальності Маркетинг «Інтернет-маркетинг», група М ІМ б-21;*
Н. В. Калюжна, *студентка спеціальності Філологія «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», група ФІЛ б-21*
С. І. Нестуля, *д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де успіх організації багато в чому залежить від згуртованості команди та високої продуктивності кожного її члена, питання мотивації набуває особливої актуальності. Мотивація є одним із ключових факторів успішної роботи команди, незалежно від її специфіки. Вона є ключовим чинником успішної роботи команди, оскільки впливає на продуктивність, задоволеність роботою та ефективність співпраці.

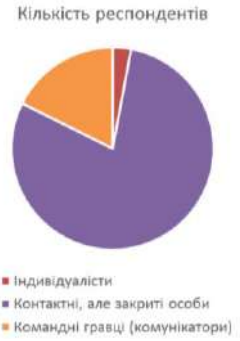
Мотивація – це внутрішній процес, який спрямовує, активізує та регулює поведінку людини. Вона виступає рушійною силою, яка стимулює досягнення поставлених цілей і реалізацію потенціалу. У контексті командної роботи мотивація особливо важлива, оскільки ефективність команди залежить від рівня участі та відданості кожного члена. Мотивація визначається як сукупність внутрішніх і зовнішніх стимулів, які спонукають людину до виконання певної діяльності. Він включає особистісні фактори (потреби, цінності, переконання) і зовнішні фактори (матеріальні та нематеріальні винагороди, корпоративна культура, умови праці).

У студентському та шкільному самоврядуваннях мотивація визначає рівень активності учасників, їхню зацікавленість у спільних проєктах, а також ефективність реалізації ініціатив. Участь у діяльності студентських та учнівських організацій сприяє формуванню у студентів та учнів соціальних навичок (soft skills), які стануть основою професійного росту після

закінчення школи чи університету. До soft skills належать в тому числі й навички командної роботи.

Вивчення теоретичних підходів до мотивації в команді показало, що найкраще поєднання внутрішніх і зовнішніх стимулів дозволяє створити умови для високої продуктивності. Практичний досвід студентських та учнівських органів самоврядування показує, що систематичне застосування мотиваційних заходів сприяє не тільки досягненню поставлених цілей, але й розвитку особистих та комунікативних навичок.

З метою аналізу здатності до командної роботи учнів/студентів та рівня особливості поведінки особистості під час роботи в команді ми вирішили провести дослідження у вигляді опитування серед молоді Полтавської територіальної громади, охопивши 4 навчальних заклади Полтавського району, з яких 3 університети та 1 школа. Це Полтавський університет економіки і торгівлі, Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка, Полтавський державний медичний університет та Полтавська загальноосвітня школа І–ІІІ ступенів № 9 Полтавської міської ради Полтавської області. На подані запитання респонденти надавали відповіді «Так/Ні», за які нараховувалися відповідні бали: за кожен обраний варіант «Так» – 5 балів, а за варіант «Ні» – 0 балів.



Усього було опитано 34 респонденти, з яких 1 виявився тим, кому дуже складно працювати в команді (індивідуалістом), 27 респондентів – контактними, але закритими особами, та лише 6 респондентів командні гравці/комунікатори. Ці результати бачимо на наведеній нижче діаграмі.

Аналіз отриманих даних свідчить про низький рівень залученості респондентів до командної діяльності: ці 28 респондентів можуть бути не вмотивовані до командної роботи, адже не мають риси командного гравця, можуть відчувати труднощі або навіть не мати достатньої мотивації для ефективної командної співпраці, їм бракує або комунікативних, або соціальних навичок, необхідних для продуктивної співпраці. Це свідчить про відсутність розуміння та залучення саме цих респондентів до роботи в команді, що може бути зумовлено як і внутрішніми, так і зовнішніми факторами мотивації членів команди. Якщо немає чітких принципів командної взаємодії, більшість людей обиратиме індивідуальний стиль роботи, оскільки це простіше і передбачуваніше.

На основі отриманих результатів проведеного нами дослідження ми можемо запропонувати декілька напрямів для покращення рівня командної взаємодії.

На нашу думку, доцільним є впровадження тренінгових програм, націлених на розвиток навичок ефективної комунікації, взаємодії в команді та лідерства, де під час виконання інтерактивних завдань у форматі рольових ігор та кейс-методу може допомогти учням/студентам зрозуміти цінність командної роботи та адаптуватися до її особливостей. Паралельно з цим необхідно впроваджувати механізми внутрішньої та зовнішньої мотивації у вигляді матеріальних та нематеріальних стимулів. Застосування персоналізованих стратегій залучення до групової роботи може сприяти підвищенню ефективності співпраці. Важливо створювати корпоративну культуру, що сприятиме розвитку довіри, відкритості та взаємопідтримки між командою – це може включати організацію спільних проєктів та заходів, які базуються на принципах колаборації та спільного прийняття рішень.

Запропоновані рекомендації можуть сприяти не лише покращенню рівня командної роботи, але й загальному підвищенню продуктивності, якості комунікації та рівня задоволеності учасників. Комплексний підхід, що включає навчання, зміну організаційної культури та адаптацію мотиваційних механізмів, дозволить не лише покращити ефективність існуючих команд, а й сприяти формуванню нового покоління професіоналів, здатних успішно працювати у спільному середовищі.

Мотивація в команді – це не тільки особистий процес, але й взаємопов'язана система, де емоційний фон, рівень задоволення та професійне зростання кожного члена взаємодіють заради спільної мети. Ефективна комунікація, заохочення до новаторства та розвиток лідерських навичок формують атмосферу, де кожен відчуває свою важливість і відповідальність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нестуля О. О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / Нестуля О. О., Нестуля С. І. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
2. Нестуля О. О. Основи лідерства. Наукові концепції (середина XX – початок XXI ст.) : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 375 с.
3. Матвійчук В. Л. Формування навичок командної роботи у студентських організаціях. ВНТУ, 2020. URL: https://ir.lib.vntu.edu.ua//handle/123456789/45183.
4. Центр розвитку кар'єри та неперервної освіти ВНТУ. Тест «Здатність до командної роботи», 2017. URL: https://career.vntu.edu.ua/ukr/index.php?option=com_content&view=article&id=714:test-1-zdatnist-do-komandnoi-roboty&catid=41&Itemid=893.

СИЛА ІДЕЇ: ЖИТТЄВЕ ЛІДЕРСТВО СТІВА ДЖОБСА

М. С. Єремейчук, *студент спеціальності Маркетинг, група М б-11*

О. О. Нестуля, *д-р іст. наук, професор, ректор – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Стів Джобс – визначна постать у світі сучасних технологій, бізнесу та дизайну. Його життєвий шлях є прикладом трансформації інноваційної ідеї в реальні продукти, що змінили стиль життя мільйонів людей. Народжений у 1955 році в Сан-Франциско, Джобс рано виявив інтерес до електроніки, що пізніше стало основою його підприємницької діяльності. У 1976 році він разом зі Стівом Возняком заснував компанію Apple, яка зробила персональні комп'ютери доступними для широкого загалу.

Ключовим елементом лідерства Джобса було поєднання глибокого розуміння потреб користувачів із здатністю мислити поза межами стандартів. Його бачення майбутнього технологій

реалізувалося у революційних продуктах – Macintosh, iPod, iPhone, які не лише задовольняли функціональні запити, а й формували нову культуру споживання.

Особливу увагу Джобс приділяв дизайну як інструменту комунікації між технологією та користувачем. Створюючи інтуїтивно зрозумілі продукти, він змінив уявлення про зручність, простоту та естетику у техніці. Його кредо «Think Different» заклало підґрунтя нової філософії інноваційного підприємництва.

Лідерський стиль Джобса відзначався харизматичністю, високими вимогами до якості й увагою до деталей. Його здатність надихати команду та формувати сильне стратегічне бачення зробили Apple однією з найуспішніших компаній у світі. Водночас історія створення NeXT і повернення до Apple свідчить про здатність Джобса долати кризи, зберігаючи віру в ідею.

- Джобс показав, як сильна ідея може трансформувати цілу індустрію. Він не лише створював продукти, а й формував нові способи мислення про те, як технології можуть інтегруватися в наше життя.
- Ця здатність мати чітке бачення й надихати команду є важливою для лідерів у будь-якій сфері сьогодні.
- Джобс змінив стандарти, перетворюючи складні технології на прості й доступні для кожного.
- У світі, де постійно змінюються потреби суспільства, його підхід до креативності й адаптації служить моделлю для компаній, які хочуть залишатися конкурентоспроможними.
- Завдяки своїм продуктам і ідеям, Джобс вплинув на спосіб комунікації, творчості та роботи мільйонів людей. Наприклад, смартфони, які стали невіддільною частиною нашого життя, виникли завдяки його прагненню до зручності й функціональності.
- Його історія – це приклад того, як невдачі можуть стати трампліном до ще більших успіхів. Тимчасова втрата місця в Apple і створення NeXT – це уроки, які підкреслюють важливість наполегливості та віри в свої ідеї.
- Джобс служить прикладом для багатьох підприємців і лідерів. Його мова перед випускниками Стенфорда в 2005 році нагадує про важливість слідувати своєму серцю, навіть якщо шлях складний.

Життєве лідерство Стіва Джобса є актуальним прикладом для сучасного покоління підприємців і лідерів, демонструючи силу ідеї як рушійну силу змін, інновацій і суспільного прогресу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нестуля О. О. Основи лідерства. Уроки видатних підприємців / Нестуля О. О., Нестуля С. І. – Київ : Знання, 2013. – 358 с. – С. 46–55.
2. Нестуля О. О. Основи лідерства. Наукові концепції (середина XX – початок XXI ст.) : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 375 с.

ПРИКЛАД УСПІХУ ТА ЛІДЕРСТВО РІЧАРДА БРЕНСОНА

А. А. Кірієнко, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-21*
С. І. Нестуля, *д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі підприємництва постать лідера відіграє ключову роль у формуванні успішних бізнес-структур та трансформації економічних процесів. Одним із найяскравіших прикладів підприємця-новатора є Річард Бренсон – засновник корпорації *Virgin Group*, що об'єднує понад 400 компаній у різних сферах, зокрема в музиці, авіаперевезеннях, туризмі, медіа, інноваційних технологіях та космічному туризмі.

Річард Бренсон є не лише прикладом успішного підприємця, але й справжнього лідера. Який ставить загальнолюдські цінності в основу своєї бізнес корпорації. Якщо раніше бізнесмен приїздив в Україну, щоб ділитися уроками лідерства в бізнесі, то з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну, він став амбасадором і людиною, яка сміливо підтримує героїчну боротьбу українського народу за свободу і незалежність.

Успіх Бренсона базується не лише на підприємницькій інтуїції та здатності приймати нестандартні рішення, але й на його унікальному стилі лідерства, який поєднує сміливість, відкритість до ризику, вміння надихати команду та будувати ефективну комунікацію. Він демонструє, що справжнє лідерство – це не лише управління, а й активна участь у зміні світу через соціаль-

ну відповідальність, підтримку глобальних ініціатив і гуманітарних проєктів.

Річард Бренсон – приклад підприємця, який зміг побудувати успішну багатогалузеву бізнес-імперію, не маючи класичної бізнес-освіти. Свою невгамовну пристрасть до підприємництва Річард пояснює домашнім вихованням «Мої батьки постійно говорили мені: Не сиди перед телевізором, роби що-небудь». «І це «роби» застрягло в моїй голові».

Його перший комерційний проєкт – фірма з продажу грампластівок «Virgin Mail Order», започаткована у 1970 році, стала першим кроком на шляху створення глобального бренду *Virgin*. А вже у 1972 році він заснував студію звукозапису «Virgin Records», яка відкрила світові багатьох культових виконавців.

У подальшому Бренсон активно розширював бізнес: у 1984 р. створив авіакомпанію «Virgin Atlantic», яка згодом набралась сміливості кинути виклик гіганту «British Airways». Він не боявся експериментувати, виходячи на ринки комп'ютерних ігор, залізничних перевезень та енергетики. Згодом бренд «Virgin» перетворився на своєрідну «парасольку», під якою розвивались десятки нових компаній. Зрештою, Бренсон став піонером космічного туризму, заснувавши «Virgin Galactic» і в 2021 році здійснивши власний політ у космос на кораблі VSS Unity.

Ключовою рисою лідерства Бренсона є здатність бачити можливості там, де інші бачать ризики. Його інтуїція, сміливість та здатність до швидкого прийняття рішень стали запорукою успіху. Він вважає, що головне – не лише створити ідею, а й вчасно її реалізувати. Бренсон наголошує на важливості особистої організованості: щоденне планування, ведення записів і концентрація на цілі – його незмінні принципи.

Крім того, він створює у своїх компаніях культуру довіри та підтримки, мотивуючи співробітників ентузіазмом і відкритою комунікацією. На його думку, справжній лідер – це не той, хто командує, а той, хто надихає. Також Бренсон приділяє увагу соціальним ініціативам: він є співзасновником організації «The Elders» та активно підтримує боротьбу зі зміною клімату.

Таким чином, успіх Річарда Бренсона є результатом поєднання інноваційного мислення, ризикованого, але виваженого підходу до бізнесу та яскраво виражених лідерських якостей, які дозволили йому впливати не лише на економіку, а й на суспільство в цілому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нестуля О. О. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / Нестуля О. О., Нестуля С. І. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
2. Нестуля О. О. Основи лідерства. Наукові концепції (середина XX – початок XXI ст.) : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Полтава : ПУЕТ, 2016. – 375 с.

ЛІДЕР ЯК МЕДІАТОР: РОЛЬ У ВИРІШЕННІ КОНФЛІКТІВ В КОМАНДІ

Ю. С. Штерман, *студентка спеціальності Економіка, ОП «Управління персоналом міжнародних корпорацій», група Е УПМК б-31*
Л. В. Рудич, *канд. екон. наук, доцент кафедри управління персоналом, економіка праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних організаціях конфлікти є неминучими через різноманітність поглядів, цінностей та інтересів членів команди. Вони можуть виникати через конкуренцію за ресурси, розбіжності у поглядах на виконання завдань, культурні відмінності чи особистісні риси. Якщо конфлікти залишити без уваги, це може призвести до зниження продуктивності, зростання рівня стресу та навіть до розпаду команди. Саме тому ефективне вирішення конфліктів є одним із ключових завдань лідера, який виконує роль медіатора.

Лідер-медіатор не просто керує командою, але й створює умови для ефективної комунікації та співпраці. Він допомагає учасникам конфлікту почути один одного, зрозуміти позиції та знайти компроміс. Саме завдяки такій ролі лідер може трансформувати конфлікти з руйнівної сили на інструмент розвитку та вдосконалення команди.

Лідер, який виконує функцію медіатора, відіграє важливу роль у командному середовищі, адже він формує атмосферу довіри та відкритості, створює середовище, де кожен член команди може висловити свою думку без страху осуду або негативних наслідків.

Як показують дослідження, для досягнення найкращих результатів у вирішенні конфліктів лідер може використовувати такі методи:

1. Визначення сутності конфлікту – детальний аналіз ситуації, з'ясування реальних причин конфлікту та розуміння позицій усіх його учасників. Лідер має чітко ідентифікувати фактори, що спровокували конфлікт.

2. Забезпечення конструктивного спілкування – створення умов, у яких сторони можуть вільно висловити свою думку без страху репресій або осуду. Використання структурованих дискусій допомагає краще зрозуміти точки зору всіх учасників.

3. Використання активного слухання – застосування технік активного слухання для демонстрації поваги до учасників конфлікту та забезпечення їхнього почуття залученості до процесу вирішення проблеми. Лідер уточнює та резюмує висловлені позиції, щоб уникнути непорозумінь.

4. Збереження нейтральності – уникнення підтримки будь-якої зі сторін конфлікту та об'єктивний аналіз ситуації. Медіатор контролює свої емоції та висловлюється неупереджено.

5. Переговори та пошук компромісу – використання переговорних технік для досягнення взаємовигідного рішення. Лідер може застосовувати методи «виграш – виграш», які спрямовані на досягнення довготривалого вирішення.

6. Запобігання майбутнім конфліктам – аналіз причин конфліктів і розробка стратегії для їх мінімізації у майбутньому. Лідер упроваджує чіткі правила взаємодії, розробляє механізми раннього виявлення напруженості та сприяє формуванню культури відкритого діалогу.

Лідер, який виконує роль медіатора, сприяє не лише вирішенню конфліктів, але й зміцненню команди, підвищенню її згуртованості та продуктивності. Конфлікти не варто сприймати як загрозу – вони можуть стати можливістю для розвитку, якщо їх правильно керувати. Лідери, які володіють навичками медіації, допомагають командам не лише уникати конфронтацій, а й ефективно працювати над досягненням спільних цілей. Використання відповідних методів і стратегій дозволяє не лише вирішувати конфлікти, але й формувати довірливі взаємовідносини в колективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Трофименко А. В., Константинова Ю. В. Конфліктологія та теорія переговорів : навч. посіб. Маріуполь : Маріупольський державний університет, 2020. С. 317–326. URL: https://repository.mu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2586/1/np_konfliktologiia.pdf.
2. Лідерство та нетворкінг : навч. посіб. Харків : Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, 2024. С. 128–131. URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/63138/1/Kl_liderstvo_netvorking_073_24.pdf.
3. Михаліцька Н. Я., Яцик М. Р. Лідерство та комунікації в організації : навч. посіб. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2024. С. 277–290. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/8174/1/%D0%9B%D1%96%D0%B4%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE%20%D1%82%D0%B0%20%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D1%83%D0%BD%D1%96%D0%BA%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_print.pdf.

БАНКІВСЬКИЙ РИНОК УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

М. Д. Ачкасова, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Банківський ринок послуг – ключовий та необхідний елемент сучасної ринкової економіки. З цієї причини спостерігається усе більший інтерес до різноманітних аспектів функціонування банків та способів їхнього управління.

Військові дії призвели до падіння довіри до банківської системи з боку як населення, так і підприємців. Значна частина вкладників почала вилучати свої заощадження з депозитів, посилюючи проблеми з ліквідністю банків.

Аналізуючи зміни кількості банків в Україні з 01.01.2008 до 01.01.2024, можна виокремити два основні періоди: період до війни (до 2014 р.) та період військових дій та кризи (з 2014 р. по теперішній час). *Період до війни (2008–2014):* В цей проміжок часу фіксувалась тенденція до стабільного розвитку банківського сектору. Число банків залишалось відносно незмінним, попри негативний вплив світової фінансової кризи 2008 р. Відновлення економіки сприяло припливу інвестицій, розширенню кредитування та збільшенню депозитної бази. *Період війни та криз (2014–2024):* З початком воєнних дій у 2014 р. та анексією Криму банківська система зазнала значних змін. Почалось масове закриття банків через втрату платоспроможності, відтік капіталу та збільшення частки проблемних кредитів. До того ж, Національний банк України здійснив масштабну «очистку» сектору, ліквідуючи неплатоспроможні фінансові установи. Після 2022 р., у зв'язку з повномасштабним вторгненням, ситуація стала ще більш складною. Але, банківська система пристосувалась до військових реалій, реалізуючи антикризові заходи, наприклад, програми державної підтримки та цифровізацію фінансових послуг [1–2].

НБУ від початку повномасштабної війні, запровадив валютні обмеження та зафіксував курс гривні. Це було зроблено задля уникнення паніки серед населення. У квітні 2022 р. Національний банк України надав дозвіл на здійснення (peer to peer) P2P і «quasi cash» переказів на закордонні банківські рахунки. З жовтня 2023 р., регулятор впровадив режим управління гнучкістю обмінного курсу. Національний банк України також збільшив облікову ставку до 15,5 %. Ці постанови регулятора націлені на підтримку «привабливості заощаджень» в українській валюті, забезпечення стабільності валютного ринку та контрольоване управління інфляційними очікуваннями, що сприятиме поверненню інфляції на шлях сталого сповільнення, з метою досягнення цільового показника в 5 %.

За цей період відбулося також поширення технологій цифровізації банківських послуг серед громадян України. Україна долучилася у 2022 р. до програми «Цифрова Європа».

Зараз в Україні розглядається можливість створення нового типу фінансової установи – банк фінансової інклюзії, що працює з обмеженою ліцензією. Його завдання – обслуговування населення та бізнесу у регіонах, де відбуваються бойові дії, та підтримка соціально незахищенного населення.

Отже, українська банківська галузь зазнала глибоких змін внаслідок воєнних потрясінь та криз. До 2014 р. спостерігалося стійке зростання, однак військова агресія спричинила масштабне згортання банківської діяльності, відтік коштів та суттєве падіння довіри населення. Національний банк України зреагував на ситуацію, ввівши валютні обмеження, посиливши облікову ставку та активно впроваджуючи цифровізацію банківських послуг. Для підтримки регіонів, які постраждали від кризи, планується створити банки фінансової інклюзії. Незважаючи на численні труднощі, банківська система змогла пристосуватися до нових реалій, проте її майбутній розвиток буде визначатися стабільністю економіки країни та рівнем довіри громадян до банків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Динаміка роботи банківської системи з початку повномасштабного вторгнення, заходи стабілізації та прогнози для фінансового сектору. URL: https://finance.ua/ua/saving/czto-proishodilo-v-bankovskoj-sisteme-s-naczala-vojny.

2. Аналіз економічних заходів уряду, валютної політики, кредитування бізнесу та соціальної підтримки у воєнний час. URL: https://24tv.ua/ekonomika-ukrayini-pid-chas-viyni-yaki-zahodi-zaprovadzhuvav_n2749889.

ЄДИНИЙ ЦИФРОВИЙ РИНОК ЄВРОПИ І УКРАЇНИ

І. В. Бохан, *студент спеціальності Маркетинг, група М ІМ б-11*
А. М. Захаренко-Селезньова, *старший викладач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розквіт цифровізації України за останні роки відбувається за прикладом європейських країн. Відповідно до світових тенденцій ефективна політика у сфері цифровізації повинна окреслювати довгострокові цілі, додержуватись постійного підвищення капіталовкладень і інноваційні розробки з даного напрямку.

Цифрова революція, яка почалась із середини XX століття має наступні характерні риси об'єднання технологій між якими стираються межі у різноманітних галузях: біологічних, цифрових, фізичних [3].

За часи розвитку Незалежності, Україна пройшла наступні етапи цифрового вдосконалення, які пов'язані із світовими тенденціями цифрового ринку:

1. 1992–2000 роки – незначне використання мережі Інтернет серед споживачів та виробників;

2. 2000–2010 роки – активне використання цифрових технологій для генерації та збереження інформації;

3. 2010–2020 роки – епоха масового використання месенджерів, соціальних мереж, запровадження цифровізації як на побутовому рівні так і в бізнесі.

4. 2020 року до теперішнього часу (Індустрія 4.0) – наступний етап цифрової трансформації виробничих підприємств, що супроводжується прискореним впровадженням інтернет-технологій [2].

Єдиний цифровий ринок – за призначенням є економічним простором країн Євросоюзу, який включає в себе:

- сервіси електронної ідентифікації;
- об'єкти телекомунікацій;
- кібербезпека;

− довірчі послуги;
− захист персональних даних.

Вздовж останніх 10 років Європейська комісія веде роботу над об'єднанням національних ринків країн Євросоюзу у єдиний ринок, та підтримує зусилля України у намаганні увійти до нього.

У контексті стратегії єдиного цифрового ринку надається увага зменшення регуляторних перешкод та стимулювання безперешкодного руху товарів, послуг, людей. Основні принципи на яких заснована стратегія єдиного цифрового простору:

− необмежений і рівноправний доступ споживачів і бізнесу до цифрових продуктів;
− генерація зручних і однакових умов для розвитку цифрових мереж та інноваційних послуг;
− підтримка розвитку цифрової економіки країни.

Інструменти цифрового маркетингу дають можливість зворотного зв'язку та миттєвої реакції в реальному часі, а також отримання та використання даних для оперативних змін у стратегії єдиного цифрового ринку відповідно до реакції споживачів [1].

Єдиний цифровий ринок Європи і України може принести європейській економіці мільярди євро та згенерувати сотні тисячі нових робочих місць. Утворення єдиного цифрового ринку країн Євросоюзу та України відкриває для нашої країни виняткові можливості. Але здобутки Міністерства цифрової трансформації України має неперевершені здобутки які є цікавими і мають всі можливості поповнити цифровий простір Європи інноваційними продуктами, що мають можливість застосовувати як для споживачів так і для бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Захаренко-Селезньова, А. (2024). Сучасні маркетингові Digital тренди для підвищення конкурентних переваг підприємства. *Економіка та суспільство*, (69). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-98.
2. Ноджак, Л., & Паращич, М. (2022). Розвиток 4.0 Індустрії в Україні: проблеми, перспективи. *Економіка та суспільство*, (45). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-29.
2. Єфремова К. В. Єдиний цифровий ринок Європи і України. URL: https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2018/04/Yefremova.pdf.

СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ СНЕКІВ В КОНТЕКСТІ ТЕНДЕНЦІЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

Д. А. Гречка, *студентка спеціальності Маркетинг, ОПП «Маркетинг», група 4111*
О. М. Вовчанська, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Ринок снеків є одним із найдинамічніших у харчовій промисловості, і значною мірою його процвітання залежить від глибинного розуміння потреб різноманітних груп споживачів. Сегментування ринку відіграє ключову роль у виявленні важливих категорій покупців, аналізі їх вподобань та стимулів до здійснення покупки, що, у свою чергу, надає виробникам змогу розробляти цільові продукти, забезпечувати ефективне просування товарів на ринку та задовольняти потреби різних цільових аудиторій. У сучасних умовах снеки споживають люди різного віку, статі, рівня доходу та стилю життя, що робить ринок надзвичайно різноманітним (табл. 1).

Таблиця 1 – Сегментація ринку снеків за споживачами

Сегмент споживачів	Характеристика	Переваги та уподобання
Діти та підлітки (5–17 років)	Основні покупці через батьків або на кишенькові гроші	Яскраві упаковки, цікаві форми, солодкий смак (шоколадні батончики, цукерки, чіпси)
Молодь (18–30 років)	Активні, слідкують за трендами, часто ведуть швидкий спосіб життя	Зручність, смак, доступність (енергетичні батончики, солоні снеки, здорові перекуси)
Дорослі (31–50 років)	Працюючі люди, які шукають баланс між смаком та користю	Корисні снеки (зернові батончики, горіхи, сухофрукти), низькокалорійні продукти
Спортсмени та аудиторія, яка веде здоровий спосіб життя	Люди, які ведуть активний спосіб життя та дбають про здорове харчування	Високобілкові снеки, батончики з мінімальним вмістом цукру, натуральні інгредієнти
Люди похилого віку (50+ років)	Часто шукають легкі та корисні перекуси	Натуральні продукти (сушені фрукти, горіхи), легкі для жування снеки

Продовж. табл. 1

Сегмент споживачів	Характеристика	Переваги та уподобання
Родини	Покупки для всієї родини, включаючи дітей та дорослих	Універсальні продукти (чіпси, печиво, напої), великі упаковки, доступні ціни
Туристи та мандрівники	Люди, які часто подорожують або проводять час на відкритому повітрі	Легкі, портативні снеки (енергетичні батончики, горіхи, сухофрукти)

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу [1–4].

Сегментація ринку снеків за споживачами демонструє, що кожна група має свої унікальні потреби та уподобання. Діти та підлітки цінують яскравість та смак, тоді як дорослі та прихильники здорового способу життя звертають увагу на корисність і склад продуктів. Молодь, яка веде активний спосіб життя, шукає зручність та енергію, а люди похилого віку – легкі та натуральні перекуси.

Для виробників важливо враховувати ці особливості при розробці нових продуктів та маркетингових стратегій. Наприклад, зростання популярності здорового харчування стимулює випуск низькокалорійних та високобілкових снеків, тоді як попит на зручність підтримує популярність порційних упаковок та продуктів для туристів.

Розуміння сегментації ринку дозволяє не лише задовольняти потреби споживачів, але й ефективно конкурувати на ринку, пропонуючи товари, які відповідають сучасним трендам та очікуванням покупців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналіз ринку снеків в Україні. 2023 рік. URL: https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-snekov-v-ukraine-2023-god.
2. Бедій Н. І. Сегментація ринку продукції в контексті сучасних тенденцій споживчої поведінки. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 9. С. 84–90.
3. Зоріна О. І., Морозов О. М., Попков В. В. Маркетингові дослідження ринку снекової продукції // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука», 2019. С. 67–72.
4. Розмір світового ринку снеків: аналіз і прогноз. URL: https://loyalmachines.com/uk/blog/the-global-market-for-snack-food/

ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

І. О. Гриньков, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТМ(мб)-921*
Н. І. Трішкіна, *доцент кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Поведінка споживача – це дії, які виникають у процесі вибору або використання продуктів та послуг. Це явище, що включає економічні, психологічні та емоційні фактори [1].

В Україні спостерігається стабільне зростання проникнення мережі Інтернет серед населення. Щороку Інтернет стає доступнішим завдяки збільшення мережі покриття, поширенню електронних пристроїв для підключення до Інтернету та бажанню користувачів долучитися до всесвітньої павутини. Станом на січень 2015 року 61 % (22,4 млн) українців мають доступ до Інтернету, а 59 % (21,8 млн) є регулярними користувачами. Традиційно в Інтернеті все ще переважає молода аудиторія до 45 років (73 %), міські жителі (76 %), однак кожного року, за даними Factum Group Ukraine, цей розрив скорочується, оскільки саме аудиторія 45+ та сільські жителі є найбільш швидкозростаючою аудиторією [2].

Аналіз поведінки споживачів в соціальних мережах дозволяє фірмі отримати цінні дані про переваги та потреби своєї цільової аудиторії. Вивчення метрик, таких як час перебування на сайті, частота взаємодії з контентом, купівельні уподобання тощо, допомагає зрозуміти, що приваблює користувачів, а що навпаки відштовхує. На основі цих даних можна оптимізувати веб-сайт, покращити навігацію, а також створити персоналізований контент та пропозиції, що відповідають потребам кожного відвідувача веб-сайту і в майбутнього потенційного споживача.

У сучасному цифровому світі, де онлайншопінг стає дедалі популярнішим, важливим чинником, що впливає на рішення споживача про купівлю, є візуальні елементи. Графіка, дизайн, кольорова гама, фотографії та відео – все це відіграє вирішальну роль у створенні у споживача позитивного враження про продукт чи послугу. Візуальний контент став невід'ємною частиною маркетингових стратегій і різні типи візуального контенту використовуються для ефективної передачі повідомлень.

У соціальних мережах крім візуальних ефектів важливим чинником, що впливає рішення споживача про купівлю, є текстові елементи. Слова, описи, відгуки, специфікації – все це відіграє ключову роль у формуванні думки споживача про продукт або послугу.

Важливо відзначити, що відсутність перенасичення контенту сприяє зручному сприйняттю інформації, а використання якісних зображень та мультимедійного контенту робить сторінки більш привабливими.

Споживачі звертають увагу на розміри та вагу товару, щоб оцінити його зручність використання і чи підходить він для конкретних цілей. Наприклад, для покупки мобільного пристрою важливо знати його розміри, щоб переконатися, що він поміститься в кишеню чи сумку.

У сучасних умовах вплив соціальних мереж на поведінку споживачів відбувається в декількох напрямах:

- персоналізована реклама,
- вплив інфлюенцерів,
- соціальний доказ та відгук,
- миттєві покупки.

Запропоновані напрямки демонструють значний вплив соціальних мереж на сучасну поведінку споживачів і їхню роль як потужного інструменту для формування і корекції рішень споживачів.

Отже, постійний аналіз поведінки споживачів в соціальних мережах є невід'ємною частиною успішної стратегії маркетингу та розвитку бізнесу. Розуміння потреб та переваг користувачів дозволяє фірмам створювати унікальні та персоналізовані пропозиції, покращувати користувальницький досвід та зміцнювати свої позиції на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке поведінка споживачів і чому це так важливо? URL: https://7-price.com/blog/what-is-consumer-behavior-and-why-is-it-so-important/
2. Українська онлайн-аудиторія та ринок Інтернет-реклами: дайджест-дослідження. URL: http://ain.ua/2015/07/23/593290.
3. Струнгар А. В. Аналіз поведінки споживачів у онлайн-середовищі: як впливають візуальні та текстові елементи на рішення про покупку. URL: file:///C:/Users/Admin/Downloads/A+13-2024_St6.pdf.

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЦИФРОВОМУ РИНКУ

М. О. Данилейко, *студент спеціальності Маркетинг «Інтернет-маркетинг», група М ІМ б-21*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах цифрової трансформації ефективне функціонування компаній на ринку неможливе без глибокого розуміння конкурентного середовища. Одним із найперспективніших інструментів аналізу конкурентів є штучний інтелект (ШІ), здатний обробляти великі обсяги даних, виявляти приховані зв'язки та прогнозувати ринкові тенденції. Саме тому компанії які починають своє масштабування включають у систему аналізу ринка системи ШІ з можливістю глибшого аналізу та швидкого отримання результату.

У цифровому середовищі оцінка ринку та конкурентів має більший характер та цінність, але на сам перед оцінка такого типу ринка потребує ще більше часу, сил та навичок для ще більш ефективного аналізу з прогнозуванням тенденцій та реакцією на нові тренди та їх тривалість. У світі де тренди можуть з'явитися дуже різко головне реагувати на них, а для цього велика кількість підприємців для аналізу цифрового ринку та підтримки дії власного бізнесу в інтернет середовищі використовує регулярний аналіз з використанням ШІ та систем аналізу цифрового ринку на базі ШІ.

Для розуміння та вивчення роботи ШІ в маркетингових дослідженнях цифрового ринку потрібно спочатку зрозуміти, що таке ШІ і в яких напрямках його можна використовувати.

Штучний інтелект (ШІ) – це набір технологічних інструментів і алгоритмів, які надають нам прогнози, рекомендації та рішення щодо змін цифрового й реального середовища, базуючись на різних даних. (https://prjctr.com/knowledge-base/aicases). Використання штучного інтелекту може відбуватися як в комунікації зі самою системою, а також через створені системи які в своїй роботі використовують навчені системі ШІ. До таких систем можна віднести Crayon, Similarweb, SEMrush та інші. Ряд таких систем спрощує роботу компаній з напрямку аналітики в

цифровому середовищі, а також дає змогу більш глибоко вивчити ту чи іншу гілку розвитку трендів та власного бізнесу в цілому разом з конкурентами. Найпоширенішим з них вважається Similarweb. З основних його переваг є доступність, простий інтерфейс, відсутність інтеграції, а також корисність для малого та середнього бізнесу. Основні задачі які він виконує це аналіз трафіку конкурентів, вивчення географії аудиторії, виявлення основних сторін входу та виходу, а на сам перед це аналіз змін попиту у ніші продукту чи послуги.

Об'єктом для дослідження та вивчення можливостей SimilarWeb виступить офіційна веб-сторінка Полтавського університету економіки і торгівлі (https://puet.edu.ua/). Через сервіс аналіз збирається за останні 3 місяці. Отже відповідно до зібраної інформації маємо такі дані:

1. 176 709 – саме стільки разів заходили на сторінку, це на 2,91 % менше за минулі місяці;
2. 70,9 % користувачів заходили на сайт з комп'ютерів, 29,1 % з мобільних пристроїв;
3. За місяць відвідування становлять – 58 903;
4. В середньому на сайті відвідують ще 6 сторінок:
5. Загальна тривалість знаходження на сайті становить – 6 хвилин 37 секунд;
6. Є аналіз сайту на фоні конкурентів, а також відповідна діаграма показу зміни відвідування сайту:
    1) Одні з визначених конкурентів в є: fpk.in.ua, wunu.edu.ua, tsatu.edu.ua та pdau.edu.ua;
    2) На діаграмі наглядно видно зміну кількості відвідувачів сайту.

3) Відповідно до географії сайт відвідують з таких країн: Україна (90,72 %), Сполучені Штати Америки (2,31 %), Велика Британія (1,25 %), Росія (1,49 %) та Німеччина (1 %).
4) Через сервіс можливе відслідковування трафіку сайту з різних каналів.

Після огляду можливостей сервісу та ознайомлення з результатами аналізу офіційної сторінки Полтавського університету економіки і торгівлі можна вивести ряд висновків:

1. ШІ – це сукупна система яка дає можливість бізнесу для розвитку, головне використовувати у потрібному напрямку, або використовувати навчені системі аналітики та роботи в маркетингу з вбудованим ШІ;

2. Аналіз офіційної сторінки Полтавського університету економіки і торгівлі показує наглядний приклад аналізу вебсайту, що говорить про те, що при регулярному оцінюванні можна визначати правильні напрямки руху та розвитку власного веб-сайту;

3. Загальний аналіз можливостей сервісу показує, що за допомогою таких систем можна швидше та глибше зазирнути у аналітику та своєчасно реагувати на зміни в трендах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Prjctr. URL: https://prjctr.com/knowledge-base/aicases (дата звернення: 07.04.2025).
2. Similarweb. URL: https://pro.similarweb.com (дата звернення: 07.04.2025).

BCG-АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА «АВК»

В. О. Клименко, *студентка спеціальності Маркетинг, група М ІМ б-41*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Для проведення BCG-аналізу необхідно визначити частку ринку та темпи зростання ринку для кожного СГП.

Частка ринку розраховується як співвідношення обсягів продажів СГП до обсягів продажів найбільшого конкурента [1].

Темпи зростання ринку розраховуються як темпи зростання обсягів продажів ринку протягом певного періоду часу (зазвичай 1–3 роки).

На основі розрахованих значень частки ринку та темпів зростання ринку будується матриця BCG, яка має чотири квадранта:

- *Зірки:* СГП, які мають високу частку ринку на ринку, що швидко зростає. Ці СГП генерують значні обсяги готівки, яку можна використовувати для інвестування в інші СГП.
- *Проблемні діти:* СГП, які мають високу частку ринку на ринку, що повільно зростає або скорочується. Ці СГП потребують значних інвестицій для підтримки своєї частки ринку.
- *Корови:* СГП, які мають низьку частку ринку на ринку, що повільно зростає або скорочується. Ці СГП генерують стабільні потоки готівки, які можна використовувати для інвестування в інші СГП.
- *Собаки:* СГП, які мають низьку частку ринку на ринку, що швидко зростає. Ці СГП генерують низькі обсяги готівки і потребують значних інвестицій для підтримки своєї частки ринку.

Згідно з матрицею BCG (табл. 1) підприємство має такі товари:

- *Зірки:* Цукерки шоколадні.
- *Дійні корови:* Печиво.
- *Проблемні діти:* Карамелі.

Таблиця 1 – Матриця BCG підприємства АВК

СГП	Обсяги продажів (тис. грн)	Кількість конкурентів	Обсяги продажів трьох головних конкурентів (тис. грн)	Темпи зростання ринку (%)	Обсяг продажів найбільшого конкурента (тис. грн)	Частка ринку, %	Стратегічна група
«А»	900 000	12	250 000/1 500 000/ 120 000	15	1 500 000	0,60	Зірки
«Б»	330 000	14	70 000/510 000/ 227 000	3	510 000	0,65	Дійні корови
«В»	220 000	9	250 000/309 000/ 178 000	18	309 000	0,71	Зірки або Проблемі діти

Оцінка стану підприємства:

- Підприємство має один товар-зірку, що свідчить про його потенціал зростання.
- Підприємство має один товар-дійну корову, який генерує грошові потоки.
- Підприємство має один товар-проблемні діти, який потребує ретельного аналізу для визначення його потенціалу.

Загалом, стан підприємства можна оцінити як сприятливий, але з певними ризиками.

Нами запропоновано рекомендації щодо стратегії для кожного СГП:

Товар А: цукерки шоколадні (Зірки):

- Продовжувати інвестувати в цей товар, щоб зберегти його лідерство на ринку.
- Розширювати частку ринку за рахунок нових продуктів та нових ринків.
- Покращувати ефективність роботи, щоб знизити витрати та підвищити прибутковість.

Товар Б: печиво (Дійні корови):

- Підтримувати існуючу частку ринку.
- Використовувати грошові потоки від цього товару для інвестування в товари-зірки та знаки питання.
- Розглянути можливість розширення лінійки продуктів або виходу на нові ринки.

Товар В: карамелі (Проблемні діти):

- Провести ретельний аналіз цього товару, щоб визначити його потенціал.
- Якщо аналіз покаже, що товар має потенціал стати зіркою, інвестувати в його розвиток.
- Якщо аналіз покаже, що товар не має потенціалу, розглянути можливість його виведення з ринку.

Проведений BCG-аналіз господарського портфеля підприємства «АВК» дозволяє зробити висновок, що підприємство має збалансований асортимент товарів із потенціалом для подальшого розвитку. Наявність товару-зірки (шоколадні цукерки) свідчить про можливості зростання та закріплення лідерських позицій на ринку. Товар-дійна корова (печиво) забезпечує стабільний грошовий потік, який доцільно використовувати для підтримки і розвитку інших стратегічних груп товарів. Товар-проблемна дитина (карамелі) потребує додаткового аналізу для

визначення доцільності подальших інвестицій або потенційного виведення з ринку. Загалом, підприємство знаходиться у сприятливому становищі, але для забезпечення довгострокового успіху необхідно ефективно реалізувати запропоновані стратегії для кожної товарної групи та своєчасно реагувати на зміну ринкової ситуації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В., et al. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2 (2021).

ПРИНЦИПИ МАРКЕТИНГОВОЇ КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯМ ПІДПРИЄМСТВА

І. П. Кобилецька, *здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля*
І. А. Франів, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Розвиток ринкової економіки спричинив необхідність зміни підходів до виробництва та реалізації товарів, орієнтуючи їх на задоволення потреб і запитів споживачів. Господарська система України викликає значний інтерес у вітчизняних підприємців та економістів щодо застосування маркетингової концепції управління як на рівні окремих підприємств, так і в межах об'єднань. Досвід зарубіжних країн свідчить про те, що впровадження маркетингового підходу сприяє вдосконаленню внутрішньофірмового управління та забезпечує конкурентні переваги підприємствам.

Маркетинг передбачає гнучкість управлінських рішень, ініціативність, активний пошук ефективних шляхів адаптації до ринкових умов та впливу на поведінку споживачів. Його основою є не жорстке дотримання директивних планів, а насамперед глибоке розуміння реальної ринкової ситуації, аналіз споживчих уподобань та стратегічна ініціатива підприємства.

Головна мета маркетингової діяльності компанії – забезпечення її прибутковості у визначені часові межі шляхом максимального задоволення потреб споживачів. Для її досягнення необхідно вирішити два ключові завдання: збільшити обсяг

реалізації продукції та забезпечити споживачам високий рівень задоволеності від покупки та користування товарами. Саме тому підприємство цілеспрямовано працює над формуванням і розвитком у потенційних клієнтів інтересу до своєї продукції та послуг.

Маркетинг дає керівникам підприємств доступ до важливої інформації про поведінку споживачів, рівень цін, які клієнти готові сплачувати, місткість ринків у різних регіонах, а також перспективні напрямки для інвестування та створення нових бізнесів. Завдяки маркетинговим дослідженням компанія отримує розуміння того, як краще організувати процес реалізації продукції, ефективно просувати товари та послуги на ринок, будувати рекламні кампанії та формувати попит в умовах жорсткої конкуренції.

У сучасних дослідженнях маркетинговий комплекс розглядають через чотири ключові складові: товар (product), ціну (price), місце збуту (place) та просування (promotion). Кожен із цих елементів має багатокомпонентну структуру. Наприклад, товарна політика включає розробку асортиментної стратегії, управління конкурентоспроможністю продукції, визначення оптимальних ринкових сегментів, а також рішення щодо упаковки, маркування, сервісного обслуговування та післяпродажної підтримки.

Ефективність маркетингової діяльності підприємства безпосередньо залежить від рівня організації маркетингової системи. Саме маркетинговий підрозділ відповідає за визначення стратегії, проведення ринкових досліджень, здійснення контролю за виконанням маркетингових заходів та формування оптимального комплексу маркетингових інструментів для досягнення бізнес-цілей компанії.

Отже, маркетингова концепція управління відіграє ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства та його рентабельності. В умовах ринкової економіки підприємства змушені орієнтуватися на потреби споживачів, застосовуючи гнучкі організаційні форми управління та ефективні механізми просування продукції. Маркетинг дозволяє не лише адаптуватися до змін ринкового середовища, а й активно впливати на нього, формуючи попит і стимулюючи продажі.

Ефективне використання маркетингових інструментів забезпечує підприємству необхідну інформацію щодо споживчих

уподобань, цінової політики, перспективних ринкових сегментів і можливостей капіталовкладень. Комплексний підхід до маркетингу, що включає управління товарним асортиментом, розробку ефективної цінової стратегії, вибір оптимальних каналів збуту та реалізацію дієвої політики просування, дозволяє підприємству досягати стабільного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кравчук, І. С. (2019). Маркетингова концепція стратегічного управління конкурентоспроможністю виробничо-комерційної діяльності суб'єктів аграрного підприємництва. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія: Економіка*, 6(1), 43–50.
2. Ядуха, С., Яблонський, Т., Крук, С., & Кучанська, Т. (2024). Теоретичні аспекти управління маркетинговою діяльністю підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*, (330), 43–50.

АНАЛІЗ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РЕКЛАМНИХ ТА PR-КАМПАНІЙ

І. І. Маліцька, *студентка спеціальності Журналістика, ОПП «Реклама у бізнесі», група 4212*
О. М. Вовчанська, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

З огляду на стрімкі трансформації в смаках споживачів, розвиток цифрових технологій та зміни у медіапросторі, підприємства вимушені безперервно коригувати власні маркетингові стратегії. Реклама та PR виступають ключовими гравцями, взаємодіючи і доповнюючи один одного: реклама миттєво привертає увагу до бренду, в той час як PR працює над формуванням довіри та позитивної оцінки з боку цільової аудиторії. Спільно вони вибудовують стійкий імідж, що дає змогу фірмі успішно конкурувати на ринку.

Сучасний ринок реклами переживає динамічні зміни, зумовлені прогресом технологій, еволюцією споживчих звичок та нових трендів. Рекламні кампанії стають більш персоналізованими, інтерактивними та наголошують на соціальній відповідальності. У табл. 1 подано основні тенденції, які формують майбутнє рекламних кампаній.

Таблиця 1 – Сучасні тенденції розвиту рекламних кампаній

Тенденція	Опис
Персоналізація	Використання даних для створення індивідуальних рекламних повідомлень
Відеоконтент	Зростання популярності коротких відео (TikTok, Reels, YouTube Shorts)
Інтерактивна реклама	Реклама, яка залучає користувачів до дії (ігри, вікторини, опитування)
Соціальна відповідальність	Акцент на підтримці соціальних ініціатив та екологічних проєктів
Вплив інфлюєнсерів	Співпраця з блогерами та лідерами думок для просування продуктів
Автоматизація та AI	Використання штучного інтелекту для оптимізації таргетингу та аналізу ефективності
Мобільна реклама	Зростання використання мобільних пристроїв для перегляду реклами
Віртуальна та доповнена реальність	Використання VR/AR для створення інноваційних рекламних досвідів
Контент-маркетинг	Створення корисного та цікавого контенту для залучення аудиторії
Епізодична реклама	Використання серійних рекламних роликів для підтримки інтересу до бренду

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу [1–2, 4–5].

PR-кампанії в сучасності зазнають трансформації, все більше тяжіючи до цифрового простору. Значущість платформ соціальних мереж, потреба у відкритості та зосередженість на соціальній відповідальності суттєво змінюють принципи PR-діяльності. Ключ до успішного PR – це врахування цих змін, адаптація стратегій до особливостей поведінки споживачів та умов, що складаються на ринку. У табл. 2 наведено основні тенденції, які впливають на розвиток PR-кампаній.

Таблиця 2 – Сучасні тенденції розвитку PR-кампаній

Тенденція	Опис
Цифровізація PR	Активне використання соціальних мереж, блогів та онлайн-платформ для комунікації
Прозорість та відкритість	Акцент на чесній комунікації та відкритості перед аудиторією

Продовж. табл. 2

Тенденція	Опис
Сторітелінг	Використання історій для емоційного зв'язку з аудиторією
Соціальна відповідальність	Просування соціальних ініціатив та підтримка громадських проєктів
Робота з мікроінфлюєнсерами	Співпраця з локальними лідерами думок для більш автентичного впливу
Кризове управління	Розробка проактивних стратегій для швидкого реагування на кризи
Візуальний контент	Використання відео, інфографіки та фото для ефективної комунікації
Data-driven PR	Використання аналітики даних для оцінки ефективності та оптимізації стратегій
Employee Advocacy	Залучення співробітників до просування бренду через їхні особисті мережі
Глобалізація PR	Адаптація PR-стратегій для різних культур та ринків

Джерело: складено автором на основі проведеного аналізу [3, 6–7].

Таким чином можемо висновувати, що невід'ємними складовими успішної комунікаційної стратегії є реклама та PR, які сприяють розвитку бізнесу в умовах сучасного конкурентного ринкового середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. 9 головних трендів PPC, які допоможуть вдосконалити ваші кампанії у 2025 році. URL: https://webpromoexperts.net/ua/blog/9-golovnih-trendiv-ppc-yaki-dopomozhut-vdoskonaliti-vashi-kampaniyi-u-2025-roci/
2. Важливість рекламних кампаній – що працює найкраще і чому. URL: https://www.ranktracker.com/uk/blog/importance-of-ad-campaigns-what-works-out-the-best-and-why/
3. Емпатія, інклюзивність і робота з даними: 10 трендів у PR на 2024 рік. URL: https://mc.today/uk/blogs/trendy-v-pr-na-2024-rik/
4. Залишайтеся попереду: найважливіші рекламні тренди 2025 року. URL: https://www.mgid.com/uk/blog/zalyshaitesia-poperedu-naivazhlyvishi-reklamni-trendy-2025-roku.

5. Рекламна індустрія 2025: глобальні тренди та українські можливості. URL: https://marketer.ua/ua/advertising-industry-2025-global-trends-and-ukrainian-opportunities/
6. Розвиток диджитал та впізнаваності: що в пріоритеті PR- та маркетинг-фахівців у 2024 році. URL: https://is.gd/UMRmYQ.
7. PR нового покоління: кампанії, що визначили тренди українських комунікацій у 2024 році. URL: https://marketer.ua/ua/campaigns-that-defined-ukrainian-communications-trends-in-2024/

ДОСЛІДЖЕННЯ ЗМІН ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ

Н. О. Нестеренко, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-11*
А. М. Захаренко-Селезньова, *старший викладач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Логістичні компанії України мають певне значення та вагомість у інфраструктурі ринку в цілому, а також гарантують високопродуктивну діяльність бізнесу, промисловості, торгівлі. Інфраструктура ринку логістики відповідає за організацію транспортування товарів, зберігання вантажів, митне оформлення, унайкращення ланцюгів постачання.

Логістичні компанії приймають жваву участь у здійсненні амбітних інфраструктурних проєктів які забезпечують транспортування негабаритних і спеціальних вантажів. Інноваційні рішення для різних галузей економіки сприяють вдосконаленню логістичних процесів та підвищують конкурентоспроможність вітчизняних підприємств.

Із початку 2022 року логістична інфраструктура України відчула на собі виклики війни. Загроза руйнування автошляхів, пошкодження складських приміщень, потреба прийняття швидких рішень – виклики з якими щоденно зіштовхуються логістичні підприємства.

Вагомим здобутком логістичних компаній за останні два роки є значне збільшення пропонованих послуг завдяки інноваційним пропозиціям які стали можливими внаслідок використання сучасних досягнень науково-технічного прогресу [1].

Тим не менш як показали дослідження інфраструктури ринку логістики в Україні, основна п’ятірка лідерів даної галузі за 2023–2024 роки отримують прибутки та адаптувались до викликів війни (табл. 1).

Таблиця 1 – Рейтинг компаній галузі логістика

Назва компанії	Підгалузь	Чистий дохід 2023 р. (грн)	Чистий дохід 2024 р. (грн)
1. «Нова пошта»	Поштові та кур'єрські компанії	36 468 879 000	44 779 857 000
2. «Укрпошта»	Поштові та кур'єрські компанії	11 581 111 000	12 978 687 000
3. «Лемтранс»	Транспортно-експедиторські компанії	7 141 568 000	7 360 248 000
4. «ПромВагон Транс»	Транспортно-експедиторські компанії	4 492 909 000	–
5. «НП Глобал»	Поштові та кур'єрські компанії	–	2 553 672 000
6. «Метінвест-Шіппінг»	Транспортно-експедиторські компанії	2 462 585 000	2 492 714 000

Порівнюючи рейтинги компаній у галузі логістики ми бачимо деякі зміни: компанія «ПромВагонТранс» втратила свої позиції у 2024 році і займає 7 місце; натомість четверте місце у 2024 році займає компанія «НП Глобал», яка у 2023 році була на 7 місці [3].

В атмосфері постійних загроз під час військового стану ринок логістики в Україні стає особливо значущим для інфраструктури економіки держави. Від змін інфраструктури ринку логістики знаходиться в залежності постачання важливих товарів для різних галузей економіки [2].

Вітчизняні логістичні компанії маючи безцінний досвід роботи в кризових умовах забезпечують високий рівень обслуговування, вдосконалюють логістичні процеси, використовують успішний досвід та підтверджують репутацію надійного та прогресивного гравця і інфраструктурі економіки України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Захаренко-Селезньова, А. (2023). Дослідження стану поштових операторів України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*, (3 (109), 41-45. https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-3-6.
2. Кирилюк, І., & Сокур, А. (2024). Організація логістичних процесів підприємства в умовах війни: проблеми та рішення. *Економіка та суспільство*, (61). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-54.
3. Галузеві рейтинги компаній [Електронний ресурс]. URL: https://top-1000.com.ua/ratings/year-2023/sector-20; https://top-1000.com.ua/ratings/year-2024/sector-20.

ЗАСОБИ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЗАЛУЧЕНОСТІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

С. В. Остроушко, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Залученість у соціальних мережах – це ключовий показник ефективності будь-якої онлайн-стратегії. Він вимірює рівень взаємодії користувачів з контентом, включаючи лайки, коментарі та репости. Підвищення залученості допомагає просувати контент алгоритмами та збільшувати охоплення. Нижче наведені кілька ефективних стратегій, які допоможуть збільшити залученість у соціальних мережах.

1. Постійне використання різноманітного контенту**.** Основними видами якого можуть бути:

− інтерактивні формати: опитування, тести, голосування – чудовий спосіб втягнути аудиторію в гру. Користувачам подобається висловлювати думку, особливо коли це швидко та просто;

− відеоконтент: короткі відео зараз на піку популярності. Вони утримують увагу довше, ніж просто текст чи фото. У підприємств є можливість показати залаштунки бізнесу, поділитися порадами або просто зняти кумедну ситуацію з життя компанії;

− гумористичний контент: нічого так не зближує, як спільний сміх. Якісний, доречний гумор створює відчуття «свого» контенту, а значить – більше вподобайок, поширень і коментарів;

− Stories: вони створюють ефект присутності тут і зараз. А ще – ідеальна платформа для швидкого зворотного зв’язку через опитування, реакції чи запитання.

2. Стала взаємодія з аудиторією:

− відповіді на коментарі: немає нічого гіршого за ігнорування. Коли користувачі отримують відповіді, вони спостерігають небайдужість. Люди це цінують і повертаються знову;

− згадування підписників і розповсюдження їх контенту: це спосіб сказати «дякую». Така увага надихає інших взаємодіяти більше.

3. Використання прямих трансляцій та живого контенту:

− показ чогось особливого: презентація нового продукту, ексклюзивна новина або просто «живий» репортаж – прямі

ефіри допомагають будувати довіру та створювати автентичний контакт;

− інтерактив під час ефіру: коментарі, запитання, голосування – усе це робить трансляцію справжнім діалогом.

4. Історія бренду: люди люблять історії, особливо – правдиві. Коли аудиторія бачить живих людей, це викликає довіру і симпатію.

5. Ігри: це може бути щось складне – типу окремого додатку, або щось просте: бейджі чи ранги в коментарях, серії постів із завданнями, та навіть звичайне «вгадай слово» чи «знайди відмінності». Що завгодно аби було цікаво.

6. Челенджі: це енергія спільної дії. Необхідно зробити щось незвичне, подати приклад – і ідея може злетіти. Навіть якщо ажіотаж буде недовгий, ефект може бути потужним.

7. Треди: необхідно починати обговорення під постами або у коментарях до своїх дописів. Можливе використання популярних тем, мемів, або запитів про особистий досвід. Це створює атмосферу діалогу, а не просто монологу від бренду.

8. Співпраця з інфлюенсерами: дозволить підвищити довіру користувачів до бренду та збільшення охоплення аудиторії. Адже вони мають лояльну аудиторію, яка довіряє їхнім рекомендаціям.

9. Конкурси та розіграші: важливі завдяки емоційній складовій. Люди обожнюють подарунки, і головне тут – не розмір призу, а емоція. Краще робити регулярні розіграші з невеликими, але цікавими подарунками, ніж один масштабний і швидко забутий конкурс.

Отже, залученість у соціальних мережах – це постійний процес, який вимагає як творчого підходу, так і аналітичного мислення. Важливо не тільки публікувати цікавий контент, а й активно взаємодіяти з підписниками, використовувати різні формати та інструменти. Колаборації, відео, конкурси та правильне використання аналітики дозволяють брендам збільшити свою видимість і досягти значного росту. І найголовніше – це постійний моніторинг результатів і готовність адаптуватися до нових умов.

Список використаних інформаційних джерел

1. Просування в соціальних мережах особистого та комерційного бренду. URL: https://sendpulse.ua/blog/social-media-promotion.

2. Як підвищити залученість за допомогою контенту. URL: https://genius.space/lab/9-porad-yak-pidvishhiti-zaluchenist-za-dopomogoyu-kontentu/

АНАЛІЗ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

В. І. Пасяка, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТМ(мб)-921*
Н. І. Трішкіна, *доцент кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Соціальна мережа – це соціальна структура, утворена індивідами або організаціями. Вона відбиває розмаїті зв'язки між ними через різноманітні соціальні взаємовідносини, починаючи з випадкових знайомств і закінчуючи тісними родинними зв'язками.

Електронна комерція з кожним роком завойовує все більшу популярність у світі. У неї безліч переваг і більшість споживачів обирає зручний, комфортний і швидкий шопінг не виходячи з дому [1].

Електронна торгівля відкриває безліч можливостей для реклами та залучення цільової аудиторії. Бізнес, який не використовує інтернет, ризикує відстати від конкурентів, втратити видимість на ринку, а отже знизити прибуток. Соціальні мережі в сучасних умовах перетворилися з комунікаційного інструменту на повноцінні торговельні майданчики. В Україні, згідно з опитуванням, яке було проведене в 2022 році, соціальними мережами користувалися 76,6 % людей. Серед українців, які використовують соціальні мережі, як джерело інформації, 66 % обирають Telegram, 61 % – YouTube, 58 % – Facebook. Опитані могли обрати одразу декілька варіантів відповідей. Якщо ж говорити про розважальні соціальні мережі, то на першому місці перебуває – YouTube. Там зареєстровано понад 28 мільйонів українських користувачів, в Instagram – понад 16,1 мільйона, у Facebook – 15,45 мільйона. ТікТок – має більше ніж 10,55 мільйона українських користувачів [2].

Перевагами електронної комерції в соціальних мережах є:

- доступ до великої аудиторії;
- інтерактивність і зворотний зв'язок із споживачами;
- висока конверсія через візуальний контент;
- персоналізація реклами завдяки аналітиці;
- низький стартовий капітал для малого бізнесу.

Однак, крім переваг, електронна комерція в соціальних мережах має і ряд недоліків, а саме:

- висока конкуренція,
- проблеми з довірою до нових брендів,
- ненадійність доставки та обслуговування,
- залежність від алгоритмів платформи (зміни в охопленнях);
- юридичні аспекти (захист даних, споживчі права).

Вигоди від розвитку електронної комерції є значно суттєвими, ніж її недоліки, а тому виробники, ділові контрагенти, споживачі та суспільство в цілому зможе перейти на вищу сходинку розвитку завдяки сучасним технологіям, а потенційні ризики можна зменшити шляхом впровадження надійних засобів електронної безпеки транзакцій, врегулювання на державному рівні проблем нормативно-правового регулювання цієї сфери тощо. До того ж суб'єктам підприємницької діяльності не обов'язково, а іноді і зовсім неможливо, переносити повністю свій бізнес у мережу, в таких випадках буде ефективним поєднати дві моделі організації бізнесу «он-лайн» та «оф-лайн».

Проведені дослідження виявили, що актуальними трендами в соціальній комерції є:

- Live Shopping (прямі трансляції з продажами);
- інфлюенсер-маркетинг;
- AR/VR для «віртуальної примірки»;
- штучний інтелект та чат-боти для консультацій;
- мікро-маргетинг та персоналізовані пропозиції.

Сьогодні перед бізнесом лежить безліч можливостей для створення торговельного майданчика електронної комерції. Найпростішими варіантами для малого бізнесу є маркетплейси та сторінки на платформах оголошень.

Отже, електронна комерція – це найперспективніший напрямок бізнесу. Вона важлива як ніколи, оскільки надає покупцям безліч зручностей та нових можливостей, та водночас дозволяє продавцям оптимізувати видатки, підвищити ефективність маркетингу, забезпечити новий рівень сервісу й збільшити продажі в рази.

Список використаних інформаційних джерел

1. Електронна комерція: вибір ніші, аналіз ринку та розробка сайту. URL: https://webmate.ua/elektronna-komerciya-vibir-nishi-analiz-rinku-ta-rozrobka-sajtu.
2. Соціальна мережа (Інтернет). URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%.
3. Що таке електронна комерція? URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/elektronna-komertsiya.

ТУРИЗМ НА ПОЛТАВЩИНІ

В. М. Ряднина, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Полтавщина – це не просто область на карті України. Полтавщина – край легенд, історії та смаку. Це край, де перетинаються історія, культура, мальовнича природа та унікальні гастрономічні традиції. Тут народився Іван Котляревський, саме тут оживали містичні сюжети Миколи Гоголя, а місцеві страви вже давно стали візитівкою української кухні. Регіон приваблює туристів різних уподобань: можна досліджувати історичні пам'ятки, відпочивати серед природи, зануритися у світ гончарного мистецтва чи взяти участь у яскравих фестивалях.

За даними Державної служби статистики України, у 2023 р. Полтавська область прийняла близько 1,5 мільйона туристів, що свідчить про значний інтерес до регіону. Із цієї кількості близько 70 % становлять внутрішні туристи, решта – іноземці.

Найбільша кількість туристів фіксується у літні місяці, коли особливо популярні природні маршрути та є можливість взяти участь у культурних фестивалях. У осінньо-зимовий період спостерігається зниження потоку туристів на 15–20 %.

Полтавщина має понад 100 готелів та гостьових будинків, загальна кількість місць для розміщення складає близько 5 000 одиниць. У 2023 р. заповнюваність готелів області становила близько 80 %, що свідчить про високу конкурентоспроможність туристичної інфраструктури.

У 2023 р. було відкрито 12 нових туристичних маршрутів, зокрема для пішохідних, велосипедних та автомобільних турів. Серед них є популярні маршрути по історичних місцях, зокрема

до пам'яток, пов'язаних із життям Івана Котляревського та Миколи Гоголя.

Розпочнемо віртуальне ознайомлення з природними й історико-культурними особливостями Полтавщини.

1. Історико-культурний туризм: подорож у часі. Полтавщина – це один із найстаріших регіонів України, багатий на історичні події та культурні пам'ятки. Тут можна побачити: Білу Альтанку – символ Полтави, з якої відкривається мальовничий краєвид на Ворсклу; Іванову гору – історичне місце, де колись була фортеця, а нині розташована садиба Івана Котляревського; Поле Полтавської битви – один із найвизначніших військово-історичних комплексів України; Диканька – край містики, історій та легенд.

2. Природний туризм: де відчути гармонію з природою. Полтавщина відома своїми мальовничими краєвидами: річками, лісами, парками. Національний природний парк «Пирятинський» – унікальне місце з болотами, заплавами та лісами, де можна зустріти рідкісних птахів і тварин. Опішнянські пагорби – місце, де не лише виготовляють гончарні вироби, а й милуються чудовими краєвидами. Кременчуцьке водосховище – популярне місце для риболовлі та водного туризму.

3. Гастрономічний туризм: смак Полтавщини. Полтавська кухня – це справжня гордість України. Полтавські галушки – традиційна страва, настільки популярна, що у Полтаві навіть є пам'ятник галушці та щорічний фестиваль на її честь. Борщ по-полтавськи – особливо густий і наваристий, часто з додаванням квасолі та грибів. Лубенський мед – славиться своєю якістю ще з козацьких часів. Фестивалі їжі, такі як «Свято Галушки», збирають тисячі туристів, які хочуть скуштувати автентичні страви.

4. Релігійний та паломницький туризм. Полтавщина – це також край духовності. Хрестовоздвиженський монастир у Полтаві – один із найдавніших і найвеличніших монастирів України. Мгарський монастир у Лубнах – святиня, що височіє над мальовничими ландшафтами. Ці місця приваблюють паломників та шукачів духовного спокою.

5. Подієвий туризм: яскраві фестивалі Полтавщини. На Полтавщині відбувається багато цікавих фестивалів, які варто відвідати: фестиваль гончарного мистецтва в Опішні – тут можна власноруч виготовити глиняний виріб; Гоголівські дні – свято літератури, театру та містики; козацькі фестивалі в Лубнах та Кременчуці – відтворення козацьких традицій, бої, концерти.

Отже, Полтавщину варто відвідати, адже Полтавщина – це унікальне місце, де поєднується усе: багата історія та культурна спадщина, мальовнича природа, смачна кухня, колоритні фестивалі, гостинність місцевих жителів. Відвідавши цей край, туристи закохаються у нього назавжди.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний туристичний портал Полтавщини. URL: https://visitpoltava.com/
2. Бажан О. Г. Мандруємо Полтавщиною: історія, культура, природа. – Київ : Либідь, 2020.
3. Туристичний путівник «Полтавщина туристична». – Полтава, 2022.

ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ В ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ

В. В. Самофал, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-31*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В епоху цифрових технологій онлайн-торгівля стала невід'ємною частиною глобальної економіки. Сьогодні покупці можуть порівнювати ціни всього за кілька секунд, а компанії мають доступ до величезних обсягів даних, які дозволяють швидко адаптувати ціни під ринок. Однак вибір правильної стратегії ціноутворення є справжнім викликом для бізнесу.

Основні цінові стратегії для онлайн-торгівлі.

1. Преміальне ціноутворення: дорогий бренд – запорука успіху.

Висока ціна створює враження якості, статусу та унікальності. Наприклад, Apple продає дорожче за аналоги, бо споживачі вважають бренд престижним.

Преміальне ціноутворення успішне, якщо:

- товар має унікальні властивості;
- бренд має гарну репутацію;
- покупці сприймають високу ціну як ознаку якості.

Ризик: якщо ціна завищена, а унікальність неочевидна – клієнти підуть до конкурентів.

2. Демпінг: низькі ціни як спосіб перемогти ринок.

Демпінг – це штучно занижені ціни, які використовуються для стратегії конкурентної боротьби, яка полягає у зниженні

ціни на продукт чи послугу з метою залучення споживача та збільшення продажів.

Застосовується:

– новими гравцями для залучення клієнтів;

– великими компаніями, що можуть дозволити собі тимчасові збитки.

Недоліки:

– довготривалий демпінг знижує прибуток;

– споживачі звикають до низьких цін і не хочуть платити більше.

3. Орієнтація на конкурентів: хто перший знизив ціну, той і виграв.

Компанії постійно стежать за цінами конкурентів і змінюють свої, щоб не втрачати клієнтів. Стратегія є досить популярною на маркетплейсах

У даній ситуації:

– використовуються програми для моніторингу цін;

– ціни можуть змінюватися автоматично.

Ризик: якщо усі знижують ціни, прибуток падає, і виграє той, у кого нижча собівартість.

4. Динамічне ціноутворення: ціна змінюється щохвилини.

Технології дозволяють змінювати ціну залежно від попиту, часу та наявності товару. Приклади застосування:

– авіаквитки дорожчають ближче до вильоту;

– готелі коригують ціни залежно від заповненості;

– онлайн-магазини змінюють ціни перед святами.

Алгоритми аналізують поведінку покупців для максимізації прибутку.

5. «Гачок»: товар за копійки, а прибуток – на аксесуарах.

Основний товар дешевий, але аксесуари коштують дорого. Приклади:

– дешеві принтери, дорогі картриджі;

– доступні ігрові приставки, дорогі ігри.

Клієнт купує дешевий товар, а потім регулярно витрачає значні кошти на супутні продукти.

Отже, успішне ціноутворення, у тому числі, в онлайн-торгівлі – це баланс між прибутком підприємства і привабливістю для покупців. Преміум-бренди продають статус, демпінг руйнує конкурентів, а динамічні ціни та «гачки» грають на поведінці

клієнтів. Головне – знайти свою стратегію та вчасно її адаптувати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке демпінг цін, види демпінгу. URL: https://www.pricecontrol.com.ua/ua/shho-take-demping-vidi-naslidki-plyusi-i-minusi/
2. 10 стратегій ціноутворення в e-commerce. URL: https://pricer24.com/uk/blog/cinoutvorennya-v-ecommerce/

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН СОЦІАЛЬНОГО ПРОЄКТУ

В. В. Торяник, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-41*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор кафедри маркетингу, професор – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У своєму дослідженні за 2020 рік ГО «Інститут аналітики та адвокації» [2] виявив проблему нестачі місць і публічних просторів, дизайн яких спонукав би містян для конструктивної взаємодії між собою. Відповідно до Концепції інтегрованого розвитку міста «Полтава 2030», одним із таких місць мали би стати бібліотеки. Прикладами перетворення на багатофункціональні громадські простори слугували філії № 4 і № 9. Однак, на жаль, цей проєкт не дав бажаного ефекту. Звісно, із 2020 року завдяки залученню бюджетних коштів та підтримці місцевих благодійників, міжнародних партнерів публічні простори з'являються. Серед таких можемо виділити, наприклад, ГО «МІСТО ХАБ», Structures Creative Space, молодіжний простір ініціатив на базі Центру культури та дозвілля Полтавської громади. Проте їх ідея полягає в організації заходів для демонстрації та просування результатів інтелектуальної, фізичної праці, як концерти, конкурси, ярмарки, виставки тощо.

Водночас найвідповідальніший та найтриваліший етап підготовки до таких заходів, так зване «закулісся», потребує від учасників чималих зусиль. Часто виникає проблема місця, де вони можуть, наприклад, провести збори, репетицію виступу або інші підготовчі роботи, що мають непублічний характер. Адже не всі можуть дозволити оренду студії або зали для тренування.

Крім того, у зрілих суспільствах зазвичай питання самовизначення є найактуальнішим і справді «гарячим» у підлітковому

віці. Якісне проведення дозвілля, соціалізація, розвиток талантів та гобі, вільне і безпечне самовираження і реалізація творчого потенціалу – така потреба зокрема існує наразі у молоді [1].

Тож виникає потреба в осередку, який би допоміг:

1) особам чи групам осіб – як майданчик для підготовки до різноманітних заходів творчого спрямування;

2) молоді – для самореалізації та соціалізації, розвитку талантів та пошуку своєї реферальної групи.

Зі свого боку місто отримає більше активних талановитих дітей, молоді та представників інших вікових категорій, колективів, що можуть надалі представляти Полтаву на різноманітних заходах різного масштабу, розвиваючи в такий спосіб імідж міста, як справжньої культурної та духовної столиці.

Вибір місця розташування такого простору доцільно буде провести після ґрунтовного дослідження вподобань та можливостей цільової групи. Орієнтовно, це має бути одно- чи двоповерхова будівля, або нижній поверх багатоповерхівки, недалеко від Центру міста. Оскільки Полтавою курсує близько 50–60 маршрутних автобусів і таксі, дістатися локації було би найзручніше з будь-якої точки міста.

Успішні приклади. У Варшаві, недалеко від центру в парку розташовані будинки, що слугували соціальним житлом у 1970-х роках. Влада міста вирішила знести їх під забудову, але спільнота відвоювала цю територію, і тепер це Посольство традиційної музики.

Цільова аудиторія: мешканці Полтави та гості міста.

Набір характеристик: творчі особистості різного роду діяльності, без прив'язки до демографічних та антропометричних даних.

Вік: від 16 років.

Прагнення: самовдосконалення, розвиток креативності, самовираження, пошук однодумців, обмін досвідом.

Болі: відсутність доступного безкоштовного майданчика для підготовки до подій, проведення дозвілля та вільної комунікації з однодумцями, причому без залучення глядачів – тобто активності недемонстративного характеру.

Інші стейкголдери: місцева влада міста Полтава (зокрема Департамент культури, молоді та спорту; Департамент охорони здоров'я та соціального розвитку; Управління освіти і науки полтавської міськради) та суспільство загалом.

Мета проєкту. Облаштування інклюзивного творчого простору для тренувань та репетицій, доступного до безкоштовного користування мешканцями й гостями міста Полтави.

Завдання:

1. Провести опитування цільових груп для виявлення побажань щодо розміщення та дизайну приміщення.
2. Обрати локацію для розміщення простору.
3. Узгодити документацію для оренди приміщення з власником (наприклад, Управлінням майном комунальної власності міста Полтавської міської ради).
4. Розрахувати витрати на облаштування приміщення.
5. Знайти підрядників і постачальників та укласти договір з ними.
6. Скласти маркетинговий план, зокрема деталізувати комунікаційну діяльність «KULISA».

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В., et al. «Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст. Частина 2» (2021).
2. Культура Полтави. Чинна політика і запити містян. URL: https://iaa.org.ua/portfolio/kultura-poltavy-chynna-polityka-i-zapyty-mistyan/

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В ПЕРІОД ВІЙНИ

О. А. Яремчук, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТМ(мб)-921*

Н. І. Трішкіна, *доцент кафедри підприємництва, торгівлі, логістики та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*

Хмельницький кооперативний фаховий коледж Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту

Поведінка споживача – це дії, що здійснює окрема особа, купуючи та використовуючи товар чи послугу, це розумові та соціальні процеси, які передують цим діям або є їхнім наслідком [1].

Під час війни поведінка покупців суттєво змінюється через економічну нестабільність, фінансові труднощі, безпекову ситуацію, міграцію, психологічний стан.

На сьогоднішній день в Україні відмічається економічна, політична та демографічна кризи, що, безсумнівно, позначається на купівельній спроможності населення, а відповідно, відбувається переосмислення пріоритетів витрат, зміна купівельної поведінки [2].

Дослідження та аналіз спеціальної літератури виявило, що в період воєнного стану в Україні на поведінку споживачів вплинули ряд зовнішніх фактор, а саме:

− руйнування логістичної інфраструктури;
− підвищений попит на продовольчі товари першої необхідності;
− фінансові труднощі споживачів;
− послаблення курсу гривні;
− не впевненість у завтрашньому дні;
− скорочення кількості споживачів у зв'язку з міграційним процесом;
− внутрішня міграція населення;
− відтік робочої сили та кадрова недостатність на підприємствах;
− донати на потреби Збройних Сил України та постраждалим від війни.

Дослідження показують, що українці найбільше витрачають на продукти харчування та комунальні послуги. Також спостерігається зростання попиту на товари для тварин та дітей. Згідно дослідженням, чоловіки більше витрачають на електроніку, побутову техніку та товари домашнього вжитку. Чим старші люди, тим менше витрат грошей на одяг, взуття та дозвілля.

У період воєнного стану внутрішні фактори, які впливають а поведінку споживачів, стають ще більш важливими. Основними внутрішніми факторами поведінки споживачів є:

− мотивація – чинники, які спонукають людину до купівлі товарів чи послуг;
− емоційний стан – сукупність переживань, які людина відчуває у відповідь на різні події та ситуації;
− фінансовий стан – характеризується зниженням доходів та економічною нестабільністю, обмеженим доступом до фінансових послуг, підвищеним попитом на знижки та акції;
− цінності та переконання – це основні принципи, які впливають на поведінку та рішення людей та формуються під впливом культури, виховання, особистого досвіду та соціального оточення;

− особистий досвід – сукупність знань, навичок та вражень, які людина накопичує протягом свого життя;

− родинні зв'язки – взаємини між членами сім'ї, які ґрунтуються на кровній спорідненості, шлюбі або усиновленні.

Розглянуті внутрішні фактори допоможуть зрозуміти, як війна впливає на споживчу поведінку та які напрямки дій будуть ефективними для бізнесу в умовах кризи.

Основними принципами які впливають на рішення споживачів щодо купівлі товару піч час війни є: мотивація, пошук інформації, оцінка альтернатив, рішення про покупку, поведінка після купівлі, соціальний вплив, культурні фактори та особисті фактори.

Отже, основними тенденціями щодо поведінки споживачів в період війни є: надання першочерговості товарам першої необхідності, економне та раціональне використання фінансових ресурсів та виробів, збільшення кількості онлайн-покупок, зменшення імпульсивних покупок, зміна ставлення до брендів, благодійність та волонтерство.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сутність споживчої поведінки. URL: https://sites.google.com/site/marketingdistance.
2. Зміни поведінки споживача в умовах війни. URL: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/46672/2/ColMon_2024_Krause_O-Changes_in_consumer_behavior.
3. Окремі аспекти поведінки споживачів під час війни. URL: https://ekonomics.com.ua/s119-okremi-aspekti-povedinki-spojivacha-v-ukrayini-pid-chas-viyni.
4. Близнюк Є. За списком: як українці купують під час війни і наскільки раціональнішими ми стали в цьому процесі. URL: https://mind.ua/openmind/20246827-za-spiskom-yak-ukrayinc.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ 3.0 НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Д. А. Барбі, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-21*
Т. О. Гусаковська, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних реаліях бізнесу, звичні способи управління поволі відходять в минуле, їх замінюють нові, що роблять наголос на гнучкості, стимулюванні працівників і пристосуванні до змін. Одним з таких підходів є Менеджмент 3.0 – концепція, що об'єднує в собі складові Agile, самоорганізації та лідерства нового типу.

Менеджмент 3.0 – це глобальна революція в управлінні, яка об'єднує керівників проєктів, менеджерів середнього рівня, керівників та підприємців, які разом розробляють рішення, використовуючи ігрові практики для заохочення зворотнього зв'язку працівників та колективної співпраці. Він сприяє самоорганізації та незалежності команд, де співробітники взаємодіють та співпрацюють на рівних умовах. Він базується на засадах довіри, взаємодопомоги та розвитку креативних здібностей кожного члена команди [1].

Основними передумовами виникнення Менеджменту 3.0 були:

- динамічне зростання модернізації в усіх галузях економіки;
- зростання конкуренції на глобальному ринку;
- висока швидкість розповсюдження інформації та знань.

У той час як у традиційному менеджменті (Менеджмент 1.0) превалює механістичний підхід до управління, концепція Менеджменту 3.0 розглядає організацію не просто як складну систему, а як живий організм, що росте і розвивається, і повинен володіти гнучкістю, щоб своєчасно пристосуватися до умов, що швидко змінюються.

Менеджер 3.0:

1. Знає, що злагоджений колектив продуктивніший за будь-якого окремого фахівця;

2. Не прив’язується до функцій чи посад, а зосереджується на загальній результативності команди;

3. Дає змогу команді використовувати ресурси та час на власний розсуд;

4. Надає систематичний, найчастіше персональний зворотний зв’язок та коучить співробітників за потреби;

5. Відкриває можливості для колективного мозкового штурму [2].

Agile-менеджери – адаптивні, творчі, динамічні керівники, які сприятимуть формуванню гнучкого підходу до управління. Побудова актуальної моделі гнучкого Менеджменту 3.0 на сучасному підприємстві долає будь-яку ентропію, хаос та невизначеність. В основу сучасної моделі Agile менеджменту покладено програмне забезпечення та інформаційно-комунікаційне забезпечення, що робить керування ефективним та адаптованим до будь-яких внутрішніх і зовнішніх збурень [3].

Таким чином, Менеджмент 3.0 – це новаторський підхід до керівництва, що інтегрує принципи гнучкості, самоорганізації, заохочення персоналу та розподілу повноважень. Головна його риса – відмова від звичайної ієрархії на користь управління через розвиток командної відповідальності, створення умов для інновацій та підвищення залученості працівників. Водночас, впровадження Менеджменту 3.0 потребує поступової зміни корпоративної культури, готовності керівництва до змін та застосування сучасних управлінських інструментів. Успішне використання цієї моделі дає змогу формувати ефективні, адаптивні та мотивовані команди, що є запорукою успіху сучасного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Менеджмент 3.0 – новітня практика управління, на яку варто звернути увагу бізнесу. URL: https://uteka.ua/ua/publication/news-14-ezhednevnyj-buxgalterskij-obzor-39-menedzhment-30-sovremennaya-praktika-upravleniya-na-kotoruyu-stoit-obratit-vnimanie-biznesu (дата звернення: 19.03.2025).
2. Менеджер 1.0, 2.0 або 3.0: яка різниця і який стиль керівництва підходить для вашої команди? *Brain Rain*. URL: https://brainrain.com.uuk/manager-1-0-2-0-or-3-0/ (дата звернення: 19.03.2025).
3. Філософія побудови сучасної моделі гнучкого менеджменту 3.0 промислового підприємства | Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. URL: http://vestnikzgia.com.ua/article/view/177756 (дата звернення: 19.03.2025).

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СЬОГОДЕННЯ

К. А. Вишня, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
О. П. Білінська, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розвиток кадрового потенціалу є одним із ключових чинників стабільності та ефективності функціонування підприємств, особливо в умовах кризових ситуацій. Війна в Україні суттєво змінила ринок праці, змусивши підприємства адаптувати свої стратегії управління персоналом до нових викликів. Одним із викликів для підприємств є вимушене переміщення працівників, мобілізація та дефіцит кваліфікованих кадрів. Все це вимагає від роботодавців гнучкого та комплексного підходу до управління персоналом.

В умовах сьогодення підприємства стикаються з необхідністю не лише зберегти робочі місця, а й підвищити ефективність роботи, забезпечити психологічну підтримку співробітників та створити умови для розвитку їх професійної компетентності. Зміни у підходах до управління персоналом проявляються через впровадження дистанційної роботи, використання цифрових технологій у навчанні та комунікації, а також активну соціальну підтримку працівників.

Отже, дослідження напрямів розвитку кадрового потенціалу підприємств в умовах воєнного часу є надзвичайно актуальним. Це обумовлено перш за все необхідністю пошуку ефективних шляхів підтримки персоналу в період нестабільності саме в середині підприємства, а також формуванням довгострокових стратегій розвитку трудового потенціалу країни.

Сьогодні більшість великих підприємств застосовують гнучкі підходи управління такі як впровадження змішаного формату роботи, що поєднує традиційну офісну зайнятість із можливістю дистанційної праці. Такий формат дозволяє працівникам, особливо тим, чиї посадові обов'язки не потребують фізичної присутності на виробництві чи в офісі, продовжувати виконувати робочі завдання навіть за межами основного місця роботи. Для багатьох це означає можливість працювати з-за кордону або з відносно безпечних регіонів України, зокрема із західних облас-

тей, що дає змогу підтримувати професійну діяльність і забезпечувати стабільний дохід.

Такі гнучкі підходи до організації праці не тільки сприяють підвищенню загальної ефективності підприємств, а й дозволяють мінімізувати ризики втрати кваліфікованих кадрів, оптимізувати робочі процеси, впроваджувати нові технологічні рішення для дистанційної комунікації та управління персоналом. Водночас підприємства змушені розробляти нові механізми мотивації співробітників, адаптувати стратегії кадрового розвитку та підтримувати корпоративну згуртованість в умовах розпорошеності колективу [1].

Тому основні напрями розвитку кадрового потенціалу підприємства в таких умовах повинні включати: адаптацію кадрової політики до воєнних реалій, психологічну підтримку персоналу, підвищення кваліфікації та перекваліфікація персоналу, збереження та відновлення кадрового потенціалу, мотивація та залучення працівників, цифровізація процесів управління персоналом, підтримка ветеранів та працевлаштування ВПО. Для цього має відбутись посилення роботи державних програм, які дадуть змогу підприємствам більш суттєво та ефективно запроваджувати та використовувати ці напрями розвитку кадрового потенціалу, що не лише сприятиме стабільності підприємств, а й стане важливим фактором підтримки та відновлення економіки України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пшик-Ковальська О. О., Ковальський О. І. Особливості управління персоналом в умовах воєнного стану. Науковий вісник. 2022. Вип. 4. С. 88–93.
2. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану : Закон України від 01.07.2022 р. № 2352-IX. Голос України. 2022. 23 берез. (№ 64).
3. Про внесення змін до деяких законів України щодо оптимізації трудових відносин : Закон України від 01.07.2022 р. № 2352-IX. Голос України. 2022. 18 лип. (№ 147)
4. Чернишова Л. І., Заложнікова А. І. Стратегічні аспекти процесу розвитку менеджменту персоналу в умовах дії воєнного стану та їх вплив на стан кадрового потенціалу підприємства. Економіка та суспільство, (55), 2023. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2915/2838.

ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

А. В. Гершун, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
Т. О. Гусаковська, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність стратегічного управління зумовлена швидкими змінами в бізнес-середовищі, глобалізацією, зростаючою конкуренцією та невизначеністю ринкових умов. У сучасних умовах підприємства змушені не лише оперативно реагувати на виклики, а й проактивно формувати стратегії для сталого розвитку та досягнення конкурентних переваг. Стратегічне управління дозволяє підприємствам визначати ключові цілі, ефективно розподіляти ресурси, аналізувати ризики та адаптуватися до зовнішніх і внутрішніх факторів впливу.

Для реалізації стратегічного управління використовується широкий спектр аналітичних інструментів, серед яких особливе місце займає SWOT-аналіз. Цей метод дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити зовнішні можливості та загрози, що дає змогу розробити найбільш ефективні стратегічні рішення. Окрім SWOT-аналізу, популярними інструментами є PEST-аналіз, матриця BCG, модель Портера, Balanced Scorecard та інші [1]. Їхнє застосування допомагає підприємствам краще розуміти ринкову ситуацію, прогнозувати майбутні тенденції та формувати гнучкі стратегії для довгострокового успіху.

SWOT-аналіз – один з ключових інструментів стратегічного управління підприємствами. Його назва складається з англійських слів: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (загрози). Метод дозволяє всеобічно оцінити зовнішнє середовище та внутрішні ресурси компанії, що сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень [1].

Процес SWOT-аналізу включає:

- збір і систематизацію даних про ринок та діяльність підприємства;
- визначення сильних і слабких сторін;
- аналіз зовнішніх можливостей і загроз;
- встановлення стратегічних пріоритетів.

До основних переваг методу належать простота застосування, універсальність та орієнтація на стратегічні рішення. SWOT-аналіз не вимагає складного програмного забезпечення та може бути адаптований для будь-якого виду бізнесу, від малого підприємництва до великих корпорацій [2].

Проте метод має й певні недоліки:

− суб'єктивність оцінювання факторів;

− відсутність кількісної оцінки;

− потреба у поєднанні з іншими аналітичними інструментами (PEST-аналіз, фінансове моделювання) [2, 3].

Ефективність застосування SWOT-аналізу значно підвищується у разі:

− залучення експертів для об'єктивного визначення факторів;

− регулярного оновлення результатів відповідно до змін ринкового середовища;

− використання чітких показників для кожної категорії факторів.

Отже, SWOT-аналіз є важливим, проте не єдиним методом стратегічного аналізу. Його доцільно поєднувати з іншими інструментами, щоб забезпечити гнучке й ефективне управління розвитком підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Копчак Ю., Лобунець Т., Луковський Р. SWOT-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. *Економіка та суспільство.* 2024. № 61. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-146.
2. Підвисоцька О. В. Переваги та недоліки SWOT-аналізу у бізнес-плануванні. Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти : матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. м. Львів, 9–10 травня 2024 року. Львів : Львівський науковий форум, 2024. 154 с.
3. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ : Наш формат. 2020. – 416 с.

ПЕРЕДУМОВИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

М. П. Голодняк, *здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля*
І. А. Франів, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

У сучасних ринкових умовах підприємство має прагнути до максимізації прибутку. Це означає досягнення такого рівня до-

ходу, який дозволяє не лише впевнено зберігати позиції на ринку збуту, а й забезпечувати динамічний розвиток виробництва в умовах конкуренції. Така необхідність формує стратегічний підхід до підвищення прибутковості.

З цієї причини перед початком виробництва кожне підприємство оцінює можливий рівень доходу та очікуваний прибуток. Таким чином, прибуток виступає ключовою метою підприємницької діяльності та її кінцевим результатом.

Головним завданням будь-якого суб'єкта господарювання є максимізація прибутку за мінімальних витрат. Це досягається завдяки дотриманню режиму економії у використанні ресурсів та їхньому найбільш ефективному розподілу.

Як підсумковий показник фінансових результатів підприємства, прибуток визначається рівнем витрат на виробництво та ціною реалізованої продукції. Через це він безпосередньо пов'язаний із факторами економічної невизначеності, які неможливо прогнозувати з абсолютною точністю, а лише з певним рівнем імовірності.

Основним джерелом фінансових надходжень підприємства є виручка від реалізації продукції, зокрема та її частина, що залишається після покриття витрат на виробництво та збут.

Важливість прибутку як фінансового показника підприємницької діяльності не робить його єдиним критерієм оцінки успішності. Дослідження стимулюючої ролі прибутку демонструє, що деякі суб'єкти господарювання надають перевагу отриманню максимального прибутку заради зростання доходів власників, нехтуючи при цьому розвитком виробництва та соціальними потребами колективу.

Крім того, мають місце випадки отримання прибутку не завдяки ефективному веденню господарської діяльності, а за рахунок маніпуляцій із продукційною структурою. Наприклад, замість виробництва товарів із високим попитом, але низькою рентабельністю, підприємства орієнтуються на виготовлення продукції з вищою маржинальністю, що не завжди відповідає інтересам споживачів. Іноді зростання прибутку зумовлене необґрунтованим підвищенням цін.

Безконтрольне прагнення до максимального прибутку, зокрема з метою збільшення фонду заробітної плати, може призводити до зростання грошової маси, не підкріпленої товарним забез-

печенням. Це, у свою чергу, спричиняє інфляційні процеси, що ведуть до необхідності додаткової емісії грошей.

Абсолютне зростання прибутку не завжди є показником підвищення ефективності виробництва, зумовленого результатами праці колективу. Обрана стратегія прибутковості має відповідати місії підприємства, його стратегічним цілям, можливостям та потенціалу.

Отже, прибуток є основною метою підприємницької діяльності, оскільки саме він визначає фінансову стійкість та конкурентоспроможність підприємства. Проте його абсолютне зростання не завжди є показником ефективної господарської діяльності, адже воно може бути досягнуте не лише за рахунок покращення виробничих процесів, а й через необґрунтоване підвищення цін або зміну структури продукції на користь більш рентабельних товарів. Такий підхід, хоча й забезпечує тимчасове зростання доходу, може негативно впливати на попит і задоволеність споживачів, а також гальмувати соціально-економічний розвиток підприємства та його колективу.

Раціональна стратегія прибутковості має ґрунтуватися не лише на прагненні до максимального прибутку, а й на оптимальному використанні ресурсів, ефективному управлінні витратами та забезпеченні стабільного розвитку підприємства. Важливо враховувати інтереси споживачів, підтримувати справедливу цінову політику та уникати штучного підвищення вартості продукції, що може спричинити інфляційні ризики та зниження купівельної спроможності населення. Лише комплексний підхід до формування стратегії прибутковості, що поєднує економічну ефективність, соціальну відповідальність та орієнтацію на довгострокову перспективу, забезпечить підприємству стабільний розвиток та успіх у конкурентному середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Єпіфанова, І. Ю., & Гуменюк, В. С. (2016). Прибутковість підприємства: сучасні підходи до визначення сутності. *Економіка і суспільство*, (3), 189–194.
2. Хмелевський, О. В. (2021). Прибутковість підприємства: наукові підходи до трактування її сутності. *Економіка та держава*, (4), 137–140.

ІННОВАЦІЙНЕ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ РЕСУРСАМИ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

О. О. Гуйва, *здобувач ступеня доктора філософії зі спеціальності Менеджмент, група МЕН PhD тр-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі конкурентоспроможність компаній усе більше залежить не тільки від якості їх продукції чи послуг, але й від здатності ефективно управляти інформаційними ресурсами. Інформація стала важливим активом, і її правильне використання є ключовим чинником у формуванні позитивного іміджу компанії. Цифрова трансформація бізнесу накладає нові вимоги до управління знаннями, комунікацією та інформаційною безпекою, що вимагає застосування інноваційних підходів до організації інформаційної діяльності [1].

Метою цього дослідження є розкриття ролі інноваційного управління інформаційними ресурсами у формуванні конкурентоспроможного іміджу компанії та визначення основних напрямів впровадження цифрових інструментів для досягнення цієї мети.

Незважаючи на важливість інформації, багато компаній не мають чіткої стратегії її управління. Відсутність належних каналів комунікації, низький рівень захисту даних, слабка внутрішня культура обігу інформації та неефективні IT-системи можуть серйозно зашкодити формуванню позитивного іміджу. В умовах швидких змін та інформаційного перевантаження тільки інноваційний підхід до управління інформаційними ресурсами може допомогти компанії залишатися помітною, надійною та привабливою для клієнтів.

Ключові аспекти інноваційного управління інформаційними ресурсами:

1. Цифровізація управлінських процесів.

Впровадження сучасних платформ для електронного документообігу та спільної роботи (наприклад, Google Workspace, Microsoft 365), а також корпоративних порталів і баз знань, дозволяє підвищити прозорість та швидкість внутрішніх комунікацій. Це також покращує імідж роботодавця, демонструючи відкритість та технологічність [2].

2. Інформаційна аналітика та big data.

Використання аналітичних інструментів дозволяє не тільки оптимізувати маркетингові й управлінські рішення, а й швидко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Наприклад, моніторинг згадувань бренду в соціальних мережах та ЗМІ дозволяє уникати репутаційних ризиків, своєчасно реагувати на негатив та підтримувати позитивний імідж [3].

3. Омніканальні комунікації та зворотний зв'язок.

Компанії, що забезпечують клієнтам можливість комунікації через зручні цифрові канали (месенджери, соціальні мережі, чат-боти, веб-форму), демонструють орієнтованість на клієнта. Це сприяє формуванню довіри та відчуття доступності компанії [4].

4. Брендинг через контент.

Важливу роль у формуванні іміджу компанії відіграє контент-маркетинг. Аналітичні статті, блоги, подкасти, відео та інфографіка допомагають компанії донести свої цінності до аудиторії, залучити її та сформувати емоційний зв'язок [1].

Приклади успішного застосування інноваційного управління інформаційними ресурсами:

✓ Monobank – завдяки інноваційній мобільній платформі та відкритій комунікації в соціальних мережах, а також прозорій політиці щодо захисту даних, компанія змогла сформувати імідж технологічно просунутого та клієнтозорієнтованого банку.

✓ Tesla – активне використання інформаційних ресурсів дозволяє компанії формувати імідж інноватора, регулярно оновлюючи контент, звіти та презентації нових технологічних рішень.

✓ SoftServe – українська IT-компанія, яка активно розвиває внутрішні комунікації, інвестує в навчання персоналу та активно позиціонує себе в медіа просторі, що допомагає їй залишатися лідером у сфері цифрових послуг.

Таким чином, інноваційне управління інформаційними ресурсами є важливим елементом сучасної іміджевої стратегії компанії. Воно передбачає не лише технічне забезпечення, а й формування інформаційної культури, ефективних каналів комунікації та прозорих процесів взаємодії зі стейкхолдерами. У цифрову епоху саме здатність компанії бути відкритою, технологічно гнучкою та швидко реагувати на виклики ринку визначає її конкурентоспроможність та рівень довіри з боку споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрущенко В. П., Бєлова О. Ю. Інформаційні ресурси в системі сучасного менеджменту : монографія. Київ : КНЕУ, 2021. 184 с.
2. Глущенко Л. О., Журавель В. М. Цифрова трансформація бізнесу: управління змінами та вплив на корпоративний імідж. Економіка та суспільство. 2022. № 39. С. 67–74.
3. Ковальчук І. В. Управління корпоративною репутацією в умовах цифровізації. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна.2021. № 52. С. 103–108.
4. Куденко Н. В. Стратегічний бренд-менеджмент: теорія і практика : навч. посіб. Київ : Центр учбової л-ри, 2020. 248 с.

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ РИНКОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

І. Ю. Коваленко, *студент спеціальності Менеджмент, освітньої програми «Бізнес-адміністрування», група МЕН БА б-41*
В. А. Власенко, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На сучасному етапі відновлення національної економіки можливе лише за рахунок досягнення конкурентних переваг підприємствами як на вітчизняному, так і на зарубіжному ринках. Це забезпечується завдяки ефективному використанню інтелектуального потенціалу, впровадженню сучасних високотехнологічних рішень, розробці принципово нових видів продукції та реалізації інноваційних підходів.

Метою дослідження є обґрунтування характерних особливостей управління інноваційними технологіями на підприємстві у трансформаційний період.

Науковці Ф. Д. Швець, В. Б. Василів та М. Д. Швець слушно наголошують на тому, що «інноваційні технології – це сукупність методів і засобів, що підтримують етапи впровадження інновацій для забезпечення інноваційної діяльності. Технології, спрямовані на формування системного, творчого та технічного мислення і здатність генерувати нестандартні технічні ідеї, при вирішенні творчих, виробничих завдань» [3, с. 372].

Інноваційні технології є ключовим чинником успіху сучасного бізнесу та їх впровадження дозволяє підприємствам підтримувати конкурентоспроможність, залучати та утримувати клієнтів, а також стимулювати їхній розвиток та зростання [1].

На думку Т. О. Харченко та Ю. С. Бондарук, «для впровадження інноваційних технологій на підприємствах необхідний регулярний і безперервний процес, що включає такі етапи: пошук нових ідей, технологій, рішень; апробація технологій у діяльності підприємства на невеликій ділянці; застосування технології в масштабах усього підприємства; оцінка окупності від застосування інноваційної технології (на основі методу дисконтування)» [2, с. 132].

Необхідно констатувати, що сучасні зміни у світовій економіці та еволюція організаційних цінностей призвели до того, що управління інноваційними технологіями стає дедалі складнішим і багатовимірним процесом. Це вимагає впровадження нових підходів у менеджменті, спрямованих на підвищення його прозорості та відкритості. Водночас зміна напрямів у цій сфері спричинила акцентування уваги на таких аспектах, як пошук перспективних ідей у зовнішньому середовищі, їхня ретельна оцінка та ефективна реалізація через стратегічну інтеграцію всіх учасників інноваційної діяльності, а також розвиток міжфункціональної взаємодії.

Управління інноваційними технологіями на підприємстві спрямоване на вирішення завдань, пов’язаних із плануванням і реалізацією інноваційних та інвестиційних проєктів. Воно передбачає прогнозування змін в економічній діяльності підприємств, пошук і впровадження масштабних стратегічних рішень, що забезпечують конкурентоспроможність, виживання та сталий розвиток завдяки врахуванню майбутніх чинників успіху. Досягнення ефективних результатів у процесі інноваційного розвитку потребує застосування спеціалізованих підходів і методів управління, що об’єднують елементи стратегічного та інноваційного менеджменту залежно від контексту розгляду інноваційного розвитку на мікрорівні. Такий підхід до інноваційного управління здійснюється одночасно з управлінням існуючими традиційними процесами виробництва товарів і послуг.

Слід підкреслити, що до характерних особливостей управління інноваційними технологіями на рівні підприємства нале-

жать: цільова спрямованість інноваційного процесу, варіативний розподіл засобів отримання кінцевого результату, максимальне задоволення потреб споживачів, складність та багатоетапність інноваційної діяльності підприємства, статичний характер системи управління інноваціями та динамічний результат інноваційного процесу.

Таким чином, для ефективного управління інноваційними технологіями керівництву підприємства варто сформувати чіткий та обґрунтований набір дій, що включає розробку інноваційної стратегії його розвитку. Зважаючи на унікальність характеристик кожного підприємства, потрібно застосувати комплексний підхід щодо формування універсального набору інноваційних технологій, вибору оптимальної моделі інноваційної стратегії розвитку та реалізації процесу стратегічного управління загалом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Від інновацій до успіху: Ключові технології для сучасного бізнесу. URL: https://sitniks.ua/blog_post/vid-inovtziy-do-uspyhu/ (дата звернення: 14.02.2025).
2. Харченко Т. О., Бондарук Ю. С. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2019. № 4 (109). С. 130–133.
3. Швець Ф. Д., Василів В. Б., Швець М. Д. Вплив інноваційних технологій на розвиток економічного потенціалу України. *Вісник НУВГП. Серія : Економічні науки*. 2023. Вип. 2 (102). С. 370–381.

ЖІНОЧЕ ЛІДЕРСТВО В УМОВАХ ВІЙНИ: РОЛЬ ЖІНОК У ПІДТРИМЦІ ТА ВІДНОВЛЕННІ КРАЇНИ

К. А. Ковальчук, *студентка спеціальності Бізнес-адміністрування, група МЕН БА б-21*
Н. Л. Кужель, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Відповідно до традиційних уявлень, лідерство часто асоціюється з такими характеристиками, як рішучість, твердість, ризикованість, які, як правило, вважаються більш «чоловічими». Це створює упередження, що жінки не здатні бути ефективними лідерками, оскільки не відповідають стандартам цих характе-

ристик. Такі стереотипи призводять до того, що жінкам може бути складніше отримати керівні посади, навіть якщо вони володіють необхідними навичками, досвідом і потенціалом.

Чоловіче й жіноче лідерство має певні відмінності. Найбільше різниться саме стиль організації праці та мотивації. Для багатьох жінок бути лідером насамперед означає вміти продуктивно співпрацювати з командою. Жінки-лідери менш ієрархічні за чоловіків і часто налагоджують горизонтальніші зв'язки в менеджменті. Це підвищує залучення команди, підтримує відкриту комунікацію всередині команди та мотивує на спільну працю.

Перепони на шляху до високих керівних позицій жінок-лідерок, можуть бути різноманітними та відображають як культурні, так і структурні бар'єри, наприклад:

- гендерні стереотипи та упередження;
- недостатня підтримка на робочих місцях;
- страх перед провалом та критикою;
- соціальний тиск;
- складнощі у балансуванні роботи та особистого життя.

Війна, як великий соціально-економічний і гуманітарний катаклізм, створює нові виклики для суспільства, і роль жінок у цих умовах набуває особливої важливості. Жінки в Україні, як на фронті, так і в тилу, демонструють неабияку стійкість, лідерські якості та здатність до адаптації в умовах кризи. Їхнє лідерство не обмежується лише традиційними уявленнями про управлінців, але охоплює різні сфери суспільного життя – від волонтерства до бізнесу та політики.

За оцінками Європейського банку реконструкції та розвитку (EBRD), 24 % підприємств, що належать жінкам, змінили свої бізнес-моделі внаслідок війни, адаптуючи їх під потреби внутрішнього ринку, зокрема шляхом переходу на онлайн-продажі та виробництво товарів для військових потреб.

53 % жінок-підприємців в Україні змогли адаптувати свої бізнеси, створивши нові канали постачання та налагодивши виробництво, що сприяло стабільності їхніх компаній під час війни (Джерело: Світовий економічний форум, 2023).

22 % компаній, що займаються відновленням інфраструктури та відбудовою економіки після війни, очолюють жінки. Це вка-

зує на зростаючу роль жінок в управлінні відновленням країни (Джерело: Національний інститут стратегічних досліджень, 2023).

За даними Національної асоціації бізнесу України, 38 % жінок в Україні займають керівні посади в малому та середньому бізнесі, що свідчить про значне зростання їхньої ролі в підприємницькому секторі.

Із початком повномасштабного російського вторгнення до України до лав ЗСУ мобілізувалося майже 67 тисяч жінок, а кількість жінок-офіцерів з 2021 року зросла у шість разів.

У сфері ІТ, яка вважалась традиційно чоловічою, в нових компаній все частіше на чолі стають жінки. За даними Опендабот, за 2024 рік нових компаній із директорками побільшало на 69 %. На 25 % побільшало очільниць бізнесу у сільськогосподарській сфері та на 17 % – у компаніях, що займаються будівництвом.

Загалом наразі жінки очолюють близько 449 тис. українських бізнесів – це майже кожна третя компанія. На сьогодні жінки-директори переважають у таких сферах, як: освіта – 70 % жінок на чолі компаній; державне управління й оборона, обов'язкове соціальне страхування – 58 %; діяльність у сфері творчості, мистецтва та розваг – 58 %; туризм – 57 % [2].

Ці статистичні відомості вказують на те, що війна стала сильним поштовхом для розвитку жіночого керівництва у бізнесі. Жінки, попри складні обставини, активно трансформують бізнес-моделі, започатковують нові проєкти та підтримують економіку держави. Вони стають не тільки власницями компаній, а й топ-менеджерами, які ведуть бізнеси крізь кризу та відновлюють економічну стабільність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт Міністерства економіки України. URL: https://surl.lu/edbcyi.
2. Сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній та судового реєстру. *Опендатабот.* URL: https://surl.li/hswsvy.
3. Храбан, Т., Сілко, О. (2023). Жіноче лідерство у збройних силах: виклики та перспективи. Вісник Національного університету оборони України, 74 (4), 161–168. https://doi.org/10.33099/2617-6858-2023-74-4-161-168.

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ ЕКОЛОГІЧНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В ДІЯЛЬНОСТІ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА

І. С. Корсун, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
Ю. О. Єжелий, *асистент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі питання охорони навколишнього середовища набувають все більшої актуальності, і промислові підприємства, особливо з виробничого сектора, відіграють важливу роль у цьому процесі. Усе більше підприємств визнають необхідність інтеграції екологічної відповідальності в свою діяльність. Це не лише питання дотримання законодавчих норм, а й важливий фактор для розвитку бізнесу, який дозволяє підприємствам забезпечувати конкурентоздатність і сталий розвиток, сприяючи водночас охороні навколишнього середовища. Екологічна відповідальність у сучасному розумінні стала комплексним підходом до мінімізації впливу на довкілля та збереження ресурсів.

У поняття «екологічна відповідальність» входить не лише дотримання вимог законодавства, але й проактивні дії, що знижують негативний вплив на природу. Стратегічним підходом до сталого розвитку стає принцип «свідомого споживача», який передбачає, що споживачі вибирають товари компаній, які дотримуються екологічних стандартів, і готові підтримувати компанії, що відповідають їхнім етичним цінностям. Такі зміни також впливають на інвестиційні рішення: інвестори все частіше враховують екологічні критерії при виборі підприємств для вкладень [1].

Принципи екологічної відповідальності вимагають застосування низки підходів, що включають запобігання забрудненню, стале використання ресурсів та мінімізацію відходів. Одним з основних принципів є зниження викидів шкідливих речовин у навколишнє середовище через використання чистих технологій і систем очищення, а також попередження випадкових витоків і розливів. Крім того, сталою практикою стає мінімізація використання ресурсів, зокрема води, енергії та сировини, а також перехід на відновлювані джерела енергії. Зменшення обсягів

відходів, що утворюються під час виробничих процесів, включає не лише оптимізацію технологічних операцій, а й впровадження систем сортування та переробки відходів, що дозволяє знижувати вплив на навколишнє середовище та одночасно підвищувати ефективність бізнесу [2].

Важливим принципом є також захист біорізноманіття, що передбачає мінімізацію впливу на природні екосистеми, види рослин та тварин. Виробничі підприємства повинні уникати руйнування природних середовищ і вживати заходів для збереження місцевої флори і фауни. Для успішної реалізації екологічної відповідальності необхідно впроваджувати постійний екологічний моніторинг і аудит, які дозволяють оцінити ефективність здійснених заходів і своєчасно реагувати на відхилення від встановлених норм. Щоб реалізувати принципи екологічної відповідальності, підприємства повинні впроваджувати екологічно чисті технології та оптимізувати виробничі процеси, зокрема, за рахунок енергоефективного обладнання, систем очищення та використання технологій замкнутого циклу [3]. Це не тільки сприяє збереженню навколишнього середовища, але й дозволяє значно знизити витрати на енергію та ресурси. Інвестування в такі технології приносить довгострокові економічні вигоди, знижуючи витрати підприємства на утилізацію відходів і енергію, а також підвищуючи ефективність та конкурентоспроможність бізнесу.

Таким чином, впровадження принципів екологічної відповідальності є не тільки необхідним для забезпечення сталого розвитку виробничих підприємств, але й важливим етапом у збереженні довкілля. Впровадження цих принципів дозволяє підвищити конкурентоспроможність бізнесу, зменшити витрати, покращити імідж компанії та залучити інвестиції. Попри виклики, з якими можуть зіткнутися підприємства, таких як високі початкові інвестиції або опір змінам, стратегічний підхід до екологічної відповідальності приносить вагомі переваги, що підтверджують приклади успішних компаній як в Україні, так і за кордоном.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бродович Ю., Бродович В. Екологічна відповідальність у сучасному бізнесі: стратегії раціонального використання природних ресурсів. *Економіка та суспільство*, 2024. № 69. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-14.

2. Єжелий Ю. О., Тягунова З. О. Синергія корпоративної соціальної відповідальности та цифрової трансформації українського бізнесу в умовах економічної турбулентності. *XVIII Міжнародна науково-практична конференція магістрантів та аспірантів «Теоретичні та практичні дослідження молодих вчених»* (19–22 листопада 2024 року) : матеріали конф. / за ред. проф. Є. І. Сокола. Харків : НТУ «ХПІ», 2024. С. 493–393.
3. Environmental Sustainability in Business Examples: A Guide – EcoHedge. URL: https://www.ecohedge.com/blog/environmental-sustainability-in-business-examples-a-guide (дата звернення: 12.03.2025).

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

І. С. Курисько, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
І. В. Козюра, *д-р держ. упр., професор кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах ведення бізнесу підприємства повинні зважати не лише на власні індикатори розвитку, але й враховувати прогрес конкурентів, потенційних клієнтів і постачальників. Для цього необхідно формулювати конкурентну політику.

Конкурентна політика є важливою складовою економічної стратегії підприємства та загальним орієнтиром для дій і рішень, що сприяють досягненню цілей у сфері конкуренції. Ворожкова Ю. П. трактує, що «конкурентну політику підприємства слід розуміти як комплекс економічних та організаційно-адміністративних заходів, які надають змогу підприємству ефективно реалізовувати власні конкурентні переваги та забезпечувати високий рівень конкурентоспроможності в умовах існуючого конкурентного середовища, враховуючи цілі та стратегії його розвитку» [1]. На думку А. Полянської, конкурентна політика «є загальним керівництвом до дій і рішень, які сприяють досягненню цілей розвитку конкуренції» [2].

Г. Паламарчук визначає конкурентну політику «як комплекс заходів щодо створення конкурентного середовища» [3].

Конкурентне середовище значною мірою визначає характер конкурентної політики підприємства, включаючи засоби, методи та технічні системи, що використовуються у конкурентній боротьбі.

На формування цієї політики впливають економічна нестабільність, кризи в продуктивних галузях, нерозвинена інфра-

структура, а також конкуренція з боку сильніших, у тому числі іноземних, суперників. Ці фактори впливають на створення відповідної ринкової структури.

Конкурентна політика є важливим елементом загальної економічної стратегії підприємства. Вона служить орієнтиром для дій і прийняття рішень, що сприяють досягненню цілей конкурентного розвитку. Ефективна діяльність підприємства сьогодні вимагає ретельного підходу до формування конкурентної політики, що передбачає:

− аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на розвиток конкуренції;

− визначення основних детермінантів розвитку, які зумовлюють конкурентні переваги або створюють для них можливості;

− використання сучасних методів для повного врахування особливостей та складнощів у діяльності підприємств;

− вибір актуальних інструментів і підходів для досягнення конкурентних переваг.

При розробці конкурентної політики враховуються основні правила конкуренції, зумовлені специфікою діяльності підприємства в галузі, а також закони конкуренції.

Конкурентну політику підприємства створюють з огляду на характер конкурентного середовища та сформований конкурентний потенціал. Процес формування конкурентної політики включає кілька етапів:

− складання переліку законів конкуренції;

− визначення галузевих правил ведення конкурентної боротьби;

− створення політики взаємодії підприємства з безпосередніми конкурентами;

− розробка політики взаємодії з ключовими гравцями в галузі;

− об’єднання результатів попередніх етапів в єдину структуру;

− порівняння сформульованих положень з наявним конкурентним потенціалом і їх коригування;

− визначення основних аспектів конкурентної політики та їх затвердження керівництвом.

Таким чином, конкурентна політика є важливою складовою економічної політики підприємства. Вона слугує загальним керівництвом для дій і прийняття рішень, спрямованих на полегшення досягнення цілей конкурентного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воржакова Ю. П. Формування конкурентної політики поліграфічних підприємств : навч. посіб. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-ва «Політехніка», 2021. 254 с.
2. Полянська А. Формування конкурентної політики вітчизняних підприємств в сучасних умовах господарювання. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». 2009. № 657. С. 293–298.
3. Паламарчук Г. Конкурентна політика в перехідній економіці. Актуальні проблеми економіки. 2001. № 3–4. С. 20.

СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В. А. Луговець, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТБ2401м*
О. М. Ковальова, *канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького – науковий керівник*
Сумський національний аграрний університет

Сучасні умови господарювання характеризуються динамічністю змін різних аспектів та чинників, що впливають на ефективність діяльності суб'єктів аграрного підприємництва. Такими чинниками є: природно-кліматичні умови, ринкова кон'юнктура, рівень конкурентної боротьби, економічне середовище, політичне середовище, глобальні зміни, науково-технічний прогрес та багато інших. Для виживання в сучасних умовах підприємства агробізнесу повинні знаходити напрями свого розвитку.

Під розвитком розуміють незворотні якісні та кількісні зміни предметів, процесів, явищ тощо [1]. Для успішного розвитку аграрні підприємства будують свої стратегії.

У науковій літературі виділяють стратегії зростання, утримання та скорочення для аграрних підприємств.

Стратегія зростання підходить для підприємств, які тільки-но започаткували своє функціонування, або тих підприємств, які розширюють посівні площі. Для таких підприємств агробізнесу стратегія зростання набуває трьох видів: 1) інтенсивного зростання – збільшення обсягів та розширення номенклатури виробництва аграрної продукції на основі інноваційних технологій [5]; 2) інтеграційного зростання – об'єднання та кооперація сіль-

ськогосподарських підприємств, фермерських та особистих селянських господарств з метою збільшення обсягів виробництва та зменшення витрат [3]; 3) диверсифікації – підприємство розвиває кілька не пов'язаних між собою видів виробництва [5].

Стратегія утримання підходить для тих підприємств агробізнесу, які намагаються утримати досягнуті позиції на ринку шляхом поступових інвестицій в оновлення матеріально-технічної бази.

Стратегія скорочення характерна для слабких аграрних підприємств, які зосереджують свою увагу на виробництві лише мінімально-необхідного обсягу виробництва продукції [4].

Цілі стратегій розвитку суб'єктів аграрного підприємництва розподіляються за пріоритетністю:

− досягнення високого рівня рентабельності, рівня прибутку, обсягу продажу, рівня якості продукції, частки на ринку, структури капіталу, рівня дивіденду, суми виплаченої заробітної плати;

− забезпечення повного використання ресурсного потенціалу та зміцнення конкурентоспроможності аграрного підприємства;

− освоєння нових напрямів підприємницької діяльності шляхом інтеграції, зміни в структурній політиці, розвитку інформаційних структур, диверсифікації продукції та діяльності.

При обґрунтуванні стратегій розвитку суб'єктів аграрного підприємництва:

− слід зосередити зусилля на пошуку ринкової ніші і типу ринкової поведінки, перебудовувати свою виробничо-галузеву структуру, спеціалізацію тощо [4]. Вказане може знайти через впровадження виробництва нішевих культур у рослинництві (часнику, нуту, ягід тощо) та в тваринництві (розведення бджіл, нутрій та ін.) [2, 3];

− використати можливості формування кооперативних відносин;

− сформувати досконалу організаційну структуру управління;

− використати можливості диверсифікації;

− здійснювати постійне відтворення та оновлення основних засобів у відповідності до інноваційних тенденцій аграрної галузі.

Розглянуті напрямки розвитку сучасним аграрним підприємствам доцільно враховувати при побудові своїх стратегій, що

дасть їм можливість конкурувати в змінному ринковому середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Верба В. А., Гребешкова О. М. Управління розвитком компанії: теоретичні та прикладні проблеми сьогодення. Економіка та управління. 2009. № 5. С. 40–45
2. Ковальова О. М. Роль бджільництва в досягненні сталого розвитку аграрних підприємств та сільських територій. *Економічний простір*. 2024. № 189. С. 259–263. https://doi.org/10.32782/2224-6282/189-46.
3. Кропивко М. М. Теоретичні засади стратегічного управління розвитком сільськогосподарських підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018, № 3. Том 2. С. 113–118.
4. Лагодієнко В. В., Денисюк Т. В., Пєчка С. С. Теоретичне обґрунтування оцінювання ефективності диверсифікації виробництва аграрного підприємства. *Innovation and Sustainability*. 2022. № 2. С. 100–106.
5. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Роль інновацій в підвищенні ефективності управління конкурентоспроможністю вітчизняного агробізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 80. С. 34–40. http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/9.pdf.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ТЕРМІНУ «РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА»

Д. М. Маліношевський, *студент спеціальності Менеджмент*
Л. М. Шимановська-Діанич, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Завдання ефективного управління розвитком стає ключовим на шляху до реалізації цілей та напрямів діяльності підприємства та першочергово передбачає визначення концептуальних теоретичних основ до розуміння як сутності розвитку так і методології управління ним [1, с. 9; 8, с. 13]. Тому еволюція, сутність та зміст категорії «розвиток» у напрямі використання до підприємства, організації, установи чи іншої господарської системи було та й залишається на сьогодні актуальним питанням для наукових досліджень. Як стверджує Стрілець В. Ю., що «невід'ємним атрибутом концепції розвитку країни є розвиток підприємств як базис для розбудови заможного суспільства» [4, с. 47].

Далі науковець відзначає, що сучасний науковий простір питанню розвитку на рівні підприємства приділяє достатньо значну увагу в досліджених та ґрунтовно обґрунтовує з точки зору практичного використання. Поряд з цим значна увага в напрямі наукового дослідження сутності категорії «розвитку підприємства», на думку Стрілець В. Ю., «створюють плутанину щодо основних ідентифікаторів розвитку» через те, що «у фахових працях відзначаємо значну кілька наукових підходів, поглядів на сутність та зміст цієї категорії» [4, с. 47]. Тому розпочнемо з етимології категорії «розвиток підприємства» відповідно до словників, в яких детально описана вказана категорія, що ототожнюється з ростом, об'ємом, зміною або розширенням; рухом уперед, формуванням нових рис, становленням нових структурних характеристик об'єкта, його еволюцією, поліпшенням, удосконаленням, прогресом; переходом від одного якісного стану до іншого; з незворотними, скерованими, закономірними змінами, що характеризують трансформацію якості, перехід до нових рівнів організації [3, с. 38–39].

Першоосновою для визначення терміна «розвиток підприємства», на думку Занори В., є розуміння «розвитку» як філософської категорії [2, с. 71] у зв'язку з унікальною сукупністю функціонально взаємопов'язаних між собою складових елементів, зв'язків та залежностей, що поєднуються у складну структуру об'єкта дослідження. В наукових дослідженнях висвітлюється різні підходи до ідентифікації категоріального апарату поняття «розвиток підприємства», заснованого на одній або ж декілька його характеристик, що пов'язані з визначенням розвитку як філософської категорії (табл. 1).

Таблиця 1 – Ідентифікація трактування терміну «розвиток»

Наукові напрями	Трактування терміну
Розвиток як філософська категорія	Розвиток є переходом від одного якісного стану до іншого; якісною зміною в структурі об'єкта; створенням якісно нового об'єкта [2, с. 71]
	Як закономірна зміна матерії і свідомості, або як вищий тип руху і змін у природі та суспільстві, пов'язаний з переходом від однієї якості до іншої, від старого до нового, або як характеристика якісних змін об'єктів, поява нових форм, пов'язана зі змінами внутрішніх і зовнішніх зв'язків [3, с. 39]

Продовж. табл. 1

Наукові напрями	Трактування терміну
Розвиток як філософська категорія	Прогрес, регрес, деградація, занепад, знищення, перехід від вищого до нижчого, від більш довершеного до менш довершеного, до зниження рівня гармонізації системи [3, с. 40]
Розвиток через призму економічної теорії	Розвиток є поступовим, послідовним процесом нагромадження досягнень та їх продовженням, є не односпрямованим рухом до істини, є особливим явищем, що вирізняється практикою і свідомістю та є зрушенням стану рівноваги [3, с. 40]
	Розвиток підприємства можливий лише за умови переборення кризових явищ, що виникають на відповідному етапі» та забезпечують економічне зростання у майбутньому [5, с. 11]
Розвиток у менеджменті	Переборення кризових явищ» призведе до створення «нової якості» [6, с. 37]
	З позиції менеджменту під розвитком розуміють «комплексний процес впливу керованої системи на керуючу» задля забезпечення стійкості системи і «нарощення потенціалу для виходу на нову якість управління з постійною адаптацією до вимоги зовнішнього середовища» [6, с. 37]
	Розвиток ототожнюється з процесом функціонування та еволюції підприємства, зорієнтованого на довгострокову перспективу та заснованим на єдності його внутрішньої й зовнішньої властивості долати суперечності [7]
Розвиток у прикладній економіці	Розвиток – перехід від одного стану економіки до іншого, коли у новому періоді не тільки збільшується виробництво тих самих товарів і послуг, що вже вироблялися раніше, а має місце й виробництво нових товарів і послуг з використанням нових технологій порівняно з минулим періодом [3, с. 39]. Як основний атрибут діяльності підприємства включає в себе бачення категорії «розвиток підприємства» на основі концепції функціонування підприємства. В даному випадку під розвитком пропонується цілий процес, що забезпечує стабільне функціонування підприємства та його виживання в ринкових умовах [2, с. 71]

Такий підхід засвідчує, що розвиток щодо підприємства або іншої системи в реальності є не завжди рівномірним, поступовим рухом вперед до економічного зростання. Це пояснюється циклічністю функціонування підприємства або іншої системи, стадіями життєвого циклу, що супроводжуються як етапами зростання так і етапами занепаду або кризи та свідчать про циклічний характер розвитку.

Тому, під розвитком підприємства провідні економісти, беручи за основу філософську критерію, розуміють «еволюцію наукових підходів до ідентифікації категоріального визначення поняття «розвиток підприємства», що розпочинається з процесу, що свідчить про стабільну діяльність підприємства («стабільне функціонування заради розвитку»), далі розвиток стає основою, підґрунтям для стабільної діяльності («розвиток заради функціонування»), а сьогодні є метою такої стабільної діяльності («розвиток заради розвитку») [2, с. 71]. Тоді результативність описаного вище процесу може засвідчуватися як його темпами, так і його якісними змінними, що виражаються підвищеними умовами праці, рівнем задоволеності споживачів, дисконтними політиками для постачальників або покупців, розширенням можливостей на відповідному ринку товарів, робіт та послуг.

Таким чином, дослідивши етимологію сутності поняття «розвиток підприємства» як з точки зору філософських трактувань, так і з точки зору економічної теорії, прикладної економіки та менеджменту виділені важливі ознаки, що притаманні трактуванню категорії «розвиток підприємства», серед яких перехід, зміна, поява, переборення, вихід, долання, збільшення, новизна задля стабільності, функціонування або розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Педченко Н. С. Стратегічне управління фінансовим потенціалом розвитку підприємств житлово-комунального господарства: теорія, методологія, практика : [монографія] / Н. С. Педченко, М. І. Кімуржий, В. Ю. Стрілець. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 271 с. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/9368.
2. Занора В. Розвиток підприємства: сутність, форми, види. URL: https://mof.gov.ua/uk/nacionalni-polozhennja1 (дата звернення: 16.10.2024).
3. Педченко Н. С. Потенціал розвитку при стратегічному управлінні підприємством : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 365 с.

4. Стрілець В. Ю. Забезпечення розвитку малих підприємств: теорія, методологія, практика : монографія / В. Ю. Стрілець. – Полтава : ПУЕТ, 2019. – 457 с.
5. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством:теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій : монографія / Л. О. Лігоненко. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2001. – 580 с.
6. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія і практика : монографія / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава : ПУЕТ, 2010. – 314 с.
7. Педченко Н. С. Проблеми адаптування структури потенціалу етапам розвитку підприємства / Н. С. Педченко // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. – Вип. 251. – Т. V. – С. 1125–1132.
8. Стратегічне планування діяльності приватного закладу вищої освіти: якість, розвиток, перспективи : монографія / Н. С. Педченко, М. Г. Педченко. – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 256 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

А. Е. Манукян, *здобувач спеціальності Менеджмент, група 21-0911-002*
І. З. Саврас, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Сучасні динамічні зміни, що відбуваються у суспільстві та бізнесі, створюють потребу в оновленні методології бізнес-планування в управлінні організацією. Традиційні методики планування бізнес-діяльності мають певні обмеження щодо адаптивності та прогностичної точності, що підкреслює важливість запровадження прогресивних підходів для підтримки конкурентних позицій та забезпечення стійкого розвитку організацій. Тому інтеграція нестандартних рішень та інструментарію в процеси бізнес-планування є важливим фактором для результативного управління та реалізації довгострокових організаційних цілей у контексті сучасної нестабільності ринкового середовища.

Нами виокремлено кілька інноваційних підходів до бізнес-планування, які найбільш ефективно відповідають актуальним викликам організаційного управління (рис. 1).

Рисунок 1 – Інноваційні підходи до бізнес-планування

Agile-планування пропонує організаціям суттєві переваги в умовах високої невизначеності ринку через свою ітеративну природу та адаптивність до змін, забезпечує вищу залученість команди, прозорість процесів та фокусування на цінності для клієнта. Так, прикладом успішного впровадження Agile-планування є досвід компанії Spotify, яка змогла значно скоротити час виведення нових функцій на ринок та підвищити точність відповідності продукту очікуванням користувачів, що сприяло зростанню бази передплатників з 10 до понад 200 мільйонів за кілька років [1].

Переваги Lean-планування полягають у системній мінімізації непродуктивних витрат через усунення процесів, які не створюють цінності для кінцевого споживача, що дозволяє оптимізувати ресурси та підвищити ефективність бізнесу. Цей інноваційний підхід застосований ТОВ «Нова Пошта», яка завдяки Lean-плануванню досягла зменшення помилок відвантажень на 67 % та скоротила час обробки відправлень на 55 %, що дозволило забезпечити стабільне зростання кількості обслуговуваних клієнтів при збереженні високої якості послуг [2].

Перевагами Data-driven планування є використання великих даних та аналітики для обґрунтування рішень, прогнозне моделювання з використанням штучного інтелекту, перехід від інтуїтивних до доказових рішень. Так, застосування data-driven підходу до бізнес-планування компанією Grammarly дозволило їй оптимізувати розробку нових функцій, персоналізувати пропозиції для різних сегментів клієнтів та досягти статусу єдинорога з оцінкою понад 13 млрд дол. [3].

Сценарне планування дозволяє розробити множинні сценарії розвитку подій, підготувати їх до різних варіантів майбутнього,

сприяє зниженню ризиків у нестабільному середовищі. Так, компанія Shell використовує цей підхід для прогнозування можливих ризиків і можливостей на ринку енергетичних ресурсів, що дозволяє їй ефективно адаптуватися до змін у глобальній економіці [4].

Завдяки цифровій трансформації бізнес-планування відбувається автоматизація процесів планування, впровадження цифрових інструментів та платформ, інтеграція з хмарними сервісами та IoT-рішеннями тощо.

Отже, виділені інноваційні підходи мають значний потенціал для адаптації організацій до динамічних умов ринку, оптимізації ресурсів та забезпечення стійкого розвитку в умовах економічної невизначеності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Модель Scaling Agile @ Spotify. URL: https://www.maxzosim.com/scaling-agile-spotify/
2. Project management за принципами Lean. URL: https://surl.li/rmhqvv.
3. Grammarly – 12 років. За якими принципами будували перший український «єдиноріг». URL: https://surl.gd/atkyhw.
4. Як сценарний аналіз може допомогти лідерам управляти в турбулентні часи. URL: https://surl.gd/jxnwhs.

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В. Ю. Мотрич, *студент спеціальності Економіка, група Е2401м;*

А. С. Зеленський, *аспірант кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького*

Н. І. Строченко, *канд. екон. наук, професор кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького – науковий керівник*

Сумський національний аграрний університет

Фінансова стійкість аграрних підприємств – це їх здатність здійснювати свою безперебійну діяльність при умові вчасного розрахунку з кредиторами [1].

Управління фінансовою стійкістю аграрних підприємств має специфічні риси, пов’язані з особливостями господарювання в агросекторі, а саме:

− сезонність здійснення сільськогосподарської діяльності, природно-кліматичні та ґрунтові особливості, від яких залежить урожайність, витрати та кінцеві результати виробничого процесу;

− жорстка конкуренція на внутрішньому та зовнішніх ринках, що зменшує доступність ресурсів, зокрема земельних, обумовлює зниження цін та обсягів реалізації, відповідно і прибутку;

− динаміка цін на аграрну продукцію, на матеріальні ресурси, на обладнання для агробізнесу на внутрішньому та зовнішньому ринках, від чого значно залежать фінансові результати діяльності;

− монетарна, інноваційно-інвестиційна політика та досконалість інших інструментів державного регулювання аграрного сектору, від чого залежить здатність підприємства до виробництва, до розвитку, до впровадження інноваційно-інвестиційних проєктів [3];

− повномасштабне вторгнення росії в Україну на сучасному етапі чинить величезний негативний вплив на діяльність аграрних підприємств [2].

До проблем управління фінансовою стійкістю аграрних підприємств відносимо:

1. Низький рівень інвестування власними коштами, що пояснюється недостатнім обсягом нерозподіленого прибутку та небажанням підприємств сьогодні інвестувати кошти в маломобільні ресурси.

2. Висока вартість та іноді відсутність доступу до інвестування позиковими коштами.

3. Відсутність оптимальності в структурі капіталу, тобто оптимальне співвідношення між власним та залученим капіталом. Це необхідно, щоб підприємства мали можливість для фінансування своєї діяльності, але при цьому, не відчували загрози до втрати фінансової стійкості.

4. Значний вплив зовнішніх чинників та ризиків, зокрема економічна та політична нестабільність, відсутність досконалої системи оподаткування, інфляція, валютні ризики, військове втручання росії, Всі ці чинники негативно впливають на достатність власних коштів та фінансову стійкість підприємства та несуть ризик банкрутства.

5. Відсутність навичок управління ліквідністю, що загрожує тим, що підприємство не зможе погасити короткострокові позики, наслідком чого також бути настання банкрутства.

6. Недостатній аналіз та необ'єктивна оцінка фінансових ризиків, що також загрожує фінансовій стійкості підприємства. Цей чинник додатково посилюється нестабільністю та ризиками зовнішнього середовища.

Для розв'язання виявлених проблем аграрним підприємствам слід застосувати такі напрями підвищення ефективності управління фінансовою стійкістю:

− повсякчасно здійснювати оптимізацію структури капіталу;

− знаходити заходи для підвищення рентабельності всіх видів капіталу;

− постійно здійснювати моніторинг та підвищувати рівень управління ліквідністю;

− здійснювати пошук нових джерел фінансування та періодично їх диверсифікувати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бардаш С. В. Фінансова стабільність та її значення для розвитку підприємства. Scientific and Practical Conference «Scientific Horizon *in the Context of Social Crises*». Tokyo, Japan. 2023. № 144. P. 99–103.
2. Демиденко Л., Наконечна Ю. Фінансова стійкість аграрного сектору економіки України в умовах воєнного стану. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2023. Вип. 1(1 (222). С.48–55. URL: https://doi.org/10.17721/1728-2667.2023/222-1/6 (дата звернення: 14.10.2024).
3. Каращенко В., Рибіцький О. Ефективне управління фінансовими ресурсами у сільськогосподарських підприємствах. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-139.

КОМПЛАЄНС ЯК ЕФЕКТИВНА СИСТЕМА КОНТРОЛЮ ЗА РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ

В. М. Нескородь, *спеціальність Менеджмент, здобувач ступеня доктора філософії, група МЕН PhD тр-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Комплаєнс – це управлінська підсистема, яка охоплює ряд взаємопов'язаних підходів, методів, інструментів та важелів контролю, спрямованих на виявлення, попередження і подолан-

ня ризиків щодо недотримання вимог законодавства, порушення правил та етичних стандартів, ігнорування рекомендацій, а також уникнення санкцій [3, с. 134].

Комплаєнс-контроль займає важливе місце в структурі корпоративного управління вітчизняного бізнесу як ефективний інструмент мінімізації ризиків. Необхідність комплаєнсу на підприємстві обумовлена тим, що, по-перше, будь-який бізнес створюється і функціонує заради отримання прибутку. По-друге, фактори ризику супроводжують постійно навіть найуспішніший бізнес. По-третє, запобігти ризикам легше і дешевше, аніж долати їх наслідки [2, с. 100].

Ризик бізнесу криється у кожному прийнятому рішенні й нівелюється тільки глибиною його обґрунтування. Тому, ефективний бізнес має прагнути не контролю заради контролю, а якісного комплаєнсу, здатного передбачати ризики підприємницької діяльності та дієво протистояти їм.

Традиційно система контрою на підприємстві включає контрольні органи, серед яких наглядова рада, правління, директорат, директор та підрозділи, зокрема: внутрішнього аудиту, внутрішнього контролю, управління ризиками, комплаєнсу. Кожен бізнес формує свою структуру органів контролю, до ознак її ефективності відносяться відсутність дублювання функцій та недопущення зарегульованості бізнесу. Великий бізнес, в тому числі і банківський, може мали досить розгалужену систему контролю, що обумовлюється обсягами бізнес-процесів. Потрібно відзначити, що значна частина ризиків лежить в площині недотримання: вимог законодавства, встановлених правил, стандартів ведення бізнесу, вказівок та рекомендацій контролюючих органів, умов договорів, внутрішнього корпоративного розпорядку [1, с. 13].

Помилки допускаються через відсутність знань та усвідомлення відповідальності за дотримання встановлених правил і процедур. Саме комплаєнс спрямований на виявлення та подолання ризиків сфери комунікації з органами державної влади. Для цього діяльність структурного підрозділу з комплаєнсу не дублює функції інших підрозділів системи управління, а розширює, поглиблює і доповнює їх.

Ризик-менеджер вирішує аналітичні задачі від збору необхідної інформації про ризики, до їх оцінки і формулювання пропозицій щодо управління ними. Відділ внутрішнього аудиту

концентрується на контролі фінансово-господарської діяльності підприємства та на оцінці ефективності діяльності підрозділів. В той час як комплаєнс-підрозділ вирішує практичні задачі по виявленню ризиків, встановленню причин їх виникнення, з'ясовує шляхи та способи подолання недоліків у бізнес-процесах [3, с. 136].

На відміну від інших структурних підрозділів контролю, комплаєнс-підрозділ виконує такі завдання: виявляє і класифікує ризики, на ті, що здатні привести до втрат, і такі, що крадуть можливості розвитку бізнесу; з'ясовує причини і джерела виникнення ризиків (наприклад, недотримання вимог нормативно-правових актів здатне приховувати корупційну складову бізнесу; збирає факти конфлікту інтересів в структурних підрозділах компанії та розробляє заходи щодо їх усунення; долучається до розробки внутрішніх документів, що регламентують функціонування бізнесу з метою перевірки відповідності їх положень нормам законодавства; супроводжує перевірки державних контролюючих органів, готує відповіді та копії документів на їх запити, бере участь у розробці заходів щодо усунення виявлених порушень, роз'яснює застосування норм законодавства на практиці; диференціює клієнтську базу за критеріями благонадійності, підсанкційності, репутації, а також може виконувати інші функції, оскільки перелік для кожного бізнесу є унікальним, таким, що передає специфіку бізнесу [1–3].

Отже, впровадження комплаєнсу передбачає створення механізмів виявлення й аналізу ризиків, оцінки ймовірності їх настання й управління ними задля забезпечення ефективного захисту від них.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бортнікова М. Г., Стасюк Н. Р., Малиновська Ю. Б. Формування прикладного інструментарію комплаєнсу на вітчизняних підприємствах. *Management and entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development.* 2023. Vol. 5. Issue 1. С. 11–17.
2. Булкот Г. В., Бугай Н. О. Комплаєнс у системі внутрішнього контролю суб'єкта господарювання. *Економіка. Фінанси. Право.* 2024. № 5. С. 98–102.
3. Карпушенко М. Ю., Карпушенко О. О. Теоретико-методологічні аспекти формування системи комплаєнс-контролю. *Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості*. 2023. № 1. С. 132–142.

ЦИФРОВІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

С. В. Паламарчук, *спеціальність Менеджмент, здобувач ступеня доктора філософії, група МЕН PhD тр-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах цифровізації бізнесу, впровадження інноваційних рішень у сферу управління персоналом стає визначальним чинником підвищення ефективності підприємств. Цифрові HR-інструменти дозволяють автоматизувати рутинні процеси, підвищити прозорість комунікацій, забезпечити аналітику в реальному часі та підтримувати розвиток персоналу навіть в умовах віддаленої роботи [1].

Для змін у роботі з персоналом сучасні підприємства використовують ряд цифрових інструментів. Впровадження хмарних HRM-систем таких як SAP SuccessFactors, Bamboo HR, PeopleForce забезпечує централізацію даних про працівників, спрощує облік кадрів та оптимізує процеси рекрутингу. Цифровізація HR-процесів дозволяє підприємствам швидко масштабувати управління персоналом без збільшення адміністративних витрат. Завдяки цим системам можлива інтеграція HR-платформ з бухгалтерією, CRM та іншими внутрішніми модулями, що створює єдине середовище для прийняття рішень. Особливо актуальним є використання мобільних додатків для доступу до особистих даних, табелів, графіків і навчальних матеріалів [2].

Аналітика персоналу. Завдяки збору й аналізу даних про продуктивність, задоволеність працівників і плинність кадрів, компанії можуть ухвалювати стратегічні рішення, ґрунтуючись на реальних індикаторах. Сучасні алгоритми здатні прогнозувати плинність кадрів та виявляти ризики вигоряння задовго до їх настання. Використання Business Intelligence інструментів сприяє візуалізації ключових HR-метрик у вигляді інтерактивних графіків. Це дозволяє керівникам оперативно реагувати на зміни настроїв у команді та вживати превентивні заходи [2].

Автоматизація рекрутингу. Використання чат-ботів, автоматизованих платформ для аналізу резюме, онлайн-інтерв'ю та ATS-систем (Applicant Tracking Systems) пришвидшує найм і зменшує витрати на залучення персоналу. Інструменти штучного інтелекту використовуються для підбору кандидатів аналізуючи їх навички за допомогою нейромереж. Автоматизовані тести в процесі найму дозволяють оцінити навички кандидатів у реальному часі без суб'єктивного впливу [1, 2].

Навчання онлайн та розвиток талантів. Онлайн-платформи для навчання такі як Moodle дають змогу безперервно підвищувати кваліфікацію працівників, адаптувати їх до змін та посилювати корпоративну культуру. Розвиток персоналу підтримується системами LXP (Learning Experience Platforms), які пропонують індивідуальні траєкторії навчання на основі інтересів і потреб працівника. Також популярним є впровадження мікронавчання – коротких інтерактивних курсів, що дозволяють ефективно засвоювати нові знання у зручний час [1].

Цифрова безпека та конфіденційність. Питання збереження персональних даних в HR-системах вимагає суворого дотримання норм кібербезпеки, особливо в умовах війни та гібридних загроз. HR-системи повинні відповідати нормам Європейського Союзу та українського законодавства щодо збереження персональних даних. Все частіше застосовуються двофакторна автентифікація, шифрування даних та блокчейн-технології для забезпечення цілісності HR-записів [2].

Гнучкий формат роботи. Завдяки цифровим рішенням компанії можуть ефективно керувати командами незалежно від фізичної присутності, що особливо актуально в умовах військових ризиків. Системи для керування проєктами такі як Trello, Asana, Notion дозволяють відстежувати ефективність працівників у віддаленому режимі. Цифрові календарі, інтегровані з відео зв'язком Zoom або Microsoft Teams, стали основою нової корпоративної культури, де робота вимірюється результатом, а не кількістю присутніх годин [1, 2].

Цифрові інструменти стали не лише підтримкою в роботі HR-відділів, але й стратегічним ресурсом для адаптації бізнесу до викликів часу. Успішне впровадження сучасних HR-рішень дозволяє компаніям не лише зберігати конкурентоспроможність, а й розвивати стійкі моделі управління персоналом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Паламарчук С. В. Види маркетингових стратегій управління персоналом підприємства. *Наукові перспективи*. 2024. Вип. № 12(54). С. 823–833.
2. Федорова Ю., Мірющенко М., Івченко В. Цифрові технології в управлінні персоналом. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка.* 2021. 12 (24). URL: https://doi.org/10.33296/2707-0654-12(24)-11 (дата звернення: 15.03.2025).

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ТОВАРИСТВ В УМОВАХ НИНІШНІХ РЕАЛІЙ ТА ПОВОЄННОЇ РОЗБУДОВИ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

С. С. Потапов, *студент спеціальності Бізнес-адміністрування, група БА м-11*
О. В. Бондар-Підгурська, *д-р екон. наук, доцент, професор кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Формування та розвиток корпоративної культури товариств є важливим аспектом їх стабільного функціонування. Термін «культура» походить від латинського «cultura», що в перекладі означає догляд, освіта, виховання, розвиток, і вперше було вживано римським оратором Марком Туліем Цицеронном під час визначення філософії, як «культури ума».

В умовах нинішніх реалій, які формує війна відчутнішими стають виклики для бізнесу, котрі потребують адаптації корпоративних цінностей, стратегій управління та соціальної відповідальності. Тому нині корпоративна культура стає ключовим чинником підтримки працівників підприємств, забезпечення продуктивності на високому рівні та відновлення економіки України у повоєнному періоді [1–2].

До ***основних викликів*** формуванню та розвитку корпоративної культури товариств в умовах війни належать саме такі:

1) економічні (фінансові обмеження на розвиток кадрових програм; втрата інфраструктури та необхідність відновлення бізнес-процесів; відновлення економічної стабільності України;

2) політичні та правові (регулювання трудових відносин в умовах воєнного стану; зміни у корпоративному законодавстві України; необхідність відповідності міжнародним стандартам соціальної відповідальності, державна підтримка бізнесу в умовах війни;

3) соціальні фактори (потреба в адаптації корпоративних цінностей до нових умов нинішніх реалій; відновлення довіри працівників до роботодавців; розвиток програм професійного навчання та перекваліфікації; психологічна підтримка персоналу; формування лояльності та мотивації співробітників у складних умовах [2–3].

При цьому, важливо дбати про ефективні стратегії розвитку корпоративної культури вітчизняних товариств в умовах війни, що пов'язано, *по-перше, з впровадженням нових управлінських моделей* (розвиток відкритої комунікації всередині компанії; орієнтація на принципи етичного ведення бізнесу; підвищення рівня залученості персоналу; гнучкість та адаптація до кризових ситуацій; *по друге, з необхідністю підвищення рівня соціальної відповідальності та трансформації корпоративних цінностей відповідних часу* (зокрема, підтримка співробітників у період війни та відновлення; розвиток програм корпоративного волонтерства; сприяння екологічним і соціальним ініціативам; допомога постраждалим від війни); *по третє, з розробкою інноваційних підходів у формуванні корпоративної культури* товариств (використання цифрових технологій для навчання та комунікації; гнучкі умови праці та дистанційна взаємодія; створення корпоративного бренду як інструменту залучення талантів; підтримка адаптації ветеранів війни на робочих місцях [4–5].

Попри всі проблеми та негаразди варто розкрити роль корпоративної культури у відбудові економіки України. Це стосується: 1) *стимулювання ефективної командної роботи*, зокрема впровадження системи колективного ухвалення рішень, підтримка співробітництва між різними відділами та рівнями управління, використання гнучких робочих графіків для підвищення продуктивності; 2) *підвищенні рівня соціальної згуртованості*, а саме: організація корпоративних ініціатив і заходів для згуртування команди; впровадження програм психологічної підтримки персоналу; розвиток культури взаємодопомоги та соціальної відповідальності; 3) *формування нового покоління відповідальних керівників, що пов'язано з о*світніми програмами та менторством для майбутніх лідерів, впровадженням практик етичного управління та прийняття рішень, сприяння гендерній рівності та розвитку лідерських навичок серед усіх співробітників; 4) *внеском у стійкий економічний розвиток країни* (створення нових робочих місць та підтримка підприємництва, інвестування у стійкі та інноваційні бізнес-моделі, взаємодія з державними органами та міжнародними партнерами для економічного розвитку); 5) *відновлення довіри до бізнесу як рушійної сили відбудови, а саме: п*розорість у веденні бізнесу та звітності, впровадження політики соціальної відповідальності, стимулювання довготривалих партнерських відносин із громадою та державою [6–8].

Отже, корпоративна культура є важливим інструментом стабілізації бізнесу та економічного розвитку країни в умовах війни та післявоєнного відновлення національної економіки. Вона сприяє підвищенню продуктивності, забезпеченню стійкості товариств, формуванню довіри працівників і партнерів, а також розвитку соціально відповідального бізнесу. Господарські товариства, які активно впроваджують корпоративні цінності, демонструють вищу ефективність, адаптивність до змін та конкурентоспроможність у довготривалому періоді.

Поряд із цим варто зазначити, що подальші дослідження в цій сфері повинні охоплювати такі аспекти: 1) аналіз впливу корпоративної культури на відновлення підприємств після кризових періодів; 2) вивчення механізмів підтримки корпоративних цінностей у військовий і післявоєнний період; 3) дослідження ролі цифрових технологій у зміцненні корпоративної культури; розробка рекомендацій щодо адаптації корпоративної культури до нових економічних реалій; 4) вивчення міжнародного досвіду та впровадження найкращих практик у корпоративному управлінні в умовах нестабільності. Отже, зміцнення корпоративної культури в українських товариствах сприятиме не лише успішній трансформації бізнесу, а й загальному сталому соціально-економічному розвитку держави.

Список використаних інформаційних джерел

1. Полянська А. С., Дюк О. М. Формування моделі корпоративної культури в діяльності вітчизняних підприємств. *Причорноморські економічні студії.* 2018. Вип. 27. С. 9–16.
2. Бондар-Підгурська О. В., Глєбова А. О. Ділове адміністрування (Корпоративне управління) : навч. посіб. Київ : Ліра-К. 2017. 487 с.
3. Бондар-Підгурська О. В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2016. 531 с.
4. Бондар О. В. Формування вітчизняної моделі корпоративного управління. *Методологія та практика менеджменту на порозі XXI століття: загальнодержавні, галузеві та регіональні аспекти :* матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 45-річниці ПУСКУ. Полтава : ПУСКУ. С. 89–90.
5. Бондар-Підгурська О. В., Глєбова А. О. Корпоративна соціальна відповідальність як основа соціально-орієнтованого розвитку економіки України. *Економічні та виробничо-економічні системи в координатах сталого розвитку :* колективна монографія / за ред. А. О. Касич, М. М. Хоменко. Кременчук : Кременчуцька міська друкарня, 2015. С. 98−110.

6. Бондар-Підгурська О. В. До питання задоволення життєво важливих інтересів як критерію сталого інноваційного соціально-орієнтованого розвитку економіки. *Інноваційна економіка*. 2015. № 4 (59). С. 30–36.
7. Бондар-Підгурська Оксана, Глєбова Алла, Коновалова Надія. Корпоративна соціальна відповідальність як інструмент управління економікою сталого розвитку: цифровізація та пандемія (Covid-19). *Досягнення в галузі економіки, бізнесу та дослідження менеджменту*. 2021. № 1. Т. 167. С. 125–131.
8. Бондар-Підгурська О. В., Глєбова А. О. Стан, проблеми та перспективи розвитку цифрової освіти України у воєнний і післявоєнний періоди. *Освітня аналітика України: науково-практичний журнал*. 2023. № 1 (22). С. 22–37.

ВПЛИВ LEAN-МЕТОДОЛОГІЇ НА ЯКІСТЬ СИСТЕМИ ПРОЦЕСІВ ОРГАНІЗАЦІЇ

Д. В. Прийма, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
Т. О. Гусаковська, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту –* ***науковий керівник***
Полтавський університет економіки і торгівлі

Lean-методологія, або бережливе виробництво, є сучасним підходом до управління, який спрямований на усунення втрат та підвищення ефективності процесів. Головною її метою є створення максимальної цінності для клієнта при мінімальних витратах ресурсів, що робить її ефективним інструментом для оптимізації виробничих процесів на підприємствах.

Застосування Lean ґрунтується на кількох ключових принципах, які включають чітке визначення цінності для клієнта, аналіз і оптимізацію потоку створення цінності, усунення всіх непотрібних процесів, перехід до безперервного потоку роботи, використання витягувальної системи, що працює відповідно до реального попиту, а також постійне вдосконалення процесів на основі принципу Kaizen [1].

Одним із ключових ефектів впровадження Lean є зменшення кількості дефектів і помилок. Також Lean сприяє глибокій оптимізації процесів через візуалізацію потоку створення цінності, яке дозволяє виявляти зайві операції, що не додають користі, і усувати їх.

Важливим наслідком впровадження Lean є також зниження витрат. Усунення надлишкових запасів, зайвих операцій і простоїв дозволяє суттєво скоротити фінансові витрати та зро-

бити організацію більш конкурентоспроможною. Окрім цього, Lean позитивно впливає на залученість персоналу та їх ініціативність. Співробітники стають активними учасниками процесу вдосконалення, що підвищує їхню відповідальність і мотивацію.

Ще одним важливим аспектом є гнучкість та адаптивність організації до змін. Завдяки інструментам аналізу, які передбачає методологія, компанії можуть швидко реагувати на потреби ринку, оптимізуючи свої процеси відповідно до вимог клієнтів.

Lean-методологія впливає на усунення помилок і проблем не лише на виробництві, оскільки передбачає глибокий та детальний аналіз загальних проблем підприємства, виявлення перешкод та так званих «вузьких місць». Тобто використовуючи такі інструменти візуалізації, як «риб'яча кістка», «5 чому» та «5S», керівництво компанії може знайти першопричину проблемних ситуацій чи появи слабких місць.

Розглянемо більш детально основні інструменти методології.

Ікігаї – це японська концепція, що означає «причина існування» або «сенс життя». У Lean-методології цей інструмент допомагає організаціям визначити свої головні цілі та знайти баланс між чотирма ключовими аспектами: те, що компанія або співробітник любить (пристрасть); те, у чому вона або він є компетентним; те, що приносить прибуток (економічна вигода); те, що потрібно суспільству (користь для інших) [2].

Риб'яча кістка – це діаграма, яка використовується для аналізу причин та проблем у процесах. Вона має вигляд схеми, що нагадує риб'ячий скелет: у центрі розташована головна проблема (голова риби), а з боків відходять основні категорії можливих причин. Використання цього інструменту дозволяє детально розібратися у причинах проблеми та знайти ефективне рішення.

Застосування «5 чому» допомагає швидко визначити кореневу причину проблеми, задаючи питання «Чому?» п'ять разів поспіль. Метод дозволяє заглибитися в проблему і зрозуміти, що саме спричинило її появу.

5S – це методологія, що спрямована на ефективну організацію робочого простору, усунення втрат та підвищення продуктивності.

3M – це концепція в Lean-менеджменті, яка допомагає ідентифікувати й усувати неефективність у процесах. Вона складається з трьох основних видів втрат: Muda (марнотратство); Muri (перевантаження); Mura (нерівномірність). 3M використовують разом для досягнення Just-in-Time (точно в строк) і потокового виробництва, усуваючи втрати та покращуючи ефективність [1].

Таким чином, впровадження Lean-методології дозволяє суттєво підвищити якість системи процесів організації. Вона забезпечує усунення втрат, покращення продуктивності, оптимізацію витрат і створення культури постійного вдосконалення. Це робить організації більш ефективними, конкурентоспроможними та здатними забезпечувати високу якість продукції або послуг у довгостроковій перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Lean production – ощадливе виробництво. URL: https://lsv.com.ua/lean/muda.aspx (дата звернення: 15.03.2025).
2. Японська формула пошуку щастя і сенсу. URL: https://vtkosnova.com/uk/yaponska-formula-poshuku-shhastya-i-sensu/ (дата звернення: 10.03.2025).

EMPLOYEE MOTIVATION IN THE CONTEXT OF THE CRISIS

Razak Ola-Okedeyi, *student majoring in Business administration, group MEN BA b-51*
O. Bilinska, *Senior Lecturer at the Department of Management – Scientific advisor*
Poltava University of Economics and Trade

In times of crisis, whether economic downturns, global pandemics, or organizational restructuring, employee motivation becomes a critical factor in maintaining productivity, engagement, and overall company stability. Crises often lead to uncertainty, job insecurity, and increased stress levels, which can negatively impact employee morale and performance.

Employee motivation is a fundamental driver of organizational success, ensuring productivity, job satisfaction, and long-term commitment. However, during times of crisis – whether financial recessions, global pandemics, geopolitical conflicts, or internal company restructuring – maintaining motivation becomes significantly more challenging. Crises often create uncertainty, stress, job insecurity, and operational disruptions, all of which can weaken employee morale and performance.

Sustaining staff motivation, productivity, and engagement is a central management imperative. While traditional motivational frameworks can be effective, they often prove insufficient in the face of crisis. Organizations must build resilience by implementing adaptable incentive strategies that not only address immediate challenges but also foster long-term employee commitment [1].

Employee motivation is shaped by several key factors that determine how engaged and productive individuals remain in their roles. These factors can be categorized into intrinsic and extrinsic motivators, each playing a distinct role in fostering commitment and job satisfaction.

Crises, whether economic downturns, global pandemics, or internal organizational changes, often challenge traditional motivation structures. The impact can be both positive and negative, depending on how organizations manage change and address employee concerns.

Effective strategies to sustain motivation during crises involve a combination of psychological resilience, adaptive leadership, and team-focused practices. [2] Below is proposed a synthesis of key approaches:

- Understanding the impact of crisis on motivation
- Core strategies for sustaining motivation (prioritizing self-care and well-being, re-evaluating and adapting goals, maintaining structure and routine, cultivating a positive mindset, leveraging resources and support)
- Long-term motivation and resilience (developing adaptability and flexibility, building emotional resilience through coping mechanisms and stress management techniques, learning from the crisis and applying lessons learned to future challenges, cultivating a sense of hope and optimism)

The core of the proposed strategy centers on five key principles: prioritizing self-care (physical and mental well-being), adapting goals to realistic and achievable targets, maintaining structure through routine, cultivating a positive mindset by focusing on gratitude and reframing negative thoughts, and leveraging available resources and support networks.

Beyond immediate coping mechanisms, it's necessary to stress the importance of building long-term resilience. This includes developing adaptability, strengthening emotional fortitude, learning from the crisis to inform future actions, and fostering a sustained sense of optimism.

Ultimately, organizations and leaders play a crucial role in creating supportive and adaptive environments. By proactively addressing motivation challenges, companies can safeguard employee well-being, sustain productivity, and emerge stronger from crises. This approach underscores the dynamic nature of motivation and the need for continuous, proactive management, particularly during turbulent periods.

To summarize, it is necessary to highlight that employee motivation is a dynamic aspect of workforce management that requires continuous attention, especially during times of crisis. Organizations that proactively address motivation challenges during crises are more likely to sustain productivity, employee well-being, and long-term success. By fostering a supportive and adaptive work environment, companies can ensure that their workforce remains engaged and resilient in the face of uncertainty.

List of used information sources

1. Yankovska, L., & Kovbas, H. (2021). Designing a mechanism of staff motivation in the framework of crisis management for socially responsible enterprises. *Law, Business and Sustainability Herald*, 1(3), 25–33. https://doi.org/10.46489/lbsh.2021-1-3-4.
2. Luo, X., Xu, H., & Wall, G. (2025). Collective actions and crisis adaptation of a rural tourism community. *Journal of Sustainable Tourism*, 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2025.2480848.
3. Acosta, J. D., Chandra, A., & Madrigano, J. (2017). An agenda to advance integrative resilience research and practice: Key themes from a resilience roundtable. *Rand Health Quarterly*, *7*(1). URL: https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29057155/(open in a new window).

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Н. А. Рибас, *студентка спеціальності Менеджмент група МЕН б-41(Н)*
І. В. Козюра, *д-р держ. упр., професор кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Зростання національної економіки та поява в Україні заможних верств населення спричинили інтерес до покращення якості туристичних послуг. Туризм є ключовою галуззю в багатьох країнах, суттєво впливаючи на формування валового внутрішнього продукту, забезпечення зайнятості та активізацію зовнішньоторговельного балансу. Він також стимулює розвиток різноманітних важливих секторів економіки та вважається одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі. Таким чином, необхідно активізувати розвиток туристичної індустрії в нашій країні.

У сучасній науковій літературі приділяють значну увагу проблемам та особливостям надання туристичних послуг. Так, на думку Т. І. Данилюк, послуга – це «діяльність, яка здійсню-

ється для задоволення певних потреб або інших зручностей, наданих будь-кому» [3].

Згідно Закону України «Про туризм», туристичні послуги – це «послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів» [1].

У сучасних умовах розвитку туристичної галузі якість послуг є ключовим аспектом ефективності та прибутковості учасників туристичного ринку. Управління якістю в туризмі має стати невід'ємною частиною діяльності, орієнтованою на покращення рівня послуг, удосконалення виробничих процесів та впровадження систем якості. Всі етапи, пов'язані з проектуванням, забезпеченням і підтриманням якості туристичного продукту, повинні бути інтегровані в цільну систему управління якістю.

Системне управління якістю обслуговування в туризмі передбачає, що на підприємствах – учасниках туристичної індустрії – діятиме система управління якістю туристичних послуг.

Створення репутації високоякісного обслуговування клієнтів стає важливою задачею для туристичних організацій. Це вимагає колективних зусиль співробітників усіх підрозділів, постійного та ефективного контролю з боку керівництва, удосконалення форм і методів обслуговування, впровадження передового досвіду, нових технологій та обладнання, розширення асортименту і підвищення якості послуг. Туристичні послуги повинні відповідати очікуванням та можливостям споживачів, забезпечувати додатковий комфорт, привабливість і престиж.

Управління якістю в туристичних послугах є невід'ємною частиною загальної системи управління підприємством у сфері туризму. Цей процес тісно пов'язаний зі стратегічним розвитком, кадровим і ресурсним плануванням, маркетинговою та продажною стратегіями, а також з охороною праці та технікою безпеки.

На практиці якість послуг значною мірою визначається ефективною роботою з організації турів відповідно до запитів клієнтів. Це включає швидкість обслуговування, що впливає на задоволення клієнта, своєчасність надання інформації та ввічливість обслуговування, яка проявляється у привітності співробітників, їх уважності та терпінні під час обговорення маршрутів. Доречність запропонованого туру та узгодженість всіх складових частин комплексного обслуговування також відіграють важливу роль.

Таким чином, управління якістю туристичних послуг є складним і багатогранним процесом, який потребує постійного вдосконалення і адаптації до сучасних тенденцій. Впровадження цифрових технологій, орієнтація на клієнта, сталий розвиток і персоналізація послуг є ключовими факторами для підвищення конкурентоспроможності та задоволення споживачів. Майбутнє управління якістю в туристичному секторі визначатиметься інтеграцією новітніх технологій та інноваційних підходів, що забезпечать високий рівень обслуговування та задоволення потреб клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про туризм [Електронний ресурс] : Закон України від 11.02.2015. URL: http://zakon5.rada.gov.ua.
2. Апілат Р. В. Модель механізму управління якістю послуг у підприємствах туризму [Електронний ресурс]. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. – 2010. – Вип. 1. – С. 677–681. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2010_1_96/
3. Данилюк Т. І. Сутність поняття «послуга»: теоретичні аспекти. Ефективна економіка. 2014. № 8. С. 10–15.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

С. В. Різніченко, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41(Новомосковськ)*
О. П. Білінська, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

За умов нестабільної економічної ситуації, високої конкуренції та глобалізаційних викликів підприємства стикаються з необхідністю впровадження ефективних механізмів для вирішення конфліктних ситуацій між працівниками, керівництвом або різними структурними підрозділами. Корпоративна культура, як система цінностей, норм і принципів, значно впливає на стиль управління, рівень комунікації всередині колективу та методи подолання суперечностей. Налагоджена корпоративна культура сприяє створенню відкритої та конструктивної атмосфери, де конфлікти розглядаються не як загроза, а як можливість для розвитку та вдосконалення внутрішніх процесів [3].

Значущість дослідження корпоративної культури в управлінні конфліктами зростає в умовах цифрової трансформації,

змін у моделях організації праці та посилення гібридних форматів роботи. Саме тому аналіз взаємозв'язку між корпоративною культурою та ефективним конфлікт-менеджментом є актуальним завданням сучасного менеджменту, яке потребує детального вивчення та впровадження новітніх підходів до управління персоналом.

Корпоративна культура має значний вплив на вирішення конфліктних ситуацій на підприємстві, оскільки вона визначає не лише норми поведінки, але й атмосферу взаємодії в колективі. Взаємовідносини між працівниками, рівень комунікації, стилі управління і навіть стратегічні рішення організації безпосередньо залежать від цінностей, переконань і традицій, які закріплені в корпоративній культурі [2].

Взаємозв'язок між корпоративною культурою та управлінням конфліктами на підприємстві є тісним і важливим для забезпечення ефективної діяльності організації (рис. 1). Корпоративна культура формує основні принципи поведінки працівників, їхні комунікаційні практики, а також взаємодію з колегами та керівництвом. Від того, яка культура існує на підприємстві, залежить, як співробітники реагують на конфлікти та як вони їх вирішують. Тому, ефективна корпоративна культура, заснована на відкритій комунікації, взаємоповазі, навчанні навичкам вирішення конфліктів і підтримці психологічної безпеки, дозволяє підприємствам не тільки ефективно вирішувати конфлікти, але й використовувати їх як інструмент для розвитку і вдосконалення. Збалансований підхід до управління конфліктами на основі корпоративної культури сприяє створенню сприятливого клімату для продуктивної роботи та інноваційного розвитку.

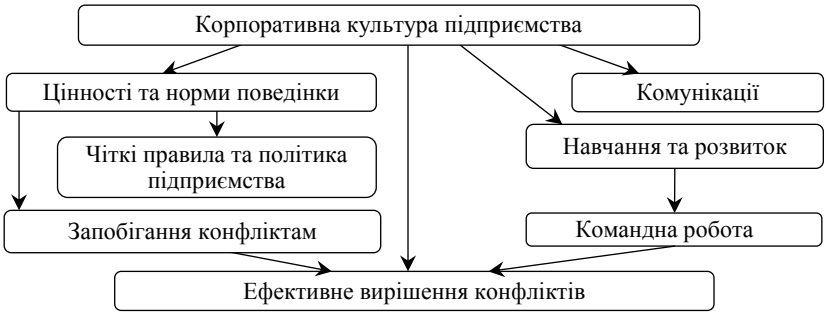


Рисунок 1 – Взаємозв'язок між корпоративною культурою та управлінням конфліктами на підприємстві

Таким чином, необхідно зазначити, що вирішення конфліктів через ефективне формування корпоративної культури є важливою складовою успішної діяльності підприємства. Корпоративна культура формує не лише спільні цінності, правила і традиції, а й визначає, як співробітники сприймають і реагують на конфліктні ситуації. У цій частині варто розглянути кілька важливих аспектів, які допомагають ефективно вирішувати конфлікти через правильне управління корпоративною культурою.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карамушка Л. М., Дзюба Т. М. Психологія управління конфліктами в організації : монографія. Полтава, 2009. 268 с.
2. Копитова І. Управлінський потенціал організаційної культури у розв'язанні ділових конфліктів. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2018. Vol. 4. № 1. P. 77–90.
3. Сорока О. В., Близнюк О. М., Управління конфліктними ситуаціями в сучасних організаціях. Електронне наукове фахове видання «Економіка і суспільство». 2023. Вип. 56.

ВИКЛИКИ УПРАВЛІННЯ КОМАНДОЮ ТА КОНФЛІКТАМИ В УМОВАХ ДИСТАНЦІЙНОЇ РОБОТИ

Ю. О. Рой, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*

Н. Л. Кужель, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У зв'язку із ситуацією, яка склалася в Україні та світі протягом останнього десятиліття, зокрема пандемією COVID-19 та війною, на підприємствах стало дедалі важче керувати конфліктами та вирішувати складні ситуації. Через моральну напруженість та втому, неможливість часто перебувати на одному місці, відключення електроенергії та багато інших зовнішніх факторів постало питання: «Як вирішувати такі ситуації?»

Конфліктна ситуація – це об'єктивна основа конфлікту, що фіксує виникнення реальної суперечності в інтересах і потребах сторін. По суті, це ще не сам конфлікт, оскільки існуюча об'єктивна суперечність може певний час не усвідомлюватись учасниками взаємодії [1].

Управління конфліктними ситуаціями в дистанційному форматі суттєво відрізняється від традиційного, а тому створює як нові можливості так і виклики для менеджменту.

Особливості виникнення конфліктних ситуацій при умові дистанційної роботи організації:

− недостатня комунікація між підлеглими та керівниками;

− неможливість швидко вирішити нагальні питання, які виникають;

− відсутність неформального спілкування в колективі;

− відсутність чіткої комунікації щодо обов'язків у дистанційному форматі часто призводить до непорозумінь;

− відсутність прямого контролю якості роботи співробітників та дотриманнями ними усіх норм, що в подальшому впливає негативно на результат;

− у зв'язку з розвитком технологій може виникнути ситуація, при якій робота буде виконана не співробітником, а наприклад, штучним інтелектом, що відразу може спровокувати конфлікт;

− поганий Інтернет чи канали комунікації можуть негативно вплинути на загальний робочий процес.

Для уникнення конфліктних ситуацій та налагодження роботи в дистанційному режимі необхідно організувати наступні процеси:

1. Спілкування через:

− регулярні онлайн-зустрічі (щоденні або щотижневі відео конференції для обговорення завдань, проблем і прогресу);

− використання засобів комунікації (корпоративні месенджери, електронна пошта та інші інструменти для швидкого обміну інформацією);

− чіткі інструкції щодо завдань і очікуваних результатів.

2. Вирішення нагальних питань, включаючи розстановку пріоритетів, створення каналів для швидкої відповіді на термінові запитання та проблеми.

3. Підтримка неформального спілкування:

− організація віртуальних перерв на каву;

− створення соціальних онлайн-груп для обміну інтересами між собою поза офіційною роботою;

− створення команди в Інтернеті (організація онлайн-заходів з побудови команди для виховання командного духу).

4. Чітке визначення обов'язків:

− розробка посадових інструкцій;

− встановлення чітких обов'язків та очікуваних результатів від кожного учасника команди;

5. Контроль якості роботи через розробку і використання інструментів моніторингу для подальшого виконання поставлених завдань, регулярне звітування про виконані завдання та вміння чітко оцінити результат.

Ефективність дистанційної роботи – це реальність. Відмовлятися від неї вже неможливо. Вона прийшла, щоб залишитися, тож ми повинні адаптуватися та розвивати нові навички

Спілкування – основа успіху. Культура спілкування залишається ключовим фактором для ефективності команди. Навіть у віртуальному середовищі важливо створювати атмосферу взаєморозуміння і взаємодії.

Інновації та креативність. Для подолання викликів дистанційної роботи потрібні нові інструменти та підходи. Креативні рішення, такі як віртуальні заходи, онлайн-ігри чи тренінги, можуть покращити ефективність спілкування та згуртованість команди [2].

В умовах постійних змін і нових викликів важливо постійно адаптувати процеси та підходи для забезпечення ефективності дистанційної роботи. Тільки так можна зберегти гармонійне функціонування команди і уникнути можливих конфліктів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Управління конфліктними ситуаціями. URL: https://confman.ptngu.com/index4.html.
2. Розплутуємо віртуальну вуаль: культура спілкування в команді під час дистанційної роботи, 2023. URL: https://blog.ithillel.ua/articles/unraveling-the-virtual-veil.

ПРОЦЕДУРА ВИБОРУ ПАРТНЕРІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ ДЛЯ СТРАТЕГІЧНОГО АЛЬЯНСУ

С. І. Сороковий, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕН-41*

Л. А. Рибалко-Рак, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вибір партнера для стратегічного альянсу є критично важливим етапом, оскільки від цього залежить успіх співпраці, досяг-

нення стратегічних цілей та стійкість партнерства. Процедура вибору партнерів для стратегічного альянсу передбачають такі етапи [1–4]:

1. Визначення потреб та цілей. Доцільно визначити чому потрібен альянс і які завдання він має вирішити (доступ до ринків, зниження витрат, інновації), які ресурси або компетенції мають бути у партнера. Визначення потреб і цілей є базовим етапом створення стратегічного альянсу. Без чіткого розуміння, чому саме потрібен альянс і які ресурси/компетенції має мати партнер, співпраця ризикує стати неефективною. Цей етап закладає основу для вибору правильного партнера і успішного досягнення стратегічних цілей.

2. Обґрунтування критеріїв оцінки партнера. Оцінка партнера за ключовими критеріями, такими як фінансова стабільність, рівень експертизи, сумісність культури, репутація та готовність до довгострокової співпраці, допомагає знизити ризики та закласти міцну основу для успішного стратегічного альянсу. Кожен із цих критеріїв має бути ретельно перевірений, щоб забезпечити максимально ефективну співпрацю.

3. Пошук потенційних партнерів. Доцільно використовувати результати ринкового аналізу, рекомендації, галузеві дослідження. Застосування структурованої методики дозволить вибрати партнера, який максимально відповідатиме цілям стратегічного альянсу.

4. Попередній вибір. На основі попередньо визначених критеріїв необхідно обрати кількох кандидатів.

5. Оцінка та аналіз потенційних партнерів. На цьому етапі необхідно провести детальний аналіз фінансового стану, репутації, ресурсів та досвіду партнерів.

6. Переговори та узгодження умов. Доцільно узгодити ключові аспекти співпраці, ризики та очікувані результати, регламентувати механізми вирішення конфліктів та моніторингу результатів.

7. Прийняття рішення про партнерство та укладення угоди. Після завершення оцінки доцільно обрати партнера, що відповідає стратегічним цілям організації, та юридично оформити партнерство з деталізацією зобов’язань сторін.

Вибір партнера для стратегічного альянсу є багатофакторним процесом, що потребує ретельного аналізу та планування. Успішне партнерство базується на взаємній вигоді, довірі та

спільному прагненні до досягнення стратегічних цілей. Процес вибору партнера для стратегічного альянсу через ключові етапи сумісності є основою для побудови довірливих відносин. Фундаментальна сумісність – це перший етап, на якому оцінюється базова відповідність партнера вашій організації, він включає аналіз цілей, базових ресурсів, принципів та підходів до бізнесу. Без фундаментальної сумісності подальше партнерство буде складним або неможливим. Стратегічна сумісність перевіряє відповідність стратегічних цілей партнерів. Наприклад, чи збігаються їхні погляди на розвиток, ринки та інновації. Цей етап забезпечує узгодження довгострокових пріоритетів. Організаційна, операційна та культурна сумісність включають перевірку практичної здатності компаній працювати разом, організаційна сумісність – чи співпадають структури управління, операційна сумісність – чи ефективно інтегруються їхні процеси, культурна сумісність – чи збігаються цінності та стиль роботи. Успішний вибір партнера для стратегічного альянсу базується на поступовій перевірці сумісності на всіх рівнях [2–4]. Стратегічний альянс дозволяє організаціям досягати своїх стратегічних цілей через взаємовигідну співпрацю. Він допомагає знижувати витрати, підвищувати конкурентоспроможність та відкривати нові можливості для розвитку. Успішна реалізація альянсу вимагає ретельного планування, вибору правильного партнера та побудови довіри.

Список використаних інформаційних джерел

1. Журавльов В. Стратегічні альянси як сучасні моделі бізнесу. Наука – виробництву, 2022. Вип. 5. С. 159–160.
2. Карпенко В. Л. Стратегічні альянси як перспективна форма корпоративних інтеграційних об’єднань в молокопереробній галузі. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка». 2021. Вип. 23(51). С. 35–46.
3. Морозова І. В., Чернова О. В. Стратегічні альянси як феномен глобальної економіки. Приазовський економічний вісник. 2020. № 1(18). URL: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2020/1_18_ukr/1_18_2020.pdf (дата звернення: 15.02.2025).
4. Шкода М., Щербаков В. Аналіз розвитку бізнес-альянсів в Україні та їх вплив на економіку країни. Журнал стратегічних економічних досліджень, 2023. № 4 (15). С. 83–89.

NEUROMANAGEMENT: A SYNERGISTIC COMBINATION OF MANAGEMENT AND PSYCHOLOGY

M. Storozhuk, *Master's student in Business Administration*
ISMA University of Applied Sciences, Latvia

In the modern business landscape, the effectiveness of management increasingly depends on the ability to understand human behavior, emotions, and decision-making processes. Traditional management models are being complemented – and in some cases replaced – by more human-centered and science-informed approaches. One such emerging interdisciplinary field is neuromanagement, which integrates knowledge from neuroscience, psychology, and management to optimize leadership, employee motivation, and organizational effectiveness.

Neuromanagement applies brain-based insights to areas such as organizational behavior, emotional intelligence, stress regulation, and communication. With tools such as EEG monitoring, eye tracking, and behavioral data analysis, managers can gain deeper understanding of subconscious drivers, cognitive biases, and motivation patterns. This enables more personalized, empathetic, and adaptive leadership.

Among the key principles of neuromanagement are:

1. Understanding that decision-making is largely influenced by unconscious processes.
2. Creating emotionally intelligent workspaces that support well-being and performance.
3. Identifying and overcoming cognitive distortions in strategic planning.
4. Enhancing team engagement by aligning management practices with neuropsychological drivers.
5. Supporting learning and adaptation through positive reinforcement and feedback loops.

The integration of neuroscience into managerial practices allows organizations to build resilient and adaptable teams. It also fosters a more ethical and human-centered approach to leadership, in which empathy and science meet to drive performance.

Thus, neuromanagement is not merely a trend, but a promising approach that bridges disciplines to meet the challenges of an increasingly complex and people-oriented business world. Its imple-

mentation requires openness to innovation, a rethinking of traditional leadership paradigms, and a commitment to developing emotional and cognitive awareness within the corporate culture.

Neuromanagement also provides valuable insights for change management and strategic decision-making. During periods of organizational transformation, understanding the neurobiological basis of resistance to change can help leaders create smoother transitions. For example, the brain's preference for predictability and routine can trigger stress when faced with uncertainty. By acknowledging this, managers can better communicate change, provide psychological safety, and implement gradual adaptation strategies.

In talent management and HR, neuromanagement tools are increasingly used for recruitment, training, and performance evaluation. Neuro-assessment techniques enable more objective evaluation of candidates' emotional intelligence, cognitive flexibility, and stress responses, which are critical factors in high-performing teams.

Moreover, neuromanagement highlights the significance of storytelling and emotional resonance in communication. Neuroscience has shown that stories activate more areas of the brain than data alone, leading to better retention and engagement. Managers who incorporate storytelling into their leadership style often foster stronger team cohesion and trust.

Finally, ethical considerations play a crucial role in the application of neuromanagement. While brain-based tools can enhance productivity, they must be used transparently and respectfully, maintaining the privacy and dignity of individuals. Companies must establish ethical guidelines to ensure that neuromanagement practices serve human development and do not become instruments of manipulation.

In conclusion, neuromanagement represents a powerful synthesis of science and humanism. It encourages organizations to invest not only in technical skills but also in emotional and psychological well-being. As this field evolves, it may reshape the very nature of management education and practice, leading to more conscious, compassionate, and effective leaders.

List of used information sources

1. Becker, M. (2023). The Neuroscience of Leadership. Harvard Business Review. URL: https://hbr.org/2023/05/the-neuroscience-of-leadership.

2. Rock, D., & Schwartz, J. (2022). The neuroscience behind smart management. NeuroLeadership Institute. URL: https://neuroleadership.com/insights/neuro-management.
3. Zak, P. (2017). Trust Factor: The Science of Creating High-Performance Companies. AMACOM.

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МІЖОСОБИСТІСНИХ КОМУНІКАЦІЙ В ОРГАНІЗАЦІЇ

К. О. Строїло, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41(Новомосковськ)*
О. П. Білінська, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах ведення бізнесу ефективні міжособистісні комунікації є ключовим чинником успішної діяльності організації. Вони забезпечують злагоджену роботу персоналу, сприяють швидкому прийняттю рішень, допомагають уникати конфліктів і підвищують загальну продуктивність працівників. Особливої важливості цей аспект набуває в умовах кризових ситуацій, зокрема під час воєнного стану, коли підприємства змушені працювати в нестабільному середовищі, адаптуватися до нових викликів та перебудовувати внутрішні комунікаційні процеси.

Війна в Україні кардинально змінила підходи до управління організаціями, зокрема до організації комунікаційних процесів. Через переміщення значної кількості працівників, руйнування інфраструктури, постійні ризики та психологічний тиск, комунікація між співробітниками стала ще більш ускладненою. Крім того, у період війни психологічний стан співробітників значно впливає на якість їхньої комунікації та продуктивність. Підвищений рівень стресу, невизначеність майбутнього, емоційне вигорання та особисті втрати можуть негативно позначатися на здатності ефективно спілкуватися та взаємодіяти в команді. Тому особливо важливим є створення в організації сприятливого середовища для комунікації, що включає психологічну підтримку, відкритий діалог між керівництвом та персоналом, а також застосування сучасних комунікаційних технологій для збереження єдності команди.

Науковці досліджують різні напрями вдосконалення комунікаційних процесів, що сприяють адаптації та стійкості підприємств у складних умовах. Серед основних напрямів виділяють

перш за все впровадження сучасних технологій комунікації, формування відкритої корпоративної культури, навчання та розвиток комунікативних навичок персоналу, управління конфліктами та розвиток емоційного інтелекту, а також адаптація комунікаційних стратегій до кризових умов [2].

Цифрові технології мають важливе значення для забезпечення ефективної комунікації, особливо за умов віддаленої роботи. Світові компанії використовують різні платформи для онлайн-спілкування, такі як Microsoft Teams, Webex або Zoom, щоб підтримувати оперативність і узгодженість роботи команд та підприємства.

Корпоративна культура сприяє довірі та взаємоповазі серед працівників, що є основою ефективної комунікації. Формування принципів відкритого діалогу між керівництвом та персоналом, стимулювання ініціативності та активного залучення співробітників до процесу ухвалення рішень є складовими цього напряму. Підтримка етичних стандартів і норм поведінки також сприяє вирішенню конфліктів.

Організація тренінгів з ефективної комунікації та переговорних навичок, а також залучення менторських програм є важливим завданням для розвитку комунікативної компетентності працівників.

Особливого значення також набуває здатність організації швидко адаптувати свої комунікаційні процеси до змінних обставин. Регулярне інформування співробітників про ситуацію на підприємстві, зміни в організаційній політиці та плани на майбутнє є важливими елементами цього процесу. Гнучке управління внутрішніми комунікаційними каналами залежно від ситуації та розвиток кризових комунікаційних протоколів для швидкого реагування на надзвичайні ситуації забезпечують інформаційну безпеку та стабільність організації.

Таким чином, підвищення ефективності міжособистісних комунікацій є важливим завданням для кожної організації, особливо в умовах воєнного сьогодення, коли рівень стресу, невизначеності та нестабільності значно зростає. Використання сучасних технологій, розвиток корпоративної культури, навчання персоналу, ефективне управління конфліктами та адаптація комунікаційних стратегій до кризових ситуацій сприятимуть зміцненню команди, покращенню робочого процесу та збереженню конкурентоспроможності підприємств навіть у складних умовах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Галюк І. Б., Вербовська Л. С. Комунікаційні аспекти управлінської праці на засадах лідерства. Актуальні проблеми розвитку регіональної економіки, 2021. 1(17), 75–83. DOI:10.15330/apred.1.17.75-83.
2. Михайловська О. В., Михайловський І. М., Пилипенко О. О. Вплив комунікацій на ефективність публічного управління в умовах криз. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: право, публічне управління та адміністрування. 2024. № 12. URL: https://reicst.com.ua/pmtl/article/view/2024-12-02-07.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ

А. С. Тубольцев, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПТБ2401м*
О. М. Ковальова, *канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького – науковий керівник*
Сумський національний аграрний університет

В умовах глобальних та безпекових викликів сьогодення аграрні підприємства змушені діяти у висококонкурентному середовищі, що значно впливає на показники їх ефективності функціонування. В довоєнний період конкуренція на вітчизняному ринку значно посилилася, що пояснюється появою на вітчизняних ринках великої кількості нових вітчизняних підприємств та іноземних компаній. Отже, визначення сутності та особливостей конкурентоспроможності має важливе значення. Зокрема, мають бути вирішені проблеми низької конкурентоспроможності аграрних підприємств на світових ринках, а також виявлені й залученні резерви її підвищення та розроблений організаційний механізм конкурентної стратегії.

Однією з ознак ринкової економіки є наявність конкуренції. Чим більше підприємств на ринку, тим рівень конкурентної боротьби між ними буде більш жорстким і підприємства постійно стикаються з загрозою виштовхування з ринку. Конкуренція одночасно має й позитивні наслідки у вигляді поліпшення якості продукції, розширення її асортименту на ринку, від чого, безумовно, виграє споживач. А сама якість стає конкурентною перевагою підприємства, яке змогло підвищити якість. Отже, підприємство, яке спроможне завоювати «свого споживача» на

ринку, може стати не лише успішним гравцем, а й переможцем у ринковому змаганні. Також позитивним наслідком конкуренції є підвищення рівня ділової активності, зниження собівартості і стабілізація економічного зростання [1].

У перекладі з латинської, конкуренція (від лат. concurere – зіштовхуюсь) означає економічне суперництво між окремими виробниками продукції, які намагаються задовольнити найкращим способом споживача та збільшити їх кількість з метою отримання більшого прибутку. Ринкові відносини обов'язково передбачають наявність конкуренції. Отже, конкуренція – це боротьба між товаровиробниками продуктів-аналогів за споживача та отримання якомога більшого прибутку. Конкуренція є рушійною силою для розвитку ринку товарів і послуг [2].

Умовою виживання підприємства в ринкових умов є конкурентоспроможність його продукції та конкурентоспроможність самого підприємства, як суб'єкта діяльності.

Конкурентоспроможність аграрних підприємств має свої специфічні особливості. Це пов'язано з тим, що діяльність аграрних підприємств залежить від особливостей сільського господарства, виду економічної діяльності аграрного підприємства, природно-кліматичних та ґрунтових умов, від регіональних особливостей ведення агробізнесу, від рівня використання земельних та інших природних ресурсів, від спеціалізації, від наявності неспівпадіння робочого циклу з виробничим, від ринкових умов на аграрних ринках [6].

Конкурентоспроможність аграрних підприємств можна трактувати як їх спроможність пристосуватися до нестабільних ринкових умов господарювання, використовуючи свої конкурентні переваги, і перемагати в конкурентній боротьбі на ринках аграрної продукції, завдяки підвищенню ефективності використання земельних, трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів, що можливо досягти за умови використання сучасних інноваційних технологій [4]. При цьому аграрне підприємство має задовольняти потреби споживачів краще, ніж конкуренти, шляхом постійного моніторингу ситуації на ринку та вміння адаптуватися до зміни кон'юнктури ринку.

Зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств є одним з чинників забезпечення продовольчої безпеки України та світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Грабовський Р., Дадак О., Дорош-Кізим М. Конкурентоспроможність сільського господарства України на зовнішніх ринках та шляхи її підвищення. *Науковий вісник ЛНУВМБ імені С. З. Ґжицького*. Серія: Економічні науки, 2022. Т. 24. № 100. С. 16–21.
2. Косович Б. І., Орліковська А. В., Поврозник В. П. Зміцнення конкурентоспроможності ІТ-підприємств у період післявоєнного відновлення. *Інфраструктура ринку.* 2023. Вип. 72. С. 94–100.
3. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Конкурентоспроможність аграрних підприємств: сутність та напрямки зміцнення. *Таврійський науковий вісник.* Серія: Економіка. 2024. Вип. 19. С. 114–121. DOI: https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.19.14.
4. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Роль інновацій в підвищенні ефективності управління конкурентоспроможністю вітчизняного агробізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 80. С. 34–40. http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/9.pdf.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ТОРГОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

А. О. Янківська, *студентка спеціальності Менеджмент, група МТ(зскб)-21*
І. В. Сокирник, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та менеджменту – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Розвинута сильна організаційна культура має велике значення для забезпечення високого рівня обслуговування споживачів та реалізації стратегічних цілей підприємства торгівлі. Успішна робота в умовах воєнного часу сильно залежить від системи колективних цінностей, що є змістом організаційної культури.

Організаційна культура є результатом діяльності організації, що формується у взаємозв'язку із складовими бізнес-системи. Її розвиток, зміст та прояви залежать від багатьох факторів: сфери бізнесу, розміру організації,особливостей національної культури певного регіону країни, де працює підприємство, стадії життєвого циклу, особистих якостей власника підприємства, його формальних і неформальних лідерів. Організаційна культура розглядається як гуманітарний ресурс організації. Окремі складові організаційної культури створюються в результаті реаліза-

ції функціональних стратегій організації. Найбільший вплив на формування організаційної культури чинить зміст та методи реалізації стратегії управління персоналом.

Носієм та генератором змін організаційної культури є персонал підприємства. Організаційна культура включає атмосферу, ритуали, правила, цінності, які тісно пов'язані з процесами найму, відбору, навчання, розвитку, продуктивністю та мотивацією персоналу та є змістом стратегії управління персоналом. Тому організаційна культура та стратегія управління персоналом повинні відповідати загальній стратегії організації та стратегічним цілям на досягнення яких вони спрямована.

З метою дослідження характерних особливостей організаційної культури підприємств роздрібної торгівлі нами проведений аналіз компонентів культури ТОВ «Вигідна покупка» (мультимаркети «Аврора»). Формування організаційної культури досліджуваного підприємства має особливості, що обумовлені великою кількістю закладів торгівлі (більше 1 600) розміщених по всіх регіонах України та за кордоном, наявністю центрального офісу та регіональних офісів. Відповідно організаційна культура має складну структуру, що формується за каскадним принципом навколо основних характеристик, які створюються та впроваджуються центральним офісом. Одночасно кожний регіональний офіс та підпорядковані магазини мають певні особливості, що визначаються особливостями регіонального культурного середовища та особливостями персоналу магазинів (вікові, гендерні характеристики, рівень освіти тощо) і по суті створюють певні суб-культури. Відповідно ТОВ «Вигідна покупка» є полікультурним утворенням, що потребує більших зусиль для побудови міцної загальної організаційної культури, яка здатна підтримувати реалізацію стратегії підприємства. Проведений нами аналіз показує наявність таких чітко сформованих елементів корпоративної культури досліджуваного підприємства: представлених на сайті фірми місії, цінностей що декларуються стосовно партнерів та клієнтів організації, опис історії розвитку підприємства та висвітлення історій успіху відомих працівників фірми, інформація про заходи в контексті соціальної відповідальності бізнесу (донорство,підтримка військових та ветеранів збройних сил,підтримка внутрішньо-переміщених осіб), програми лояльності клієнтів, застосування корпоративних кольорів в оформленні сайту, магазинів та фірмового одягу персоналу.

Разом з тим, за окремими елементами організаційної культури виявлені слабкі сторони, поглиблений аналіз яких може стати пріоритетними напрямками змін. Зокрема це не конкурентоспроможний рівень оплати праці персоналу, слабка система матеріальної та моральної мотивації працівників, слабка підтримка з боку центрального керівництва реалізації впроваджених в мультимаркетах «Аврора» систем навчання персоналу торгового залу (недостатня кількість часу для навчання, відсутність стимулювання навчання тощо).

З метою визначення типу організаційної культури нами застосована методика OSAI [4] та проведене опитування працівників магазинів «Аврора» у м. Хмельницькому. Виявлено, що за класифікацією К. Камерона та Р. Куіна підприємству притаманна ієрархічний тип організаційної культури. Проведені дослідження дозволяють стверджувати, що підприємство має традиційну організаційну культуру, де характерна жорстка субординація, ієрархія в системі управління та раціонально-економічна система мотивації, діяльність персоналу регламентована вказівками з вищих рівнів управління. Враховуючи результати аналізу основних фінансових показників діяльності підприємства ТОВ «Вдала покупка» бачимо, що організаційна культура підтримує реалізацію стратегії зростання, що впроваджується на вітчизняному та закордонному (Румунія) ринках починаючи з 2017 року.

Для розвитку такого великого підприємства потрібна сильна організаційна культура. З метою визначення сили організаційної культури нами проведене опитування працівників магазинів з використанням відповідної методики оцінки організаційної культури [5]. Опрацювання результатів дослідження показує наявність на підприємстві організаційної культури середнього рівня сили.

Вважаємо, що на підприємстві необхідно подальше формування клієнтоорієнтованої корпоративної культури. Зміни організаційної культури повинні містити цільове підвищення кваліфікації працівників в контексті збільшення рівня клієнтоорієнтованості, покращення психологічного клімату в колективах, стресостійкості персоналу в умовах війни, застосування чеклистів з метою покращення обслуговування споживачів, покращення матеріального стимулювання працівників та складових

соціального пакету, покращення умов реалізації бізнес-процесів обслуговування споживачів.

Сучасні керівники повинні розглядати організаційну культуру як потужний інструмент, що дозволяє орієнтувати всі підрозділи торгівельної мережі та окремих працівників на досягнення загальних цілей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Громко Л. Корпоративна культура як ключовий чинник розвитку торговельного підприємства. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки.* 2020. № 2. URL: https://echas.vnu.edu.ua/index.php/echas/article/download/585/475 (дата звернення: 15.03.2025).
2. Тимцуник В. І., Гайдай Ю. В. Роль організаційної культури в діяльності підприємств торгівлі. *Державне управління: удосконалення та розвиток.* 2011 № 3. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=267 (дата звернення: 15.03.2025).
3. Корпан О. С. Теоретико-методологічні аспекти формування та оцінювання рівня культури торговельного обслуговування споживачів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 5. С. 147–150.
4. Kim S. Cameron, Robert E. Quinn Diagnosing and changing organizational culture URL: https://webuser.bus.umich.edu/cameronk/PDFs/Organizational%20Culture/CULTURE%20BOOK-CHAPTER%201.pdf (дата звернення: 15.03.2025).
5. Терещенко К. В. Методи вивчення організаційної культури. URL: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/1836/1/%D0%A237.pdf (дата звернення: 10.03.2025).

ЗАБОРОНЕНІ МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ВЕДЕННЯ ВІЙНИ

В. Ю. Баклан, *студентка спеціальності Право, група ПР б-31*
В. І. Іващенко, *асистент закладу вищої освіти – науковий керівник*
Полтавський університет економіки та торгівлі

Війна завжди супроводжувала розвиток людства, проте з часом світова спільнота усвідомила її руйнівні наслідки та почала вживати заходів для зменшення жорстокості й масштабів руйнувань, спричинених збройними конфліктами. Під час уже триваючого воєнного протистояння ворогуючі сторони мають не лише чітко визначити свої цілі, а й гарантувати захист найбільш вразливих категорій населення – цивільних осіб, поранених і військовополонених. Вивчення заборонених методів і засобів ведення війни є важливим для забезпечення дотримання міжнародного гуманітарного права. Також знання цих норм сприяє міжнародному правопорядку, допомагаючи державам і військовим структурам уникати воєнних злочинів і притягувати до відповідальності порушників правил ведення війни. У доктрині міжнародного права засоби ведення війни визначаються як зброя та інші інструменти, що застосовуються збройними силами ворогуючих сторін для завдання шкоди та ослаблення противника [1, с. 124]. Методи ведення бойових дій – це способи застосування різних засобів з метою ослаблення сил противника та завдання йому втрат у межах допустимих норм. Методи та засоби війни класифікуються на дозволені та заборонені [2, ст. 182].

Наразі існує велика кількість міжнародних документів, які регулюють використання певних засобів та методів війни. Протокол до Женевських конвенцій, який стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів (1977 р.) висвітлює заборонені методи ведення війни. Конвенція про заборону розробки, виробництва, накопичення, застосування хімічної зброї та про її знищення (1993 р.), Конвенція про заборону розробки, виробництва та накопичення запасів бактеріологічної (біологічної) і токсичної зброї та їх знищення (1972 р.), Протокол про заборону застосування на війні задушливих, отруйних або інших подіб-

них газів та бактеріологічних засобів (1925 р.) містять положення про заборону зброї масового ураження. Конвенція про заборону застосування, накопичення запасів, виробництва і передачі протипіхотних мін та про їхнє знищення (1997 р.) посилює загалом міжнародну безпеку шляхом запобігання використання заборонених видів мін у військових цілях, які відносяться до заборонених.

Конвенція про заборону або обмеження застосування конкретних видів звичайної зброї, які можуть вважатися такими, що завдають надмірних ушкоджень або мають невибіркову дію (1980 р.) та протоколи до неї встановлюють обмеження на застосування певних видів озброєнь, які спричиняють серйозні страждання та становлять небезпеку для цивільного населення, та містять загалом перелік заборонених засобів ведення війни. Зокрема, це такі Протоколи: Протокол про не виявлювані осколки (1980 р.) Протокол про заборону або обмеження застосування мін, мін-пасток та інших пристроїв (1980 р.); Протокол про заборону або обмеження застосування запалювальної зброї (1980 р.); Протокол про засліплюючи лазерну зброю (1995 р.); Протокол про вибухонебезпечні залишки війни (2003 р.). Конвенція про заборону військового або будь-якого ворожого використання засобів впливу на природне середовище (1976 р.) загалом вносить заборону на використання засобів впливу на навколишнє середовище.

Проаналізувавши такі договори, як Договір про нерозповсюдження ядерної зброї (1968 р.) та Договір про заборону розміщення на дні морів і океанів та в його надрах ядерної зброї та інших видів (1971 р.), Договір по касетним боєприпасам (2008 р.), Договір про торгівлю зброєю (2013 р.), Договір про заборону ядерної зброї (2017 р.) можна дійти висновку, що вони забороняють будь-яке розповсюдження, розміщення у визначених місцях, торгівлю таким забороненим засобом ведення війни, як ядерна зброя, а також містять посилання на заборону виробництва та застосування касетних боєприпасів, які несуть небезпеку для мирного населення.

Міжнародні збройні конфлікти є складними та багатогранними явищами, що відображають суперечності сучасного суспільства. Його учасники, цивільне населення, відповідно до норм міжнародного права, мають право на захист. Визнання права як загальнолюдської цінності на міжнародному рівні сприяє посту-

повому зміцненню суспільної свідомості, забезпеченню дотримання громадянських прав і політичних свобод.

Список використаних інформаційних джерел

1. Міжнародне публічне право: основи теорії : навч.-метод. посіб. / Х. Н. Бехруз, С. С. Андрейченко, М. В. Грушко та ін. Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. 252 с. URL: https://fpk.in.ua/images/biblioteka/3FMB_Pravo/Mizhnarodne-publichne-pravo-2023.pdf.
2. Зубанський М. К. Правові обмеження у виборі методів і засобів ведення війни. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Право., 2023. Вип. 78. Т. 2. С. 180–185. URL: https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/08/30.pdf.

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРИНЦИПУ МИРНОГО ВИРІШЕННЯ СПОРІВ У СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ ПРАВІ

М. С. Білодід, *студентка спеціальності Право, група ПР б-31*
В. І. Іващенко, *асистент закладу вищої освіти – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Міжнародне право як головний інститут регулювання міждержавних відносин зазнає впливу глобальних викликів і зростання конфліктів, які слід врегульовувати на початковій стадії. Ключову роль у цьому відіграє принцип мирного вирішення спорів, що забезпечує стабільність і порядок у міжнародному співробітництві. Він сприяє запобіганню конфліктам і збереженню миру, що робить його дотримання особливо актуальним в умовах зростання міждержавних суперечок.

Нормативне закріплення даного принципу міститься у Статуті Організації Об'єднаних Націй (далі – Статут ООН), а саме пункт 3 стаття 2 [1] та Декларації про принципи міжнародного права, що регулюють дружні відносини та співробітництво між державами відповідно до Статуту ООН [2].

Відповідно до статті 33 Статуту ООН, держави-учасники спору, який може загрожувати міжнародному миру та безпеці, зобов'язані передусім намагатися вирішити конфлікт мирними методами. До таких способів урегулювання належать переговори, розслідування, посередництво, примирення, арбітраж, судовий розгляд, а також звернення до регіональних організацій або спеціальних угод [1]. Окрім цього, держави можуть обирати

інші мирні механізми, що відповідають характеру спору та сприяють його ефективному розв'язанню. Використання таких засобів не лише запобігає подальшому розвитку конфліктів, а й сприяє стабільності міжнародних відносин, збільшенню довіри між державами та розвитку безпеки.

На думку А. В. Войціховського найбільш ефективним способом врегулювання конфліктів є переговори, він зазначає: «Переговори є найбільш доступним та ефективним засобом мирного вирішення міжнародних спорів. Вони відіграють провідну роль серед інших мирних засобів. Конкретні цілі, склад учасників та інші процедурні питання узгоджуються самими сторонами, що сперечаються. Відповідно до основних принципів і норм сучасного міжнародного права переговори повинні вестися на рівноправній основі, що виключає порушення суверенної волі зацікавлених сторін» [3, с. 41].

Аналіз міжнародно-правових норм щодо принципу мирного вирішення міжнародних спорів дозволяє визначити ключові вимоги до суб'єктів міжнародного права, також в юридичній доктрині сформульовано основні зобов'язання, яких мають дотримуватись держави та інші учасники міжнародних відносин для ефективного вирішення конфліктів, зокрема: використання виключно мирних засобів для врегулювання спорів; прагнення до якнайшвидшого й ефективного вирішення конфліктних ситуацій; забезпечення безперервності мирного процесу та пошуку компромісних рішень; уникнення застосування тиску чи ультиматумів; утримання від дій, що можуть загострити ситуацію або спричинити подальше загострення конфлікту; урахування інтересів іншої сторони задля досягнення справедливого рішення для обох сторін спору; дотримання та виконання прийнятих домовленостей і рішень.

Дотримання даних зобов'язань сприятиме не лише ефективності у вирішенні спорів, а й зміцненню міжнародної безпеки, запобіганню новим конфліктам та розвитку конструктивного співробітництва між державами [4, с. 969–970].

Отже, можемо зазначити, що принцип мирного вирішення міжнародних спорів виступає як обов'язок держав використовувати виключно ненасильницькі методи для розв'язання конфліктів. У такому контексті цей принцип поширюється на будь-які суперечності, що виникають у сфері міжнародних відносин. Однак сучасні реалії свідчать про те, що його застосування у класичному вигляді стикається з численними викликами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Статут ООН. ООН. 1945. URL: https://www.un.org/ru/about-us/un-charter/full-text.
2. Декларація про принципи міжнародного права, що стосуються дружніх відносин і співробітництва між державами відповідно до Статуту ООН. 1970. URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/intlaw_principles.shtml.
3. Войціховський А. В. Міжнародне право : підручник А. В. Войціховський ; МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2020. 544 с. URL: http://library.megu.edu.ua:8180/jspui/bitstream/123456789/2835/1/2020%20Mizhnarodne%20pravo_Pidruchnyk_A%20Voitsikhovskyi_2020.pdf.
4. Чічкань М. В., Кравченко О. Г. Щодо реалізації принципу мирного вирішення міжнародних спорів в сучасних умовах. Current trends in scientific research development. Proceedings of the 5th International scientific and practical conference. BoScience Publisher. Boston, USA. 2024. С. 969–974. URL: http://ir.stu.cn.ua/123456789/31861.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗДІЙСНЕННЯ МИРОТВОРЧОЇ МІСІЇ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ

Д. П. Величко, *студентка спеціальності Право, група ПР б-31*
В. І. Іващенко, *асистент кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На дванадцятому році вторгнення Росії в український Крим і Донбас та в розпал повномасштабної війни з російським агресором за нашу цілісність і суверенітет, питання проведення миротворчих операцій не втрачає своєї актуальності. Серед основних засад міжнародного публічного права вагоме місце займає територіальна цілісність держав. Тому, з початком війни Росії проти України, ми очікуємо на всесторонню підтримку інших країн, у тому числі і залучення миротворців для припинення бойових дій та встановлення підґрунтя для довготривалого миру.

Вперше ідея залучення миротворців у Донецькій і Луганській областях прозвучала восени 2014 року після підписання Мінського протоколу. На початку 2015 року Україна направила до Ради Безпеки ООН звернення з проханням відправити на Донбас миротворчий контингент. На жаль, рішення так і не було прийнято, але важливо, що саме Україна першою запропонувала цей спосіб вирішення конфлікту. Бо через два роки вже Росія

скерувала проєкт резолюції про проведення миротворчої місії на Донбасі. Але вимоги Москви і Києва до реалізації операції не збігалися.

Першою суперечністю був мандат операції. Україна наголошувала на повномасштабній місії, яка б посприяла відновленню миру та територіальної цілісності країни, а Росія вимагала, щоб метою місії був лише захист спостерігачів ОБСЄ. Місце розташування миротворців – друга ключова проблема. Українська влада пропонувала, щоб миротворці розташовувалися на всій території Донецької та Луганської областей, які окуповані ворогом. Росіяни, у свою чергу, наполягали на розгортанні миротворчих сил уздовж лінії розмежування. Третім проблемним питанням була згода сторін конфлікту. І тут постала проблема визначення другої сторони. Україна не визнає Донецьку Народну Республіку (ДНР) і Луганську Народну Республіку (ЛНР) і не згодна вести з ними перемовини про здійснення миротворчої операції, а Москва наполягає на цьому. Якщо Росія надасть згоду на місію, то визнає себе учасником конфлікту (під час війни на Донбасі Росія не визнавала присутності там своїх військ). Якщо Київ розпочне переговори з квазідержавами «ЛНР» та «ДНР», то міжнародна спільнота може розцінити це як легітимізація їх існування [1].

Станом на 2025 рік, після вторгнення російських військ на території інших областей України і вбивств тисяч людей по всій країні, питання проведення миротворчої місії стає все більш гострим. Серед країн, які погоджуються і готові надавати свій контингент є Франція, Велика Британія, Швеція. Проти – США, Німеччина, Польща, Росія. Україна погоджується на залучення миротворців, але на її умовах.

Ще на початку 2024 року Франція запропонувала надіслати вояків НАТО на підтримку України. Сьогодні її представники пропонують ідею відправлення спільного європейського контингенту у складі близько 30 тисяч осіб, серед яких 10 тисяч надає Франція. Велика Британія також готова діяти і відправляти свої війська [2]. На Мюнхенській безпековій конференції Україна підтримала відправку іноземних військ. Президент України Володимир Зеленський наголошував, що потрібно буде залучити до 220 тисяч миротворців.

На противагу виступає Польща. До прикладу, координатор програми міжнародної безпеки Войцех Лоренц заявив, що хоч

деякі європейські країни сигналізували про готовність надсилати війська, це було лише засобом впливу для того, щоб США залучили Європу до переговорів [4]. Загалом, Польща аргументує свою відмову потребою захисту країн Балтії від можливого нападу росіян і білорусів. США категорично відмовляється від залучення своїх військ, але не проти, щоб це зробили європейські країни. Проте, на них не може поширюватися п'ята стаття Північноатлантичного договору про взаємну допомогу членів НАТО.

Крім права вето Росії в Раді Безпеки ООН, недомовленості сторін конфлікту існує ще багато ризиків проведення миротворчої операції, серед яких: відсутність у міжнародних організацій власних збройних сил, підтримка миротворцями однієї зі сторін, ризик замороження конфлікту і неповернення окупованих територій під контроль України, затяжність конфлікту чи навіть «гра на руку» агресору, як це сталося в Грузії.

Отже, перспектива проведення миротворчої операції на території України, сьогодні, як і 12 років тому, залишається примарною. Подальший розвиток подій залежить від позиції України, США, Росії та Європейських країн. Проведення миротворчої операції має як переваги, так і недоліки. Тому сьогодні, знаходячись на етапі невизначеності, варто застосовувати альтернативні методи: посилення санкційного тиску на Росію, зміцнення Збройних Сил України, розширення співпраці України з НАТО.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гогоша О., Хімняк А. Розміщення миротворців ООН на сході України: проблеми і перспективи. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини.* 2017. № 43 (64-72). URL: http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/intrel/article/view/9413.
2. Іноземні війська в Україні. Які країни за, які проти, скільки солдатів може відправити Європа. URL: http://znp-cvsd.nuou.org.ua/article/view/156691.
3. A chance for peacekeepers in eastern Ukraine? URL: https://neweasterneurope.eu/2017/12/19/chance-peacekeepers-eastern-ukraine/
4. Negocjacje USA z Rosją w sprawie zakończenia wojny na Ukrainie. URL: https://www.pism.pl/publikacje/negocjacje-usa-z-rosja-w-sprawie-zakonczenia-wojny-na-ukrainie.

МЕХАНІЗМИ МІЖНАРОДНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ЖІНОК

Є. В. Вісич, *студентка спеціальності Право, група ПР б-31*
В. І. Іващенко, *викладачка кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Питання покращення механізмів міжнародно-правового регулювання, які б урегульовували норми праці жінок є досить актуальним. Воно набуває актуалізації не лише через зростання ролі жінок у різних сферах суспільного життя, а й через непоодинокі випадки порушення їх прав. Зазвичай на це впливають стереотипи та звичаї, які існують у різних країнах світу.

Сьогодні майже кожна держава світу прагне впроваджувати ідеї міжнародно-правових механізмів, які врегульовують норми праці у власне національне законодавство. Міжнародно-правові норми мають на меті охорону і захист прав і свобод людини. Серед них особливе місце посідають права жінок [4, с. 97].

Міжнародно-правове регулювання праці – це встановлена міжнародними договорами (актами) система стандартів щодо регулювання праці, яку держави, що приєдналися до відповідного міжнародного договору (ратифікували його), використовують у національному трудовому законодавстві. Суб'єктами міжнародно-правового регулювання праці є ООН та спеціалізований орган – Міжнародна організація праці (МОП) [5, с. 250].

Серед міжнародних актів можемо виокремити Загальну Декларацію прав людини, яка була прийнята Генеральною Асамблеєю ООН 10 грудня 1948 року. У цьому міжнародному документі закріплюється право на працю, на вільний вибір місця роботи, на справедливі і сприятливі умови праці, на рівну оплату праці тощо [1]. Також не менш важливе значення має Європейська соціальна хартія (переглянута), яка містить положення про забезпечення права жінок на працю та його охорону. Вона доповнює Європейську конвенцію з прав людини в галузі економічних і соціальних прав [2].

Незважаючи на існування механізмів міжнародно-правового регулювання праці жінок, дискримінація за ґендерною ознакою є актуальним питанням. У сучасному світі причиною такої поведінки є недосконаліть механізмів міжнародно-правового регулювання праці та відсутність регулярного контролю за

додержанням відповідних вимог. Загострення конфліктів на робочому місці через ґендерні стереотипи відносно жінок у суспільстві не є рідкісним. До прикладу, роботодавці досить часто порушують встановлені законодавством та міжнародними договорами норми, пов'язані з правом жінок на працю. Такі правопорушення проявляються у звільненні жінки за ознакою статі, нетактовному поводженні з жінкою-керівницею, виплаті меншої за розміром заробітної плати за однакову роботу тощо. Так, в Україні відповідно до статистичних даних стосовно середньомісячної заробітної плати жінок та чоловіків за видами економічної діяльності у 2017 році, опублікованих на офіційному сайті Державної служби статистики України, жінки в Україні заробляють у середньому на 28 % менше, ніж чоловіки [3, с. 196].

Таким чином, охорона праці є ключовим компонентом ефективної соціально-економічної політики. Правовий статус жінок у сфері праці є не лише проявом рівності і демократизму в державі, а й підґрунтям для ефективного розвитку економіки. Механізми міжнародно-правового регулювання мають на меті забезпечення і охорону праці жінок. Необхідність їх удосконалення обумовлена розвитком суспільства і розширенням свідомості людей. Варто проводити заходи з підвищення обізнаності громадськості щодо ґендерних питань, посилення контролю за дотриманням правових норм. Завдяки цьому ми зможемо досягти прогресу у сфері гармонізації ґендерних відносин, розвитку трудових відносин і побудові справедливого, демократичного суспільства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Європейська соціальна хартія (переглянута), Страсбург, 3 травня 1996 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_062#Text.
2. Загальна декларація прав людини. Прийнята і проголошена резолюцією 217 А (III) Генеральної Асамблеї ООН від 10 грудня 1948 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_015#Text.
3. Богдан Д. О., Сачко Я. М., Корнієнко С. О., Ділігул А. С. Особливості правового регулювання праці жінок. *«Грааль науки». Міжнародний науковий журнал.* 2024. № 39. С. 195–200. URL: https://archive.journal-grail.science/index.php/2710-3056/article/view/2321.
4. Коломієць Ю. М. Права жінок як об'єкт міжнародного захисту. *Правоохоронна функція держави: теоретико-методологічні та*

історико-правові проблеми : тези доп. учасників міжнар. наук.-практ. конф. (м. Харків, 17 трав. 2019 р.) – Харків : ХНУВС. 2019. С. 97–98. URL: https://univd.edu.ua/general/publishing/konf/17_05_2019/pdf/45.pdf.
5. Чорноус О. В. Джерела міжнародно-правового регулювання праці та їх вплив на національне законодавство. *Право і безпека. Науковий журнал.* 2012. № 4 (46). С. 249–253. URL: https://dspace.univd.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4afbc984-58a1-4742-81c3-c8a73d92016c/content.

ЩОДО ВІДМІННОСТІ СПІВУЧАСТІ У КРИМІНАЛЬНОМУ ПРАВОПОРУШЕННІ ВІД ПРИЧЕТНОСТІ ДО НЬОГО

М. М. Лабай, *студент спеціальності Право, група 23-0611-001*
О. В. Сосніна, *канд. юрид. наук, доцент – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Співучастю у кримінальному правопорушенні (далі – кр.пр.) є умисна спільна участь декількох суб'єктів кр.пр. у вчиненні умисного кр.пр. [1]. Згідно зі ст. 27 Кримінального кодексу України, у кр.пр. особи можуть діяти як виконавець, організатор, підбурювач або пособник.

У науці кримінального права прийнято виділяти просту та складну форми співучасті [3, с. 494]. Проста форма співучасті передбачає, що усі учасники кр.пр. виконують однорідні ролі як безпосередні виконавці, хоча їхні дії можуть відрізнятися за характером. Складна форма співучасті передбачає розподіл ролей серед учасників кр.пр., де поряд із виконавцем діють організатор, підбурювач, пособник.

Співучасть у кр.пр. має об'єктивні та суб'єктивні ознаки, які характеризують роль кожного співучасника у вчиненні правопорушення, його вину, мотиви та спосіб реалізації протиправного наміру. Об'єктивні ознаки співучасті полягають у тому, що декілька суб'єктів кр.пр. спільно вчиняють умисне правопорушення. Співучасть наявна лише, якщо в кр.пр. беруть участь декілька осіб (дві або більше), кожна з яких відповідно є суб'єктом кр.пр. Дії кожного із співучасників можуть бути різними, але вони повинні бути складовою суспільно небезпечного діяння в цілому. Суб'єктивні ознаки співучасті проявляються в спільній умисній участі у вчиненні умисного правопорушення. Співучас-

ники діють виключно з умисною формою вини. Мета і мотиви дій співучасників можуть бути як однаковими, так і різними.

Причетність до кр.пр. – це дія або бездіяльність, яка має зв'язок із вчиненням кр.пр. але не є співучастю в ньому. Чинне законодавство не розкриває поняття причетності до кр.пр. цей термін використовується в теорії кримінального права, але єдиної точки зору стосовно його змісту серед науковців немає [2, с. 240]. Проте, більшість дослідників вважає, що поняття причетності до кр. пр. включає чотири основні форми: приховування, потурання, придбання та збут майна, здобутого кримінально-протиправним шляхом і неповідомлення. Перші три види причетності є самостійними кримінальними правопорушеннями, тому тягнуть за собою кримінальну відповідальність. Неповідомлення ж підлягає кримінальній відповідальності лише у випадках, коли вчинене діяння містить ознаки іншого кримінального правопорушення.

Відмежування співучасті у кримінальному правопорушенні від причетності є однією з актуальних проблем кримінального права. Ця проблема має важливе практичне значення, оскільки від правильної кваліфікації дій особи залежать вид та обсяг її кримінальної відповідальності.

До основних проблем такого розмежування належать:

1. Складність встановлення чіткої межі між умислом на співучасть та наміром на причетність. Якщо буде доведено попередню домовленість або узгодженість дій – особа вважатиметься співучасником. Якщо ж особа діяла вже після вчинення кр.пр. не домовляючись про це заздалегідь, то це буде причетність, яка утворює окремий склад кр.пр.

2. Складність кваліфікації дій особи після вчинення кр.пр. Зазвичай співучасники беруть участь у кр.пр. до або під час його вчинення. Але деякі форми причетності, наприклад приховування кр.пр., можуть виглядати як співучасть, якщо особа допомагає особі, яка вчинила кр.пр. уникнути відповідальності. Отже, якщо особа заздалегідь обіцяла допомогти втекти – це співучасть. Якщо рішення допомогти було прийняте вже після кр.пр. – це причетність (і може кваліфікуватися як приховування кр.пр).

3. Недосконаліть законодавчого регулювання, що ускладнює правозастосування. У кримінальному законодавстві відсутні чіткі формулювання щодо поняття причетності до кр.пр. та її

видів. Судова практика часто розглядає такі випадки індивідуально, що може призводити до різного тлумачення норм права.

4. Проблема відповідальності за причетність. Зокрема, деякі дії, які фактично сприяють безкарності особи, яка вчинила кр.пр., можуть залишитися недостатньо покараними через віднесення їх до причетності, а не співучасті.

Для вирішення цих проблем необхідно: чітко розмежовувати ці два поняття як на законодавчому рівні, так і у правозастосовній практиці; запровадити більш чіткі критерії оцінки умислу особи; узагальнити судову практику для формування єдиного підходу до кваліфікації таких випадків. Видається, що такі заходи допоможуть уникнути помилок у кваліфікації правопорушень, пов'язаних із співучастю та причетністю, і забезпечити справедливе покарання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кримінальний кодекс України : офіційний текст. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14.
2. Смушак О., Дерюк Б. До питання про зміст поняття «причетність до кримінального правопорушення». *Підприємництво господарство і право.* 2021. № 3. С. 240–243.
3. Чемодурова А. Ю. Форми співучасті у Кримінальному кодексі України. *Юридичний науковий електронний журнал.* 2021. № 4. С. 493–495.

ЕВОЛЮЦІЯ ТРУДОВОГО ПРАВА: РЕТРОСПЕКТИВА ТА СУЧАСНІ ФОРМИ ЗАЙНЯТОСТІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Є. Л. Левченко, *студентка спеціальності Право, група ПР б-31*
В. І. Іващенко, *асистент закладу вищої освіти – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах війни в Україні трудове право стало одним з основних інструментів для збереження соціальної стабільності та захисту прав працівників. Війна, надзвичайні ситуації та постійна загроза безпеці впливають на ринок праці та змушують державу адаптувати своє трудове законодавство. У цей період важливим є не тільки підтримка традиційних форм зайнятості, а й запровадження нових моделей, які відповідають сучасним викликам,

таких як дистанційна робота, гіг-економіка, а також зміни в соціальних гарантіях для працівників.

У період воєнного стану українське трудове законодавство зазнало значних змін. За умов воєнного стану були введені тимчасові зміни, спрямовані на підтримку економіки та бізнесу, а також на забезпечення мінімальних прав працівників. Одним із таких важливих кроків стало спрощення процедури найму та звільнення працівників, а також можливість змінювати умови праці, аби підприємства могли адаптуватися до кризових умов [1].

Також важливою зміною стало введення нових форм зайнятості, зокрема дистанційної роботи, яка отримала масове поширення в Україні під час пандемії COVID-19 і продовжує бути актуальною навіть у період воєнного стану. Враховуючи обмеження на пересування та небезпеку для здоров'я, чимало підприємств вимушено переходять на гнучкі форми організації праці. Зазначені зміни потребують належного правового регулювання, оскільки дистанційна робота потребує нових норм для захисту прав працівників, а також для забезпечення конфіденційності та безпеки їхнього персонального життя [2].

Один з ключових аспектів розвитку трудового права в умовах воєнного стану – це розвиток гіг-економіки, яка включає короткострокові, проєктні або тимчасові трудові відносини. В Україні, зважаючи на кризу та нестабільність на ринку праці, ці форми стали популярними через свою гнучкість і здатність швидко адаптуватися до змін. Вони дозволяють людям знаходити роботу навіть у складних умовах, коли багато підприємств знижують кількість штатних працівників.

Однак для таких форм зайнятості існують і ризики, зокрема відсутність соціальних гарантій, таких як пенсійні накопичення, медичне страхування та інші види соціального захисту. Українське трудове законодавство в умовах війни намагається знайти баланс між інтересами роботодавців і правами працівників у таких умовах, розробляючи нові правові механізми для забезпечення більшої соціальної захищеності працівників в гіг-економіці [3].

Одним із головних викликів, з яким стикається трудове право в Україні під час воєнного стану, є необхідність поєднання стабільності на ринку праці з можливістю швидкої адаптації до ситуацій, що постійно змінюються. Нестабільність у країні створює умови для зростання безробіття та соціальної напруги, що

вимагає від держави підтримки не лише в кризових секторах економіки, а й у створенні механізмів, які допомагають робітникам адаптуватися до нових форм зайнятості [4].

У цьому контексті необхідність запровадження гнучких форм трудових відносин, зокрема таких, як фриланс, стає нагальною. Однак без надання адекватних правових норм для таких працівників, які включають питання соціального захисту, ці форми зайнятості можуть лише посилити соціальну нерівність.

Розвиток трудового права в Україні в умовах воєнного стану вимагає постійного перегляду і вдосконалення законодавства для того, щоб воно відповідало сучасним реаліям. Нові форми зайнятості, такі як дистанційна робота та гіг-економіка, потребують ефективного правового регулювання для забезпечення прав працівників та підтримки економічної стабільності. Важливо, щоб трудове законодавство залишалося гнучким і здатним до швидкої адаптації до непередбачуваних ситуацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану : Закон України від 15.03.2022 № 2136-IX. *Офіційний вебпортал парламенту України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/2136-20#Text.
2. Трудові відносини в умовах кризи та війни: міжнародний досвід та перспективи. *Офіційний веб-сайт Міжнародної організації праці.* 2020. URL: https://www.ilo.org.
3. Нове законодавство щодо дистанційної роботи та гіг-економіки. *Офіційний вебпортал Міністерства соціальної політики України.* 2021. URL: https://www.msp.gov.ua.
4. The Future of Work: Employment and Skills in the Digital Age. *OECD Publishing.* 2020. URL: https://www.oecd.org/future-of-work/

МОВНІ ЗАСОБИ ТА ПРИНЦИПИ ФОРМУЛЮВАННЯ НОРМ ПРАВА

Д. В. Лихвар, *студент спеціальності Право, група ПР м-11*
В. А. Орел, *старший викладач закладу вищої освіти – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність теми зумовлена необхідністю формулювання норм права із застосуванням чітких мовних конструкцій та їх однозначним тлумаченням, що мінімізує ризики семантичної амбівалентності [4].

Формулювання правових норм ґрунтується на принципах законності, системності, доступності та наукової обґрунтованості, що забезпечують їхню ефективність і відповідність суспільним потребам. Наприклад, принцип законності вимагає, щоб усі правові норми відповідали чинному законодавству та не суперечили Конституції, яка гарантує їхню легітимність та обов'язковість. Принцип системності та узгодженості передбачає, що норми права мають бути взаємопов'язаними та не містити суперечностей, забезпечуючи цілісність та логічну структуру правової системи.

Принцип гуманізму потребує, щоб законодавчі акти відображали та захищали фундаментальні права і свободи людини, сприяли справедливості та рівності. Правова визначеність тлумачить, що норми права мають бути сформульовані таким чином, щоб суб'єкти чітко розуміли свої права та обов'язки, а також передбачали наслідки своїх дій.

Основними мовними прийомами, що використовуються в процесі нормативної текстотворчості, є імперативна модальність, номінативна конденсація і синтаксична компресія, спрямовані на досягнення максимальної когерентності правових положень.

Імперативна модальність виражається через категоричні предикації, які визначають обов'язковість та заборонність певних дій, використанням вербальних конструкцій з модальними дієсловами «повинен», «має право», «забороняється» [1]. Моделі створюють нормативний прескриптивний ефект. Такі конструкції, як, наприклад, у ст. 34 Конституції України: «Кожен має право на свободу думки і слова», використовують модальне дієслово «має», що акцентує на гарантованості прав, водночас демонструючи імперативність закріпленого права. Дихотомія диспозитивних та імперативних норм також реалізується через варіювання граматичних структур [1].

Номінативна конденсація передбачає лексичну уніфікацію правових категорій унаслідок використання юридичних термінів із високим рівнем абстрактності та універсальності. Окреслена можливість дозволяє уникати надмірної деталізації та підтримувати загальну дієвість правових положень [2]. У Цивільному кодексі України, де йдеться про недоторканність житла: «Ніхто не може посягати на недоторканність житла особи без її згоди», термін «особа» вказує на конкретного суб'єкта правовідносин, а

категорія «недоторканність житла» має чітко визначене значення в контексті юридичного дискурсу.

Терміносистема права спирається на категоріальну точність, що виявляється у формалізованих дефініціях і запобіганні полісемії. Семантична однозначність досягається шляхом усталених дефінітивних конструкцій, які унеможливлюють альтернативні інтерпретації.

Синтаксична компресія втілюється шляхом редукції другорядних синтаксичних елементів і трансформації складних синтаксичних структур у більш компактні аналітичні моделі. Особливо, нормативні висловлювання мають тенденцію до застосування пасивних конструкцій та інфінітивних обертів, вони допомагають деперсоналізації правового дискурсу та надають йому об'єктивного характеру [3].

Зокрема, у формулюваннях, як-от у статті 14 Закону України «Про доступ до публічної інформації», де зазначено: «Розпорядники інформації зобов'язані надавати та оприлюднювати інформацію, крім випадків, передбачених законом», використано інфінітивну форму «надавати», що мінімізує граматичне навантаження, спрощує розуміння та зберігає необхідну імперативність і юридичну чіткість.

Використання пасивної конструкції, як у цьому ж законі «Інформація повинна бути надана без відстрочки», є прикладом синтаксичної деперсоналізації, де акцент переноситься на сам процес дії, а не на суб'єкта, що здійснює її. Водночас, формування норм права супроводжується балансуванням між точністю, нормативною лаконічністю, усуненням надлишкових модифікаторів та складних синтаксичних розгалужень.

Отже, словесна організація нормативних висловлювань не лише забезпечує юридичну ефективність, а й запобігає інтерпретаційним колізіям завдяки чітко визначеним мовним стратегіям, зокрема імперативності, номінативній конденсації та синтаксичній компресії. Кожен із цих прийомів сприяє формуванню правових норм, зрозумілих для суб'єктів правовідносин і стабільних у своєму застосуванні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Середюк В. Ю. Загальна характеристика базових принципів тлумачення норм права // Вісник Луганського навчально-наукового інституту імені Е. О. Дідоренка. 2020. Вип. 31. С. 37–46. DOI:

10.33766/2524-0323.100.37-46. URL: https://luhbulletin.dnuvs.ukr.education/index.php/main/article/view/31.
2. Принципи та норми міжнародного права // Освіта.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/law/9579/
3. Сутність права, функції, принципи та значення права // Освіта.UA. URL: https://osvita.ua/vnz/reports/law/9583/
4. Теорія міжнародного права : навч.-метод. посіб. / за ред. завідувача кафедри міжнародного та європейського права О. В. Бігняка. Херсон : Вид-во «Гельветика», 2020. 224 с. URL: https://fpk.in.ua/images/biblioteka/2bac_pravo/Bihnyak-O.V-Teoriya-mizhnarodnoho-prava.pdf.

ПОНЯТТЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОЇ ТЕХНІКИ: ПРИНЦИПИ ЗАКОНОДАВЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Д. В. Мельченко, *студент спеціальності Право, група ПР м-11*
В. А. Орел, *старший викладач закладу вищої освіти – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Законодавча техніка є важливим елементом правотворчого процесу, оскільки від її якості залежить ефективність та зрозумілість правових норм. В умовах гармонізації національного законодавства з європейськими стандартами розвитку правової системи України особливу увагу слід приділити вдосконаленню законодавчої техніки. Недосконалість законодавства, численні суперечності та прогалини в правових актах ускладнюють їх застосування та можуть призводити до порушення прав громадян.

Проблематику законодавчої техніки досліджували такі науковці, як Ж. Дзейко, О. Скакун, М. Цвік, О. Петришин, Л. Легін, А. Олійник, В. Щербина, О. Попова, М. Баб'юк, І. Гелецька та інші, які аналізували її поняття, елементи, принципи та сфери застосування.

Науковці визначають законодавчу техніку як систему методів, прийомів і засобів, що використовуються у процесі створення, редагування, оформлення та систематизації нормативно-правових актів.

Ж. Дзейко у своїх працях акцентує увагу на історичному розвитку законодавчої техніки та її структурних елементах [1].

О. Скакун розглядає її як складову юридичної техніки, що забезпечує якість та ефективність правових норм [2].

М. Цвік і О. Петришин визначають її основною умовою правової визначеності та стабільності законодавства [3].

Важливість законодавчої техніки полягає в тому, що вона:

− забезпечує чіткість, логічність і несуперечливість нормативно-правових актів;

− сприяє усуненню правових колізій та дублювань у законодавстві;

− робить законодавство доступним для правозастосовних органів і громадян;

− формує стабільну правову систему та сприяє ефективному правозастосуванню.

Ж. Дзейко, О. Скакун наголошують на таких недоліках сучасної законодавчої техніки:

✓ Фрагментарність законодавства – прийняття численних нормативних актів без належної узгодженості.

✓ Часті зміни законів – зниження стабільності правової системи.

✓ Відсутність єдиних стандартів юридичної мови – використання неоднозначних термінів, що ускладнює правозастосування [2; 4].

Отже, поряд із недоліками існують і чинники, що впливають на розвиток законодавчої техніки загалом. В. Попова в своїх працях звернула увагу на цю проблематику. Зокрема це:

− застосування засобів, які сприяють попередженню та ліквідації прогалин, колізій у законодавстві;

− вдосконалення засобів створення та систематизації законів у сфері публічного і приватного права;

− удосконалення практики, систематизації законів відповідно до Конституції України;

− вдосконалення проведення експертизи законопроєктів тощо [6].

Тому, опрацювавши наукові видання в даній темі, для покращення законодавчої техніки О. Петришин пропонує такі заходи:

✓ Впровадження єдиних стандартів законодавчої техніки.

✓ Посилення наукового супроводу законодавчої діяльності.

✓ Використання сучасних технологій у правотворчості (електронні бази даних, штучний інтелект для аналізу законодавчих ініціатив).

✓ Гармонізація національного законодавства з міжнародними стандартами [5].

Законодавча діяльність є одним із ключових напрямків державного управління, що забезпечує правове регулювання суспільних відносин. Якість законодавчого процесу залежить від дотримання певних принципів, які гарантують стабільність, ефективність і відповідність законодавства суспільним потребам.

Проблематика принципів законодавчої діяльності привертала увагу багатьох науковців, які заклали фундаментальні засади правотворчого процесу, розкрили механізми його функціонування та визначили ключові критерії якісного законотворення. О. Зайчук та Н. Оніщенко у своїй класичній праці *«Теорія держави і права»* розглядають принципи правотворчості як основу ефективного законодавчого процесу. Вони наголошують на важливості законності, демократизму та професіоналізму в законотворчій діяльності [7]. Ю. Шемшученко, відомий український правознавець, у своїх дослідженнях, зокрема в *«Великій юридичній енциклопедії»*, аналізує питання взаємозв'язку принципів законодавчої діяльності із загальними тенденціями розвитку правової системи України та міжнародного права [8]. О. Томкіна у своїй статті акцентує увагу на необхідності інтеграції наукових знань у законотворчий процес. Вона розглядає наукове забезпечення як універсальний принцип, що має застосовуватися на всіх етапах створення законодавчих актів, для підвищення їх якості та обґрунтованості у своїх дослідженнях розглядає наукове забезпечення як ключовий принцип законотворчого процесу, який охоплює такі складові:

− використання науково-правових експертиз на етапі розробки законопроєктів;

− оцінка ефективності чинних нормативно-правових актів перед їх зміною або скасуванням;

− прогнозування наслідків прийняття нових законів, що допоможе уникнути правових конфліктів та колізій [9].

У статті *«Принципи нормотворчої діяльності органів державної влади»* З. Погорєлова визначає такі основоположні принципи законодавчої діяльності:

✓ Гуманізм – законодавство має відповідати інтересам і потребам людини, сприяти захисту її прав і свобод.

✓ Демократизм – процес правотворення повинен передбачати участь громадянського суспільства, а також забезпечувати відкритість і прозорість законодавчих ініціатив.

✓ Наукова обґрунтованість – кожен закон має базуватися на сучасних наукових дослідженнях, що дозволяє мінімізувати правові колізії та забезпечити ефективність правового регулювання.

✓ Гласність – громадяни повинні мати доступ до інформації про законодавчий процес, а прийняття законів має відбуватися публічно [10].

С. Головатий у своїй роботі *«Проблеми правотворчості в Україні»* аналізує еволюцію принципів законодавчої діяльності в Україні та наголошує на необхідності гармонізації національного законодавства з європейськими правовими стандартами. Він наголошує, що законодавча діяльність повинна ґрунтуватися на принципах верховенства права, правової визначеності, системності та відповідності міжнародним стандартам. Також було вказано, що ефективна правотворчість неможлива без наукового обґрунтування законодавчих актів і врахування правової доктрини [11].

З вищезазначеного слід дійти висновку, що законодавча техніка є необхідною умовою ефективного правотворення. Її вдосконалення сприятиме підвищенню якості нормативно-правових актів, забезпеченню їхньої стабільності, зрозумілості та відповідності потребам суспільства. Системне застосування принципів законодавчої діяльності та дотримання вимог законодавчої техніки є гарантією того, що законодавство буде адекватним відповідно до потреб суспільства, сприятиме зміцненню правової держави та забезпеченню справедливості. Для ефективної роботи законодавчих органів необхідно постійно вдосконалювати ці інструменти, щоб відповідати державним вимогам і забезпечувати правову стабільність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дзейко Ж. О. Законодавча техніка в Україні: історико-теоретичне дослідження. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2007. 360 с.
2. Скакун О. Ф. Теорія права і держави : підручник. 4-те вид., стер. Київ : Алерта, 2021. 528 с.
3. Загальна теорія держави і права : підручник / М. В. Цвік, О. В. Петришин, Л. В. Авраменко та ін. ; за ред. М. В. Цвіка, О. В. Петришина. Харків : Право, 2009. 584 с.

4. Дзейко Ж. О. Законодавча техніка в Україні (теоретико-історичне дослідження) : автореф. дис. … д-ра юрид. наук: 12.00.01. Київ : Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2011. 39 с.
5. Зайчук О. В., Оніщенко Н. М. Теорія держави і права: академічний курс : підручник. Київ : Юрінком Інтер, 2006. 317 с.
6. Юридична енциклопедія : в 6 т. / редкол.: Ю. С. Шемшученко (голов. ред.) та ін. Київ : Укр. енцикл., 2003. Т. 5: П. – С. 736 с.: іл.
7. Томкіна О. О. Наукове забезпечення законодавчого процесу як комплексний механізм. Нове українське право. 2022. Вип. 5. С. 37–45. URL: https://newukrainianlaw.in.ua/index.php/journal/article/view/347/307 (дата звернення: 26.03.2025).
8. Погорєлова З. О. Принципи нормотворчої діяльності органів державної влади // Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки. 2021. Т. 7. С. 52–60. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/46266/1/237828-%d0%a2%d0%b5%d0%ba%d1%81%d1%82%20%d1%81%d1%82%d0%b0%d1%82%d1%82%d1%96-545323-1-10-20210727.pdf.
9. Головатий С. Верховенство права : монографія : у 3 кн. Київ : Фенікс, 2006. 1747 с.

АНТРОПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ ПРИВАТНОГО ПРАВА

Ю. А. Морозова, *студентка спеціальності Право, група ПР б-41*
О. В. Горбань, *канд. філос. наук, доцент кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Філософсько-правове осмислення феномену людини, її образу та сутності, відбувається у взаємозв'язку з іншим феноменом – правом. При цьому людина розглядається і як індивідуальна особа, і як представник конкретної соціальної, правової системи. Методологічне значення такого антропологічного підходу до права український правознавець С. Максимов відкрив в ідеї Т. Гобса: «…Слід правильно зрозуміти, якою є людська природа, що робить її придатною чи не придатною для створення держави і яким способом повинні об'єднуватися люди, що бажають жити разом». У цій ідеї С. Максимов виокремив *єдність біологічного й соціального в природі людини* як один з принципів антропологічних основ права [1, с. 149].

Антропологічний аспект приватного права характеризується двояко. *З одного боку*, людина вступає в *приватно*-правові (на-

самперед, договірні) відносини з іншими людьми, в яких обидві сторони договору задовольняють власні потреби й бажання. Водночас, *з другого боку*, людина в *соціумі* включається в будівництво *соціально*-правового порядку як «другої (*колективної*) природи» людської спільності: сімейної, етнічної, політичної тощо.

Приватно-правові відносини надають людям можливості автономії в суспільстві, що обумовлює одну з основних цінностей права – свободу. На цій основі в європейській цивілізації сформувався *гуманізм* – людиноцентричний принцип права.

Водночас соціально-правові відносини продукують формування політичної влади на основі колективних інтересів окремих частин соціуму, які підпорядковують собі силою держави правозахисний механізм. Як наслідок, державний примус несе небезпеку автономії осіб при конфлікті публічних і приватних інтересів.

На нашу думку, тільки в демократичних правових державах людство знайшло механізм гармонізації публічних і приватних інтересів. У їх цивільному праві було створено інститут захисту цивільних прав. Як приклад, можна навести Цивільний кодекс України. У ньому, в статті 15 частини 1, встановлено, що кожна особа має право на захист свого цивільного права у разі його порушення, невизнання або оскарження [2]. Право на захист у контексті зазначеної статті розглядається як суб'єктивне право особи-учасника цивільних правовідносин на відновлення свого права. Антропологічний аспект приватного права в даному випадку проявляється у задоволенні потреби людини на захист, закріпленій законодавцем у формі санкцій – несприятливих юридичних наслідках для правопорушника.

Таким чином право не розглядається як щось важливіше за людину, а людина його служителем. Натомість людина є основою права, його головним творцем і водночас метою. Держава ж та її апарат, що традиційно уявляються володарем права, в антропологічному контексті є інструментом людини для захисту своєї автономії.

Антропологія права як частина філософії права розкриває логіку зв'язку права й людини в поняттях «людина в праві» та «право(ве) у людині». Твердження «право має слугувати людині» хоча й означає, що воно повинно бути для потреб індивіда, не обов'язково передбачає пріоритет даного індивіда на задово-

лення його потреб у порівнянні з іншими. Право постає рівним для всіх, відзначає В. Бігун [3, с. 25].

Однак головний принцип приватного права – диспозитивність, полягає у наданні можливості особі визначати власну поведінку, що відкриває простір для діянь за особистим баченням, своєю волею та у власних інтересах. На нашу думку, пряма заборона законодавця не шкодити іншим учасникам правовідносин суперечить антропологічному принципу автономії вільної особи як суб'єкта приватного права. Це створює колізійну правову проблему. Множинна природа людини орієнтує потребує толерантного ставлення до проявів людської своєрідності (як індивідуальної, так і культурної), що забезпечується диспозитивністю приватного права. Водночас терпимість обмежується ідеєю рівності прав вільних людей, яка забезпечується імперативними правовими приписами держави.

Висновок вбачається в необхідності справедливого правосуддя, без якого зазначена проблема не може бути вирішена.

Список використаних інформаційних джерел

1. Максимов С. Антропологічні основи права. *Філософія права і загальна теорія права*. 2012. № 2. С. 148–155.
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text (дата звернення: 03.03.2025).
3. Бігун В. С. Антропологія, аксіологія та соціологія права. До питання про праворозуміння. *Часопис Київського університету права.* 2005. № 4. С. 23–32.

НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТІВ: ПОГЛЯД ПЕРШОКУРСНИКА

Д. С. Овчаренко, *студентка спеціальності Право, група ПР б-11*

Ю. Д. Древаль, *д-р держ. упр, професор кафедри правознавства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Науково-дослідна робота студентів (НДРС) – це складова професійної підготовки здобувачів вищої освіти, що передбачає ознайомлення з основами методології і методів дослідження, а також систематичну участь у дослідницькій діяльності, озброєн-

ня технологіями і вміннями творчого підходу до дослідження певних наукових проблем. НДРС вважається важливим засобом підвищення якості підготовки висококваліфікованих спеціалістів, які спроможні творчо застосувати в практичній діяльності новітні досягнення науки і техніки.

Важливість та необхідність науково-дослідної діяльності у закладах вищої освіти має належне нормативно-правове підґрунтя. Відповідно до п. 7 ст. 3 Закону України «Про вищу освіту», державна політика у сфері вищої освіти ґрунтується окрім іншого і на принципові «державної підтримки освітньої, наукової, науково-технічної, мистецької та інноваційної діяльності університетів, академій, інститутів, коледжів…» [1]. У п. 16 ст. 1 Закону України «Про освіту» вказано, що освітній процес – це система науково-методичних і педагогічних заходів, спрямованих на розвиток особистості шляхом формування та застосування її компетентностей [2].

Форми науково-дослідної роботи студентів загалом поділяються на два напрями: НДРС, що включена до навчального процесу; НДРС, що виконується в позанавчальний час (самостійна робота).

Самостійна робота студентів полягає в виборі напрямку наукового дослідження, пошуку, набуванні й опрацюванні наукової інформації, роботі з науковою літературою. Розкриваючи обрану тему, студент під керівництвом викладача ставить мету й завдання подальшої роботи, виявляє предмет, методи та методику дослідження, і на зазначеній основі опрацьовує обрану проблематику.

Для першокурсників, за нашою оцінкою, найбільш важливою є та форма НДРС, яка включається до навчального процесу та здійснюється за безпосередньої участі викладачів. Дійсно, на початковій стадії опанування професії юриста поки що важкувато займатися науковими дослідженнями самостійно, адже це потребує належних знань та умінь.

Власне, і процес засвоєння нами низки освітніх компонентів ґрунтується якраз на наукових досягнень спеціалістів у різних сферах політико-правових відносин. Найбільш важливе значення у даному відношенні має відводитися повноцінному засвоєнню навчальної дисципліни під назвою «Основи наукових досліджень». Метою навчальної дисципліни визначено ознайомлення здобувачів вищої освіти із загальними напрямами, закономір-

ностями, принципами і методами наукового пізнання, теоретико-методологічними основами наукового дослідження в галузі правничих наук, а також набуття вмінь і навичок науково-дослідної роботи, які мають реалізовуватися при підготовці курсових, кваліфікаційних та інших робіт.

У процесі опанування даної навчальної дисципліни особливу цікавість аудиторії викликали питання сутності науки та наукових досліджень, базових понять, особливостей наукового дослідження у сфері правових наук, формулювання мети і завдання, а також об'єкта і предмету наукового дослідження. Студенти нашої групи також інтенсивно вивчають питання інформаційного забезпечення та оформлення результатів наукового дослідження.

Проведене міні-тестування на тему «Етапи наукового дослідження» виявило реальний рівень наших знань з окресленої проблематики. Але ми поки що у даному разі притримуємося олімпійського девізу: «Головне участь, а не перемога»! Ми впевнені – перемоги у нас попереду, головне – це постійна у копітка робота у процесі навчання.

Проведене у групі ПР 6.11 міні-анкетування на тему «Портрет вченого» виявило і наше розуміння сутнісних рис та якостей вченого (яке ґрунтується на поєднанні допитливості, аналітичного мислення, наполегливості, креативності та об'єктивності у процесі досягнення нових наукових результатів).

Існують дві точки зору на підходи залучення студентів до науки. Одна з них полягає в тому, що до науки слід залучати особливо здібних здобувачів вищої освіти, які мають відповідні нахили, не витрачаючи непродуктивно сили і час вчених. Друга точка зору полягає в тому, що до наукової діяльності необхідно залучати всіх студентів, адже в будь-якому разі комплекс знань та умінь у сфері наукової діяльності має знадобитися будь-якому майбутньому фахівцеві. Інколи зустрічаються й підходи до розв'язання зазначеної науково-освітньої проблеми, які полягають в тому, що істина знаходиться посередині між цими точками зору (головний аргумент: для того, щоб виявити здібних студентів, необхідно залучити до такої форми діяльності усіх здобувачів, а вже потім методом «відсіювання» обирати найбільш підготовлених). За нашою ж оцінкою, це хибна точка зору, адже сучасне нормативно-правове регулювання будь-якої сфери суспільних відносин відзначається складністю та насиче-

ністю. А це, своєю чергою, надає достатньо високі вимоги і до належної підготовки майбутніх правників, які мають самостійно опрацьовувати значний масив нормативно-правових актів, виокремлювати головне та другорядне у правовому регулюванні певної частки суспільних відносин, уміти застосовувати отримані знання у практичній діяльності, врешті – стати фахівцем та професіоналом. Причому, і так званий «відбір» найбільш одарованих загалом відзначається суб'єктивним характером, який лише незначною мірою базується на об'єктивних критеріях (кількість публікацій, активність здобувача, відповідальність та сумлінність у процесі виконання поставлених завдань…).

Нам, студентам-першокурсникам, слід пам'ятати, що на майбутньому робочому місці поруч вже не буде доцентів та професорів, які б могли надати цінну пораду чи пропозицію. Справа нашого зростання на шляху засвоєння складного комплексу знань та умінь, необхідних для повноцінного опанування професії юриста, знаходиться в наших руках. І науково-дослідна робота студентів – це важливий засіб досягнення зазначеної мети!

Список використаних інформаційних джерел

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 року № 1556-VII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text.
2. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 року № 2145-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text.

МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ПРИДУШЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ САМОБУТНОСТІ РОСІЙСЬКОЮ ВЛАДОЮ

В. Ю. Хмельниченко, *здобувачка вищої освіти спеціальності Право, група ПР б-31*

В. А. Орел, *старший викладач закладу вищої освіти кафедри правознавства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Порівняння державності та права в українських землях під владою російської імперії та під сучасною російською окупацією розкриває глибокий і тривалий процес боротьби за збереження національної ідентичності, що відбувається під постійним тиском і систематичними спробами її придушення. Метою дослідження є виявлення інструментів правового та політичного

тиску російської влади задля інтеграції українських земель у свій соціально-політичний простір.

У періоди, коли Україна перебувала під контролем росії, використовувались як правові, так і політичні інструменти для централізації, ліквідації автономних інституцій і придушення будь-яких рухів, спрямованих на національне самовизначення [1]. Це стало основою для асиміляційної політики, яка мала на меті знищення української мови, культури та історичної свідомості.

Однією з ключових складових цієї політики стала повна ліквідація залишків української автономії у XVIII столітті. Зокрема, після скасування Гетьманщини російська імперія інтегрувала українські території у свою адміністративно-правову систему [2], що означало не лише припинення діяльності традиційних інститутів управління та самоврядування, а й впровадження єдиних імперських законів, які абсолютно ігнорували специфіку та традиції українського права. Наслідком стали втрати історичних елементів правової спадщини, які століттями забезпечували збереження національного колориту.

У XX–XXI століттях ці процеси набули жорсткішого характеру. Окупаційна влада в українських землях використовувала одночасно правові, адміністративні та військові механізми для викорінення будь-яких елементів української ідентифікації. Освітні установи з українською мовою викладання закривалися, контроль над інформаційним простором посилювався, а російське законодавство насаджувалося як єдина легітимна норма. Відбувалася примусова русифікація – процес, спрямований на асиміляцію українців та інтеграцію в російське культурне та політичне середовище.

Силові методи також використовувалися: систематичні репресії проти діячів культури та інтелігенції, цензура, арешти, депортації і тотальний контроль за діяльністю громадян були широкомасштабними заходами, спрямованими на подолання будь-якого спротиву [3]. Подібні заходи унеможливлювали розвиток української політичної і культурної самобутності, а також створювали атмосферу страху й підкорення.

Імперсько-окупаційна пропаганда виконувала не менш важливу функцію – переконати українців у недоцільності існування незалежної державності. Українська мова та культура позиціонувалися як меншовартісні чи навіть зайві, а їхній розвиток – небажаний у межах імперської чи радянської парадигми.

У результаті численні покоління українців опинялися перед викликом боротьби не лише зі зовнішнім тиском, але й з нав'язаним почуттям меншовартості. Попри всі спрямовані проти національної ідентичності заходи, спротив українського суспільства не припинявся і трансформувався у різні форми визвольного руху.

Порівняльний аналіз засвідчує систематичність дій російської влади щодо інтегрування українських земель у свій соціально-політичний простір шляхом адміністративного управління, правових обмежень і військового примусу.

Згідно з Постановою Верховної Ради України «Про Заяву Верховної Ради України "Про використання політичним режимом російської федерації ідеології рашизму, засудження засад і практик рашизму як тоталітарних і людиноненависницьких"», ознаками рашизму є мілітаризм, обожнювання «вождя» і освячення державних інститутів, самозвеличення російської федерації шляхом насильницького придушення і заперечення існування інших народів, нав'язування російської мови і культури іншим народам, пропаганда ідеї «русского міра», норм і принципів міжнародного права, суверенних прав інших держав, територіальної цілісності і міжнародної безпеки, а також посягання на національні інтереси, національні інтереси інших народів. Варто згадати і про систематичне порушення міжнародновизнаних кордонів. Надане визначення поєднує між собою поняття більшовизму і фашизму, не делікатно прикритого православ'ям [4].

Порівняльний аналіз державності та правових умов на українських землях під владою російської імперії та сучасною російською окупацією підтверджує систематичний характер імперської політики, спрямованої на придушення української національної ідентичності. Протягом століть російська влада використовувала правові, адміністративні, військові та ідеологічні засоби для асиміляції українського народу, ліквідації його автономних інституцій і насильницького нав'язування російських норм.

Наслідки цієї політики включають знищення історичних правових традицій, обмеження розвитку української культури та мови, репресії проти інтелігенції та національно свідомих громадян, а також цілеспрямовану русифікацію. Використання ідеології рашизму як засобу виправдання агресії та заперечення

існування України свідчить про продовження імперських традицій у сучасній політиці рф.

Попри багатовікові утиски, українське суспільство не припинило спротиву, що проявляється у різних формах національно-визвольного руху. Це підкреслює незламність української ідентичності та її прагнення до незалежності, а також важливість міжнародного засудження російської агресії та підтримки України у збереженні суверенітету.

Список використаних інформаційних джерел

1. Українська політична нація: проблеми становлення. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2012-12/ukr_nacya-c7129.pdf (дата звернення: 03.03.2025).
2. Цього дня 1764 року ліквідували Гетьманство. АрміяInform – Інформаційне агентство АрміяInform. URL: https://armyinform.com.ua/2021/11/10/czogo-dnya-1764-roku-likviduvaly-getmanstvo/ (дата звернення: 03.03.2025).
3. Захарченко П. Історія держави і права України. Запорізький національний університет. URL: http://sites.znu.edu.ua/ua_statehood_history/sereda/Microsoft_Word_-_zakharchenko_p__-storVya_derzhavi_V_prava_ukra_ni.pdf (дата звернення: 03.03.2025).
4. Постанова Верховної Ради України Про Заяву Верховної Ради України «Про використання політичним режимом російської федерації ідеології рашизму, засудження засад і практик рашизму як тоталітарних і людиноненависницьких». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3078-20.
5. Платформа «Зрозуміло!», курс: Єдина Україна: становлення національної ідентичності. URL: https://courses.zrozumilo.in.ua/courses/course-v1:eef+EEF-046+Nov2023/course/

THE HISTORY OF LAW FROM THE START OF CIVILIZATION TO NOWADAYS

Y. V. Sierhieiev, *student majoring in "Telecommunications and radiotechnics", group RI-21*
N. V. Chizhova, *Lecturer at the Department of English for Humanities – Scientific advisor*
National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Law is an essential component of a modern human society. It is a fundamental component of societies, ensuring the protection and respect of human rights and serving justice when they are compro-

mised. Obviously, it is quite hard, especially for people nowadays, to imagine life without law. Even though people always had ways to serve necessary justice, it surely has evolved since the very beginning of human history, especially with the forming of civilizations. Let's go back in time to learn more.

We can start by going back to approximately 2400 BCE, which dates the earliest record of mentioning certain legal systems. It was called a legal code[1] – a more or less systematic written statement of laws. The Romans were keeping legal codes, but it was not so widespread until the Code of Justinian (ad 529–565), which was formed long after the dissolution of the Western Empire. The Justinian code lasted until the fall of Byzantine Empire. It did not in fact spread to Europe – Western countries relied on Theodosian code to govern natives and Germanic customary law for the Germanic incomers – a system known as folk-right – until the two laws blended. The Roman court system was no longer in use, so legal disputes were adjudicated according to Germanic custom by assemblies of lawspeakers in rigid ceremonies and in oral court proceedings that relied heavily on testimonies [2].

Then Medieval Europe became feudalistic. The law was only considered at county, municipal or lordship level, thereby creating a highly decentralized legal culture, favoring the development of customary law founded on localized case law. In the 11th century, crusaders returned with Byzantine legal texts including the Justinian Code, and scholars at the University of Bologna were the first to use them to interpret their own customary laws. They started researching and implementing Roman law concepts, thus partially resurrecting it as a form of modern civil law in a large part of the world. However, there was also a great deal of resistance so that civil law rivaled customary law for much of the late Middle Ages.

After the Norman conquest, English judges developed a body of precedent that became common law. Henry II introduced legal reforms, established royal courts, and implemented the Assize of Clarendon (1166), promoting jury trials over trial by combat. Louis IX of France [3] also reformed legal procedures, incorporating ecclesiastical court methods. By 1280–1295, legal measures improved lawyer conduct, judges became fixed to jurisdictions, and jurors were nominated by disputing parties. Meanwhile, the Law Merchant, influenced by Scandinavian trade customs and the Hanseatic League,

emerged to standardize commercial law, emphasizing contract freedom and property transferability.

Modern European law has two main traditions: codified legal systems in continental Europe and English case law. In the 18th and 19th centuries, lex mercatoria was integrated into national laws through civil codes, with the Napoleonic Code[4] and German Bürgerliches Gesetzbuch being the most influential. Unlike extensive English case law, civil codes are concise and easier to apply. However, civil and common law are gradually converging, as seen in European Union law, which is codified in treaties but evolves through precedents set by the European Court of Justice.

To sum it all up, the law system as it is now has gone through a lot of change throughout human history. A lot of things were changed, but some did remain fundamentally important since ancient times and are still used and implemented in today's jurisdiction system.

List of used information sources

1. Encyclopaedia Britannica. (n.d.). *Law code*. Retrieved March 19, 2025. URL: https://www.britannica.com/topic/law-code5.
2. Wikipedia contributors. (2025, February 12). Legal history. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 15:48, March 19, 2025. URL: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Legal_history&oldid=1275392349.
3. Wikipedia contributors. (2025, March 14). Louis IX of France. In *Wikipedia, The Free Encyclopedia*. Retrieved 15:52, March 19, 2025. URL: https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Louis_IX_of_France&oldid=1280452367.
4. The Editors of Encyclopaedia Britannica (2024, December 26). Napoleonic Code. Encyclopedia Britannica. URL: https://www.britannica.com/topic/Napoleonic-Code.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ

А. А. Бондаренко, *студентка спеціальності Економіка, група ЗЕ2401м*
О. М. Ковальова, *канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького – науковий керівник*
Сумський національний аграрний університет

Ефективність господарської діяльності підприємства та напрями її підвищення серед актуальних економічних проблем посідає важливе місце. Зацікавленість нею присутня на різних рівнях управління економікою – від власників підприємства до керівників держави [5].

Виробничий процес на підприємствах всіх галузей промисловості здійснюється за належної взаємодії таких визначальних чинників: трудових ресурсів, основних засобів та оборотних засобів, які в сукупності із природними, фінансовими, інформаційними та іншими ресурсами становлять ресурсний потенціал підприємства [4]. Результати виробництва залежать від рівня та ефективності використання ресурсного потенціалу.

Ефективність виробництва – це комплексне відбиття кінцевих результатів використання засобів виробництва й робочої сили за певний проміжок часу.

Головним критерієм ефективності є необхідність досягнення мети виробничо-господарської діяльності підприємства з найменшими витратами суспільної праці або часу. У кінцевому підсумку змістове тлумачення ефективності як економічної категорії визначається об'єктивно діючим законом економії робочого часу, який є основою багатства й мірою витрат, необхідних для його нагромадження та використання суспільством. Підвищення ефективності виробництва треба вважати конкретною формою вияву цього закону [5].

Отже під ефективністю розуміємо віддачу, результативність чи продуктивність виробництва. Вона свідчить не лише про збільшення обсягів виробництва, а й про те, якою ціною, якими витратами ресурсного потенціалу досягається це збільшення.

Ефективність виробництва як економічна категорія відображує дію об'єктивних економічних законів, яка проявляється в результативності виробництва і є метою суспільного виробництва. У зв'язку з цим необхідно розрізняти такі поняття, як ефект і економічна ефективність.

Під ефектом розуміємо результат, що отримано при умові використання ресурсного потенціалу, зокрема, збільшення обсягу виробництва, виручки, прибутку, поліпшення якості продукції. А ефективність відображає співвідношення отриманих результатів та тих витрат, що підприємство витратило на отримання вказаних результатів.

Як економічна категорія ефективність виробництва сприяє задоволенню матеріальних і духовних потреб населення. Тому підвищення ефективності суспільного виробництва на рівні національної економіки характеризується збільшенням обсягів валового внутрішнього продукту та національного доходу для задоволення потреб безпосередніх виробників і суспільства в цілому при найменших сукупних витратах на одиницю продукції.

Синонімом терміну «ефективність» є терміни «продуктивність», «результативність», «раціональність», оскільки при обмеженості виробничих ресурсів ефективне господарювання може бути досягнуто тільки при вирішенні проблеми раціонального вибору, що являє собою визначення найкращого варіанта використання ресурсів, з метою досягнення ефективного результату.

Основними напрямами підвищення ефективності діяльності підприємств та використання ресурсного потенціалу підприємства мають бути напрями, що базуються на інноваційних засадах [3]. Зокрема, впровадження сучасних досягнень науково-технічного прогресу, цифрових технологій, штучного інтелекту. Впровадження оптимальних гнучких організаційних структур, застосування сучасних методів мотивації та стимулювання праці тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Григораш О. В., Булигіна Д. О. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємств. *Приазовський економічний вісник*. 2018. Вип. 6 (11). С. 154–158.

2. Продіус, О., Афанасенко, М., Пухленко, В. Стратегічні напрями підвищення ефективності діяльності торгівельного підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2024. (63). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-119.
3. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Роль інновацій в підвищенні ефективності управління конкурентоспроможністю вітчизняного агробізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 80. С. 34–40. http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/9.pdf.
4. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Формування напрямів підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу на основі його оцінки. *Приазовський економічний вісник.* 2023. Вип. 2 (34). С. 42–49. DOI: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2023/2_34_ukr/10.pdf.
5. Шегда А. В. Економіка підприємства : підручник / А. В. Шегда. – Київ : Знання, 2006. – 614 с.

КУЛЬТУРНА ТА ЕКОНОМІЧНА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ: ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ

А. Р. Гнаток, *здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група БіЕк б-21;*
В. А. Глущенко, *здобувач вищої освіти, спеціальність Економіка, група БіЕк б-31*
Ж. А. Кононенко, *канд. екон. наук, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Культурна глобалізація є складним та багатогранним процесом, який зумовлений розвитком технологій, транспорту та зв'язку, що дозволяє різним культурами та націям взаємодіяти на глобальному рівні. Вона охоплює не тільки економічну та політичну інтеграцію, але й взаємопроникнення культур, що призводить до обміну ідеями, традиціями та цінностями. Глобалізація дозволяє культурам виходити за межі національних кордонів, створюючи спільний простір для взаєморозуміння та співпраці між різними народами [1]. Завдяки цьому, представники різних культур можуть дізнатися більше про інші нації, їхнє мистецтво, музику, літературу та традиції.

Також глобалізація сприяє розвитку нових медіаформ і технологій, які дозволяють людям отримувати інформацію та досвід, які раніше були недоступні. Віртуальні музеї, онлайн-

галереї, доступ до бібліотек через Інтернет дозволяють людям з будь-якої точки світу ознайомитися з великими культурними надбаннями, що раніше можна було побачити лише в певних географічних регіонах [3]. Це дозволяє культурним продуктам, таким як музика, фільми, література, розширювати свою аудиторію і стати більш доступними для глобального споживача.

Проте глобалізація має й негативний вплив на місцеві культури. Зокрема, глобальні тренди та стандарти часто зумовлюють витіснення традиційних культурних практик, стилів життя та звичаїв. Класичним прикладом є зміни у моді, коли традиційний одяг, характерний для певної нації, поступається місцем спортивному чи бізнесовому стилю, створеному за міжнародними стандартами [2, 4]. В Україні, наприклад, національні елементи вишивки та мережива все частіше використовуються у високій моді, але вони поступово втрачають популярність у повсякденному житті, де все більше популярності набувають глобальні стилі.

Це явище також має значний вплив на економіку, зокрема на розвиток малого та середнього бізнесу. Сучасні технології сприяють трансформації економічних процесів, спрощуючи вихід підприємств на міжнародні ринки та підвищуючи їхню конкурентоспроможність. Використання цифрових технологій сприяє ефективнішому розподілу ресурсів, зниженню транзакційних витрат і покращенню доступу до інформації, що є ключовими чинниками економічного зростання.

Діджиталізація економіки також впливає на структуру ринків, змінюючи традиційні бізнес-моделі та сприяючи глобалізації торгівлі. Наприклад, онлайн-платформи дають змогу малим підприємствам конкурувати на рівних умовах із великими корпораціями, що веде до більшої економічної диверсифікації та інноваційного розвитку. У різних регіонах економічні умови та регуляторне середовище можуть відрізнятися, що вимагає адаптації бізнес-стратегій відповідно до місцевих економічних реалій [1].

Крім того, цифровізація створює величезні обсяги даних, які використовуються для аналізу економічних тенденцій, прогнозування попиту та оптимізації виробничих процесів. Це дає змогу підприємствам більш ефективно використовувати свої ресурси та приймати обґрунтовані рішення, що сприяє загальному

економічному розвитку. Важливу роль у цьому відіграють такі механізми, як автоматизовані системи управління, алгоритмічний аналіз ринків і штучний інтелект, які дозволяють підприємствам підвищувати продуктивність та мінімізувати ризики.

При цьому глобалізація вимагає від брендів підтримки єдиного іміджу на всіх ринках, що може бути складним завданням, оскільки різні культури можуть сприймати одні й ті ж меседжі по-різному. Бренди повинні балансувати між глобальними стандартами і локальними особливостями, враховуючи місцеві традиції, звичаї та смаки споживачів. Це також стосується і візуальної ідентичності бренду, де важливо забезпечити її послідовність на всіх етапах комунікації [4].

Завдяки глобалізації малий і середній бізнес мають можливість виходити на нові ринки, але для цього вони повинні орієнтуватися на локальних партнерів, постачальників і посередників, які можуть допомогти зібрати необхідну інформацію про місцеві умови, законодавство та споживчу поведінку. Партнерства на місцевих ринках можуть стати важливим чинником для успішного виходу на нові території.

Таким чином, хоча глобалізація створює для малих і середніх підприємств нові виклики, вона також відкриває безпрецедентні можливості для економічного зростання та розвитку. Завдяки ефективному використанню сучасних технологій, оптимізації бізнес-процесів і адаптації до змінних економічних умов, малий і середній бізнес можуть підвищити свою продуктивність, розширити ринки збуту та забезпечити довгострокову стійкість у глобальній економіці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Карюк В. І. Перспективи розвитку України на сучасних світових електронних ринках. *Теоретичні та прикладні питання економіки. Зб. наук. пр.* 2021. Вип. 1(42) DOI: https://doi.org/10.17721/tppe.2021.42.10.
2. Коломієць Г. М., Рябовол Д. А. Амбівалентність впливу е-платформ на конкуренцію. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 20. С. 47–53. DOI: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.20.47.
3. Кононец Н. В., Кононенко Ж. А. Ресурсно-орієнтована методика вивчення глобальних економічних рейтингів у системі підготовки майбутніх фахівців з бізнес-економіки. *Витоки педагогічної майстерності.* 2023. Вип. 32. DOI https://doi.org/10.33989/2075-146x.2023.32.292658.

4. Міца В., Лях І. М. Застосування платформ цифрового підприємництва у малому та середньо-му бізнесі. *Actual problems of economics*. 2023. № 4(262). С. 6–11. URL: https://surl.li/tpxzdr.

СУЧАСНИЙ ЕКОНОМІСТ: ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФАХОВИХ СПРОМОЖНОСТЕЙ

Я. А. Жук, *здобувачка вищої освіти спеціальності Економіка, група Е ЕП м-11*
В. І. Перебийніс, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

До основних підходів забезпечення фахових спроможностей майбутніх фахівців з економіки згідно [2] варто віднести, зокрема, такі:

1) відповідність освітньої програми «Економіка» вимогам професійного стандарту, потребам заінтересованих сторін (стейкголдерів), напрямам розвитку економічної науки і спеціальності «Економіка», тенденціям розвитку ринку праці, урахування досвіду аналогічних вітчизняних та іноземних освітніх програм;

2) забезпечення навчання і викладання вимогам студентоцентрованого підходу, принципам академічної свободи, поєднанню навчання і досліджень, інтернаціоналізації діяльності;

3) оцінювання здобувачів вищої освіти освітньої програми «Економіка» з дотриманням принципів академічної доброчесності, запобігання та врегулювання конфлікту інтересів;

4) конкурсного відбору викладачів, їх професійного розвитку, залучення роботодавців, професіоналів-практиків до реалізації освітнього процесу з підготовки фахівців з економіки;

5) розвиток освітнього середовища та забезпечення його необхідними матеріальними ресурсами, гарантування безпечності для життя, фізичного та ментального здоров'я, реалізації права на освіту особами з особливими освітніми потребами, наявності унормованих антикорупційних політик;

6) періодичного перегляду освітньої програми «Економіка» шляхом залучення здобувачів вищої освіти, студентського самоврядування, роботодавців, моніторингу кар'єрного шляху й траєкторій працевлаштування випускників;

7) прозорість і публічність навчального процесу шляхом оприлюднення у відкритому доступі на веб-сайтах інформації про освітню діяльність з підготовки фахівців з економіки.

При підготовці економістів варто орієнтуватися на традиційні та новітні методи управління персоналом та виробничими процесами [2; 3], енерговикористання [4], логістики [5; 6], маркетингу [3; 7].

Список використаних інформаційних джерел

1. Положення про акредитацію освітніх програм, за якими здійснюється підготовка здобувачів вищої освіти: затверджено наказом Міністерства освіти і науки України 15.05.2024 р. № 686. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1013-24.
2. Перебийніс, В. І., Писаренко В. В., Помаз О. М., Василенко В. О. та ін. Операційний менеджмент : навч. посіб. За ред. В. І. Перебийніса. Полтава : ПДАА, 2008. 664 с.
3. Перебийніс В. І., Бойко Л. М., Писаренко В. В. та ін. Менеджмент і маркетинг : навч. посіб. За ред. В. І. Перебийніса. Полтава : ФОП Говоров С. В., 2007. 344 с.
4. Перебийніс В. І. Енергетичний менеджмент : навч. посіб. Полтава : Інтерграфіка, 2004. 232 с.
2. Перебийніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 279 с.
3. Перебийніс В. І., Перебийніс О. В. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія. Полтава : ПУСКУ, 2006. 207 с.
4. Перебийніс В. І., Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2015. 323 с.

МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ОСНОВНИМИ ЗАСОБАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

А. О. Каменюк, *здобувачка вищої освіти спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк б-11;*

А. В. Адаменко, *здобувачка вищої освіти спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк б-31*

Ж. А. Кононенко, *канд. екон. наук, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В управлінні основними засобами можуть використовуватися різні методи, зокрема економічні, соціологічні, організаційні та

інші управлінські підходи. Ефективне управління передбачає їхню комплексну взаємодію, однак на практиці часто спостерігається вибіркове застосування цих методів. Одні з них орієнтовані на аналіз та прийняття рішень з оновлення основних засобів, тоді як інші – на їхню експлуатацію. Функціонування системи управління основними засобами передбачає налагоджену взаємодію між структурними підрозділами підприємства, які відповідають за відповідні процеси [1]. Управлінські заходи реалізуються поетапно, передбачаючи короткострокові, середньострокові та довгострокові завдання. Їхня пріоритетність визначається відповідно до стратегічних планів підприємства. Враховуючи багатофакторність впливу на ефективність підприємства, неможливо охопити всі аспекти управління, тому доцільно зосередитись на ключових чинниках, що впливають на використання та оновлення основних засобів (рис. 1).

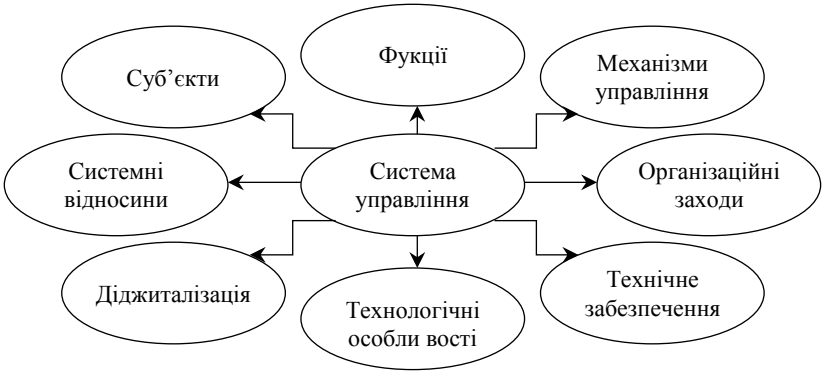


Рисунок 1 – Система управління використанням та оновлення основних засобів

Джерело: сформовано авторами за [1, 2, 5].

Програми управління основними засобами, засновані на стратегічному підході, підтримують довготривалу оцінку інвестиційної доцільності та витрат упродовж життєвого циклу активів. Вибір програм для окремих категорій активів або інвестиційних проєктів може базуватися на фінансових даних минулих періодів, розрахункових формулах або контрактних умовах, а не лише на поточних бізнес-цілях чи показниках ефективності.

Такі програми визначають основні напрями та загальні пріоритети в управлінні підприємством, встановлюючи взаємозв'язок між стратегічними цілями та ключовими показниками діяльності. При цьому питання розподілу пріоритетів вирішуються окремими підрозділами, які займаються розробкою політик, обговоренням можливих варіантів управління основними засобами та ухваленням відповідних рішень.

З іншого боку, управління основними засобами, орієнтоване на ефективність, передбачає підтримку наявних активів шляхом чітко окреслених заходів та цілей. Такий підхід дає змогу досягати оптимального балансу між доступністю та використанням активів, спираючись на актуальні показники ефективності. Управління, спрямоване на продуктивність, дозволяє підприємству визначати пріоритетні інвестиції в основні засоби, зважаючи на визначені стратегічні цілі [3]. Основою цього підходу є оцінка ризиків, порівняння витрат на альтернативні інвестиційні варіанти з очікуваними вигодами. Крім того, управління повинно враховувати економічну доцільність, екологічні аспекти та фінансову безпеку підприємства. У випадках фінансових труднощів компанія може розглядати продаж основних засобів як альтернативне джерело капіталу. Разом з тим, такі рішення можуть супроводжуватися обмеженнями, пов'язаними з умовами угод, фінансовим тиском з боку кредиторів або високою вартістю запозичень.

З огляду на значення управління основними засобами, необхідно розробити ефективну модель цього процесу. Сучасний ринок пропонує широкий вибір програмного забезпечення для управління активами, що підходять як для великих корпорацій, так і для малих підприємств. Наприклад, хмарні технології забезпечують високу обчислювальну потужність і зручний доступ до даних, дозволяючи ефективно контролювати та оновлювати інформацію про активи. Такі системи сприяють зручному пошуку даних і веденню звітності, що є необхідним для управлінського контролю.

Окрім економічного аспекту, ефективне управління основними засобами тісно пов'язане з розвитком людського капіталу, що сприяє диверсифікації виробництва та структурним змінам у підприємстві. Стратегічне управління виробничими активами є

сучасним підходом до оптимізації вартості основних засобів [4]. Воно спрямоване на максимізацію прибутковості за рахунок комплексного підходу до управління обладнанням та персоналом із урахуванням ринкових умов. Процес стратегічного управління охоплює весь цикл – від прогнозування продажів та планування виробництва до постачання продукції кінцевому споживачеві.

Першим етапом стратегічного планування є визначення основної мети придбання основних засобів – чи це створення нових робочих місць, задоволення потреб клієнтів, чи досягнення вищої рентабельності порівняно з альтернативними варіантами інвестування. Приймаючи ризики, підприємство може використати досвід персоналу, ефективність внутрішніх процесів та технічні можливості для досягнення фінансових цілей. Таким чином, стратегічне управління основними засобами завжди орієнтоване на максимізацію ефективності використання ресурсів, водночас забезпечуючи захист інтересів працівників, збереження майна та екологічну відповідальність.

Фінансовий менеджер відіграє ключову роль у реалізації управлінських заходів, оскільки його компетенція дозволяє визначити основні важелі підвищення ефективності використання активів та покращення фінансового стану підприємства. Аналіз наукових джерел засвідчив, що останні тенденції у сфері управління основними засобами активно розвиваються, особливо в умовах глобальних кризових викликів. Зокрема, пандемія COVID-19 значно прискорила трансформацію бізнес-процесів. Хоча деякі інноваційні підходи почали застосовуватися ще до пандемії, нові реалії, пов’язані із соціальним дистанціюванням та віддаленою роботою, змусили підприємства адаптувати системи управління основними засобами для збереження фінансової стабільності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрійовський В, Красовська І. Механізм управління основними засобами підприємства. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах сучасних викликів*. 2024. С. 17–18. URL: https://conference.wunu.edu.ua/index.php/apmpuvusv/article/view/2.
2. Грибовська Ю. М., Ходаківська Л. О., Кононенко Ж. А. Управління нематеріальними активами – складова інформаційного забезпе-

чення менеджменту. *Економіка та держава*. 2021, № 5. С. 54–61. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.5.54.
3. Кодацька Н. О. Сергєєва С. В. Сучасні методи оцінки ефективності відтворення основних засобів підприємства. *Молодий вчений*, 2018. № 11(63). С. 433–437.
4. Кулаковська Т. А., Духова О. М. Оцінка ефективності використання та відтворення основних фондів підприємств: методичний аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 25. С. 47–52.
5. Халатур С. М., Кравченко М. В., Черниш О. А Модель управління основними засобами в системі фінансового менеджменту підприємства. *Економіка та держава*. 2021. № 11. С. 39–43. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.11.39.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

М. М. Колесніченко, *здобувач PhD, спеціальність Економіка;*
Є. С. Ямбих, *здобувач PhD, спеціальність Економіка*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Маркетинговий менеджмент сучасного підприємства є складовою управління, що через ідентифікаціє стратегії і тактики, спрямованою на досягнення бажаної цілі. При цьому інструменти можуть бути різні методи, засоби, технології, що сприяють просуванню товарів, робіт та послуг, що залучають додаткових споживачів, що стимулюють обсяги продажів, що посилюють конкурентну позицію та інше. Одним з інструментів може бути бенчмаркінг як інструмент порівняльного аналізу, дія якого спрямована на пошук еталонного рішення серед існуючих в політиці поліпшення продукту або бізнесу [1–4]. Основними маркерами бенчмаркінгу є наступні складові (рис. 1).

Таким чином, бенчмаркінг як інструмент маркетингового менеджменту спрямований на прийняття стратегії і тактики, спрямованої на досягнення цілей підприємства та його сталий розвиток. Важливо, щоб такий інструмент маркетингового менеджменту як бенчмаркінг задовольняв як мікро- так і макропотреби бізнес-процесів підприємства на основі стимулювання його сильних сторін та трансформацію його слабких сторін у можливості розвитку. Крім цього, результати бенчмаркінгу як

інструменту маркетингового менеджменту спрямовані на підвищення як поточної ефективності господарювання так і її забезпечення в динаміці.

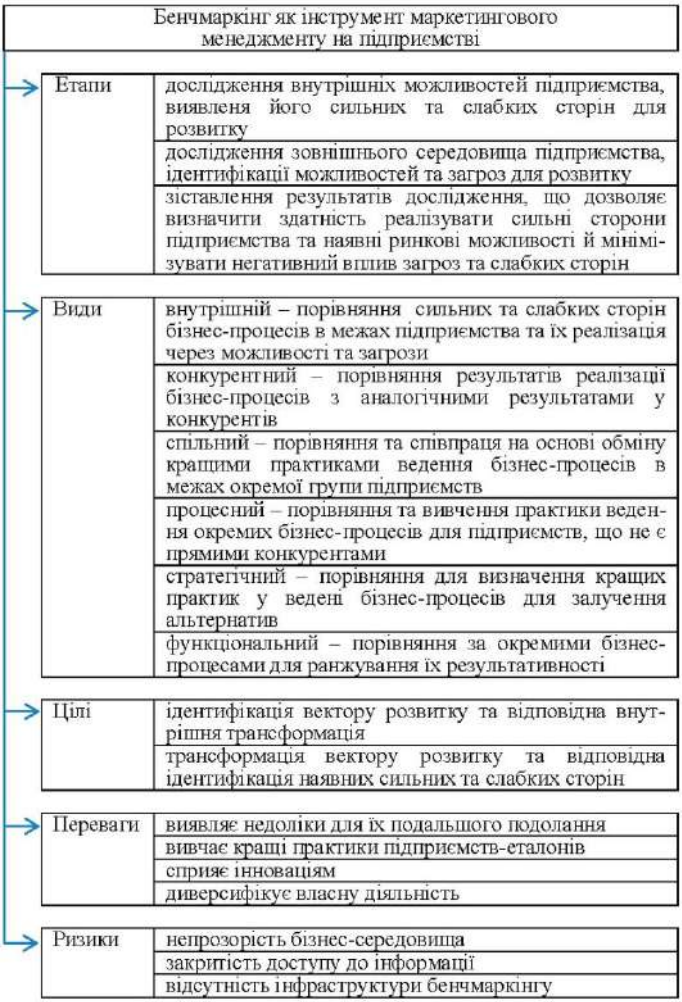


Рисунок 1 – Бенчмаркінг як інструмент маркетингового менеджменту на підприємстві

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : колективна монографія за заг. ред. Карпенко Н. В. Київ : Центр учбової л-ри, 2016. С. 88–95.
2. Нестуля Ю. О., Лапечук О. А., Педченко Н. С. Бенчмаркінг як напрям поглиблення стратегії забезпечення фінансової безпеки у системі управління підприємством. Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLVII Міжнар. наук. студентської конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – С. 142–145.
3. Нестуля Ю. О., Лапечук О. А., Педченко Н. С. Перспективи та виклики використання бенчмаркінгу у системі управління підприємством Актуальні проблеми сьогодення у сфері фінансів, обліку та аудиту : тези доп. наук.-практ. конф., 23 травня 2024 р. Хмельницький : ХКТЕІ, 2024. 454 с. – С. 116–119.
4. Продіус О. І., Прокофєва В. К. Бенчмаркінг як інструмент удосконалення бізнес-процесів. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/90.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ГНУЧКОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ІТ-ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВПЛИВУ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

А. В. Максюта, *здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е ЕК б-41;*
Р. О. Кирпичко, *здобувач вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е ЕК б-41*
М. Є. Рогоза, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Досліджено особливості технології гнучкого управління проєктами ІТ-сфери в умовах впливу процесів впровадження технологій штучного інтелекту, які проявляються через комплексний підхід у вирішенні проблем розвитку компаній розробників програмного забезпечення в контексті їх конкурентоздатності.

Вирішення проблеми гнучкого управління проєктами компаній в умовах впливу технологій штучного інтелекту, вибору методів ефективності їх впровадження актуалізується значним

рівнем впливу невизначеності та динамічності процесів у зовнішньому та внутрішньому середовищі компаній, що особливо відчутно в нинішніх умовах війни. Аналіз досліджень аналітиків в ІТ-сфері показав, що кількість ІТ-компаній в Україні зростала протягом 2017–2019 років, коли приріст компаній складав 14,7 %, а у 2020–2021 роках такий приріст був у розмірі 4,5 %. Зниження такого приросту пов'язано із COVID-19. Після початку повномасштабної війни рф-ї було різке зниження такого розвитку кількості компаній, в результаті цього приріст у 2024 році був лише 0,4 %, а загальний рівень кількості компаній є нижчим за рівень 2019 та 2021 років [1].

Аналіз ринку ІТ-сфери показав, що такі тенденції значно впливають на процеси у зовнішньому середовищі, формуючи вплив на підходи для втілення проєктів на основі використання різноманітних методів управління проєктами, що важливо для реалізації уже створених проєктів в процесі діяльності такої компанії. Іншою стороною проблеми у нинішній період діяльності пов'язаний з тим, яким чином необхідно використовувати потенціал компанії в умовах широкомасштабного розвитку технологій штучного інтелекту і їх впровадження у процесах створення проєктів як продукції такої компанії.

Розв'язання цих проблем є важливою зараз умовою для своєчасної адаптації компаній у середовище їх функціонування, яке характеризується динамічнішими та непередбачуваними процесами, які формують, таким чином, рівень попиту на ринку та темпи розвитку управління проєктами. Тому, в умовах розвитку технологій штучного інтелекту, динаміки ринку та високі темпи необхідності реалізації та якості продукту вимагають зміни підходу у визначенні методів управління проєктами.

Серед таких достатньо ефективних підходів необхідно назвати підходи гнучкого управління проєктами в ІТ-галузі, які забезпечують автоматизацію багатьох рутинних завдань, що забезпечує економію людських ресурсів та часу, забезпечуючи таким чином зосереджуватись на більш складних та творчих завданнях проєкту. Використання технологій штучного інтелекту забезпечує також можливість використання у підходах гнучкого управління проєктами для аналізу великих обсягів даних для прогнозування термінів виконання проєктів, ідентифікацію ризиків, оптимізацію розподілу ресурсів. Це забезпечує ефективність інструментів для формування більш обґрунтованих рішення в управлінні проєктами, покращуючи продуктивність та вмотиво-

ваність команди, що особливо важливо для розподілених команд у великих проєктах, де комунікація може бути складною.

Аналіз досліджень найбільшої спільноти розробників України DOU, показав, що найкращі рейтинги мають компанії серед найбільших українських продуктових компаній, які мають динаміку розвитку за кількістю фахівців (Evoplay, Ajax Systems і Genesis), або найбільші IT-відділи (Vodafone Україна, ROZETKA), або є лідерами зростання технічних фахівців за рік (Nova Digital) [2].

Динаміка розвитку таких компаній тісно пов'язана із можливостями впровадження ШІ в управлінні проєктами, але це також пов'язане з певними викликами та ризиками, такими як необхідність навчання команди, забезпечення безпеки даних та етичні питання, пов'язані з використанням ШІ. Мотиваційним механізмом для розвитку команди фахівців є розуміння того, що людська творчість та критичне мислення є золотим фондом у прийманні обґрунтованих рішень на їх основі. Тому, у формуванні підходів гнучкого управління проєктами менеджер повинен приділяти значної уваги розвитку команди для вирішення складних проблем.

Список використаних інформаційних джерел

1. За десять років кількість IT-компаній в Україні зросла на понад 40 %. Хто заробляє найбільше. URL: https://biz.censor.net/news/3539579/za-desyat-rokiv-kilkist-it-kompaniyi-v-ukrayini-zrosla-na-ponad-40.
2. Які продуктові IT-компанії увійшли до списку 50 найбільших від DOU. URL: https://vctr.media/ua/yaki-produktovi-it-kompaniyi-uvijshly-do-spysku-50-najbilshyh-vid-dou-262301/.

ЕКОНОМІКА ЯК НАУКА, СФЕРА ДІЯЛЬНОСТІ, СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

О. В. Марченко, *здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е ЕП м-11*

В. І. Перебийніс, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Феномену економіки присвячені як трактати давніх мислителів (Аристотель, Платон), так і праці сучасних дослідників. Зокрема, відомий корейський економіст, професор Кембрідж-

ського університету Ха-Юн Чанг предметом економіки визначає «господарство, що включає в себе гроші, працю, технології, міжнародну торгівлю, податки та інші категорії, пов'язані з тим, як ми виробляємо товари й послуги, розподіляємо отримані прибутки та споживаємо вироблену продукцію» [1].

У авторських монографіях наведені результати наукових досліджень такі аспектів економіки, як трудові ресурси [2; 5], енергоресурси [3; 7], конкурентоспроможність продукції [4; 7], організаційний розвиток підприємств [6].

Професійними видами робіт фахівців з економіки (за ДК 003:2010) є: директор з економіки, начальник планово-економічного відділу, головний економіст, економіст, фахівець з ефективності підприємництва, фахівець з раціоналізації виробництва, викладач закладу вищої освіти, науковий співробітник (економіка) та ін.

У відповідності до чинних стандартів вищої освіти України зі спеціальності «Економіка» за окремими освітньо-професійними програмами здійснюється підготовка бакалаврів з економіки, магістрів з економіки та докторів філософії (економіка).

Зокрема, метою освітньо-професійної програми «Економіка» другого (магістерського) рівня вищої освіти, на наш погляд, є формування у майбутнього фахівця з економіки здатності поєднувати знання, уміння, комунікативні навички і фахові спроможності при вирішенні практичних завдань у сфері економіки, що дає випускникам можливість здійснювати професійну діяльність в умовах невизначеності та ризику зовнішнього середовища.

Отже, економіку варто розглядати як: сферу наукових досліджень; вид людської діяльності (посаду); спеціальність (освітньо-професійну програму); навчальну дисципліну (чи кластер навчальних дисциплін).

Список використаних інформаційних джерел

1. Ха-Юн Чанг. Економіка. Інструкція з використання. Пер. з англ. Київ : Наш формат, 2016. 400 с.
2. Перебийніс В. І., Житник Т. П. Управління використанням трудових ресурсів на підприємствах : монографія. Полтава : ПУСКУ, 2008. 332 с.
3. Перебийніс В. І., Захарченко О. Г. Ефективність використання енергетичних ресурсів у логістичних системах агропродовольчого комплексу : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2018. 185 с.

4. Перебийніс В. І., Помаз О. М. Транспортний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2011. 187 с.
5. Перебийніс В. І., Сазонова Т. О. Формування доходів працівників підприємств : монографія. Полтава : ПУСКУ, 2008. 265 с.
6. Перебийніс В. І., Світлична А. В. Організаційний розвиток підприємств: теоретичні та практичні аспекти : монографія. Полтава : ПУСКУ, 2008. 216 с.
7. Перебийніс В. І., Федірець О. В. Енергетичний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2011. 190 с.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ

Е. О. Наумов, *здобувач вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е БіЕк б-31;*
М. Ю. Гезун, *здобувач вищої освіти, спеціальність Економіка, група Е БіЕк б-31*
Г. В. Карнаухова, *ст. викладачка кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Статистичне моделювання – це метод, що застосовує математичні моделі та статистичні методи для аналізу та прогнозування поведінки складних систем, які характеризують сучасну економіку, а також дослідження факторів, що впливають на систему.

В епоху цифровізації економіки, коли фахівці мають справу з великими масивами статистичних даних, дуже важливим є оптимальний вибір інструментарію моделювання.

Інструментарій статистичного моделювання складається з множини методів, технологій, програмних середовищ, що використовують для побудови, аналізу та інтерпретації статистичних моделей.

До інструментарію статистичного моделювання належать: методи збирання та підготовлення даних (вибіркові обстеження, методи збирання даних з репрезентативних вибірок, методи планування експериментів); очищення та трансформація даних (методи виправлення помилок, перетворення даних); методи

статистичного аналізу (описова статистика, методи узагальнення та представлення даних, t-тести, методи регресійного аналізу, методи часових рядів, методи аналізу даних, моделі ARIMA та експоненційне згладжування, методи машинного навчання) а також програмне забезпечення та методи візуалізації статистичних даних.

До сучасного програмного забезпечення статистичного моделювання та візуалізації відносяться: мови програмування R, Python; середовища SAS та SPSS.

R – мова програмування з відкритим вихідним кодом, популярність якої серед фахівців з статистичних досліджень забезпечила наявність великої кількості розроблених статистичних модулів та бібліотек (що маючи велику колекцію пакетів і бібліотек (такими як NumPy, SciPy та scikit-learn).R визначається гнучкістю та вражаючими можливості налагодження. Також ця мова програмування є вражаючим інструментом візуалізації даних, статистичного моделювання та машинного навчання, що робить його ідеальним вибором для застосування в передових статистичних методах.

SPSS (Статистичний пакет для соціальних наук) визначається максимально дружнім інтерфейсом та можливостями керування даними, що є інтуїтивно зрозумілими, визначається вражаючим спектром статистичних процедур, що визначає його придатним для широкого використання обробки великих наборів даних з отриманням візуально привабливих результатів.

SAS (Система статистичного аналізу) є універсальним програмним забезпеченням, що характеризується своєю високою надійністю та масштабованістю, має багато статистичних процедур і розширеної аналітики. Його популярність визначається здатністю виконувати складні задачі з моделювання та аналізу даних.

Незамінним інструментарієм статистичного моделювання є табличні процесори, такі як Microsoft Excel з ефективним пакетом аналізу даних та Google Sheets, а також потужні середовища моделювання та візуалізації статистичних даних Statistica, Eviews.

Статистичне моделювання є потужним інструментом з широким спектром інструментів, але для вибору оптимальних слід враховувати конкретику статистичних досліджень та технологічні можливості їх реалізації

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи статистичного моделювання : навч. посіб. / за заг. ред. С. В. Чугаєвської, Н. В. Ковтун. Житомир : Вид-во ПП «Рута», 2022. 604 с.
2. Програмування із використанням R у статистичних та маркетингових дослідженнях: навчально-методичний комплекс дисципліни : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг» / О. Є. Кофанов, С. О. Солнцев, О. В. Зозульов ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2023. 204 с.

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЯК ФАКТОРУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ

Д. О. Подрезов, *спеціальність Економіка, здобувач ступеня доктора філософії, група Е PhD тр-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний світовий розвиток економіки характеризується зростаючим впливом науково-технічного прогресу на всі сфери господарської діяльності. Прискорений розвиток виробничих сил і глобальні масштаби впровадження технології штучного інтелекту (ШІ), яка ще є інноваційною, вже зараз відчутно впливають на багато економічних сфер.

Дискусії та аналіз потенційних наслідків та особливостей впливу на економіку інноваційних засобів, таких як ШІ призводить до очікування значного підвищення продуктивності праці в економіках країн. Відомо, що впровадження нових технологій після їх винайдення традиційно потребувало істотного проміжку часу, тобто впровадження йшло з часовими затримкам. Тому для фактичного зростання ВВП країни часто були потрібні десятиліття. Однак новітні тенденції впровадження інновацій вказує на суттєве скорочення часових затримок [4].

Зростання ВВП країни, підвищення експортного потенціалу галузей промисловості та вирішення інших економічних проблем залежать від освоєння та впровадження технічних, екологічних, ресурсозберігаючих та інших високотехнологічних інновацій. Наприклад, стрімке впровадження електрики та двигунів внутрішнього згоряння на початку 1900-х років у США, яке дало приріст продуктивності, допомогло випередити Великобританію, найбільшу економіку світу.

Великі технологічні досягнення мають багатовекторний вплив на економічні сфери країн. В той же час ринок праці зазвичай відчуває значні тертя і розхитування. Зміна попиту на певні товари чи послуги, поява нових послуги, і навіть секторів та галузей економіки є свідченням впровадження інновацій. Так розвиток залізниці, автомобілів зрештою нівелював попит на коней, як засіб подорожування. Але поява нових видів транспорту викликала потребу в новітніх професій робітників в інфраструктурних галузях. Розгортання ШІ, який, по суті, є новою формою капіталу, має певний вплив на продуктивність завдяки збільшенню кількості капіталу на одного працівника. І тому використання прогнозованого ШІ попиту слугуватиме для покращення визначення потреб фірм в кількості персоналу.

Складність та взаємопов'язаність технологічних цифрових інновацій обумовлює часто їх початково повільний вплив на ВВП. Наприклад, максимально ефективне використанням переваг інтернету відбулося завдяки розвитку хмарних обчислень і технічної підтримки (серверів) для великих баз даних. А отже, вірогідно, для максимально ефективного використання потенціалу ШІ нам знадобляться додаткові інновації [1].

Треба зазначити, що відтермінованість і поступовість впливу ШІ на продуктивність праці також залежить від організаційних факторів та технологічних змін. Адже використання ШІ полягає не лише в використанні програмного забезпечення, але й необхідних навичок персоналу підприємств для управління і обробки даних та запитів.

Варто також звернути увагу на наявність факторів, які уповільнюють підвищення продуктивності при впровадженні ШІ. Ці негативні фактори можна розділити на [2]:

- внутрішні (знаходяться під контролем фірм),
- зовнішні (на які фірма не може безпосередньо впливати, як-то супутні капіталовкладення).

Фінансування та можливості залучення інвестиційних та кредитних ресурсів також є фактором сповільненості швидкості впровадження ШІ.

Важливу роль відіграє регуляція використання ШІ на рівні урядів та законодавства, яка може накладати обмеження, з яким фірми можуть зіткнутися в майбутньому. Також необхідно враховувати регуляторні обмеження щодо безпеки даних та конфіденційності.

Завдяки впровадженню ШІ можливе забезпечення зростання продуктивності праці шляхом часткової чи повної заміни людей. Звільнений час людської праці сприятиме ощадливішому використанню людського ресурсу для виконання інших, потенційно більш продуктивних завдань. Як приклад, впровадження автономних транспортних засобів дозволить більш продуктивно використовувати і прогнозувати навантаження транспортних шляхопроводів, графіків доставок товарів.

Варто звернути увагу, що трансформація національної економіки, впровадження та розвиток інновацій потребує активних дій держави у сфері управління національною інноваційною діяльністю, вдосконалення інституціональних механізмів забезпечення інноваційного розвитку, зокрема інституційно-правових, інституційно-економічних (у т. ч. через емісійний механізм національної валюти) для управління інноваційним розвитком [3].

Динаміка інноваційної активності підприємств в Україні мала нерівномірний характер та значними темпами випереджала розвинені економіки таких країн як Франція, Канада, Японія, Германія та США. Саме рівень і динаміка розвитку інноваційних процесів є одним із індикаторів економічного стану країни. Аналіз показує, що за зазначений період частка інноваційно активних підприємств в Україні фактично впала з 28 % (2016–2018 р.) до 8,5 % (2018–2021 р.). А обсяг реалізованої інноваційної продукції (товарів, послуг) зріз з 39 121 млн грн (2018 р.) до 48 738 млн грн (2020 р.) [1, 3]. Граничний рівень, що вважається критичним для економічного розвитку на інноваційній основі, становить 20 %. Отже, вітчизняні підприємства, особливо зараз, в період повномасштабного вторгнення росії знаходяться за межами рівня інноваційності.

Отже, штучний інтелект достатньо розвинута інноваційна технологія і має достатню кількість бізнес-кейсів. Це дає впевненість в значному підвищенні продуктивності праці. Інноваційна політика, яка реалізується урядами держав може сприяти збереженню конкурентоспроможності та досягнення високих темпів продуктивності при використанні інновацій ШІ. Однак, незважаючи та не, що затримки впровадження ШІ можуть бути коротшими, ніж для попередніх технологій, які вимагали значної заміни фізичного капіталу, все ще існують різні причини, чому його впровадження може бути повільнішим за очікуване

або навіть невдалим. Як і у випадку з минулими технологіями, підвищення продуктивності буде мати скоріше повільний зріст, ніж чудесний сплеск.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аулін В. В., Ковальов С. Г., Гриньків А. В., Варваров В. В. Алгоритм оптимізації надійності функціонування та ефективності використання виробничого обладнання методами штучного інтелекту. Центральноукраїнський науковий вісник. Технічні науки. 2024. Вип. 10 (1). С. 60–67.
2. Бало С. О., Хмельницький А. В. Потенціал застосування продуктів штучного інтелекту у підвищення ефективності роботи банківського сектору в Україні. Публічне управління і адміністрування в Україні. 2023. Вип. 35. С. 13–18.
3. Гнилицька Л. В., Саттаров А. І. Технології штучного інтелекту в інформаційному забезпеченні бізнесу: переваги і виклики. Ефективна економіка. 2024. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2024_9_19 (дата звернення: 25.03.2025).
4. Нівня Г. О. Штучний інтелект як виклик для суспільства. Перспективи. Соціально-політичний журнал. 2024. № 3. С. 115–124.

СЦЕНАРНИЙ АНАЛІЗ РИЗИКІВ І КРИЗОВИХ ЯВИЩ В ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Р. І. Портний, *магістр спеціальності Економіка, ОПП «Економіка бізнесу»*
Т. А. Городня, *канд. екон. наук, доцент кафедри економіки – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Сучасна економіка України функціонує в умовах безпрецедентних труднощів, зумовлених повномасштабною війною. Військові дії спричинили значні макро- та мікроекономічні дисбаланси, що позначаються на всіх суб'єктах господарювання.

За даними Національного банку України (НБУ) [1], реальний ВВП України у 2023 році зріс на 5,3 % після падіння на 29,1 % у 2022 році, що свідчить про певну адаптацію бізнесу до кризових умов. Проте ключові загрози, пов'язані з фізичним знищенням активів, порушенням логістичних ланцюгів та нестабільністю валютного курсу, залишаються критичними факторами ризику.

У таких умовах сценарний аналіз є ефективним інструментом для прогнозування ризиків, розробки стратегій антикризового управління та забезпечення стійкості підприємств.

Сценарний аналіз – це метод стратегічного прогнозування, що передбачає розробку декількох ймовірних варіантів розвитку подій на основі аналізу зовнішніх та внутрішніх ризиків. У контексті військових дій сценарний аналіз застосовується для:

– визначення рівня загроз для виробничих потужностей та ланцюгів постачання;

– моделювання фінансової стабільності підприємств залежно від змін макроекономічного середовища;

– оцінки кадрових ризиків, зокрема через мобілізацію персоналу та зростання рівня безробіття.

За даними дослідження Європейської Бізнес Асоціації (EBA), [4] 68 % українських компаній повідомили про зниження доходів у 2023 році, а 28 % підприємств працюють з мінімальним прибутком або збитками. Тут основні ризики можна класифікувати наступним чином:

1. Фінансові ризики:

– дефіцит ліквідності та проблеми з доступом до кредитування (частка проблемних кредитів у банківському секторі зросла до 37 % у 2023 році) [2];

– девальвація національної валюти (у 2023 році курс гривні стабілізувався на рівні 38 грн за долар, однак ризики інфляції залишаються високими);

– падіння купівельної спроможності населення.

2. Операційні ризики:

– руйнування виробничих потужностей та інфраструктури (близько 30 % підприємств зазнали фізичних втрат активів);

– порушення логістичних ланцюгів через блокаду портів та нестачу транспорту;

– втрата персоналу через мобілізацію або релокацію.

3. Геополітичні та регуляторні ризики:

– зміни у податковій та митній політиці;

– вплив санкцій та торговельних обмежень;

– невизначеність щодо міжнародної фінансової підтримки.

Для прогнозування майбутнього стану українських підприємств розглянемо три ключові сценарії розвитку подій:

1. Оптимістичний сценарій («Стабілізація та відновлення»):

– відновлення частини зруйнованих підприємств та логістичних шляхів;

– продовження міжнародної фінансової підтримки та кредитування бізнесу;

– зниження інфляції та стабілізація валютного ринку.

Тут ймовірними наслідками є [3] зростання ВВП на 6–8 % у 2024 році, поступове відновлення ринків, повернення кваліфікованих кадрів.

2. Базовий сценарій («Уповільнене зростання в умовах турбулентності»):

– часткове вирішення логістичних проблем, але збереження фінансових ризиків;

– високі витрати на оборону та соціальні потреби, що стримують бізнес-активність;

– продовження міграційного відтоку робочої сили.

Тут ймовірними наслідками є зростання ВВП на 3–5 %, збереження проблем із платоспроможністю підприємств.

3. Песимістичний сценарій («Поглиблення кризи»):

– загострення бойових дій та нові руйнування інфраструктури;

– зменшення обсягів міжнародної фінансової підтримки;

– дефіцит паливно-енергетичних ресурсів.

Тут ймовірними наслідками є рецесія, зниження ВВП на 2–4 %, масові банкрутства малих і середніх підприємств.

На основі аналізу ризиків та сценаріїв розвитку бізнесу в умовах війни можна запропонувати такі рекомендації:

1. Фінансова стійкість. Тобто диверсифікація джерел фінансування, залучення грантів та міжнародних кредитів. Використання автоматизованих фінансових систем для управління грошовими потоками.

2. Логістична адаптація. Тобто перехід на альтернативні маршрути постачання (перерозподіл через західні кордони). Використання цифрових платформ для моніторингу ланцюгів поставок.

3. Кадрова політика. Тобто гнучкі умови праці (віддалена робота, релокація персоналу). Підтримка мобілізованих працівників через корпоративні фонди соціальної допомоги.

4. Автоматизація. Тобто інвестування в технології, зокрема ERP-системи та штучний інтелект для прогнозування ризиків. Використання блокчейн-технологій для забезпечення прозорості фінансових операцій.

Таким чином, сценарний аналіз ризиків і кризових явищ у діяльності підприємств під час війни є критично важливим

інструментом для розробки антикризових стратегій. Врахування різних варіантів розвитку подій дозволяє суб'єктам господарювання адаптуватися до мінливого середовища та знижувати фінансові та операційні ризики. Впровадження сучасних цифрових технологій, стратегічне планування та міжнародна підтримка відіграють ключову роль у стабілізації українського бізнесу та його подальшому розвитку в умовах постконфліктного відновлення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Річний звіт Національного банку за 2023 рік. [Електронний ресурс]. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/richniy-zvit-natsionalnogo-banku-za-2023-rik-vid-strategiyi-vijivannya-do-strategiyi-vidnovlennya.
2. Бізнес під час війни. [Електронний ресурс]. URL: https://eba.com.ua/try-chverti-opytanyh-kompanij-eva-pratsyuvatymut-v-ukrayini-nezalezhno-vid-tryvalosti-vijny/
3. Економіка України у 2023 році. [Електронний ресурс]. URL: https://ces.org.ua/ukrainian-economy-in-2023-tracker-overview/
4. Дослідження Європейської бізнес асоціації [Електронний ресурс]. URL: https://business.diia.gov.ua/news/75-kompanii-pratsiuiut-v-povnomu-obsiazi-stanom-na-pochatok-2025-roku-doslidzhennia-yeba.

ПРОБЛЕМА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНИХ ЗМІН

А. А. Сімонов, *студент спеціальності Економіка, група Е2401м*

О. М. Ковальова, *канд. екон. наук, доцент кафедри економіки та підприємництва імені професора І. М. Брюховецького – науковий керівник*

Сумський національний аграрний університет

Ефективність є важливою економічною категорією, оскільки відображає витрати живої та уречевленої праці на виробництво одиниці продукції або, з іншого боку, відображає вихід продукції на одиницю витраченого ресурсу [1]. Для галузі рослинництва також важливим є пошук напрямів підвищення ефективності галузі рослинництва, проблема чого поглиблюється глобальними змінами та викликами.

Рослинництво займає важливе значення у вирішенні проблеми продовольчої безпеки. Для України аграрний сектор, і особливо рослинництво, є драйвером економічного розвитку навіть під час війни. Україна разом з такими країнами, як США, Італія,

Франція, Іспанія, Аргентина, Бразилія, Туреччина, Китай, Індія, Єгипет, приймає участь у забезпеченні населення світу продуктами харчування. Однак, незважаючи на великі обсяги виробництва аграрної продукції у вказаних країнах, проблема голоду у світі ще й досі не вирішена. Особливо від голоду страждають країни Африки, свідченням чому став період, коли Україна не могла експортувати свою продукцію через повномасштабне вторгнення росії.

Проблема голоду та продовольчої безпеки загострюється під впливом зміни клімату та зростаючої чисельності населення на планеті.

Глобальне потепління обумовило збільшення кількості регіонів з сухим кліматом, в результаті чого зменшується площа земель, придатних для сільського господарства. Зростання чисельності населення при збільшенні попиту на продукти харчування одночасно спричиняє виведення землі із сільськогосподарського обороту. Це призведе до скорочення площі продуктивних земель в розрахунку на душу населення [3]. Перед людством може постати глобальна продовольча криза. Все це говорить на користь того, що сьогодні слід знаходити резерви для підвищення ефективності сільського господарства та рослинництва зокрема, які передбачають збільшення обсягів виробництва продукції на менших земельних площах. Одним із шляхів вирішення даної проблеми є підвищення ефективності виробництва сільськогосподарської продукції. Це можливо лише за рахунок впровадження сучасних агротехнологій.

Відмітимо, що, окрім позитивного значення, галузь рослинництва може нести й загрозу навколишньому середовищу. Так, надмірне використання хімічних добрив призводить до забруднення ґрунтів та продукції хімічними речовинами [4]. Це явище також говорить про те, що сьогодні слід застосовувати сучасні інноваційні технології, які здатні не лише підвищити ефективність аграрного виробництва, а зміцнити конкурентоспроможність агробізнесу [2].

Важливою умовою зростання економічної ефективності рослинництва є підвищення урожайності всіх сільськогосподарських культур і зниження матеріально-грошових затрат на виробництво.

На рівень урожайності сільськогосподарських впливають природно-кліматичні умови, забезпеченість підприємств матеріально-грошовими ресурсами і технікою.

Наприклад, досягти високих урожаїв сільськогосподарських культур на півдні України можливо лише при умові розвинутої мережі зрошуваного землеробства, запровадження високопродуктивних, стійких до посухи сортів і гібридів. Іншим прикладом сучасних інноваційних технологій, що сприяють підвищенню ефективності рослинництва, є цифрові технології. Вони дозволяють застосувати систему точного землеробства. Точне землеробство обумовлює економію матеріальних витрат при одночасному забезпеченні рослини необхідною кількістю поживних речовин.

Отже інноваційні технології агровиробництва є заходом з підвищення ефективності галузі рослинництва.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрійчук В. Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу : підручник. Київ : КНЕУ, 2013. 779 с.
2. Строченко Н. І., Ковальова О. М. Роль інновацій в підвищенні ефективності управління конкурентоспроможністю вітчизняного агробізнесу. *Інфраструктура ринку*. 2024. Вип. 80. С. 34–40. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/80_2024/9.pdf.
3. Inna Koblianska and Olha Kovalova (2023) Farmland Evaluation to Stimulate the Rational Land Use and Soil Quality Enhancement: the Ukrainian Case. *Land and Environmental Management through Forestry : monohrafiia.* USA. P. 355–371.
4. Mishenin Y., Koblianska I., Yarova I., Kovalova O., Bashlai S. Food security, human health, and economy: a holistic approach to sustainable regulation. *Agricultural and Resource Economics*. 2023. Vol. 9. № 4. P. 50–78. URL: https://are-journal.com/are/article/view/752.

ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА РОЗВИТОК ЕКОНОМІКИ

М. В. Склема, *здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група БіЕк б-21;*
А. І. Клиба, *здобувачка вищої освіти, спеціальність Економіка, група БіЕк б-21*
Ж. А. Кононенко, *канд. екон. наук, завідувач кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Глобалізація – це процес інтеграції економік, політик і культур на світовому рівні, що сприяє їх уніфікації. Вона охоплює перетворення окремих явищ у глобальні, що стосуються всіх країн світу. Основні наслідки глобалізації включають міжнарод-

ний поділ праці, рух капіталу, людей і виробничих ресурсів, стандартизацію законодавства, економічних та технічних процесів, а також зближення культур. Це об'єктивний процес, зумовлений розвитком транспорту та засобів зв'язку, який має системний характер, охоплюючи всі сфери життя суспільства [1]. Завдяки глобалізації світ стає більш взаємопов'язаним і залежним від кожного з його учасників. Зростає кількість спільних проблем для груп країн, а також збільшується кількість інтегрованих суб'єктів [5].

Глобалізація відбувається завдяки розвитку інфраструктури, зокрема транспорту (морського, повітряного та залізничного), що дозволяє зручніше і швидше переміщати товари, послуги, капітал та людей між країнами. Важливу роль відіграють також інформаційні технології, які дозволяють здійснювати миттєвий обмін даними. Один із ключових аспектів глобалізації – це вільний рух товарів і послуг завдяки міжнародним угодам та зниженню митних тарифів, що сприяє розвитку міжнародної торгівлі [2, 3]. Крім того, культурна глобалізація також є важливою складовою процесу: завдяки розвитку масових комунікацій культурні впливи швидко поширюються по світу. Музика, фільми, література, мода та інші культурні цінності стають доступними в глобальному масштабі, що сприяє культурній різноманітності, але також піднімає питання про захист культурної спадщини.

Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вона сприяє економічному зростанню, зміцненню міжнародних відносин, підвищенню доступу до товарів і послуг, а також сприяє обміну знаннями та інноваціями. З іншого боку, вона може призводити до економічних нерівностей між країнами, втрати національної самостійності, впливу транснаціональних корпорацій на політичні рішення та погіршення умов праці.

Завдяки глобалізації багато компаній змогли розширити свої ринки. Наприклад, компанія Apple продає свою продукцію більш ніж у 100 країнах, що дозволяє їй залучати нових клієнтів і збільшувати доходи. У серпні 2020 року її капіталізація досягла $2 трлн, хоча вже у вересні вона скоротилася на 8 % (приблизно $180 млрд), що стало рекордним падінням на фондовому ринку, але компанія все одно залишилася на рівні більш ніж $2 трлн. У 2025 році компанія залишається найціннішим брендом у світі з вартістю 574,5 млрд доларів [6].

Глобалізація спричиняє зростання міжнародної взаємозалежності та інтеграції економік, суспільств і культур. Національні держави виконують кілька важливих функцій у глобалізованому світі:

– регулювання та політика – держава визначає правила для економічних відносин, приймає закони для забезпечення стабільності, захисту прав громадян і регулювання міжнародної торгівлі;

– міжнародна співпраця – країни взаємодіють у межах міжнародних організацій для вирішення глобальних проблем, забезпечення безпеки і розвитку;

– захист національних інтересів – держава підтримує внутрішній ринок, забезпечує конкурентоспроможність та регулює іноземні інвестиції;

– соціальна політика та захист прав громадян – держава забезпечує соціальний захист, дотримання трудових прав та інші програми, спрямовані на соціальну справедливість.

– культурна політика – держава зберігає і просуває культурну спадщину, підтримує традиції та мистецтво у глобалізованому світі.

Глобалізація має важливий вплив на національну економіку, сприяючи інтеграції економік, але водночас створюючи нові виклики та нерівності [4]. Вона відкриває можливості для економічного зростання та залучення інвестицій, але також може поглиблювати економічну нерівність і залежність. Для адаптації національних економік до глобалізації держави повинні розробляти стратегії, що забезпечують конкурентоспроможність, соціальну справедливість і захист прав громадян. Таким чином, глобалізація є складним процесом, що впливає на національну економіку, і правильне розуміння її наслідків дозволяє країнам ефективно використовувати її можливості та управляти викликами для досягнення сталого розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гетманець О. П., Коробцова Д. В., Єжелий Ю. О. Глобалізація та міжнародна економіка: складність інтеграції ринків та економічні наслідки на рівні країн (український досвід). *Академічні візії*. 2023. № 20. URL: https://dspace.univd.edu.ua/server/api/corbitstreams/35cea810-1e85-4730-92c2-73e4dde869cf/content.

2. Осіпова, Л. Вплив глобалізації на сучасні економічні моделі: нові виклики та можливості. *Економіка та суспільство*, 2024. (66). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-66-78.
3. Охота, Ю., Балдинюк, В., & Мазурков, Р. Вплив глобалізації на економічний розвиток та національну безпеку України в умовах євроінтеграції. *Економіка та суспільство*, 2024. (67). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-67-16.
4. Кононенко Ж. А., Миколенко І. Г. Економічна діагностика конкурентоспроможності підприємства. Інноваційний потенціал та правове забезпечення соціально-економічного розвитку України: виклик глобального світу : *Матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф.*, 15–16 травня 2024 р. Полтава : ПІЕП, 2024. С. 48–49. https://pl.uu.edu.ua/wp-content/uploads/2024/07/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA %D1%82%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C-2024.pdf.
2. Кононец Н. В., Кононенко Ж. А. Ресурсно-орієнтована методика вивчення глобальних економічних рейтингів у системі підготовки майбутніх фахівців з бізнес-економіки. *Витоки педагогічної майстерності*. 2023. Вип. 32. DOI https://doi.org/10.33989/2075-146x.2023.32.292658.
3. Найдорожчим брендом у світі у 2025 році став Apple. URL: https://acc.cv.ua/news/world/naydorozhchim-brendom-u-sviti-u-2025-roci-stav-apple-107885.

ОЦІНКА ПОТОЧНОЇ СИТУАЦІЇ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ ЯК КЛЮЧОВОЇ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Р. В. Швець, *спеціальність Економіка, здобувач ступеня доктора філософії, група Е PhD січ-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Конкурентоспроможність українського бізнесу може оцінюватися за індексом очікувань ділової активності. На початку 2025 року він дорівнював 41, що відповідає минулорічному рівню. Через сезонність, а також погіршення енергетичної ситуації в державі, даний індекс має певну волатильність впродовж року. Крім того, економічну активність стримували втрати газової інфраструктури та дефіцит сільськогосподарської сировини для переробної промисловості [1, 3].

Через дефіцит сільськогосподарської сировини в лютому низка олійно-екстракційних підприємств мали тривалі простої

виробництва через недозавантаженість потужностей. В діяльності підприємств молочної та м'ясної промисловості спостерігалося сезонне сповільнення ділової активності. Вичерпання запасів сільськогосподарської сировини вплинуло на зменшення обсягу логістичної діяльності [2].

Уповільнилася активність будівельного бізнесу, насамперед зведення житлових будинків, однак пожвавлення очікується у сфері бізнес-будівництва: складських і виробничих приміщень, комерційної нерухомості, логістичної інфраструктури, насамперед у західних областях, що обумовлено, зокрема, релокалізацією бізнесу.

Водночас маємо відносне пожвавлення металургійного виробництва за окремими напрямами добувної та машинобудівної промисловості. Ділова активність металургійних підприємств підвищилася за рахунок більшого навантаження на вцілілі діючі виробничі потужності у зв'язку із розширенням необхідності забезпечувати внутрішні потреби споживання продукції металургії на тлі досить стійкого її експорту. Очікується збереження цієї тенденції у найближчій перспективі. Сировинний експорт продовжував стимулювати добувну промисловість: вугілля та залізна руда залишаються затребуваними природніми ресурсами на світовому ринку [2, 3].

Машинобудівна галузь, яка за роки незалежності зійшла з передових світових трендів розвитку, мала не однозначні зміни у своїй структурі. Якщо виробництво легкових авто знизилося, то залізничний пасажирський та вантажний транспорт отримав новий поштовх розвитку як через державні замовлення, так і бізнесу, зокрема щодо виготовлення пасажирських вагонів для Укрзалізниці і вагонів-цистерн для потреб паливного ринку [2].

Рітейл і торгівля традиційно коливається внаслідок сезонності попиту та пропозиції, однак загалом галузь демонструє зростання в річному обчисленні, зокрема за рахунок цифрового сегменту продажів на тлі доволі стійкого споживчого попиту [2, 3].

Отже, основними причинами зниження ділової активності українського бізнесу є: затяжна війна; втрати людського капіталу; несприятливі погодні умови; інфляція витрат (подорожчання сировини та енергоносіїв); стримана, але все ж таки девальвація гривні відносно вільноконвертованих валют. Основні очікування підвищення ділової активності очікуються у промисловості, зокрема через експортні поставки. Серед негативних еко-

номічних очікувань на першому місці прискорення інфляції в усіх секторах національної економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гудзь Т. П., Єгоричева С. Б., Литвинюк М. В. Функціонування підприємств України в умовах війни: аналіз ситуації та економічні очікування. Науковий вісник ОНЕУ. 2023. № 5–6. С. 10–20.
2. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/
3. Національний банк України: офіційний сайт. URL: https://bank.gov.ua/

ЕКОНОМІЧНА ДІАГНОСТИКА СОЦІАЛЬНИХ ЗМІН

М. С. Ямпольська, *здобувачка вищої освіти спеціальності Економіка, група Е БіЕк б-11*
Г. В. Карнаухова, *старший викладачка кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний економічно-соціальний розвиток країн відбувається під впливом глобальних проблем. Цими проблемами є карантинні обмеження після пандемії і погіршення екологічного стану планети внаслідок забруднення і військових дій в Україні. Вплив цих факторів посилив проблемні питання соціального розвитку країн та забезпечення соціальної безпеки. Оцінки експертів у вигляді індексів дають можливість порівнювати ступінь соціального розвитку країн і визначити рівень розвитку України використовуючи дані останніх років.

Для діагностики проблем соціального розвитку в Україні використовують обрані міжнародні оцінки. Аналіз динаміки рангових та кількісних оцінок індексів соціального розвитку надають можливість виявити регресивні та прогресивні риси соціального розвитку в Україні за декілька років.

Оцінка соціального розвитку країн відбувається за наступними індексами: Індекс соціального прогресу, Індекс розвитку людського потенціалу, Індекс за рейтингом щастя, Індекс якості життя, Індекс щасливої планети.

За індексом соціального розвитку за 2023 рік Україна займала 59 ранг з 170 країн маючи 70,47 балів із 100. При визначенні балів широко використовуються експертні методи. Значення

індексу базується на отриманні результатів за 50 показниками на отриманні результатів соціальних опитувань. Динаміка індексу соціального розвитку за кількістю балів та за рангами показує покращення і зниження рівня соціального розвитку в різні роки (рис. 1).

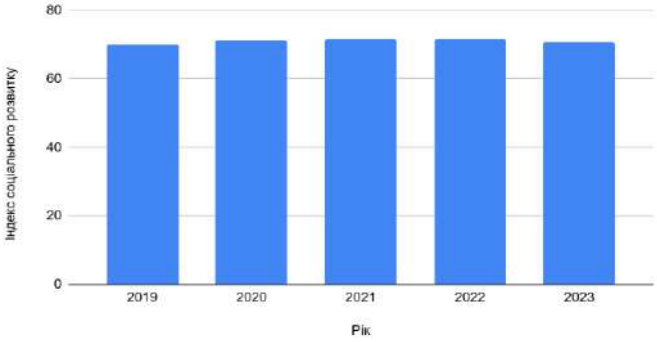


Рисунок 1 – Індекс соціального розвитку України 2019–2023 рр.

Джерело: сформовано автором за [2].

За індексом розвитку людського потенціалу в 2023 році Україна зайняла 100 ранг із 193 країн з індексом 0,734. Індекс розвитку людського потенціалу включає в себе шість субіндексів індекс людського розвитку, індекс людського розвитку з поправкою на нерівність, індекс гендерного розвитку, індекс гендерної нерівності, багатовимірний індекс бідності та індекс людського розвитку з поправкою на планетарний тиск.

Індекс щастя має багато субіндексів: обсяг ВВП на одну людину, соціальна підтримка, очікування тривалості життя при народженні, свобода робити життєвий вибір, щедрість, сприйняття корупції та антиутопія. В 2023 році за індексом щастя в 2023 році Україна посіла 92-е місце з-поміж 137 країн [4].

Індекс якості життя включає в себе 8 субіндексів: Індекс купівельної спроможності, індекс безпеки, індекс охорони здоров'я, індекс вартості життя, співвідношення ціни нерухомості та доходу, індекс часу поїздки на дорогу, індекс забруднення та кліматичний індекс. В 2023 році за Індексом якості життя Україна мала 92 ранг із 137 країн в рейтингу [5].

За Індексом щасливої планети Україна в 2023 році посіла 92-е місце із 137 країн. Порівняно з попередніми роками

Україна покращилась, в 2021 році Україна була на 110 місці в 2022 р. на 98 [6]. Показниками індексу щасливої планети є благополуччя, тривалість життя (роки) та екологічний слід. Динаміка індексу щасливої планети за кількісними значеннями індексу та рангами показує зміни цих показників (рис. 2).

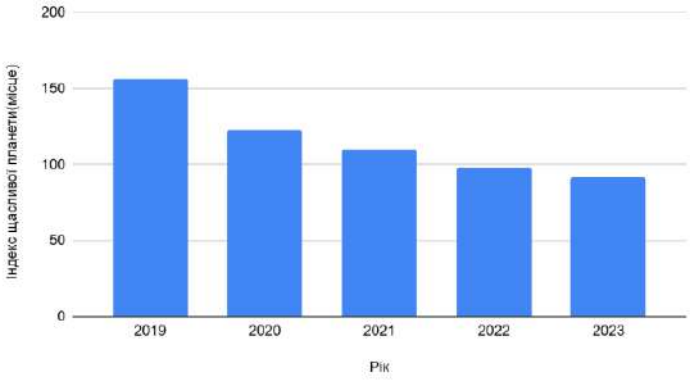


Рисунок 2 – Індекс щасливої планети в Україна 2019–2023 рр.

Джерело: сформовано автором за [6].

Діагностика стану соціального розвитку за міжнародними оцінками показує зміни за цей період. Підсумовуючи всі експертні оцінки соціального розвитку України маємо відмітити, що Україна витримала або незначно змінила свої позиції за названими індексами соціального розвитку, що, враховуючи воєнний стан в країні, є позитивною оцінкою спільноти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лойко В. В., Руденко В. С. Діагностика проблем соціального розвитку України за міжнародними експертними оцінками. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. № 62. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-382.
2. Індекс соціального розвитку. URL: https://www.socialprogress.org/social-progress-index.
3. Індекс розвитку людського потенціалу. URL: https://hdr.undp.org/data-center/country-insights#/ranks.
4. Індекс щастя. URL: https://worldhappiness.report/ed/2023/
5. Індекс якості життя. URL: https://www.numbeo.com/quality-of-life/rankings_by_country.jsp?title=2023.
6. Індекс щасливої планети. URL: https://happyplanetindex.org/

СЕКЦІЯ 15 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Ю. В. Білецька, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41 (заочна)*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри технології та організації ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість обслуговування в готельному бізнесі представлена у вигляді сукупності характеристик і властивостей послуг, які відповідають очікуванням гостей. Вона пов'язана не тільки комфортом і зручностями в готелі, але й професіоналізмом персоналу, швидкістю і точністю обслуговування, створенням індивідуального підходу до гостей, організацією комунікаційного обміну даними та виконанням вимог відповідності послуг заявленому стандарту.

До основних складових якості обслуговування в готелі відносяться [3, с. 180]:

– матеріально-технічна база на підставі якої оцінюється якість номерного фонду, його чистота, інтер'єр та технічне оснащення;

– професійні навички персоналу, його привітність, знання мов, готовність вирішувати проблеми;

– швидкість та ефективність обслуговування, яка пов'язана з оперативним виконанням замовлень гостей;

– забезпечення безпека гостей шляхом встановлення в готелі систем безпеки, організації роботи служби охорони або впровадження відео спостереження;

– запровадження системи бронювання он-лайн, встановлення CRM-системи.

– організація на базі готелю надання додаткових послуг, таких як харчування, послуги конференц-зали, транспорту, SPA-послуг.

Якість обслуговування дуже важлива для готельного бізнесу оскільки дозволяє формувати лояльність гостей та сприяє їх повторному поверненню. Крім того задоволеність гостей знижує кількість претензій і повернень.

Отже, якість обслуговування в готельному бізнесі представлена у вигляді непросто стандартного набору послуг, а виступає комплексним підходом до задоволення потреб клієнтів, що безпосередньо впливає на успіх і фінансові показники закладу.

Швидкість обслуговування гостей є важливим показником якості обслуговування в готелі. Будь-який готель ставить перед собою цілі, які впливають на внутрішню організацію готелю і це призводить до скорочення або зростання бронювання номерів.

Безпосередньо з якістю обслуговування в готелі пов'язані такі показники як довіра до готелю і кадровий потенціал. Від довіри до готелю залежить його репутація на ринку [1, с. 997].

У якості обслуговування готелю враховується індивідуалізований характер кожного номера. Індивідуалізація номерів проявляється в їх оснащенні відповідно до потреб гостей.

Одним з важливих показників якості послуг в готелі є рівень довіри. Готель повинен враховувати переваги гостей, надати їм доступ до готельних послуг у зручний час, застосовувати комунікаційні технології для посилення взаємодії.

Для визначення потреб гостей, які безпосередньо впливають на якість послуг проводяться маркетингові дослідження. Для цього можуть використовуватися методи кабінетного маркетингового дослідження з виконанням аналізу потреб гостей і встановленням ступеня їх задоволеності. Також необхідно вивчити специфіку сприйняття гостем послуг готелю, оскільки це впливає на їх якість.

У готельному бізнесі ведеться постійна робота по забезпеченню якості обслуговування гостей. Для цього готель розробляє комплекс заходів щодо поліпшення зовнішнього і внутрішнього сервісного обслуговування гостей, що досягається за допомогою [2, с. 75]:

− сучасного інтер'єру для оформлення будівлі готелю, організації на території басейнів, дитячих майданчиків;

− прояви індивідуального підходу до кожного гостя за допомогою установки в номері бару, сучасних меблів;

− організації прибирання в номерах, зміни інвентарю, постільної білизни.

Здатність готелю задовольняти очікування гостей сприятливо впливає на якість послуг. Багато в чому якість визначається процесом порівняння гостей своїх очікувань в момент бронювання номера і під час поселення.

Гостями оцінюється якість послуг готелю у час поселення, швидкості надання консультаційних послуг, за кваліфікацією персоналу. Для готелю важливими є ступінь автоматизації, продуктивність праці, кількість допущених помилок при наданні готельних послуг [2].

У деяких готелях для забезпечення якості послуг встановлюється система голосового управління номером і за таким же принципом проводиться спілкування з працівниками готелю. Впровадження системи «Розумний будинок» передбачає розробку адміністрацією готелю комплексу, що дозволяє приймати рішення.

Висновок. Отже, для готельної галузі система управління якістю обслуговування включає комплексний підхід з прийняття інноваційних рішень на кожному етапі виконання процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дрьоміна Я. Є. Застосування в готелях сучасних методів обслуговування гостей. Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 996–999.
2. Дяченко М. В. Управління якістю в готельному бізнесі : монографія. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2019. 312 с.
3. Шевченко А. О. Менеджмент готельного бізнесу : підручник. Одеса : Одеська національна академія харчових технологій, 2021. 290 с.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

О. І. Гаврилова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРСб-41(заочна)*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанна індустрія змінюється завдяки цифровізації, автоматизації та штучному інтелекту (AI). Зі зростанням конкуренції ресторани по всьому світу використовують передові технології

для покращення операційної ефективності, обслуговування клієнтів і максимального використання ресурсів.

Цей напрям важливий для індустрії гостинності і вчені приділяють достатню увагу, вивчаючи проблемні питання. Так Іванов і Вебстер (2019) досліджували вплив робототехніки на організацію та функціонування індустрії гостинності, Бухаліс і Леунг (2018) – концепцію розумних технологій у межах ресторанної індустрії [1, 2].

Деякими актуальними трендами в умовах сьогодення є:

1) Штучний інтелект і автоматизація. Чат-боти та віртуальні помічники оптимізують обслуговування, персоналізують пропозиції, а роботи на кухні та в холах зменшують витрати на персонал [2].

2) POS-системи на основі хмарних технологій та Інтернету речей. Вони допомагають підвищити ефективність[3], що складається з можливості контролювати продажі, інформацію про запаси та аналізувати поведінку клієнтів у режимі реального часу.

3) Доповнена (AR), а також віртуальна реальність(VR). Вони покращують взаємодію з клієнтами за допомогою інтерактивних меню та віртуальних турів ресторанами [4].

4) Інновації в сфері доставки та онлайн-замовлень:

✓ Хмарні (dark) кухні – ресторани без залів для обслуговування, що працюють лише на доставку.

✓ Автоматизовані системи доставки – дрони та автономні роботи для швидкої доставки їжі.

✓ Інтеграція з мобільними додатками – прямий зв’язок з клієнтами через власні застосунки.

5) Еко- та сталий розвиток:

✓ Zero-waste технології – автоматизовані системи управління залишками продуктів.

✓ Альтернативні джерела енергії – використання сонячної енергії та енергоефективного обладнання.

✓ Біорозкладний та багаторазовий посуд – екологічний тренд у сфері HoReCa.

Представлені технології вже активно впроваджуються в провідних світових ресторанах, а також поступово інтегруються в українську ресторанну індустрію.

Хоча переваги очевидні, впровадження інноваційних технологій у ресторанах не позбавлене проблем. Основними проблемами залишаються вартість впровадження, навчання персоналу та ризик кібератак. Більшість малих, середніх підприємств зазвичай не мають необхідних ресурсів, які компанія набагато більших розмірів мала б можливість інвестувати в технології [3]. Власники бізнесу повинні працювати над їх подоланням у поетапній перспективі. Поступове впровадження технологій, починаючи з недорогих рішень (цифрові меню; хмарні POS-системи); підтримка регуляторних заходів (таких як ініціативи з передачі даних), які полегшують перехід до нових технологій; навчання персоналу автоматизації праці; інвестування в оновлення програмного забезпечення та кібербезпеку. Щоб залишатися конкурентоспроможними, ресторани повинні використовувати збалансоване поєднання штучного інтелекту, блокчейну та екологічних технологій. Інновації також можуть проникнути у сферу туризму та гостинності завдяки державним та українським міжнародним ініціативам [4].

Таким чином, новітніші технології повільно революціонізують ресторанну індустрію, забезпечуючи підвищення продуктивності, краще обслуговування клієнтів і стійкі методи роботи. Проте розвиток цифрових інструментів і автоматизації буде майбутнім галузі. Ресторани, які хочуть залишатися життєздатними та прагнути до зростання в майбутньому, повинні мати принаймні деяку інформацію про те, як технологічний прогрес формуватиме ринок у майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ivanov S., & Webster C. (2019). Robots, Artificial Intelligence, and Service Automation in Travel, Tourism and Hospitality. Emerald Publishing.
2. Pantelidis I. S. (2020). The Routledge Handbook of Hospitality Management. Routledge.
3. Гуменюк О. (2020). Цифрова трансформація у сфері громадського харчування: Виклики та можливості. Львів : Вид-во ЛНУ.
4. Дудник О. (2021). Інноваційні технології в ресторанному бізнесі та їх вплив на клієнтський досвід. Київ : Вид-во КНЕУ.

РОЗВИТОК РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: ЦИФРОВІ РІШЕННЯ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ СЕРВІСУ

В. О. Гирман, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанний бізнес є одним із найперспективніших та найдинамічніших секторів економіки. Обслуговування виступає ключовим фактором успіху закладів ресторанного господарства. У сучасних умовах попит на послуги харчування зростає щоденно, що призводить до підвищення конкуренції на ресторанному ринку. Для закладів ресторанного господарства надзвичайно важливим є розвиток та впровадження нових рішень для вдосконалення обслуговування, що сприяє адаптації до нових умов конкурентного середовища на ринку ресторанних послуг. Смаки споживачів постійно змінюються, вони стають більш вимогливими до якості обслуговування. Отже, підвищення рівня обслуговування споживачів ресторанних послуг є актуальним та перспективним завданням, яке потребує уваги та оперативного вирішення.

Вважається, що одним із чинників, який суттєво впливає на підвищення конкурентоспроможності та довгострокового успіху закладу ресторанного господарства, є впровадження інноваційних рішень. До таких рішень належить автоматизація певних процесів обслуговування, що є важливою складовою гостинності та значно підвищує її якість, а також застосування нових форматів обслуговування. Цей тип рішень відноситься до невиробничих інновацій у готельному господарстві [1].

Електронне меню є одним із ключових інструментів для вдосконалення процесу обслуговування у закладах ресторанного господарства, сприяючи підвищенню його ефективності та зручності як для гостей, так і для персоналу. Використання електронного меню мінімізує ризик помилок під час приймання замовлення, скорочує час очікування та дозволяє гостям швидко обрати бажані страви. Крім того, такий формат меню дає змогу детально ознайомитися з інгредієнтами, що входять до складу страв, їхньою рецептурою та харчовою цінністю.

Важливою перевагою електронного меню є можливість інтерактивної взаємодії гостей із закладом під час очікування замовлення. Відвідувачі можуть переглядати інформаційні матеріали, користуватися розважальним контентом або брати участь в інтерактивних опитуваннях, що сприяє покращенню загальної атмосфери обслуговування. Завдяки такому підходу гості можуть висловлювати свої побажання та залишати відгуки про якість послуг, що дозволяє адміністрації своєчасно реагувати на можливі недоліки та оперативно впроваджувати корективи у роботу ресторану.

Використання електронного меню також сприяє оптимізації роботи персоналу. Оскільки офіціанти звільняються від необхідності самостійно приймати замовлення, вони можуть приділяти більше уваги безпосередньому обслуговуванню гостей, підвищуючи рівень сервісу. Запровадження e-Menu у закладах ресторанного господарства дозволяє значно збільшити кількість постійних відвідувачів та підвищити рівень доходу підприємства до 25 % [2].

Застосування QR-кодів відіграє важливу роль у сучасному ресторанному бізнесі, сприяючи вдосконаленню обслуговування та комунікації з гостями. Їх можна використовувати для інтерактивних опитувань, лотерей та рекламних акцій, що підвищує рівень залученості клієнтів та формує у них позитивний досвід взаємодії із закладом. QR-коди також дозволяють гостям отримувати персоналізовану інформацію про актуальні знижки, програми лояльності та спеціальні пропозиції, що відповідають їхнім вподобанням.

Використання систем управління взаємовідносинами із клієнтами (CRM – Customer Relationship Management) є ефективним інструментом для покращення взаємодії з гостями у сфері ресторанного бізнесу. CRM-системи здатні зберігати інформацію про попередні замовлення та вподобання відвідувачів, що дозволяє персоналу адаптувати обслуговування під індивідуальні потреби кожного споживача. Завдяки CRM-рішенням ресторан може реалізовувати персоналізовані пропозиції для постійних гостей, прогнозувати їхні потреби та відповідно коригувати маркетингові стратегії. Така комунікація сприяє утриманню клієнтів, підвищенню їхньої лояльності та створенню довгострокових відносин із рестораном.

Важливим аспектом ефективного обслуговування гостей у закладах ресторанного господарства є застосування психологічних підходів. Одним із таких методів є **сугестивний сервіс,** який передбачає не лише виконання замовлення, а й активну комунікацію з відвідувачами з метою полегшення процесу вибору страв і напоїв.

Зокрема, у ситуаціях, коли гості тривалий час не можуть визначитися з вибором страви, персонал може застосовувати тактику переконання, ненав'язливо спрямовуючи клієнтів до оптимального варіанту. Офіціанти, які володіють навичками сугестії, здатні формувати довірливу атмосферу, надавати професійні рекомендації щодо страв, вин чи десертів, що не лише підвищує рівень задоволеності відвідувачів, але й створює відчуття індивідуального підходу до кожного гостя. Таке обслуговування сприяє формуванню **невимушеної та комфортної атмосфери,** що, у свою чергу, позитивно впливає на загальне враження від закладу, підвищує лояльність клієнтів та може сприяти зростанню рівня продажів.

Таким чином, у сучасних умовах успіх ресторанного господарства значною мірою залежить від якості обслуговування, яка виступає ключовим чинником у залученні. Використання інноваційних підходів, таких як електронні меню, QR-коди, CRM-системи та психологічні методики,значно підвищує ефективність комунікацій із гостями й вдосконалює обслуговування. Завдяки цим рішенням ресторани не лише зміцнюють свою конкурентоспроможність, а й задовольняють зростаючі очікування споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Соколенко А. С., Свідло К. В., Писаревський М. І. Інноваційні ресторанні технології: конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти всіх форм навчання зі спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 151 с. URL: https://eprints.kname.edu.ua/62067/1 (дата звернення: 24.02.2025).
2. Томоля Т. С. Інновації в закладах ресторанного господарства. *Вісник Хмельницького національного університету. «Серія економічні науки».* 2016. Том 1, № 5. С. 185–188. URL: hrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2016/VKNU-ES-2016-N5-Volume1_240.pdf (дата звернення: 24.02.2025).

ПІДХОДИ ДО ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ

В. І. Глотова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРСб-41(заочна форма)*
А. С. Капліна, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельний бізнес сьогодні є однією з найдинамічніших галузей економіки, де управління персоналом відіграє ключову роль у забезпеченні високої якості обслуговування. Однак ця сфера стикається з низкою проблем, які потребують негайного вирішення. Однією з них є **висока плинність кадрів.** Це явище призводить до постійної потреби в підборі та навчанні нових працівників, що значно збільшує витрати готелю та знижує якість обслуговування клієнтів. Крім того, недостатня **мотивація працівників** та відсутність ефективних систем адаптації нових співробітників призводять до зниження продуктивності та задоволеності персоналу [1].

Ще однією проблемою є **недостатня кваліфікація персоналу,** особливо в умовах швидкого розвитку технологій та зростання вимог клієнтів. Багато готелів не вкладають достатньо ресурсів у навчання та підвищення кваліфікації своїх співробітників, що призводить до низького рівня сервісу та незадоволеності клієнтів. Крім того, **відсутність чіткої організаційної структури** та розподілу обов'язків у багатьох готелях ускладнює процес управління персоналом, що впливає на загальну ефективність роботи закладу [2].

Для подолання цих проблем необхідно впровадити **сучасні методи управління персоналом.** По-перше, важливо створити ефективну систему мотивації, яка включатиме як матеріальні, так і нематеріальні стимули. Наприклад, можна запровадити програми кар'єрного зростання, навчання та підвищення кваліфікації, що дозволить працівникам відчувати себе частиною команди та бачити перспективи для розвитку. Також варто розглянути можливість впровадження бонусних систем, які заохочуватимуть працівників до досягнення високих результатів [3].

По-друге, для зниження плинності кадрів необхідно покращити процес адаптації нових працівників. Це включає забезпечення їх повною інформацією про корпоративну культуру,

стандарти обслуговування та очікування від роботи. Важливо також створити комфортні умови для роботи, зокрема забезпечити зручний графік роботи, можливість відпочинку та підтримку з боку керівництва [4].

Третім кроком є **використання сучасних HR-технологій.** Автоматизовані системи управління персоналом дозволять ефективно планувати робочий час, відстежувати продуктивність та оперативно реагувати на потреби працівників. Наприклад, програмне забезпечення для управління персоналом, таке як SAP ERP або Oracle NetSuite, дозволяє автоматизувати процеси замовлення, прогнозування попиту та оптимізації запасів, що значно полегшує управління бізнесом [5].

Крім того, важливим аспектом є **побудова сильної корпоративної культури.** Це включає створення сприятливого клімату в колективі, де кожен працівник відчуває себе цінним та мотивованим. Регулярні тренінги, командні заходи та відкрита комунікація між керівництвом і персоналом допоможуть зміцнити взаємини в колективі та знизити рівень плинності кадрів [6].

Висновки. Впровадження таких підходів дозволить готелям не лише знизити плинність кадрів, але й підвищити якість обслуговування, що є ключовим фактором успіху в конкурентній боротьбі на ринку готельної індустрії. Таким чином, ефективне управління персоналом стає основним чинником успіху будь-якого готелю, забезпечуючи його конкурентоспроможність та стабільний розвиток.

Список використаних інформаційних джерел

1. Олена Борисова. Антикрихкість ресторанного бізнесу. URL: https://biz.nv.ua/ukr/experts/klyuchove-vminnya-dlya-menedzheriv-zaraz-restoranniy-biznes-yak-vizhivayut-restorani-50198452.html (дата звернення: 12.03.2024).
2. URL: https://www.sap.com/products/erp.html (дата звернення: 12.03.2024).
3. URL: https://play.google.com/store/apps/details?id=com.upserve.inventory&hl=uk (дата звернення: 12.03.2024).
4. URL: https://www.oracle.com/erp/what-is-erp/ (дата звернення: 12.03.2024).
5. URL: https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/03/15/the-role-of-hr-technology-in-employee-retention/ (дата звернення: 12.03.2024).
6. URL: https://www.shrm.org/resourcesandtools/tools-and-samples/toolkits/pages/managingemployeeperformance.aspx (дата звернення: 12.03.2024).

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: АВТОМАТИЗАЦІЯ ПРОЦЕСІВ ТА ПЕРСОНАЛІЗАЦІЯ СЕРВІСУ

А. В. Граналька, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*
А. С. Капліна, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні реалії туристичного ринку України характеризуються складними викликами, що суттєво впливають на розвиток галузі. Економічна нестабільність, наслідки війни, значні міграційні процеси та зменшення платоспроможності населення створюють складні умови для функціонування туристичного сектору. Сьогодні інтенсивність конкуренції в туристичній галузі зумовлена необхідністю залучення внутрішніх ресурсів і боротьбою за обмежену аудиторію споживачів.

Водночас ці обставини спонукають до пошуку інноваційних підходів для розвитку туризму в Україні. Цифровізація туристичних послуг, впровадження мобільних додатків, інтеграція електронних квитків, а також розробка віртуальних маршрутів дозволяють не лише утримати інтерес до подорожей, але й зробити їх доступними та комфортними навіть у складних соціально-економічних умовах. Крім того, внутрішній туризм сприяє збереженню національної культурної спадщини та стимулює економічну активність у регіонах, які найбільше постраждали від кризи.

Теоретичним підґрунтям дослідження стали праці таких авторів, як Антоненко К. В., Басюк Д., Беркова О. П. [1–3], які вивчали новітні підходи до організації турів та їхню роль на внутрішньому туристичному ринку.

Сучасні технології, такі як мобільні додатки, платформи онлайн-бронювання, системи керування маршрутами та автоматизації процесів обслуговування, дозволяють оптимізувати комунікацію з клієнтами та підвищувати задоволеність від послуг, зокрема через простоту бронювання, можливість отримання актуальної інформації, а також швидку взаємодію з компанією. Мобільні додатки для туристів, які надають доступ до розширеної інформації про тури, функціонування GPS-навігації та інші інтерактивні опції, дозволяють не лише забезпечувати

зручність планування подорожей, а й підвищують рівень контролю над процесом подорожі, створюючи тим самим позитивний користувацький досвід [4].

Інновації в області онлайн-бронювання дозволили суттєво розширити охоплення цільової аудиторії. Можливість здійснення бронювання безпосередньо через інтернет-платформи усуває часові та географічні бар'єри, що, у свою чергу, підвищує доступність туристичних продуктів для різних категорій споживачів. Більше того, системи автоматизації процесів обробки бронювань дозволяють туристичним компаніям знижувати операційні витрати, прискорювати обробку заявок і зменшувати ймовірність людських помилок. Інструменти персоналізованої реклами та рекомендацій, що інтегруються в онлайн-платформи, дозволяють туроператорам формувати індивідуальні пропозиції для кожного клієнта, виходячи з його попередніх уподобань та запитів, що значно підвищує релевантність пропозицій і спонукає до більш частого бронювання послуг.

Впровадження технологій штучного інтелекту та машинного навчання в сферу туристичних послуг створює нові можливості для підвищення якості обслуговування та ефективного управління даними. Такі технології дозволяють здійснювати аналіз великих обсягів інформації, що дає змогу компаніям отримувати глибше розуміння поведінкових патернів споживачів, прогнозувати попит на послуги у певні періоди та відповідно коригувати пропозиції. Більш того, штучний інтелект здатний підтримувати автоматизовані чати, надаючи клієнтам відповіді на запити в режимі реального часу, що сприяє підвищенню швидкості комунікації та створює позитивний досвід взаємодії [2, с. 46].

Висновок. Підсумовуючи, зазначимо, що індивідуалізація, персоналізація та залучення локальних культурних елементів є ключовими компонентами сучасного туристичного продукту, спрямованого на задоволення потреб туристів. Інноваційні технології та культурні підходи формують унікальний, автентичний досвід подорожей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Антоненко К. В., Колотуха О. В. Роль соціальних мереж у просуванні та комунікації автобусних турів. Перспективи розвитку територій теорія і практика. VII міжнар. наук.-практ. конф. Харків. 2023. С. 211–212.

2. Басюк Д. Стан і перспективи розвитку українсько-китайського співробітництва у туристичній сфері. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія Туризм. 2020. № 3(1). С. 46–54.
3. Беркова О. П., Борисюк О. А. Роль маркетингових досліджень регіональних туристичних ринків. Економіка та суспільство. 2023. № 48. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2203 (дата звернення: 01.11.2024).
4. Гончар А. Є. Світовий ринок туристичних послуг: сучасні тенденції та особливості розвитку. Master's thesis. 2021. URL: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/86551 (дата звернення: 01.11.2024).

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОБОТИ СЛУЖБИ НОМЕРНОГО ФОНДУГОТЕЛЮ «OPTIMA COLLECTION» У МІСТІ ЖИТОМИР

В. О. Дворовенко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-1-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Служба номерного фонду відіграє ключову роль у забезпеченні ефективного функціонування готельного підприємства, оскільки саме від її роботи залежить рівень задоволеності гостей та загальна репутація закладу. Для готелю **«OptimaCollection»**у місті Житомир, що позиціонує себе як готель преміум-класу, оптимізація роботи цього підрозділу є пріоритетним завданням, спрямованим на підвищення конкурентоспроможності та зміцнення позицій на ринку гостинності. В умовах зростаючої конкуренції в індустрії гостинності готелі мають не лише підтримувати високі стандарти обслуговування, а й впроваджувати сучасні технологічні рішення та адаптуватися до змін у споживчих очікуваннях.

Аналізуючи сучасні тенденції у сфері готельного бізнесу, можна відзначити, що **близько 65 % гостей обирають готелі, які пропонують персоналізовані послуги, зручні системи бронювання та швидке реагування на запити** [1]. Це свідчить про необхідність удосконалення не лише матеріально-технічної бази, а й стратегічного підходу до обслуговування. Для **«OptimaCollection»** це означає не лише підтримку комфорту номерного фонду, але й інтеграцію інноваційних технологій,

таких як автоматизовані системи управління готелем (PMS), прогнозування попиту за допомогою штучного інтелекту (AI) та впровадження цифрових сервісів для взаємодії з гостями.

Однак, для ефективного вирішення актуальних проблем служби номерного фонду необхідно провести порівняльний аналіз конкурентного середовища та визначити найкращі практики, які застосовуються у готельній індустрії. Наприклад, українські готельні мережі, такі як **«Буковель»,** активно впроваджують технології динамічного ціноутворення, що дозволяє збільшити завантаженість номерного фонду навіть у низький сезон. Використання подібних механізмів у **«OptimaCollection»** може сприяти підвищенню ефективності управління розміщенням та зменшенню фінансових втрат, спричинених сезонними коливаннями попиту.

Одним із ключових аспектів удосконалення роботи служби номерного фонду є **автоматизація основних процесів.** Інтеграція сучасних **PMS-систем** дозволяє значно скоротити час на обробку бронювань, оптимізувати завантаженість номерного фонду та мінімізувати вплив людського фактору на якість обслуговування. Також важливим напрямком є **використання CRM-систем,** що дають змогу персоналізувати підхід до кожного гостя, пропонуючи йому індивідуальні знижки, спеціальні пропозиції та програми лояльності.

Окрему увагу необхідно приділити **впровадженню екологічноорієнтованих рішень.** Зниження витрат на енергоспоживання, використання розумних систем контролю клімату в номерах, запровадження програм утилізації відходів та використання ресурсозберігаючих технологій можуть не лише покращити економічну ефективність підприємства, але й привернути увагу гостей, які цінують екологічно відповідальний бізнес [2].

Ще одним критично важливим чинником ефективної роботи служби номерного фонду є **навчання персоналу та підвищення його кваліфікації.** Регулярні тренінги, адаптація працівників до використання нових технологій та мотиваційні програми сприяють покращенню якості обслуговування та забезпечують високий рівень задоволеності гостей.

В умовах конкурентного ринку **важливим кроком для готелю є проведення моніторингу локальних конкурентів**, зокрема аналіз невеликих готельних закладів та апартаментів, що можуть пропонувати конкурентні умови за доступнішими

цінами. Визначення унікальних переваг, таких як високий рівень сервісу, ексклюзивні пропозиції та використання інноваційних технологій, допоможе **«OptimaCollection»** залучати цільову аудиторію, орієнтовану на якісний сервіс та преміальний рівень обслуговування.

Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності готелю **«OptimaCollection»** у Житомирі необхідно комплексно підходити до вдосконалення роботи служби номерного фонду. Це включає впровадження інноваційних технологій, автоматизацію процесів, розвиток екологічних ініціатив, персоналізацію сервісу та вдосконалення системи навчання персоналу. Використання найкращих практик українських та міжнародних готелів дозволить не лише підвищити рівень задоволеності гостей, але й сформувати довгострокові конкурентні переваги на ринку гостинності

Список використаних інформаційних джерел

1. *Інновації, тренди та виклики в індустрії гостинності :* матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. (4–5 травня 2023 р.). Львів : ЛТЕУ, 2023. 190 с.
2. Паньків М., Липовий Д. Інноваційні тренди розвитку підприємств індустрії гостинності в контексті ESG-трансформації. *GrailofScience*, 2022. № 14–15, С. 56–62. URL: https://doi.org/10.36074/grail-of-science.27.05.2022.006 (дата звернення: 01.03.2025).

ЦИФРОВИЙ ЕТИКЕТ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Д. І. Добренко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-б 11;*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи*
Л. О. Положишникова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – наукові керівники*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі набуває особливої актуальності в умовах розвитку інформаційних технологій та змін у моделях комунікації між персоналом і гостями. Впровадження цифрових сервісів, таких як онлайн-бронювання,

мобільні додатки для обслуговування, автоматизовані чат-боти та системи зворотного зв'язку, вимагає дотримання нових стандартів професійної взаємодії. Важливим аспектом цифрового етикету є коректність електронного листування, оперативність відповідей у месенджерах і дотримання конфіденційності персональних даних гостей.

Віртуальне спілкування має відповідати загальноприйнятим нормам гостинності, зокрема уникненню занадто формального або надмірно неофіційного стилю комунікації. Використання автоматизованих відповідей не повинно створювати відчуття байдужості, тому персонал має забезпечувати баланс між технологічною ефективністю та людяністю в обслуговуванні. Одна з головних функцій цифрових технологій у готельно-ресторанному бізнесі – надання гостям зрозумілої та актуальної інформації. Важливо використовувати доступні формулювання, детально розписувати умови бронювання, тарифи, послуги та політику закладу, щоб уникнути непорозумінь.

Використання CRM-систем (CustomerRelationshipManagement) дозволяє персоналізувати електронну взаємодію з гостями. Адміністратори можуть звертатися до клієнтів на ім'я, пропонувати індивідуальні бонуси або персональні пропозиції на основі їхніх попередніх вподобань. Автоматизовані чат-боти допомагають швидко відповідати на поширені запитання гостей у режимі 24/7. Вони можуть надавати інформацію про бронювання, меню, спеціальні пропозиції та навіть приймати попередні замовлення у ресторанах. Голосові помічники, такі як GoogleAssistant чи Alexa, також активно впроваджуються у сфері гостинності для полегшення комунікації з гостями. Використання сучасних PMS-систем (PropertyManagementSystem) дозволяє автоматизувати управління бронюваннями, надсилати миттєві підтвердження, нагадування та повідомлення про зміни. Використання безконтактних платежів, QR-кодів для оплати та електронних підписів сприяє спрощенню процесу обслуговування та підвищенню зручності для клієнтів. Це створює ефект турботи та покращує лояльність споживачів.

Цифрова комунікація впливає на імідж готельно-ресторанного закладу, тому правильне використання соціальних мереж, корпоративного вебсайту та електронних платформ для зворотного зв'язку є ключовими чинниками формування довіри споживачів.

Окрему увагу слід приділяти дотриманню цифрової безпеки, адже порушення стандартів обробки персональних даних може призвести до зниження репутації підприємства. Використання безпечних каналів зв'язку, належне шифрування інформації та контроль доступу до внутрішніх систем є важливими умовами цифрової етики.

Важливим викликом цифрового етикету є баланс між автоматизацією та персоналізованим обслуговуванням. Використання цифрових технологій не повинно знижувати рівень персонального контакту з гостями. Незважаючи на переваги автоматизації, гості цінують можливість отримати індивідуальну допомогу від реального співробітника. Також актуальним є зберігання та обробка інформації про гостей, що потребує надійних механізмів захисту. Витоки даних можуть негативно вплинути на репутацію закладу та довіру клієнтів. А тому працівники готельно-ресторанного бізнесу повинні проходити навчання щодо правильного використання цифрових інструментів, ведення електронного листування, роботи у CRM-системах та безпечного користування даними гостей.

Цифровий етикет у готельно-ресторанному бізнесі є важливим аспектом підвищення рівня обслуговування та конкурентоспроможності закладу. Використання сучасних технологій, таких як чат-боти, мобільні додатки, інтерактивні меню та CRM-системи, дозволяє оптимізувати комунікацію з клієнтами та покращити якість сервісу. Водночас необхідно дотримуватися етичних норм у цифровій взаємодії, зберігати баланс між автоматизацією та персональним підходом, а також забезпечувати конфіденційність персональних даних гостей.

Успішне впровадження цифрового етикету сприятиме підвищенню довіри клієнтів, формуванню позитивного іміджу готельно-ресторанного закладу та створенню комфортного середовища для взаємодії з гостями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пукач Я. О. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі. *Економіка та суспільство.* 2024. № 60 URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-68 (дата звернення: 05.03.2025).
2. Олійник Н. Ю. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності. *Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та*

готельно-ресторанного господарства : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. С. 668–671. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/olijnyk6.htm (дата звернення: 05.03.2025).

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ НАДАННЯ РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «RELAX PARK VERHOLY» с. СОСНІВКА ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

К. І. Кабак, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі розвиток рекреаційного туризму стає важливою складовою готельного бізнесу, адже гості все частіше обирають не просто місце для ночівлі, а комплексний підхід до відпочинку, що включає різноманітні активності, оздоровчі процедури та унікальний сервіс. Здоровий спосіб життя стає престижним й в усьому світі зростає кількість людей, які хочуть підтримувати гарну фізичну форму та мають потребу в ефективних антистресових програмах. В основному це люди середнього віку, які віддають перевагу активному відпочинку й обмежені в часі [1].

Одним із найяскравіших прикладів успішної реалізації концепції комплексного рекреаційного відпочинку є спа-готель «RelaxParkVerholy», розташований у мальовничому селі Соснівка Полтавської області.

У готелі є 55 номерів різних категорій зі всіма зручностями. На території є зона для прогулянок, дитячий майданчик, ресторан, бар, тераса та можливість кататися на конях. В інтер'єрі закладу немає нічого зайвого, адже акцент зроблено на якості природних матеріалів та високому рівні послуг [2].

Відповідно, готель «RelaxParkVerholy» реалізує концепцію екологічного відпочинку, яка гармонійно поєднується з природним середовищем. Дизайн комплексу створений таким чином, щоб не порушувати екосистему, а використовувати її як невід'ємну всю частину відпочинку.

Використовуючи сильні сторони, основні рекреаційні можливості готелю включають:

– піші прогулянки мальовничими маршрутами серед лісу та в рекреаційних зонах;

– катання на велосипедах та героскутерах влітку, а взимку на лижах та санях, які можна взяти в оренду;

– верхова їзда для дорослих та кінна прогулянка для дітейпо спеціально розробленим лісовим маршрутам;

– відпочинок у басейнах, джакузі, лазні, сауні та гідромасажній ванні, де можна насолодитися масажем та провести освіжаючий відпочинок в спекотні літні дні;

– різноманітні косметичні процедури та релаксуючі фітнес програми;

– спортивні активності, зокрема: волейбол, баскетбол, настільний теніс, футбол, стрітбол;

– розслаблене читання книг у затишному куточку на свіжому повітрі;

– фотозонив природних локаціях та послугами професійних фотографів для сімейних, дитячих та весільних фотосесій;

– чисельні культурно-розважальні заходи та послуги, спеціально розроблені для дітей різних вікових груп, що включають мотузковий парк скелелазіння, скутери та спеціальні дитячі оздоровчі програми, водні ігри, розваги та Playstation [3].

Для вдосконалення організації надання рекреаційних послуг у готелі «RelaxParkVerholy» можна запропонувати ряд заходів, зокрема:

– створення сезонних програм таких як фестивалі, зимовий каток, що дозволить залучити туристів протягом усього року;

– розширення SPA-зони, створення нових фітнес-залів із професійними тренерами;

– організація постійних дитячих таборів, що зробить відпочинок у готелі ще привабливішим для сімей;

– співпраця з туристичними агентствами, що дозволить розширити спектр активностей та інтегрувати туризм Полтавщиною як напрям діяльності готелю.

Отже, готель «RelaxParkVerholy» є унікальним місцем для відпочинку, що забезпечує природну гармонію з комфортом, адже завдяки екологічному підходу та широкому спектру рекреаційних можливостей заклад приваблює гостей, які прагнуть якісного та спокійного відпочинку. Відповідно, вдосконалення рекреаційних послуг дозволить підвищити рівень сервісу

та зробити готель більш популярним. Тому запровадження нових активностей, технологічних рішень та розширення програми сприятиме зростанню відвідуваності та зміцненню позицій на ринку рекреаційного туризму України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кущ Л. І., Михайлова Н. В. Стан та проблеми розвитку засобів розміщення оздоровчого напряму в Україні // Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 10 лютого 2022 р.). Полтава : ЦФЕНД, 2022. – С. 42–44. URL: http://www.economics.in.ua/2022/02/blog-post_17.html (дата звернення: 27.02.2025).
2. RelaxParkVerholy. URL: https://www.yod.group/ua/hotels/architectural-concept-verholy-relax-park (дата звернення: 27.02.2025).
3. Активний відпочинок / RelaxParkVerholy. URL: https://verholy.com/ (дата звернення: 27.02.2025).

ЕФЕКТИВНІСТЬ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЮ «АРИСТОКРАТ» МІСТА ПОЛТАВА

К. В. Карпенко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки та торгівлі

Реклама є важливим інструментом формування попиту на товари та послуги, оскільки забезпечує їхню популяризацію та сприяє залученню нових споживачів. Основною метою рекламної діяльності є збільшення прибутку підприємства через підвищення рівня обізнаності цільової аудиторії про певний продукт або послугу. Ефективна реклама дозволяє споживачам швидше отримати доступ до необхідної інформації, що сприяє прийняттю раціональних рішень щодо вибору товару чи послуги.

Сучасний рекламний ринок в Україні демонструє активний розвиток та охоплює широкий спектр каналів комунікації. До основних форм реклами належать зовнішня реклама, що представлена білбордами, вивісками та транспортною рекламою, внутрішня реклама, друковані видання, сувенірна продукція, а також реклама в засобах масової інформації. Окреме місце посідає цифровий маркетинг, який включає рекламу в соціаль-

них мережах, на вебсайтах, у мобільних застосунках і на платформах для перегляду відеоконтенту. З огляду на зростаючу популярність інтернету та мобільних технологій цифрова реклама стає одним із ключових інструментів маркетингової стратегії [1].

Особливої уваги в контексті рекламної діяльності потребує сфера гостинності, оскільки рівень конкуренції в цьому сегменті є досить високим. Аналіз рекламної кампанії готельно-ресторанного комплексу «Аристократ» у місті Полтава дозволяє оцінити ефективність використання маркетингових стратегій у готельному бізнесі. Даний комплекс має низку конкурентних переваг, серед яких зручне розташування, розвинена інфраструктура, наявність трансферних послуг, паркувальних місць, комфортного номерного фонду та різноманітних послуг для гостей.

Важливим елементом маркетингової діяльності готелю є його цифрова присутність. Офіційний сайт закладу містить детальну інформацію про послуги, тарифи, номери, ресторанне меню та контактні дані, що дозволяє потенційним гостям швидко отримати всю необхідну інформацію. Крім того, сайт має інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що забезпечує зручність використання та спрощує процес бронювання. Додатковим каналом залучення споживачів є присутність готелю на спеціалізованих платформах для бронювання номерів, що значно підвищує рівень доступності послуг для широкого кола гостей.

З урахуванням сучасних тенденцій одним із перспективних напрямів удосконалення рекламної стратегії готелю є активне використання соціальних мереж. Поширення коротких відео у TikTok та InstagramReels, що містять огляди номерів, презентацію ресторанного меню та відгуки гостей, може сприяти залученню нових клієнтів і підвищенню впізнаваності бренду. Додатковими ефективними інструментами можуть стати інтерактивні конкурси, акції та знижки, що стимулюють активність аудиторії.

Для посилення лояльності споживачів доцільним є впровадження програм спеціальних пропозицій. Наприклад, розробка бонусної системи або мобільного застосунку з інтерактивними квестами та винагородами може сприяти збільшенню повторних відвідувань та залученню нових гостей.

Окрему увагу слід приділити використанню технологій штучного інтелекту в рекламній діяльності. Чат-боти, що працюють на основі штучного інтелекту, забезпечують швидке та ефективне обслуговування клієнтів у режимі реального часу. Персоналізована реклама, побудована на аналізі даних користувачів, дозволяє значно підвищити ефективність рекламних кампаній. Використання голосових пошукових запитів, аналіз відгуків та генерація контенту за допомогою штучного інтелекту сприяють підвищенню рівня автоматизації маркетингових процесів і розширенню охоплення аудиторії [2].

Одним із сучасних напрямів розвитку рекламної діяльності є інфлюенс-маркетинг, який передбачає співпрацю з популярними блогерами, що спеціалізуються на тематиці подорожей та готельного бізнесу. Взаємодія з лідерами думок дозволяє суттєво підвищити рівень довіри до бренду, що позитивно впливає на залучення нових клієнтів. Реклама у форматі відеооглядів, тематичних подкастів та прямих ефірів дає змогу продемонструвати переваги готелю з погляду реальних користувачів, що робить її більш переконливою та ефективною.

Таким чином, удосконалення рекламної діяльності в готельному бізнесі має ґрунтуватися на поєднанні традиційних і цифрових маркетингових інструментів. Пріоритетним напрямом розвитку є активне використання інтернет-реклами, що дозволяє ефективно взаємодіяти з цільовою аудиторією, швидко адаптуватися до ринкових змін та підвищувати рівень конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мальчик М. В., Адасюк І. П. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Проблеми економіки та управління»:* науковий журнал. 2021. № 1 (5). С. 75–85. URL: https://science.lpnu.ua/uk/semi/vsi-vypusky/tom-5-nomer-1-2021 (дата звернення: 01.03.2025).
2. Петасюк О. І. Штучний інтелект: контекст та осмислення // *Молодий вчений:* науковий журнал. 2024. № 4 (128). С. 26–32. URL: https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/6152/6020 (дата звернення: 28.02.2025).

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ VIP-СЕРВІСУ У FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV

В. О. Кобець, *студент спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРСб-41*
А. С. Капліна, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

VIP-сервіс у готельному бізнесі є ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності, іміджу та рівня лояльності гостей. У сучасних умовах зростання попиту на ексклюзивні послуги серед високостатусних клієнтів спричинило необхідність удосконалення стандартів обслуговування.

В Україні VIP-сервіс набуває особливої актуальності у зв'язку з розвитком міжнародного туризму, проведенням бізнес-форумів, дипломатичних зустрічей та зростанням попиту на luxury-сегмент. Однак рівень персоналізованого обслуговування в українських готелях ще не досяг світових стандартів, що потребує поглибленого аналізу та впровадження інноваційних рішень.

Світовий рівень дослідження проблем VIP-сервісу представлений Pine & Gilmore [1], Kasavana, Mohammed & Rashid, Barsky & Nash. Вітчизняний – Мальською М. П., Кифяк В. Ф., Байлик С. Г. та іншими.

Fairmont Grand Hotel Kyiv – це один із найкращих готелів класу «люкс» в Україні, що входить до міжнародної мережі Fairmont Hotels & Resorts. Він дотримується високих стандартів VIP-обслуговування, що включають: персоналізований сервіс, розкішні умови проживання, приватність та безпеку, високий рівень гастрономії, додаткові VIP-послуги. Високі стандарти VIP-обслуговування об'єднують (табл. 1).

Таблиця 1 – Стандарти обслуговування готелю Fairmont Grand Hotel Kyiv (авторська розробка)

Назва стандартів	Сутність
Розкішні умови проживання	✓ VIP-номери та люкси з ексклюзивним дизайном, видом на Дніпро та сучасним технічним оснащенням. ✓ Доступ до Fairmont Gold Lounge – окремої VIP-зони з додатковими привілеями (приватні сніданки, напої, бізнес-зона). ✓ Обслуговування у номері 24/7 (room service, послуги дворецького)

Продовж. табл. 1

Назва стандартів	Сутність
Приватність та безпека	✓ Підвищений рівень конфіденційності для VIP-гостей (окремі входи, анонімний check-in/check-out). ✓ Приватна охорона та безпекові протоколи для забезпечення комфорту найвибагливіших клієнтів
Високий рівень гастрономії	✓ Ресторани преміум-класу (наприклад, «Vogue Café Kyiv») із ексклюзивним меню та можливістю персонального обслуговування. ✓ Індивідуальний підхід до харчування (дієтичні та авторські страви на вимогу гостя)
Додаткові VIP-послуги	✓ Персоналізовані трансфери (елітні автомобілі, вертолітний сервіс). ✓ SPA та wellness-зони з ексклюзивними процедурами для VIP-клієнтів. ✓ Програми лояльності для постійних гостей (преміальні знижки, спеціальні запрошення на заходи)

Дані таблиці свідчать, що попри високий рівень сервісу, існують можливості для вдосконалення.

Пропонуємо напрями вдосконалення VIP-сервісу в готелі: використання інноваційних технологій (впровадження штучного інтелекту та Big Data для аналізу вподобань VIP-клієнтів; мобільні додатки для бронювання ексклюзивних послуг, спрощення check-in/check-out; персональні smart-асистенти в номерах (штучний інтелект для управління освітленням, температурою, послугами готелю); покращення системи персоналізації послуг (розширення аналітики запитів VIP-гостей для ще більш індивідуального підходу; додаткові персоналізовані привітання, ексклюзивні подарунки для постійних клієнтів; спеціальні VIP-програми лояльності з унікальними привілеями; розвиток VIP-гастрономії (запровадження ексклюзивного приватного ресторанного сервісу – приватні дегустації, унікальні авторські страви; співпраця з міжнародними шеф-кухарями для створення нових гастрономічних концепцій).

Висновки. Для подальшого розвитку VIP-сервісу готелю варто сфокусуватися на: впровадженні новітніх технологій для пркращення клієнтського досвіду; підсиленні персоналізації

послуг; розширенні ексклюзивних гастрономічних пропозицій; посиленні безпеки та конфіденційності; покращенні навчання персоналу. Такі кроки дозволять Fairmont Grand Hotel Kyiv утримати статус лідера у сфері VIP-обслуговування та відповідати зростаючим очікуванням клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. B. Joseph Pine, James H. Gilmor. The Experience Economy. URL: https://books.google.com.ua/books/about/The_Experience_Economy.html?id=edtOyzyKgXUC&redir_esc=y (дата звернення: 05.03.2025).

ВПРОВАДЖЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ У ГОТЕЛІ «MENORAH HOTEL» МІСТА ДНІПРО

О. Д. Комісарук, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах ринку ефективність діяльності готелів залежить від попиту на їх послуги. А забезпечення стабільного попиту на готельні послуги у конкурентному середовищі є складним, але завданням, яке можливо вирішити. Вирішити таке завдання допоможе клієнтоорієнтований підхід.

Концепція клієнтоорієнтованості пов'язана не лише із задоволенням, а й передбаченням потреб гостей. А передбачення пов'язане як з розумінням і задоволенням потреб, так й прогнозуванням майбутніх запитів.

З метою підвищення ефективності роботи готелю «Menorah hotel» міста Дніпро нами було запропоновано впровадити у діяльність готелю клієнтоорієнтований підхід [1].

Саме завдяки такому підходу клієнтоорієнтованість послуг готелю дозволить управляти взаємовідносинами із споживачами з метою побудови довгострокових відносин та отримання прибутку.

Роль клієнтоорієнтованості в послугах готелю «Menorah hotel» буде ґрунтуватися не тільки на приваблені, але і на утриманні гостей. Готель надає послуги із розміщення на певний термін. І чи повернеться гість до готелю залежить від міри задоволення потреб споживачів. Це залежить від переліку додатко-

вих послуг, надання яких є важливим для готелю. Різноманіття додаткових послуг говорить про бажання не просто задовольнити потреби гостя, але вийти за рамки загальноприйнятих стандартів обслуговування, тобто передбачити ці потреби. Як результат, гості віддадуть свою перевагу для відпочинку більш комфортному готелю, який відповідає їх індивідуальним потребам. Складність полягає у підборі усіх необхідних умов для кожного гостя, але в цьому і є суть клієнтоорієнтованості.

Таким чином, застосування клієнтоорієнтованого підходу у готелі «Menorah hotel» дозволить задовольнити індивідуальні потреби гостя, збільшити завантаженість готелю та підвищити прибуток.

З метою практичного використання клієнтоорієнтованого підходу в діяльності готелю «Menorah hotel» необхідно дослідити етапи впровадження даного підходу.

Взагалі, впровадження клієнтоорієнтованого підходу підвищує рівень конкурентоспроможності готелю на ринку, так як саме якісний сервіс стає для гостя вирішальним чинником при виборі готельних послуг.

Таким чином, впровадження клієнтоорієнтованого підходу ґрунтується на створенні та впровадженні стандарту обслуговування. Для цього потрібна якісно організована комунікація із гостями різними методами з метою виявлення їх потреб та розробка стратегії сервісу. Для підтримки співробітників готелю в дотриманні ними стандарту обслуговування необхідно постійно підвищувати рівень кваліфікації персоналу, мотивуючи їх.

Впровадження клієнтоорієнтованого підходу в готель «Menorah hotel» необхідно почати з аналізу потреб гостей. Одним із найбільш доступних методів отримання зворотного зв'язку є аналіз відгуків на сайті інтернет-бронювання готелів Booking.com. Там гості можуть залишити відгук про готель, вказати його переваги та недоліки, оцінити рівень обслуговування за 10-ти бальною шкалою у восьми категоріях - комфорт, зручність, чистота, безкоштовний wi-fi, сніданок, співвідношення ціни-якості, місцезнаходження, персонал. Кожний готель отримує середній бал. Цей показник є джерелом інформації як для гостей, які шукають готель, так і для персоналу, який аналізує інформацію про відношення гостей до сервісу.

На основі такого аналізу інформації про потреби гостей, можливо визначити головні параметри обслуговування для

кожного готелю, наприклад, покращення рівня харчування, рівня комфорту чи щось інше. У випадку невисоких оцінок гостей за критерієм «співвідношення ціна-якість» готелю необхідно переглянути цінову політику. Низька оцінка за критерієм «персонал» свідчить про проблеми в кадровій політиці і це повинно стати пріоритетним при формуванні стратегії обслуговування готелю [2].

При вивченні потреб споживачів необхідно використовувати і інші канали зворотного зв'язку, такі як анкетування чи опитування.

При розробці стандарту обслуговування необхідно особливу увагу зосередити на таких питаннях: процедурі заселення гостей та оплаті послуг; особливостях роботи з особами із обмеженим можливостями здоров'я; правилами поводження персоналу готелю особисто і по телефону; особливостях спілкування співробітників готелю з колегами; правила обслуговування VIP-гостей, особливості роботи за скаргами гостей та агресивними гостями; вимогам до зовнішнього вигляду персоналу і його поведінці у готелі.

Впровадження стандартів обслуговування в діяльність готелю «Menorah hotel» передбачає практичне навчання співробітників навикам високоякісного сервісу. Рівень клієнтоорієнтованості співробітників готелю недостатньо високий, тому особливу увагу слід звернути на тренінги з клієнтоорієнтованості. Бо сьогодні це є одним із найбільш ефективних інструментів для навчання персоналу.

Отже, впровадження клієнтоорієнтованого підходу для готелю «Menorah hotel» полягає не тільки у розробці стандартів клієнтоорієнтованості, які базуватимуться на потребах споживачів, але і на навчанні персоналу. Завдяки впровадженню клієнтоорієнтованості, готель матиме попит на ринку готельних послуг міста Дніпра та забезпечить свою конкурентоспроможність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Джгуташвілі Н. М. Управління клієнт-орієнтованістю персоналу як інструмент підвищення якості сервісного продукту готелю. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* 2020. Т. 31 (70). № 4. С. 108–116.
2. Захаренко Д. С. Клієнтоорієнтованість підприємства: сутнісні характеристики. Економіка. Менеджмент. Бізнес. 2017. № 4. С. 187–194.

СТРАТЕГІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ Й РОЗМІЩЕННЯ ГОСТЕЙ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЮ

Є. К. Компанієць, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-б 1-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельно-ресторанний бізнес є однією з найбільш динамічних і розвинених сфер індустрії гостинності. Якість обслуговування в готелях значною мірою визначається ефективністю роботи служби прийому та розміщення, яка виконує ключові функції з реєстрації, поселення та інформаційного супроводу гостей.

Служба прийому та розміщення (СПіР) є обличчям будь-якого готелю, адже саме з неї починається безпосереднє знайомство гостя із закладом. Від професіоналізму та доброзичливості працівників цієї служби залежить перше враження про готель у цілому, що впливає на подальше перебування гостя.

Одним із ключових напрямів удосконалення є автоматизація процесів та впровадження сучасних технологій. Йдеться, зокрема, про впровадження PMS (PropertyManagementSystem) – сучасної системи управління готелем, яка автоматизує низку процесів: бронювання, реєстрацію, облік номерів, оплату, звітність. Це не лише скоротить час очікування для гостей, а й мінімізує можливість помилок, пов'язаних із людським фактором [1–3].

Важливим кроком до покращення сервісу є запровадження онлайн-реєстрації та check-in/check-out. Гості отримують можливість самостійно реєструватися та виселятися через вебсайт або мобільний застосунок, що значно заощаджує їхній час та зменшує черги на рецепції. Крім того, використання електронних ключів – карток або мобільних додатків для доступу до номерів – підвищує рівень безпеки та зручності для гостей.

Для ефективної взаємодії зі споживачами та персоналізації обслуговування доцільним є використання CRM-системи (CustomerRelationshipManagement). Аналіз та обробка даних про гостей дозволяють враховувати їхні індивідуальні побажання, пропонувати персоналізовані знижки та спеціальні пропозиції. Також значний потенціал мають чат-боти – віртуальні помічни-

ки, інтегровані у вебсайти або месенджери, що забезпечують швидке надання інформації про готель, послуги та можливість бронювання в режимі 24/7.

Незважаючи на важливість технологій, основним фактором успіху готелю залишається людський ресурс. Навчання та підвищення кваліфікації персоналу є критично важливими для забезпечення високого рівня обслуговування. Регулярні тренінги з питань клієнтського сервісу, управління конфліктами, знання іноземних мов та освоєння сучасного програмного забезпечення сприяють підвищенню професійного рівня працівників СПіР. Важливими складовими ефективної роботи персоналу є система мотивації та заохочень, яка може включати бонуси за високі показники роботи, програми лояльності та інші форми матеріального і нематеріального стимулювання.

Для підвищення конкурентоспроможності готелю пропонується реалізація наступних стратегій удосконалення роботи служби прийому та розміщення:

− проведення аудиту діяльності служби для виявлення проблемних зон;

− розробка плану дій з удосконалення роботи з урахуванням особливостей готелю та потреб гостей;

− впровадження сучасних технологій та програмного забезпечення для автоматизації процесів;

− створення комфортної зони для гостей (дизайн рецепції, доступ до Wi-Fi, зони відпочинку тощо);

− забезпечення професійного навчання та мотивації персоналу.

Готельно-ресторанний бізнес є невід'ємною складовою сфери послуг, спрямованої на забезпечення комфортного перебування гостей. Яскравим прикладом високого рівня обслуговування є готельно-ресторанний комплекс «Прем'єр Готель Палаццо» у місті Полтава, де поєднуються ключові чинники успішного функціонування – якісна робота служби прийому та розміщення, високий рівень сервісу та впровадження сучасних технологій (check-in/check-out, CRM-системи).

Автоматизація процесів значно спрощує процедури бронювання, реєстрації та оплати, що робить перебування гостей максимально зручним. Водночас важливим залишається людський фактор, адже ефективне функціонування готелю залежить від кваліфікації персоналу. Запровадження програм навчання,

підвищення кваліфікації та мотивації співробітників створює додаткові переваги для закладу.

Завдяки гармонійному поєднанню сучасних технологій та професійного персоналу вигоди отримують усі учасники процесу:

− керівництво – підвищення ефективності роботи готелю та збільшення прибутків;

− персонал – можливість кар'єрного розвитку та стабільної оплати праці;

− гості – високий рівень сервісу, що сприяє їхньому комфорту та задоволеності.

Таким чином, системний підхід до організації роботи служби прийому та розміщення в готелях є запорукою їхньої конкурентоспроможності, стійкості на ринку та формування позитивного іміджу серед гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Готель «Палаццо» – дотик до історії, слідування традиціям, відповідність сучасним трендам. URL: https://www.0532.ua/news/2045607/gotel-palacco-dotik-do-istorii-sliduvanna-tradiciam-vidpovidnist-sucasnim-trendam (дата звернення: 05.03.2025).
2. Рябенька М., Мазуркевич І. Управління персоналом у закладах готельно-ресторанного господарства. Intellect XXI. 2020. № 1. URL: https://doi.org/10.32782/2415-8801/2020-1.13 (дата звернення: 05.03.2025).
3. Сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності : зб. тез доп. V Міжнар. наук.-практ. конф. (24–25 жовтня 2024 року, м. Львів). – Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2024. – 423 с. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/69248/1/%D0%97%D0%91%D0%86%D0%A0%D0%9D%D0%98%D0%9A_%D0%A1%D0%A2%D0%A0%D0%86%D0%93_2024.pdf (дата звернення: 05.03.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

О. С. Костюк, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*

Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У тезах розглядаються основні напрями та шляхи підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства.

Описано сучасні методи маркетингових комунікацій, цифрові технології та інструменти для просування послуг. Визначено ключові фактори, що впливають на успіх рекламних кампаній у сфері гостинності.

За останні 15 років значна увага приділялася вивченню та застосуванню інтернет-інструментів для просування товарів і послуг. Це питання досліджували як науковці, так і практики, зокрема Ф. Вірін, Д. Халілова, Д. Коник, С. Рендел, Т. Іванюха, Я. Новікова, О. Окландер, М. Бударіна, О. Красовська, Л. Григор'єва, Н. Бортнік та інші.

Крім того, вивченню інтернет-маркетингу присвятили свої роботи такі вчені, як І. Бойчук, М. Лебеденко, І. Литовченко, Н. Інькова, В. Пилипчук, Ю. Шедько, Д. Халілов, M. Brown, D. Southgate та інші. Проте, варто зазначити, що у межах цих досліджень стратегії SMM та використання інструментів для досягнення цілей сучасного підприємства не були достатньо глибоко проаналізовані.

Готельний бізнес є висококонкурентною галуззю, де ефективність рекламної діяльності відіграє ключову роль у залученні клієнтів. З розвитком цифрових технологій та змін у споживчих вподобаннях традиційні методи реклами вже не є достатньо ефективними. Тому виникає необхідність впровадження новітніх маркетингових стратегій для підвищення впізнаваності бренду, формування лояльності клієнтів та збільшення прибутковості готельного підприємства.

Для оцінки результативності реклами необхідно визначити її ключові показники ефективності (KPI), серед яких:

- кількість нових клієнтів, залучених через рекламу;
- конверсія з рекламних оголошень;
- рівень впізнаваності бренду;
- рентабельність рекламних кампаній;
- зворотний зв'язок та відгуки клієнтів.

Аналіз рекламної діяльності дозволяє визначити сильні та слабкі сторони кампаній, а також знайти оптимальні способи підвищення ефективності.

Сучасні інструменти цифрового маркетингу дозволяють значно підвищити ефективність рекламних кампаній.

Завдяки аналізу даних про поведінку гостей можна створювати персоналізовані рекламні пропозиції. Наприклад:

− спеціальні пропозиції для постійних клієнтів;
− персоналізовані знижки на дні народження;
− спеціальні пакети для сімейних відпочинків або бізнес-туристів.

Інфлюенсер-маркетинг є потужним інструментом для просування готельних послуг. Співпраця з тревел-блогерами та відомими особистостями допомагає привернути увагу цільової аудиторії.

Використання відео- та візуального контенту. Відеоогляди готелів, 3D-тури, яскраві фотографії номерів та сервісу значно підвищують довіру клієнтів і впливають на рішення про бронювання.

Програми лояльності (бонуси, накопичувальні знижки, спеціальні пропозиції) мотивують гостей повертатися до готелю та рекомендувати його знайомим. Додатково можна розробити мобільний застосунок для зручного бронювання та отримання персональних пропозицій.

Ретаргетинг дозволяє нагадувати потенційним клієнтам про готель після відвідування сайту або взаємодії з рекламою. Це підвищує конверсію та сприяє повторним бронюванням.

Підвищення ефективності рекламної діяльності готельного підприємства вимагає комплексного підходу, що включає використання цифрових технологій, персоналізацію маркетингових кампаній, активну взаємодію із клієнтами та залучення інфлюенсерів. Впровадження інноваційних методів просування дозволить покращити впізнаваність бренду, збільшити кількість бронювань та забезпечити стійке зростання прибутковості готелю. Крім того, важливо здійснювати регулярний аналіз ефективності реклами та адаптувати стратегії відповідно до змін ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Загородній, А. Г. Рекламна комунікація: теорія та практика : навч.-метод. посіб. Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2019. 341 с.
2. Литвинов, С. В. Стратегія рекламної діяльності підприємств готельного господарства : навч.-метод. посіб. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2020. С. 40–47.

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В. В. Кузуб, *студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС б-41*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах високої конкуренції готельно-ресторанний бізнес потребує ефективних маркетингових стратегій для залучення клієнтів. Споживчі переваги швидко змінюються під впливом цифрових технологій, економічних чинників та нових трендів у сфері гостинності. Успішні маркетингові стратегії допомагають підприємствам не лише збільшувати потік клієнтів, але й формувати лояльну аудиторію та підвищувати рентабельність бізнесу. Дослідження цього питання сприяє розробці оптимальних підходів до залучення клієнтів з урахуванням сучасних умов ринку.

Розробка маркетингових стратегій залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі привертає увагу як українських, так і зарубіжних науковців. В Україні цій тематиці присвячено низку робіт, що аналізують сучасні тенденції та інструменти маркетингу в цій галузі: Воляник Г. М., Марушко Н. С., Цвілий С. М., Кукліна Т. С., Зайцева В. М. та інші. Закордонні вчені: Котлер Ф., Боуен Д., Максвелл С. та інші.

Сфера HoReCa (Hotel, Restaurant, Cafe) є однією з найбільш конкурентних галузей, що вимагає ефективних маркетингових стратегій для залучення та утримання клієнтів. Правильно розроблена стратегія дозволяє бізнесу не лише збільшувати прибутки, але й формувати лояльну клієнтську базу.

Аналіз маркетингових стратегій залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі включає кілька ключових підходів (табл. 1).

Таблиця1 – Основні підходи до маркетингу готельно-ресторанного бізнесу (систематизовано автором за [1–3])

Назва підходу	Реалізація
1. Цільовий маркетинг та сегментація ринку	Визначення основних груп клієнтів (туристи, бізнесмени, молодь, сім'ї, VIP-клієнти). Розробка персоналізованих пропозицій та програм лояльності для кожного сегмента.

Продовж. табл. 1

Назва підходу	Реалізація
1. Цільовий маркетинг та сегментація ринку	Використання CRM-систем для аналізу поведінки гостей та створення індивідуальних пропозицій
2. Цифровий маркетинг та онлайн-просування	**SEO-оптимізація** сайту готелю/ресторації для покращення видимості в пошукових системах. **Контент-маркетинг** (ведення блогу, створення відеооглядів, віртуальних турів). **Реклама у соцмережах** (таргетована реклама у Facebook, Instagram, TikTok, YouTube). **E-mail маркетинг** (персоналізовані пропозиції, нагадування про акції). **Співпраця з тревел-блогерами та інфлюенсерами**
3. Брендинг та репутаційний менеджмент	Створення унікального іміджу готелю та його концепції (ексклюзивний дизайн, тематичні ресторани, унікальні SPA-послуги). Робота з відгуками на **Booking, TripAdvisor, Google Reviews** (швидка відповідь на коментарі, компенсація негативного досвіду). Участь у рейтингах та отримання сертифікатів (наприклад, «Travellers' Choice» від TripAdvisor)
4. Програми лояльності та бонусні системи	Накопичувальні бонуси та знижки для постійних гостей. Кешбек або спеціальні пропозиції для членів програми лояльності. VIP-програми з ексклюзивними привілеями (безкоштовний апгрейд номера, пізній виїзд, персональні послуги)

Аналіз таблиці свідчить, що нами представлено лише 4 підходи, які можуть бути розширені за рахунок партнерського маркетингу і колаборації, акції та спеціальних пропозицій, подієвого маркетингу та організації заходів, технологічних інновацій для залучення клієнтів.

Висновки. Для успішного залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі важливо використовувати комплексний підхід, що поєднує онлайн- та офлайн-методи. Особливу увагу слід приділити персоналізації, сучасним технологіям та ефективному управлінню репутацією.

Список використаних інформаційних джерел

1. Hotel marketing: Strategy guide with tips. URL: https://www.siteminder.com/r/hotel-marketing-this-year/ (дата звернення: 15.02.2025).
2. Jennifer Dublino. How to Attract Customers to Your Restaurant (2024). URL: https://www.business.com/articles/how-to-attract-customers-to-your-restaurant/ (дата звернення:16.02.2025).
3. Innovative marketing strategies for hotels and restaurants. URL: https://blog.typsy.com/innovative-marketing-strategies-hotels-restaurants (дата звернення:16.02.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПЕРСОНАЛУ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ

О. О. Лисенко, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*
Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У тезах розглядаються основні підходи до підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі. Проаналізовано сучасні методи мотивації, навчання та організації праці, що сприяють покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня задоволеності клієнтів. Особливу увагу приділено використанню цифрових технологій, створенню комфортних умов праці та впровадженню програм лояльності для співробітників.

Готельно-ресторанний бізнес є сферою, де якість обслуговування клієнтів безпосередньо залежить від професіоналізму та ефективності роботи персоналу. Високий рівень конкуренції в індустрії гостинності вимагає постійного вдосконалення методів управління кадрами, створення комфортних умов праці та запровадження інноваційних підходів до навчання та мотивації працівників [1].

Для забезпечення ефективної діяльності готельно-ресторанного комплексу важливо раціонально організувати роботу персоналу.

Використання спеціалізованого програмного забезпечення для бронювання номерів, керування замовленнями в ресторані та моніторингу завантаженості працівників.

Створення змінного графіка, що враховує пікові години завантаженості закладу.

Визначення зон відповідальності кожного працівника для уникнення дублювання функцій та покращення взаємодії між відділами.

Регулярне навчання персоналу сприяє покращенню якості обслуговування та підвищенню рівня задоволеності гостей. Основні форми навчання включають:

✓ Навчальні програми, що допомагають розвивати професійні навички та комунікаційні вміння;

✓ Співпраця з провідними готельно-ресторанними комплексами, участь у міжнародних програмах підвищення кваліфікації;

✓ Доступ до навчальних платформ для вивчення нових методик обслуговування, сучасних стандартів гостинності та управління стресом на робочому місці.

Мотивація персоналу відіграє вирішальну роль у підвищенні продуктивності, оскільки безпосередньо впливає на рівень залученості, якість виконання обов'язків та задоволеність роботою. Успішна система мотивації сприяє зниженню плинності кадрів, підвищенню рівня обслуговування клієнтів та створенню позитивної корпоративної культури [2].

Сучасні цифрові рішення значно покращують ефективність роботи персоналу, автоматизуючи рутинні процеси, підвищуючи швидкість обробки інформації та покращуючи комунікацію в колективі. Використання CRM-систем, HRM-платформ, чатботів та мобільних додатків допомагає оптимізувати розподіл робочого часу, контролювати продуктивність і забезпечувати якісне навчання працівників.

Задоволеність персоналу умовами праці безпосередньо впливає на продуктивність роботи. Важливо приділяти увагу:

✓ Ергономічному робочому простору, якісному оснащенню кухні та ресепшену;

✓ Зменшенню стресових факторів, впровадженню психологічної підтримки;

✓ Можливості зміни графіка у разі необхідності.

Підвищення ефективності роботи персоналу у готельно-ресторанному комплексі є багатогранним процесом, що включає оптимізацію робочих процесів, навчання та мотивацію співробітників, використання сучасних технологій та створення комфортних умов праці. Впровадження цих заходів сприятиме

покращенню якості обслуговування, підвищенню конкурентоспроможності закладу та зміцненню його позицій на ринку гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лепейко Т. І. Організаційно-економічні засади реінжинірингу бізнес-процесів сучасного підприємства. Український журнал прикладної економіки. 2019. Т. 4. № 11. С. 43–150. URL: http://ujae.org.ua/wp-content/uploads/2019/11/ujae_2019_r01_a17.pdf.
2. Мошек Г. Є., Федоренко В. Л., Коваленко О. В. Менеджмент організації. Теорія та практика : навч. посіб. Київ : Ліра, 2020. С. 808.

АВТОМАТИЗАЦІЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У ГОТЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ

В. О. Ляхівненко, *студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС б-41*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Автоматизація бізнес-процесів у готельній індустрії є ключовим чинником підвищення якості обслуговування та ефективності діяльності підприємств. У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій та зростаючої конкуренції, готелі змушені впроваджувати автоматизовані системи управління для задоволення потреб клієнтів та забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Актуальність дослідження полягає у необхідності адаптації готельних підприємств до сучасних вимог ринку через впровадження інформаційних систем та технологій. Це дозволяє оптимізувати бізнес-процеси, підвищити якість обслуговування та збільшити прибутковість закладів. Зокрема, використання CRM-систем сприяє автоматизації рутинних завдань, створенню єдиного центру управління для різних каналів комунікації, збору детальної бази клієнтів, оптимізації аналітики та контролю роботи співробітників.

У сучасному світі готельна індустрія стикається з низкою викликів: від підвищення очікувань гостей до необхідності оптимізації операційного управління та контролю витрат. У цьому середовищі автоматизація **готельних** процесів стала одним із найефективніших рішень. Автоматизація повторю-

ваних процесів не тільки зменшує витрати, але й звільняє час для персоналу готелю, щоб зосередитися на більш цінних заходах, таких як персоналізація обслуговування та покращення досвіду гостей. Автоматизацію слід розглядати не як спосіб зменшити людський контакт, а як можливість покращити якість обслуговування. Наприклад, **автоматизований PMS** може розподіляти кімнати, ефективно керувати запасами та надавати оновлення в реальному часі персоналу, тоді як команда людей може зосередитися на тому, щоб гості почувалися як вдома [1].

Для підприємств готельного господарства автоматизація дозволяє охопити значну кількість сфер (табл. 1).

Таблиця 1 – Автоматизація підприємств готельної галузі (систематизовано автором за [1]

Сфера	Реалізація	Результат
Прийом, прибирання, технічне обслуговування	PMS автоматизує керування резервами, розподіл кімнат, обробка платежів	Зменшення людських помилок, забезпечення максимальної оптимізації зайнятості готелю
Системи управління доходами (RMS)	Використання передових алгоритмів для коригування тарифів на номери в реальному часі на основі попиту, ринкових тенденцій	Готель підтримує конкурентоспроможні ціни та максимізує дохід шляхом динамічного коригування ставок для кожного каналу розподілу
Автоматизація роботи з гостями (реєстрація заїзду і виїзду за допомогою мобільного додатку)	Використання автоматичних повідомлень про привітання та підтвердження значно покращує взаємодію з клієнтами	Цифрові послуги консьєржа дозволяють гостям запитувати послуги чи допомогу без необхідності фізичного втручання, що не тільки економить час, але й покращує задоволеність
Система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM)	Дозволяє надсилати персоналізовані електронні листи, спеціальні пропозиції та акції певним сегментам клієнтів	Системи можуть інтегрувати оцінки гостей і відгуки з таких сайтів, як TripAdvisor, підвищуючи репутацію готелю в Інтернеті

Продовж. табл. 1

Сфера	Реалізація	Результат
Автоматика в гостьових номерах	Автоматичний контроль кондиціонування повітря, освітлення та споживання енергії в номерах	Системи допомагають зменшити експлуатаційні витрати, сприяють ініціативам сталого розвитку, які цінуються гостями

Отже автоматизація готелів дозволяє їм заощадити гроші, покращити процеси, отримати більше прибутку та запропонувати кращий досвід для гостей.

Висновок. Автоматизація бізнес-процесів у готельному бізнесі – це не просто тренд, а необхідність для підвищення ефективності, оптимізації витрат та покращення якості обслуговування клієнтів. Готелі, що активно впроваджують цифрові рішення, отримують конкурентні переваги та забезпечують собі стабільний розвиток у динамічному ринку індустрії гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Automating processes in hotels. The definitive guide to cost savings. URL: https://leanhotelsystem.com/en/automating-processes-in-hotels/ (дата звернення: 06.03.2025).

УПРАВЛІННЯ РЕПУТАЦІЄЮ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

А. Ф. Нестеренко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Завдяки сучасному використанню технічних засобів комунікації, сприйняття рівня якості обслуговування у готелі гостем формується ще на етапі пошуку інформації. Ключовими чинниками для вибору того чи іншого засобу розміщення споживачем є не тільки асортимент додаткових послуг і вартість, але і важливий вплив має репутація готельного підприємства.

Головною метою управління репутацією готелю є створення позитивного та привабливого образу підприємства в залежності від цільової групи, для якої формується репутація:

– моральний елемент (наскільки загальна репутація підприємства гідна поваги, заслуговує на довіру, має «добре ім'я»);

– елемент якості послуг (оцінка рівня якості надання послуг гостями, що відбулися);

– елемент емоцій та вражень (суб'єктивна оцінка стану комфорту та якості, що отримується від початку першої взаємодії з готелем до виїзду та/або після продажного взаємозв'язку);

– елемент соціальної активності (репутація готелю, що отримується за рахунок участі у різних соціальних, екологічних, спортивних кампаніях та заходах);

– трудовий елемент (репутація персоналу готелю, його компетентності, професіоналізму, ввічливості тощо);

– елемент лояльності до гостей (репутація як готелю, де гість відчуває турботу про себе, отримує персоналізований підхід, вітання на особисті та загальні свята та ін.) [1].

Першим напрямом діяльності з управління репутацією готельного підприємства є метод «польової інформації». До цього методу належить збір первинної інформації у вигляді проведення аудиту репутації безпосередньо на самому підприємстві. Найбільш часто зустрічається вид отримання інформації – анкетування.

Анкета-опитування для гостей дозволяє отримати необхідну первинну інформацію для дослідження, оформляється у вигляді набору послідовних питань, на які опитувані повинні відповісти. Анкета є зручним інструментом для отримання даних, оскільки може бути представлена в різних видах (у друкованому варіанті, представленому в номері або на стійці реєстрації, в електронному варіанті при відправці на електронну пошту та ін.), може включати питання різних тематик, дає швидку відповідь про недоліки і переваги підприємства. Однак, при розробці анкети, необхідно ретельно вивчити її перед тим, як використовувати, і при необхідності усунути недоліки питань, щоб не отримати спотворених відповідей.

Наступний метод, який застосовується при керуванні репутацією готельєрами, є порівнянням. У рамках цього методу готельне підприємство діє згідно з наступними етапами:

– розглядає свій цільовий сегмент, його потреби, види послуг, які їм надаємо;

– порівнює власні можливості та можливості конкурентів для задоволення потреб даного сегменту;

– координує свою діяльність згідно з отриманими даними.

Важливою діяльністю з управління репутацією готелю за сучасних умов є відстеження думок туристів у мережі Інтернет.

Для ефективного управління репутацією необхідний постійний моніторинг відгуків та рейтингів. Робота з відгуками, особливо негативними, носить благодійність, що у конкурсах та інших.

Деякі готельні підприємства підвищують комфорт проживання основного сегменту гостей.

Матриця SWOT-аналізу – є основним методом вивчення результатів управління репутацією готелю. Принцип матриці полягає в оцінці зовнішніх та внутрішніх впливів на нинішнє та майбутнє становище репутації підприємства [2].

Таким чином, впровадження засобів управління репутацією готельного підприємства може стати інструментом підвищення впізнаваності готелю, залучення нових клієнтів, отримання високих показників завантаження номерного фонду, бути індикатором виявлення сторін, які потребують доопрацювання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Однолько В. О. Управління споживчою лояльністю у сфері готельних послуг. Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. 2023. Вип. 1. С. 150–161.
2. Осіпчук А. С., Бовсуновський Д. І. Сучасні підходи до управління готельним підприємством. Економіка та підприємництво в умовах сучасних 37 викликів : матеріали збірника Всеукр. наук.-практ. конф. 01.02.2023 р. Житомир : Поліський національний університет, 2023. С. 392–395.

ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ DIGITAL-ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

А. Р. Новицька, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*

Л. О. Положишникова, *доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі готелі стикаються з високим рівнем конкуренції. В умовах постійно змінюваного ринку та зміни споживчих звичок важливо використовувати новітні digital-технології для підтримки конкурентоспроможності.

Цифрова трансформація – це впровадження сучасних технологій у бізнес-процеси організацій. Такий підхід передбачає не лише встановлення сучасного обладнання чи програмного забезпечення, а й фундаментальні зміни в процедурах управління, корпоративній культурі та зовнішніх відносинах.

Класифікація діяльності компаній на основі використання ними цифрових технологій: традиційний (або аналоговий) бізнес, торгівля в режимі онлайн, віртуальний бізнес.

Digital-технології – це сукупність сучасних інформаційних технологій, які використовують цифрові дані для обробки, зберігання, передачі та аналізу інформації.

Усі процеси в рамках digital-технологій ґрунтуються на використанні цифрових даних. Це може бути як текстова, так і графічна, аудіо, відео інформація, яку перетворюють у цифрову форму для подальшої обробки.

Digital-технології значно підвищують ефективність різних процесів завдяки автоматизації. Це включає застосування різних програмних засобів для оптимізації робочих процесів, автоматичне виконання рутинних задач, а також зниження використання людського фактору [2].

Готелі активно використовують цифрові канали реклами, такі як таргетована реклама у соціальних мережах (Facebook, Instagram), пошукова оптимізація (SEO) та контекстна реклама для залучення нових гостей і покращення видимості на міжнародних ринках. Основними компонентами digital-технології управління бізнесом в сучасних умовах є:

1. Штучний інтелект – автоматично забезпечує задачі управління даними для підвищення продуктивності.
2. Система CRM – використовується для надання послуг для різних варіантів спілкування зі споживачами.
3. Система PIM – як інструмент управління інформацією про товари.
4. Чат-боти – надають цілодобову допомогу, вирішують прості запити та консультують користувачів щодо послуг компанії.
5. Доповнена реальність (AR) – дозволяє створювати віртуальні об’єкти і демонструвати продукти в 3D-режимі [1].

Типи digital-технологій, доступних сьогодні: бізнес технології, IT – інформаційні технології, комунікаційні технології, суперінтелект, blockchain [3].

У роботу підприємств індустрії гостинності їх впровадження починається з використання CRM і чат-ботів як швидких рішень із високою віддачею. Ці інструменти не лише оптимізують бізнес-процеси, але й формують сучасний імідж готелю, відповідаючи вимогам цифрової епохи та конкурентного ринку.

Таким чином сучасні цифрові технології допомагають готелям ставати більш популярними та привабливими для гостей. Для успішного просування важливо використовувати одночасно кілька інструментів, таких як реклама, соціальні мережі, контент-маркетинг і системи бронювання. Також варто враховувати вподобання гостей та аналізувати їхню поведінку, щоб пропонувати найзручніші та найцікавіші послуги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Місевич М., Присяжнюк О., Марчук Д., Марчук О. Особливості управління бізнесом на основі використання діджитал-технологій. Agrosvit. 2024. С. 118–122.
2. Давиденко Г. Цифрова інклюзія та доступність: соціальна діджиталізація : монографія. Вінниця : ТВОРИ, 2023. 240 с.
3. WhatIsDigitalTechnology? 2024. URL: https://www.digital-adoption.com/what-is-digital-technology/#:~:text=Digital%20technology%20means%20electronic%20tools,increasing%20employee%20productivity%20and%20efficiency.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНИХ ЗАХОДІВ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Є. О. Олійник, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРС б-41*

Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобалізації та зростаючої конкуренції у сфері гостинності організація корпоративних заходів стає одним із ключових напрямів розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Компанії все частіше використовують корпоративні події як інструмент формування корпоративної культури, мотивації персоналу та зміцнення ділових відносин. Відтак, попит на якісні та інноваційні послуги в цьому сегменті зростає, що зумовлює необхідність удосконалення процесів їх організації.

Окрім того, пандемія COVID-19 та її наслідки значно змінили підхід до організації корпоративних заходів: зросла роль гібридних форматів, цифрових технологій, персоналізації сервісу та екологічної відповідальності. Ці тенденції вимагають нового підходу до планування та реалізації корпоративних подій у готелях і ресторанах.

Важливість теми підтверджується також економічним значенням корпоративного сегмента для готельно-ресторанного бізнесу. Проведення бізнес-заходів, конференцій, семінарів, тренінгів та інших подій є вагомим джерелом доходу, оскільки забезпечує високу завантаженість закладів, залучає нових клієнтів та сприяє формуванню позитивного іміджу бренду.

Таким чином, дослідження особливостей та тенденцій організації корпоративних заходів у готельно-ресторанному бізнесі є надзвичайно актуальним. Воно дозволить розробити практичні рекомендації для підвищення ефективності цього напряму, що сприятиме зростанню прибутковості підприємств та їх конкурентоспроможності на ринку.

Сучасний ринок корпоративних заходів вимагає нестандартних рішень та новітніх технологій, які забезпечують унікальний досвід для клієнтів. Готелі та ресторани, що спеціалізуються на проведенні корпоративних подій, активно впроваджують інновації для підвищення ефективності, покращення сервісу та створення конкурентних переваг.

При цьому застосовують наступні інноваційні підходи до організації корпоративних заходів (табл. 1).

Таблиця 1 – Новітні технології для проведення корпоративних подій (систематизовано автором за [1])

Інноваційні технології	**Реалізація**
1. Використання цифрових технологій	
Гібридні та віртуальні заходи	Використання онлайн-платформ (Zoom, Microsoft Teams, Hopin) для проведення подій у змішаному форматі (офлайн + онлайн). Упровадження VR/AR для створення інтерактивного досвіду (наприклад, віртуальні тури локацією або 3D-презентації продуктів)

Продовж. табл. 1

Інноваційні технології	**Реалізація**
Інтерактивні мобільні додатки	Використання онлайн-платформ (Zoom, Microsoft Teams, Hopin) для проведення подій у змішаному форматі (офлайн + онлайн). Упровадження VR/AR для створення інтерактивного досвіду (наприклад, віртуальні тури локацією або 3D-презентації продуктів)
RFID-технології та штучний інтелект	RFID-картки та браслети для контролю доступу та персоналізації сервісу. Аналіз даних за допомогою AI для прогнозування уподобань учасників
2. Персоналізація заходів	
Big Data та аналітика	Використання даних про попередні заходи для розробки персоналізованих програм. AI-алгоритми для рекомендацій щодо розміщення, меню та активностей
Гейміфікація та engagement-програми	Упровадження квестів, конкурсів та інтерактивних зон для залучення учасників. AR-ігри для активної взаємодії гостей під час заходів
Індивідуальні підходи до кейтерингу	Меню, адаптоване до харчових уподобань гостей (vegan-friendly, gluten-free). Використання технологій «smart menu» (цифрові меню з описами інгредієнтів, рекомендаціями)

Таким чином для впровадження інновацій в готелях передбачено наступні пропозиції: розробка модульних програм для корпоративних заходів, що передбачає формування пакетних пропозицій з інтерактивними та технологічними елементами; створення цифрової платформи для бронювання корпоративних заходів з можливістю персоналізації програми заходу онлайн; впровадження smart-event технологій, що передбачають використання AI для рекомендацій, аналітики та автоматизації процесів; розширення екологічної відповідальності для запровадження «зелених стандартів» у готельно-ресторанному бізнесі.

Висновок. Запропоновані підходи дозволять покращити якість сервісу, зробити корпоративні заходи більш ефективними, інтерактивними та екологічно відповідальними.

Список використаних інформаційних джерел

1. Walker, J. R. (2019). Introduction to Hospitality Management (6th Edition). Pearson.

ТЕХНОЛОГІЧНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА БЮДЖЕТНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ В УКРАЇНІ

Н. В. Переверзєв, *спеціальність Готельно-ресторанна справа група ГРС$_б$2-42 (з/в)*
О. В. Володько, *канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний стан готельного бізнесу в Україні характеризується значними викликами, спричиненими військовою агресією. Руйнування існуючих об'єктів розміщення, зниження попиту на готельні послуги, ускладнення логістичних ланцюгів та відтік кваліфікованих кадрів – це лише деякі з проблем, з якими зіткнулася галузь [1].

Водночас, в умовах кризи виникають нові можливості для її розвитку. Зростає попит на бюджетні засоби розміщення, орієнтовані на внутрішньо переміщених осіб, будівельників, волонтерів, представників міжнародних організацій та інших категорій громадян, які потребують тимчасового житла.

Окрім того, інвестиції в бюджетні засоби розміщення можуть стати привабливими для підприємців, оскільки вони вимагають менших початкових витрат порівняно з готелями преміум-класу. Тому, застосування новітніх технологічних та інноваційних рішень у їх будівництві можна вважати доцільним та перспективним.

До найбільш перспективних технологічних рішень будівництва бюджетних засобів розміщення можна віднести [2, 3]**:**

− використання модульних та каркасно-панельних технологій, що забезпечать швидкість зведення та зниження витрат;

− застосування екологічних та енергоефективних матеріалів (CLT-панелі, газобетон, сендвіч-панелі), які дозволять зменшити експлуатаційні витрати та негативний вплив на довкілля;

− використання принципів адаптивної архітектури для забезпечення універсальності планувальних рішень;

− інтеграція розумних технологій для оптимізації споживання ресурсів та зменшення експлуатаційних витрат;

− максимізація використання місцевих будівельних матеріалів та відновлюваних джерел енергії.

Особливої уваги заслуговують інноваційні рішення **для оптимізації витрат при будівництві цих закладів, такі як:** використання технологій 3D-друку для зведення конструктивних елементів будівлі; «зеленої» енергії (сонячні панелі, теплові насоси, рекуперація тепла) [4]; ефективні теплоізоляційні рішення для зниження витрат на опалення та кондиціонування (**система «мокрий фасад» (ETICS), вентильовані фасади,** енергозберігаючі вікна та двері, розумні системи управління енергоспоживанням та інше).

Поряд з цим, існують і певні проблеми, які слід враховувати при впровадженні інновацій. а саме:

− в Україні ще не повністю сформована нормативно-правова база, яка регулює застосування деяких інноваційних технологій у будівництві;

− упровадження нових технологій часто вимагає значних початкових інвестицій у обладнання, навчання персоналу та дослідження;

− використання нових технологій завжди пов’язане з певними ризиками, такими як можливі технічні проблеми або непередбачені витрати.

Отже, будівництво бюджетних засобів розміщення має великі перспективи для повоєнного готельного бізнесу України. Успішне впровадження інновацій у будівництво потребує підтримки з боку держави, сприятливого нормативно-правового середовища, навчання кадрів та розвитку державно-приватного партнерства. За умови комплексного підходу, інноваційні технології можуть стати потужним інструментом для відновлення та розвитку цієї галузі, сприяючи створенню сучасних, доступних та комфортних засобів розміщення для різних категорій населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Зайчикова М. В., Володько О. В. Перспективи бюджетних засобів розміщення на ринку послуг в Україні. *Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті :* тези доп. XLVII Міжнар. наук. студ. конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 555–556.

2. Губарєв В. О., Ковальчук В. О. Сучасні технології будівництва малобюджетних готелів. Київ : Видавничий дім «Академія», 2021. 256 с.
3. Смирнов П. Г. Енергоефективні та модульні конструкції в готельному бізнесі. Харків : ТОВ «Наукова думка», 2020. 198 с.
4. Фрідлянд М. М. Зелені технології у сучасному будівництві. Аналіз відновлюваних матеріалів та ефективності енергоефективних систем. Наукові нотатки, 2024. № 77. С. 104–112.

КОНЦЕПЦІЯ WELLNESS ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ

Ю. В. Перекрестова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Впровадження Wellness у готельний бізнес сприяє як виникненню кардинально нового продукту, який здебільшого не характерний для цієї сфери, так і розширенню асортименту послуг, їх покращенню та зміні стилю роботи.

На сьогодні wellness набирає обертів в Україні. Окрім спортивних клубів, салонів краси, SPA-салонів і фітнес-залів, з'являються wellness-студії і wellness-центри. Готелі також враховують цю тенденцію, пропонуючи не лише розширені послуги та розваги, але й послуги загальнооздоровчого комплексу. Йдеться про поєднання готельного бізнесу та індустрії краси й здоров'я, результатом якого стають wellness-готелі та готелі з wellness-центрами [1].

Оздоровчі послуги набувають дедалі більшого значення в структурі готельного сервісу, сприяючи підвищенню рівня задоволеності гостей. В умовах сучасного суспільства, коли турбота про здоров'я та благополуччя стає пріоритетною, впровадження оздоровчих програм у діяльність готелів виступає важливим чинником залучення клієнтів. Сучасні споживачі очікують не лише комфортного проживання, а й можливості відпочити, розслабитися та покращити фізичний і психоемоційний стан. До найпоширеніших оздоровчих послуг належать спа-процедури, масажі, фітнес-програми та заняття йогою, які сприяють зміцненню здоров'я та відновленню внутрішньої гармонії.

Запровадження різноманітних оздоровчих програм дозволяє готелям покращувати свій імідж і позиціонувати себе як центри здоров'я та релаксації. Використання індивідуалізованих підходів, застосування натуральних компонентів у процедурах, а також унікальні пропозиції допомагають створювати конкурентні переваги, привертаючи увагу потенційних клієнтів і відкриваючи нові можливості для маркетингової діяльності.

Для ефективного розвитку цього напряму необхідно здійснити детальний аналіз поточного стану надання оздоровчих послуг. Дослідження повинно включати оцінку їхньої якості, різноманітності та рівня затребуваності серед гостей. Визначення найпопулярніших послуг, а також виявлення тих, що потребують удосконалення чи заміни, є необхідним кроком для оптимізації пропозицій готелю.

Інфраструктурне забезпечення, зокрема наявність сучасних спа-комплексів, тренажерних залів, саун та інших спеціалізованих приміщень, відіграє вирішальну роль у формуванні позитивного враження про готель. Важливим аспектом є залучення висококваліфікованих спеціалістів, зокрема професійних масажистів, інструкторів з йоги та тренерів, що гарантує високий рівень обслуговування. Використання інноваційних технологій та автоматизованих систем управління допомагає підвищити ефективність надання послуг, покращити їхню якість і забезпечити максимальний комфорт для гостей.

Актуальним напрямом у сфері оздоровчих послуг є впровадження персоналізованих wellness-програм, розроблених з урахуванням індивідуальних потреб споживачів. Це можуть бути спеціалізовані дієтичні плани, програми фізичної активності, рекомендації щодо використання натуральних косметичних засобів тощо. Впровадження технологій для відстеження стану здоров'я, зокрема смарт-браслетів та мобільних застосунків, сприяє підвищенню ефективності програм і покращенню взаємодії з гостями [2].

Підвищення кваліфікації персоналу є одним із ключових аспектів удосконалення оздоровчих послуг. Регулярні тренінги, участь у міжнародних семінарах і підвищення рівня професійної підготовки спеціалістів дозволяють підтримувати конкурентоспроможність готелів і забезпечувати високий рівень обслуговування.

Важливим етапом є оцінка ефективності впроваджених змін. Аналіз рівня задоволеності гостей, фінансових показників, відгуків клієнтів та рівня завантаженості оздоровчих зон дозволяє визначити сильні та слабкі сторони програм і адаптувати їх відповідно до актуальних потреб ринку.

Таким чином, постійний моніторинг ринку, адаптація пропозицій до актуальних потреб гостей, аналіз відгуків та ефективне використання маркетингових інструментів забезпечують високий рівень конкурентоспроможності готельних комплексів, що спеціалізуються на оздоровчому відпочинку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Павліченко Є. Г., Кущ Л. І. Wellness-інновації для підвищення конкурентоспроможності готелів. Розвиток готельного і ресторанного бізнесу: виклики часу : тези доп. наук. конф. здобувачів вищої освіти спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа (м. Полтава, 18 квітня 2024 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 114–117.
2. Wellness Tourism Market Size & Trends Analysis Report, 2023–2030. Market Research Reports & Consulting / Grand View Research, Inc. URL: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellnesstourism-market (дата звернення: 26.02.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ«КОРОЛІВСЬКА БОЧКА» У МІСТІ ЖИТОМИРІ

М. О. Перепелиця, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*

Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Історія розвитку готельної справи нерозривно пов’язана з подорожами. Подорожуючи з різною метою та намірами (відвідування святих місць і храмів, олімпійських ігор тощо) люди мали потребу в притулку, харчуванні та відпочинку. Тож недивно, що у 2001 році до списку історичних населених місць, що був затверджений Кабінетом Міністрів України, на виконання статті 32 Закону України «Про охорону культурної спадщини» [1], увійшло і одне й з найдавніших міст Київської Русі – Житомир, що за легендою засновано у 884 році, а першу літописну

згадку про місто зроблено до 1240 року [2]. На появу в місті та становлення закладів гостинності вплинули особливості історичних трансформацій Житомира, його статус губернського міста та регіональні особливості

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес стає дедалі важливішим сектором економіки, оскільки він сприяє розвитку туризму, створенню нових робочих місць та підвищенню рівня обслуговування. В Україні, яка має великий потенціал у цій сфері, актуальність теми підвищення ефективності готельно-ресторанних підприємств зростає, зокрема через вплив глобалізації, зміну споживчих уподобань та розвиток технологій. Сьогодні підприємства стикаються з численними викликами: від конкуренції на міжнародному ринку до економічних труднощів на внутрішньому. У цих умовах важливо адаптувати стратегії управління, впроваджувати інноваційні підходи та підвищувати якість обслуговування. Нинішня повномасштабна війна з російською федерацією також негативно відображаються на ефективності туристичного бізнесу загалом та готельно-ресторанного зокрема. В теперішніх нестійких умовах господарювання підприємств готельно-ресторанного комплексу необхідно постійно досліджувати ринок туристичних послуг і відповідно до умов зовнішнього середовища адаптувати систему управління розвитком компанії.

Ефективність діяльності підприємства визначає співвідношення між отриманими результатами і витраченими ресурсами. Вона є інтегрованим показником, що відображає, наскільки успішно підприємство використовує свої можливості для досягнення економічних, соціальних і екологічних цілей. На ефективність впливають різноманітні чинники, зокрема внутрішні, такі як організація виробництва та управління, а також зовнішні, як ринкові умови та державна політика. Для досягнення високої ефективності підприємствам необхідно регулярно аналізувати ці фактори і адаптувати свої стратегії. Ефективність роботи готельно-ресторанних підприємств полягає в їхній здатності швидко реагувати на зміни в технологіях і потребах споживачів.

Сучасні виклики та зростаюча конкуренція, спонукають використовувати новітні технології, такі як безконтактні платежі, чат-боти, сторінки та реклама в соціальних мережах тощо. Успіх готельно-ресторанного бізнесу та підвищення його ефективності залежить від оптимізації процесів, зменшенні витрат і

підвищення якості обслуговування, що є критично важливим для стабільності та рентабельності бізнесу. Існуючі методи оцінки ефективності сервісної діяльності в готельно-ресторанному бізнесі зазвичай зосереджені на окремих показниках. Важливість інтегрованого підходу до вимірювання ефективності стає очевидною, оскільки він може охопити всі аспекти продуктивності. Саме тому сучасні португальські методологи у сфері вимірювання ефективності сервісних послуг в індустрії гостинності Карлос Гомес і Махмуд Ясін вважають доцільним ввести для такої оцінки показник ефективності роботи послуг (SOE). Запропонований показник SOE складається з трьох індикаторів, якими є доступність послуги(A), якість обслуговування (Q) та ефективність обслуговування (E) та сприяє більш комплексному аналізу та покращенню сервісу.

Тож для того, щоб запропонувати шляхи підвищення ефективності діяльності готельно-ресторанного комплексу «Королівська бочка» маємо дослідити вище зазначені індикатори.

Після аналізу літературних джерел можна зробити висновок, що якість обслуговування є ключовим фактором комерційного успіху і, отже, потребує особливої уваги.

Якість – комплексне поняття, що характеризує ефективність усіх сторін діяльності: розробка стратегії, організація виробництва, маркетинг та ін. Найважливішою складовою всієї системи якості є якість послуг і обслуговування [3].

Якісне обслуговування в ресторані та готелі – це умова його успішності. Асортимент, смакові якості страв, ціни, дизайн, імідж, місце розміщення важливі, але вони ніколи не компенсують в очах споживача неуважного й недбалого ставленням з боку персоналу. Ресторан, що зумів надати споживачам відмінний сервіс, одержує найсильнішу конкурентну перевагу [4].

Суть показників якості обслуговування в різних типах закладів ресторанного господарства полягає в тому, що зростаючий матеріальний добробут та культурний рівень в призводять до збільшення вимог до якості продукції та послуг. Особливо це стосується якості обслуговування. Останнім часом все більшою популярністю користуються нестандартні та екзотичні заклади ресторанного господарства, де оригінальний дизайн торгового залу, посуд, меню та одяг офіціантів відповідають типу та назві підприємства, а також музична програма гармонійно доповнює загальний враження.

Експерти визначають п’ять показників якості обслуговування.

1. Внутрішня якість, яка не помітна споживачу, відображається в організації виробництва, обслуговуванні технологічного обладнання, роботі роздавальні та буфету.

2. Матеріальна якість, яка помітна споживачу, проявляється у дизайні приміщень, меблях, якості посуду, скла, білизни та оздобленні страв.

3. Нематеріальна якість, яка помітна споживачу, включає музичний супровід, достовірність реклами, комфорт та естетичне задоволення.

4. Час обслуговування, який помітний споживачу, включає час очікування, оперативність та швидкість обслуговування.

5. Психологічна якість обслуговування, яка помітна споживачу, проявляється у гостинності, ввічливості, доброзичливості та чуйності обслуговуючого персоналу.

Культура та якість обслуговування мають прямий вплив на результати господарської діяльності підприємств масового харчування та готелів. Зі зростанням культури обслуговування збільшується кількість відвідувачів, товарообіг, рентабельність підприємств та знижуються витрати

За відгуками, що залишали, гості готельно-ресторанного комплексу в Google має оцінку 3,9 з 5 можливих,тобто є куди розвиватися та що покращувати.

Комплекс має свій аквапарк, що є родзинкою та перевагою перед конкурентами. Треба дослідити сильні та слабкі сторони, але вже зараз можна сказати, що для підсилення позицій на ринку необхідно розширити унікальні пропозиції та активізувати маркетинг.

Інноваційні технології в готельно-ресторанному бізнесі дозволяють оптимізувати діяльність, покращити якість обслуговування клієнтів і знизити витрати. Автоматизація процесів управління, впровадження систем штучного інтелекту зможуть забезпечити ефективне управління запасами, персоналізацію обслуговування та енергоефективність. Цифровий маркетинг допомагає залучати нових клієнтів та підвищувати лояльність існуючих. Тобто, інновації стають основою для довгострокового розвитку та конкурентоспроможності готельно-ресторанних підприємств.

Маркетингова діяльність готельно-ресторанного комплексу є важливим інструментом для підвищення ефективності його роботи. Вона дозволяє детально аналізувати потреби клієнтів, оптимізувати стратегії просування і підвищувати лояльність гостей. Використання таких інструментів, як SEO, соціальні мережі, email-маркетинг та програми лояльності, допомагає зміцнити репутацію бренду та залучити нових клієнтів. Спільні акції з місцевими підприємствами та туристичними агентствами також сприяють стабільному потоку відвідувачів. Постійний аналіз і адаптація маркетингових заходів дозволяють ефективно розподіляти ресурси та досягати високих результатів.

Для підвищення ефективності роботи готель-ресторанного комплексу потрібно враховувати систему показників, поліпшення яких дозволить збільшити попит на послуги та створить позитивний імідж закладу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про охорону культурної спадщини [Електронний ресурс] : Закон України від 8 червня 2000 р. № 1805-III. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T001805.html.
2. Про затвердження Списку історичних населених місць України [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. № 878. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/KP010878.html.
3. Організація ресторанної справи : навч. посіб. / В. П. Самодай, А. І. Кравченко. Суми : СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2015. 424 с.
4. Дунська А. Р., Жалдак Г. П. Соціальний капітал як ресурс інноваційного розвитку підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки, 2014. № 3.

ШЛЯХИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛІВ ІЗ ЗАСТОСУВАННЯМ DIGITAL–ТЕХНОЛОГІЙ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

О. М. Повстяний, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Технологічний рівень оснащення індустрії гостинності не залишається на місці. В останні роки цифрові технології є необ-

хідним елементом та головними інноваціями сучасного бізнесу. Штучний інтелект, підвищений рівень комунікації, здатність ефективно та безпечно зберігати данні клієнтів, «блокчейн технологія» – це ті чинники, що дозволяють готелям покращити рівень обслуговування [1]. Саме ця ніша зараз просувається по всьому світу та не залишає без уваги український ринок, адже більшість людей користується саме цими інструментами для уточнення інформації та вирішення якогось питання.

На сьогоднішній день актуальне питанням готельно-ресторанного бізнесу стає [2] впровадження digital-технологій для покращення сервісу готелю, оптимізації роботи персоналу, підвищення ефективності управління та адаптації в нових реаліях, повернення рівня показників довоєнних часів, але й набагато більших.

Впровадження digital – технологій станом на зараз, надасть потрібну інформацію щодо рейтингу та актуальності готельного господарства, подальше покращення його, створить синергетичний ефект, який підвищить конкурентоспроможність готелю. Це зокрема:

− встановлення штучного інтелекту в систему для пришвидшення процесів та її автоматизації. Це надасть змогу оптимізувати процес для працівників та пришвидшити індивідуальні процеси. Змога аналізувати дані про перебування гостей, ефективно надаватиме інформацію про вподобання та звички для надання необхідної інформації персоналу щоб здійснити персоналізоване обслуговування клієнта. Це дозволить зберегти кращий сервіс і задоволеність гостей та подальші рекомендації та збільшення прибутку та конкурентність на ринку;

− зростання дохідності готельного господарства внаслідок провадження цифрових технологій. Це надасть змогу контролювати експлуатаційні витрати в наслідок внесення та оптимізації в бізнес-процес;

− впровадження блокчейну – це надасть змогу вирішити та виявити імовірні проблеми в безпеці системи готелю. Крім того це дозволить зберігати данні про сплати, бронювання та ідентифікувати гостей безпечно, що дозволить уникнути шахрайства та підвищить продуктивність роботи та замінить ризик помилок;

− створення додатку або сайт це – є одним із головних способів внести digital-технологію для покращення [3]. Що дасть змогу зручного бронювання та інформаційного перегляду місця, номерного фонду та додаткових послуг який надає готель.

Ураховуючи інформацію що була надана можливо дати висновок, що digital-технології є невід'ємною частиною просування готельного господарства в бізнесі. Це дає змогу бути конкуренто спроможним та дозволить автоматизувати процеси бронювання номерних фондів, забезпечення безпеки інформації та дозволить персоналу бути більш оперативними у вирушенні проблем гостя. Впровадження таких технологій надасть нові можливості для покращення обслуговування гостей та бути впевненим в успішному розвитку готельного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Digital-технології як основа розвитку в готельному бізнесі / Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні // Економіка та держава. 2020. № 7. С. 93–98.
2. Миронов Ю. Б. Синергія в індустрії туризму та гостинності // Підприємництво і торгівля. 2023. Вип. 39. С. 112–117. URL: http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4694&i=122.
3. Напрямки впровадження цифрових технологій у готельному бізнесі / Пукач Я. О. Економіка та суспільство. 2024. № 60. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pukach.htm.
4. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності / Олійник Н. Ю. Цифрові послуги як інновації в сфері гостинності // Світові досягнення і сучасні тенденції розвитку туризму та готельно-ресторанного господарства : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 25 листопада 2022 р.). Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. 770 с. С. 668–671. URL: https://tourlib.net/_ukr/olijnyk6.htm.

ВОЛОНТЕРСЬКІ ІНІЦІАТИВИ У ВІТЧИЗНЯНИХ ЗАСОБАХ РОЗМІЩЕННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕАЛІЗАЦІЇ

А. О. Пономаренко, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41 б*
В. М. Столярчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На сьогоднішній день все більше готельних комплексів, хостелів, ресторанів та інших засобів розміщення в Україні впроваджують у свою роботу волонтерські програми. Волонтерство допомагає нужденним та підтримує їх, а також сприяє покра-

щенню репутації закладів. Тому дуже важливо розглянути, позитивні моменти волонтерства, а також труднощі, з якими стикаються різні організації при введені волонтерських ініціатив. В першу чергу, волонтерство – це допомога, яку люди надають без помислу отримання грошей чи якихось винагород. Волонтери працюють щоб покращити життя людям, які цього потребують, роблять все можливе щоб покращити життя суспільства та навколишнього середовища. Наприклад, у закладах розміщення волонтерська діяльність може стати частиною соціальної відповідальності підприємства, що служитиме залученню нових та утриманню постійних гостей [1].

У наш час готелям та хостелам особливо важливо допомагати волонтерам та створювати волонтерські ініціативи, тому заклади розміщення все частіше надають волонтерам безкоштовне житло, а також виділяють житло для міжнародної гуманітарної організації «Лікарі без кордонів», створюють заходи в підтримку збройним силам України (можуть створювати аукціони, ярмарки, тощо для збору коштів на армію). Також волонтерська діяльність закладів розміщення точно сприятиме покращенню іміджу, тому що це покаже наскільки готель соціально відповідальний та привертатиме увагу гостей [2, с. 2].

Але не завжди все виходить ідеально, тому при впровадженні волонтерських ініціатив теж з'являються проблеми. Більшість закладів не мають чітких розумінь щодо співпраці з волонтерами, тому з'являється плутанина в організаційній системі. Це може стосуватись благодійних заходів, де волонтери організовують подію, а готель надає місце проведення та їжу для гостей, але якщо детально не обговорити організаційні питання, то все може піти не за планом і обов'язково з'являться якісь проблеми при проведенні заходу.

Також бувають фінансові обмеження, якщо готель мало прибутковий, він не зможе регулярно проводити волонтерські заходи, а також надавати постійне безоплатне житло для волонтерів. І остання проблема яку треба згадати, це мотиваційні бар'єри, тому що через недостатню мотивацію або взагалі відсутність її, можна побачити втрату інтересу волонтерських організацій, через це важливо надати хоча б символічну винагороду або подяку людям які працюють із закладами розміщення. Без належного заохочення волонтери втомлюються або відчувають, що їхню працю не цінують, тому призупиняють роботу в такій організації.

Як показали результати досліджень, перспективи та шляхи покращення ситуації є [2–3]. Для того щоб волонтерська організація мала бажання співпрацювати з засобами розміщення треба створити прості та чіткі правила роботи, це допоможе уникнути непорозумінню та сприятиме впорядкованій роботі. Не мало важливим є заохочення волонтерів, тобто запровадження нематеріальних стимулів для робітників, це можуть бути як сертифікати, подяки, так і можливість зростання по кар'єрних сходах.

Отже, підсумовуючи можна сказати що, волонтерські ініціативи можуть значною мірою допомогти засобам розміщення у підвищенні якості послуг і зміцненні позитивного іміджу. Незважаючи на труднощі – від організаційних питань до фінансових обмежень – правильна стратегія може зробити волонтерство важливою складовою корпоративної культури. Розробка чітких правил, мотиваційних заходів та партнерство з іншими структурами сприятимуть успішному впровадженню волонтерських програм і підтримці соціальної відповідальності бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Волонтерство. URL: http://www.nbuv.gov.ua/node/5963 (дата звернення: 13.03.2025).
2. Як готель «Прем'єр Палац» та інші представники галузі допомагають державі – великий бізнес та війна. URL: https://denzadnem.com.ua/aktualno/130341 (дата звернення: 13.03.2025).
3. Stolyarchuk V. Conceptual approach to delineation of industries of service sector // *Letendenze e modelli di sviluppodellaricerchescientifici*. 2020. Roma. С. 13–15. DOI: 10.36074/13.03.2020.v1.03. URL: https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/logos/issue/view/13.03.2020/256 (дата звернення: 13.03.2025).

ОСОБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ТУРЕЧЧИНИ

В. О. Постоленко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Дослідження особливостей готельного господарства Туреччини зумовлене швидким розвитком як туристичної, так і

готельної індустрії розвинутих країн світу. Завдяки аналізу особливостей функціонування готельного господарства Туреччини, як однієї із провідних держав у галузі туризму матимемо можливість виокремити головні принципи та критерії функціонування закладів готельного господарства з метою подальшого використання та упровадження досвіду з успішної організації готельного бізнесу.

Готельне господарство є одним з найприбутковіших у Туреччині, а туристичний сектор країни дуже розвинений. Туреччина може похвалитися вигідним географічним розташуванням і м'яким середземноморським кліматом, а її уряд прагне підтримувати всі турецькі міста, селища і села в ідеальній чистоті. Кількість іноземних туристів зростає в геометричній прогресії, а кількість номерів у найпопулярніших курортних зонах по всій країні скорочується.

У Туреччині налічується 50 841 готель і заклад розміщення, а більшість провінцій мають в середньому 100–500 готелів і закладів розміщення. У Стамбулі 6 274 готелі та заклади розміщення, що є найбільшим показником у країні, за ним йдуть Анталія з 6 165 і Мугла з 5 050. Кіліс має найнижчу кількість закладів – 38 [1].

У країні є 932 готелі та заклади розміщення, які визнані та оцінені як 5-зіркові, але лише 10 отримали 5-зірковий рейтинг від клієнтів. Більшість готелів цієї категорії знаходяться в Анталії. 4 476 готелів і закладів розміщення віднесено до 3-зіркових готелів, і вони є найвищими серед зареєстрованих.

Однією з найважливіших особливостей готельного господарства Туреччини є спектр послуг, що пропонуються готелями. Відвідувачі можуть розслабитися та відновити сили за допомогою розкішних спа-процедур. Відвідувачі можуть отримати сучасну медичну допомогу або пройти реабілітацію. Для гостей, які шукають дозвілля, є поля для гольфу світового класу. Завдяки полям для гольфу світового класу гравці можуть насолоджуватися грою в гольф у мальовничій місцевості. Водні види спорту, такі як серфінг, віндсерфінг і підводне плавання, також популярні і приваблюють активних туристів. Розвиток турецького готельного господарства також супроводжується постійним підвищенням якості обслуговування. Готель пропонує найвищий рівень обслуговування, гостиннос-

ті та комфорту для клієнтів. Багатомовний персонал міжнародного готелю створює атмосферу розуміння та зручності для гостей з різних країн світу [2].

Більшість готелів Туреччини працюють за системою «все включено» – повний комплекс послуг і обслуговування надаються на місці, включаючи розваги та харчування.

Готельне господарство Туреччини характеризується такими складовими:

− державна підтримка туризму, в основному в частині засобів розміщення;

− чітка стратегія розвитку туризму, від готельної інфраструктури та маркетингу до диверсифікації видів туристичних послуг;

− позиціонування готельного господарства для споживачів з різними доходами;

− високий рівень організації виробництва і туристичного обслуговування, узгодженість готельного обслуговування переваги досвіду використання «готельних ланцюгів»;

− впровадження франчайзингу в готельну індустрію дозволяє істотно підвищити рівень управління та обслуговування засобів розміщення;

− гнучка та зручна система оплати в готелі;

Отже, природні, технологічні, економічні, соціальні та культурні та політичні фактори є важливими факторами, які визначають рівень розвитку індустрії туризму Туреччини, особливо готельного господарства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Turkey Hospitality Market Size and Share Analysis – Growth Trends and Forecasts (2024–2029). URL: https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/hospitality-industry-in-turkey (дата звернення: 18.03.2025).
2. Веб-сайт Booking.com. URL: https://www.booking.com/country/tr.uk.html?aid=331503;label=tr-eprNSWBx*MUPrsp6e4koKQS502725523338:pl:ta:p112300:p2:ac:ap:neg:fi:tikwd-52414053551:lp9216509:li:dec:dm:ppccp=UmFuZG9tSVYkc2RlIyh9YTQUGSsRwx9_VQ_bgBjtgSg;ws=&gad_source=1&gclid=EAIaIQobChMIwaH85vCijAMVcQCiAx3LeCZxEAAYASAAEgJ7vvD_BwE (дата звернення: 18.03.2025).

РОЛЬ РЕСТОРАНІВ ПРИ ГОТЕЛІ У ЗАЛУЧЕНІ ГАСТРОНОМІЧНИХ ТУРИСТІВ

Л. В. Проскурня, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, ГРС б-41*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Гастрономічний туризм є одним із найперспективніших напрямів розвитку туристичної індустрії в світі. Він не лише сприяє залученню туристів, а й стимулює розвиток місцевої економіки, підтримує національні кулінарні традиції та підвищує конкурентоспроможність туристичних дестинацій. Для України, яка має багату гастрономічну спадщину та потенціал для розвитку цього виду туризму, дослідження ролі ресторанів при готелях у стимулюванні гастрономічного туризму є особливо важливим.

Актуальність теми обумовлена кількома факторами:

✓ **Зростанням популярності гастрономічного туризму у світі та Україні.** Туристи все частіше обирають подорожі, орієнтовані на знайомство з локальною кухнею, що створює додаткові можливості для розвитку готельно-ресторанного бізнесу.

✓ **Роль готельних ресторанів у створенні туристичного досвіду.** Ресторани при готелях не лише забезпечують гостей якісним харчуванням, а й можуть слугувати платформою для популяризації національної кухні, підвищення рівня сервісу та впізнаваності готелю.

✓ **Необхідністю адаптації українського готельно-ресторанного бізнесу до міжнародних стандартів.** Успішні світові практики показують, що ресторани при готелях можуть стати самостійними туристичними магнітами, залучаючи не лише постояльців, а й зовнішніх відвідувачів.

✓ **Економічною доцільністю розвитку гастрономічного туризму.** Впровадження концепції гастрономічних туристичних маршрутів, розвиток локальних гастрономічних фестивалів та включення ресторанів при готелях у ці процеси може сприяти підвищенню доходів підприємств сфери гостинності.

✓ **Незначною кількістю досліджень у цій сфері в Україні.** Хоча гастрономічний туризм набуває популярності, його потен-

ціал у поєднанні з готельною індустрією залишається недостатньо вивченим.

Таким чином, дослідження розвитку гастрономічного туризму та ролі ресторанів при готелях є своєчасним і практично значущим, оскільки сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичної галузі України та створенню якісного гастрономічного продукту.

Ресторани при готелях відіграють важливу роль у залученні гастрономічних туристів, оскільки саме гастрономія часто стає одним із головних мотивів подорожей. Основними аспекти їхнього впливу є: формування унікального досвіду, високий рівень обслуговування та комфорту, співпраця з місцевими шеф-кухарями, проведення гастрономічних заходів, підвищення конкурентоспроможності готелю, маркетингові можливості (рис. 1).

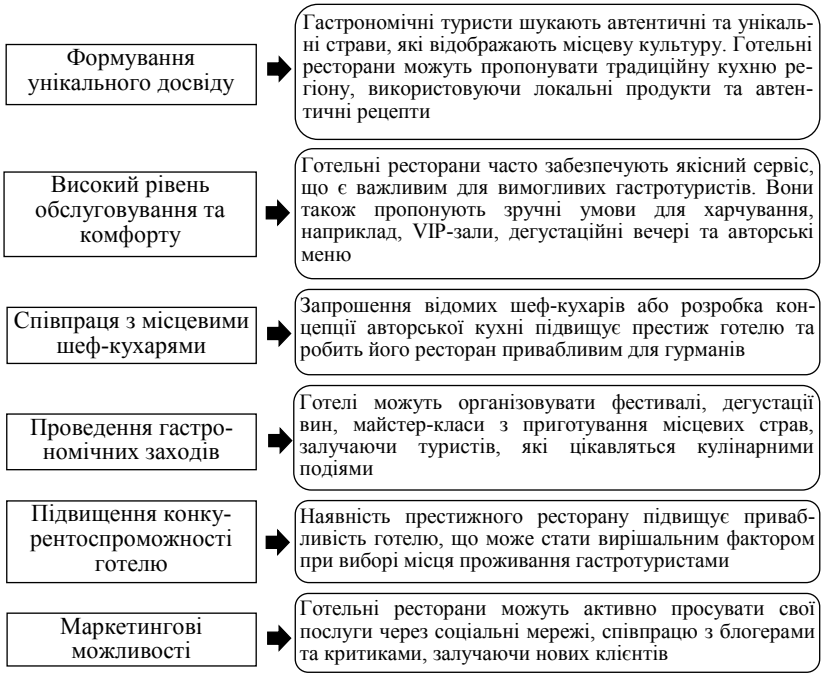


Рисунок 1 – Роль ресторанів при готелі у залучені гастрономічних туристів(сформовано автором за [1]

Висновки. Отже, ресторани при готелях є не лише місцем харчування, а й важливим інструментом залучення гастрономічних туристів, які шукають автентичні смаки, унікальні кулінарні враження та високий рівень обслуговування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Serkan Bertan. Impact of restaurants in the development of gastronomic tourism. URL: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1878450X20301098.

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ. ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

М. А. Ралко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 3-31*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанна індустрія є однією з найбільш конкурентних сфер економіки, що потребує постійного вдосконалення процесів обслуговування, оптимізації ресурсів і підвищення рівня задоволеності споживачів. Сучасні ресторани розвиваються разом з новими та особливостями, полегшуючи обслуговування як для гостей, так і для персоналу. Зручність автоматизації процесів у закладах ресторанного бізнесу очевидна не лише з погляду ефективного управління, а й з думки клієнтів, адже вони дозволяють швидше проводити розрахунки, керувати чергою на обслуговування та контролювати наявність усіх необхідних продуктів для меню.

Інноваційні технології [1] – це цілеспрямований системний набір прийомів, засобів організації навчальної діяльності, що охоплює весь процес навчання – від визначення мети до одержання результатів.

Оскільки в основі інновацій лежать зміни, як базову ознаку класифікації інновацій доцільно використовувати об’єкт змін. Відповідно до цього можна виділити такі види інновацій [2]:

1. **Продуктові інновації** – полягають у розробці та впровадженні нових продуктів (послуг).

2. **Технологічні інновації** – реалізуються шляхом змін у технології виробництва продукції (надання послуги).

3. **Організаційні інновації** – є новими формами здійснення процесу задоволення потреб.

4. **Соціальні інновації** – нововведення, результатом яких є зміна форми залучення різних соціальних груп населення до процесу споживання та (або) виробництва продукту (послуги).

Управління у сфері послуг переважно базується на визнанні та свідомому застосуванні соціальних нововведень. Успіх у бізнесі послуг завжди пов'язаний з необхідністю виявити та мобілізувати людські здібності виконавців та споживачів послуг або шляхом створення нових ролей та нових взаємодій, або шляхом дослідження можливостей та потенціалу споживача, або шляхом винаходу нових методів найму та підтримки знань і навичок персоналу.

Технологічний прогрес суттєво змінює сферу обслуговування, зокрема ресторанний бізнес. Використання цифрових технологій дозволяє підвищити ефективність роботи закладів, скоротити витрати, зменшити черги та покращити клієнтський досвід. У цій роботі буде проаналізовано сучасні інноваційні технології в ресторанах, їхній вплив на індустрію та потенційні напрямки розвитку. Основні інновації в ресторанному бізнесі, які використовують сучасні заклади:

1. **Цифрове меню та QR-коди.** Замість паперових меню заклади ресторанного господарства використовують QR-коди, які відвідувачі можуть сканувати на смартфоні, щоб переглянути меню онлайн.

2. **Смарт-оплата та криптовалюта.** Багато ресторанів впроваджують безконтактні платежі через телефон або навіть приймають криптовалюту.

3. **Автоматизація кухні.** Замість паперових чеків офіціанти передають замовлення на кухню через цифрові екрани, що зменшує ризик помилок і пришвидшує роботу.

4. **Самообслуговування через інтерактивні термінали.** Гості самі роблять замовлення та оплачують його, що зменшує черги й підвищує точність обслуговування.

З огляду на стрімкий технологічний прогрес, в недалекому майбутньому ресторанний бізнес зазнає ще більших змін у цифровій сфері. Передбачається, що штучний інтелект та машинне навчання матимуть ще більший вплив на індивідуалізацію обслуговування. Блокчейн-технології можуть застосовуватися для відстежування якості продуктів та збільшення прозо-

рості постачання. Дрони та самохідні транспортні засоби замінять традиційні способи доставлення їжі.

Ресторанний бізнес постійно еволюціонує завдяки новітнім технологіям, багато з яких наразі проходять випробування чи тільки-но впроваджуються у певних закладах. Розглянемо нововведення, що поки що нечасто зустрічаються у ресторанній сфері, проте мають перспективи для широкого використання:

1. **Кухарі-роботи.** Замість звичних кухарів ресторани можуть залучати автоматизовані гастрономічні комплекси, що поєднують молекулярну кухню та AI-аналіз вподобань відвідувачів. Прикладом такого робота є Moley Robotics [3] – перший у світі робот-кухар, який відтворює рецепти професійних шеф-кухарів.

2. **Капсульні ресторани.** У концепції «капсульних ресторанів» клієнти отримують їжу за допомогою автоматизованих систем без взаємодії з персоналом. Наприклад, у Китаї та Японії випробовують ресторани, де клієнти розташовуються в ізольованих капсулах, а роботи подають їжу через конвеєрні системи. Такі ресторани можуть бути актуальними у пандемічному світі.

3. **Віртуальна реальність.** Завдяки розвитку віртуальної реальності деякі ресторани вже експериментують з віртуальними світами, де клієнти можуть «відвідувати» заклад у VR, замовляти їжу та отримувати її в реальному житті звичною нам доставкою. Відома мережа McDonald’s вже реєструє віртуальні замовлення для роботи в метавсесвіті.

Попри безліч плюсів, новаторські технології в ресторанному бізнесі зустрічаються з певними труднощами, зокрема: значні стартові інвестиції у впровадження автоматизації й роботизації; потреба у навчанні працівників для роботи з новими технологіями; спротив нововведення з боку гостей, які можуть надати перевагу звичному обслуговуванню; загрози кібербезпеки при використанні цифрових платежів та зборі даних клієнтів тощо.

Інноваційні технології відіграють ключову роль у розвитку ресторанного бізнесу, підвищуючи ефективність, покращуючи клієнтський досвід і сприяючи сталому розвитку. Всупереч деяким викликам, цифровізація, автоматизація та штучний інтелект стають незамінними елементами сучасних ресторанів, а їхній вплив лише зростатиме в майбутньому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ребенок В. М. Інноваційні технології: суть, ознаки, особливості. URL: http://erpub.chnpu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/2241/1/%D0%86%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%86%D1%96%D0%B9%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%20%D1%81%D1%83%D1%82%D1%8C%2C%20%D0%BE%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D0%BA%D0%B8%2C%20%D0%BE%D1%81%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96.pdf.
2. Усіна А. І., Давидова О. Ю., Сегеда І. В., Кононенко Т. П. Організація послуг харчування: підручник. URL: https://eprints.kname.edu.ua/36961/1/2012%20%D0%BF%D0%B5%D1%87.%202%D0%9F%20%D0%9F%D1%96%D0%B4%D1%80%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E%D0%9F%D0%A5%201%2B%2B%2B.pdf.
3. Робототехнічна компанія Moley Robotics. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Moley_Robotics.

ФОРМУВАННЯ КЛІЄНТСЬКОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

А. В. Соколова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41 (заочна форма)*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобалізації та жорсткої конкуренції на ринку готельно-ресторанного бізнесу формування клієнтської лояльності є ключовим фактором успішного розвитку підприємства. Лояльні клієнти не лише повторно звертаються до послуг закладу, але й рекомендують його іншим, що сприяє стабільному зростанню прибутковості та зміцненню репутації бренду.

Актуальність дослідження зумовлена зростанням конкуренції на ринку гостинності в Україні та необхідністю підвищення рівня задоволеності клієнтів для забезпечення довгострокового успіху компаній. Особливо це стосується міжнародних готель-

них мереж, де якість обслуговування та індивідуальний підхід до клієнтів є основою конкурентної переваги.

Проблематика формування клієнтської лояльності активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними науковцями. Зокрема, серед українських дослідників варто виділити праці О. О. Білорус (2020), [1] яка акцентує увагу на важливості емоційного зв'язку з клієнтом, Т. В. Романенко (2021), [4] що вивчає механізми підвищення якості сервісу, та В. В. Костенко (2022), [2], який досліджує вплив програм лояльності на поведінку споживачів. У зарубіжній літературі значний внесок зробили Ф. Райхельд та Р. Олівер, які розробили концепцію індексу клієнтської лояльності (NPS).

Лояльність клієнтів є ключовим елементом успішного функціонування підприємств готельно-ресторанного бізнесу. Вона визначається як стійка емоційна та поведінкова прив'язаність клієнтів до бренду, що проявляється у повторному зверненні до послуг, позитивних відгуках та рекомендаціях іншим споживачам [5. с. 180].

Основними чинниками формування лояльності є [4, с. 184] якість обслуговування :професіоналізм персоналу, швидкість обслуговування та уважність до потреб клієнтів.

Персоналізація послуг передбачає індивідуальний підхід до кожного клієнта, надання додаткових послуг на основі попереднього досвіду взаємодії.

Створення позитивного клієнтського досвіду включає естетику простору, комфорт та безпека перебування, інноваційні технології.

Програми лояльності для готелів і ресторанів формується із системи бонусів, знижок та привілеїв для постійних клієнтів, які стимулюють повернення та довгострокову співпрацю.

Ефективна комунікація поєднує підтримку зв'язку з клієнтами через різні канали зв'язку: соціальні мережі, електронну пошту та персональні пропозиції.

Вчені відзначають, що формування клієнтської лояльності в готельно-ресторанному бізнесі є складним процесом, що ґрунтується на створенні емоційного зв'язку між гостем та брендом. Лояльність не виникає миттєво – вона є результатом тривалого досвіду взаємодії, де кожен етап обслуговування, кожна деталь

та емоція відіграють ключову роль. Сучасний готельний бізнес вимагає не лише забезпечення високого рівня комфорту та якості послуг, але й створення атмосфери, яка викликає довіру та бажання повернутися. Важливу роль у цьому процесі відіграє персоналізація сервісу, яка дозволяє враховувати індивідуальні потреби клієнта, пропонуючи не просто послугу, а унікальний досвід, що запам'ятовується надовго [2, с. 210].

Крім того, у формуванні лояльності значну роль відіграють емоції, які клієнт отримує під час перебування в готелі. Саме емоційний аспект стає тим фактором, що перетворює звичайного гостя на постійного клієнта, який не лише повертається, а й рекомендує заклад іншим.

Не менш важливим є створення системи зворотного зв'язку, яка дозволяє аналізувати потреби та очікування клієнтів, оперативно реагувати на зауваження та вдосконалювати сервіс. Такий підхід сприяє побудові довгострокових відносин із клієнтом, заснованих на довірі та взаємоповазі [3, с. 256].

Висновок. Отже, формування клієнтської лояльності вимагає комплексного підходу, що поєднує високоякісне обслуговування, персоналізацію послуг та ефективну систему зворотного зв'язку. Клієнтська лояльність у готельному бізнесі є не просто показником задоволеності, а стратегічним інструментом, який формує репутацію закладу та забезпечує його стабільний розвиток на ринку. Запропоновані заходи сприятимуть підвищенню рівня задоволеності клієнтів та забезпечать конкурентну перевагу на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білорус О. О. Управління клієнтською лояльністю у сфері послуг. Київ : Наукова думка, 2020. 256 с.
2. Костенко В. В. Програми лояльності як інструмент залучення клієнтів у готельно-ресторанному бізнесі. Львів : ЛНУ, 2022. 210 с.
3. Лозовська Г. В. Інноваційні стратегії управління якістю послуг у готельно-ресторанному бізнесі. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 256 с.
4. Романенко Т. В. Маркетингові стратегії підвищення лояльності споживачів. Харків : Вид-во ХНУ, 2021. 184 с.
5. Семенченко Н. В. Поведінка споживача: теоретико-методологічні аспекти. Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2019. 180 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ АНІМАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИХ КОМПЛЕКСІВ ПОЛТАВЩИНИ

А. В. Торопенко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-41*
Л. О. Положишникова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасна індустрія гостинності передбачає не лише якісне обслуговування, а й створення унікального туристичного досвіду, який сприяє підвищенню лояльності гостей та їх бажанню повернутися до закладу. Одним із ключових елементів цього досвіду є анімаційна діяльність, що дозволяє урізноманітнити дозвілля гостей та зробити перебування в готельно-ресторанному комплексі більш емоційно насиченим. У регіонах з розвиненою туристичною інфраструктурою якісно організовані анімаційні програми стають важливим інструментом підвищення конкурентоспроможності готелів і ресторанів.

Анімаційна діяльність також відіграє важливу роль у формуванні позитивного іміджу готельно-ресторанних комплексів, адже якісно організовані розважальні заходи сприяють збільшенню рівня задоволеності гостей. Умови сучасного ринку вимагають від закладів гостинності постійного вдосконалення своїх послуг, розширення спектра анімаційних активностей та адаптації до потреб різних категорій відвідувачів. Успішна реалізація таких ініціатив потребує комплексного підходу, що включає підготовку кваліфікованих кадрів, розробку креативних сценаріїв, застосування новітніх технологій і стратегічне партнерство з іншими учасниками туристичної сфери.

Розширення спектру анімаційних програм відбувається за рахунок впровадження інтерактивних квестів, які є ефективним способом залучення гостей до активної взаємодії з культурною спадщиною регіону, дозволяючи їм не лише отримати нові знання, а й пережити яскраві емоції. Використання місцевих легенд та історичних подій Полтавщини як основи для створення таких заходів сприяє популяризації регіональної історії, підвищенню туристичної привабливості готельно-ресторанних комплексів і формуванню їх унікального бренду. Полтавщина є багатою на історичні події, що можуть стати основою для

інтерактивних сценаріїв. Популярністю можуть користуватися й містичні квести, засновані на місцевих переказах про надприродні явища. Наприклад, інтерактивна гра «Таємниця Гоголівської ночі» може відтворювати містичний світ творів Миколи Гоголя, дозволяючи гостям взаємодіяти з персонажами «Вія» або «Вечорів на хуторі біля Диканьки». Такі заходи не лише розважають, а й знайомлять туристів із національною літературною спадщиною.

Для успішної реалізації інтерактивних квестів необхідно продумати деталізовані сценарії, які б містили завдання різного рівня складності, щоб бути цікавими для широкої аудиторії – від дітей до дорослих. Важливо інтегрувати до сценарію елементи командної роботи, що сприятимуть налагодженню комунікації між учасниками та створенню атмосферного дозвілля.

Організація квестів може бути як частиною загального пакету послуг готельно-ресторанного комплексу, так і додатковою опцією для організації святкових подій, корпоративних заходів чи дитячих програм. Тематичні квести можуть включати елементи інтерактивного театру, коли аніматори або актори виконують ролі історичних персонажів та взаємодіють із гостями у форматі живої гри.

Також слід врахувати можливість адаптації квестів під різні пори року. Влітку можна проводити їх у відкритих локаціях, з використанням природних об’єктів як частини сценарію, а взимку організовувати камерні квести в приміщеннях із застосуванням візуальних і аудіоефектів для створення відповідної атмосфери.

Співпраця з місцевими істориками, етнографами та культурними установами може забезпечити достовірність і глибину сценаріїв, що стане додатковим фактором привабливості для туристів, які прагнуть не лише розваг, а й пізнавального досвіду. Готельно-ресторанні комплекси можуть використовувати квести як маркетинговий інструмент, залучаючи аудиторію через соціальні мережі, де учасники публікуватимуть свої фото та відео з проходженням завдань, створюючи органічну рекламу заходу.

Додаткову привабливість інтерактивним квестам можуть надати сучасні технології:

1) інтерактивні екскурсії з використанням AR та VR. Відвідувачі можуть використовувати мобільні додатки з AR для отримання додаткової інформації про історію готелю, ресторану

або місцевості. Завдяки технологіям віртуальної реальності можна створити 3D-тури по закладу, що буде корисним для потенційних клієнтів перед бронюванням. Тематичні екскурсії, що відтворюють історичні події регіону у VR-форматі, дозволять зануритися в атмосферу минулих століть [2];

2) тематичні шоу-програми з AR-ефектами. У ресторанах можна створювати інтерактивні шоу, де на столах з'являються віртуальні елементи: 3D-анімації, історичні реконструкції чи гастрономічні експерименти. AR-технології дозволяють створювати унікальні проекції на стінах або спеціальних панелях, які розповідають історію страв або культурні традиції певного регіону. Віртуальні гастрономічні подорожі можуть стати частиною тематичних вечорів, коли гості завдяки VR-пристроям опиняються в атмосфері середньовічного бенкету або сучасного ресторану майбутнього;

3) гейміфікація та інтерактивні квести для гостей;

4) використання VR- і AR-меню в ресторанах. Віртуальні меню дозволяють гостям переглядати 3D-моделі страв перед замовленням, що покращує їхнє сприйняття та спрощує вибір. Завдяки доповненій реальності можна інтегрувати інтерактивні рецепти або історії про створення конкретних страв. AR-елементи в меню дозволяють гостям взаємодіяти з ресторанним контентом у новий спосіб, наприклад, отримувати рекомендації щодо поєднання страв та напоїв.

Таким чином, інтерактивні квести, засновані на історичних подіях та місцевих легендах Полтавщини, є перспективним напрямом удосконалення анімаційної діяльності в готельно-ресторанних комплексах. Вони не лише сприяють збільшенню залученості туристів, а й підвищують рівень конкурентоспроможності закладів, створюючи унікальні враження, які мотивують гостей до повторного візиту.

Проведення VR-екскурсії та тематичні шоу-програми: використання VR дозволяє створити повністю занурюючий досвід для гостей. Наприклад, готельні комплекси можуть пропонувати віртуальні подорожі визначними місцями регіону, що особливо актуально для іноземних туристів. Віртуальні історичні реконструкції можуть стати основою для тематичних вечорів у ресторанах. Гості можуть одягати VR-гарнітури та опинятися, наприклад, у полтавському ярмарку XVIII століття або на урочистій вечері часів козацтва.

Таким чином, удосконалення анімаційної діяльності в готельно-ресторанних комплексах Полтавщини є важливим напрямом підвищення якості сервісу, розвитку туризму та створення нових можливостей для залучення гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бондар, Н., Боцян, Т., & Шаран, Л. (2022). Імерсивні технології в готельному бізнесі: аналіз світового досвіду. Економіка та суспільство, (45). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-43/.

УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ЕКСПЛУАТАЦІЇ НОМЕРНОГО ФОНДУ ГОТЕЛЮ

В. Г. Філоненко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41 б*
В. М. Столярчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кризи сучасного світу впливають на діяльність кожного підприємства та визначається важливістю розвитку готельного бізнесу в нашій країні [1]. Адже від надання високого рівня якості послуг залежить задоволеність потенційних відвідувачів готелю. Саме тому, необхідно оперативно реагуючи на потреби гостей та підтримувати належний стан приміщень [1–2]. Це є завданням служби експлуатації номерного фонду, а згадані чинники мають безпосередній вплив на репутацію готелю та його відвідуваність. Метою дослідження є визначення можливостей удосконалення роботи служби експлуатації номерного фонду готелю.

Служба експлуатації номерного фонду охоплює різноманітні аспекти роботи: слідкує за чистотою, відповідає за технічне забезпечення номерного фонду, контролює справність всього обладнання та швидко усуває проблеми, які виникають у підприємстві. І саме від якісного здійснення цих функцій залежить створення комфортних умов для відпочинку гостей. Швидке усунення недоліків забезпечує задоволеність відвідувачів сервісом і зміцнює їхню довіру [3].

Але попри це, в службі експлуатації номерного фонду виникають різноманітні труднощі, котрі впливають на обслуговування і через це знижується якість наданих послуг. До негатив-

них факторів можна віднести: відсутність належного стимулювання персоналу чи їхній недостатній рівень кваліфікації, відставання у виконанні завдань або відсутність необхідних технічних засобів для продуктивної роботи, а також проблемна система обміну інформацією всередині підприємства. Зокрема, через несвоєчасне прибирання чи затримку в усуненні технічних проблем, можуть з'явитися незадоволені відгуки на сайті закладу, які негативно вплинуть на престиж готелю. Тому слід, швидко реагувати і своєчасно усувати недоліки.

Для удосконалення роботи служби, необхідно впроваджувати інновації. Одним із перспективних напрямків для поліпшення управління клієнтськими даними є застосування електронних платформ для накопичення та збереження даних про гостей. Іншим важливим аспектом є використання автоматизації процесу обслуговування, котрий дозволить швидко та ефективно взаємодіяти з гостями та значно знизить час для обробки запитів, тим самим забезпечить безперебійне виконання послуг. До інших важливих складових відносяться: дотримання чітких стандартів, а також контроль за якістю їх виконання, проводження регулярних тренінгів для удосконалення навичок працівників. Та ще одним важливим аспектом є покрашення внутрішньої взаємодії між відділами, адже це забезпечить можливість для персоналу швидко реагувати на запити гостей.

Таким чином, удосконалення роботи служби експлуатації номерного фонду, гарантує комфортне перебування з високим рівнем сервісу, забезпечуючи отримання позитивних відгуків і цим підвищує конкурентноспроможність підприємства та зміцнює довіру гостей. Водночас виникають і труднощі, котрі необхідно вчасно виявити та вирішити для забезпечення стабільного функціонування готелю. Тому необхідно, впроваджувати заходи щодо покрашення роботи. Це забезпечить стійкий розвиток та процвітання підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Rohoza, M., Stolyarchuk, V. and Ishchenko, V. (2024), Change in consumption pattern and accommodation activity types: the evidence of seizing recovery opportunities and mitigating risk from European countries in crisis time. *Int. J. Services, Economics and Management*, 2023. P. 1–30. https://doi.org/10.1504/IJSEM.2023.10057605.

2. Rohoza, M. and Stolyarchuk, V. (2022), Development Opportunities for the Accommodation Industry: Evidence from European Countries. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*. 2022. 12(1). P. 12–30. DOI: https://doi.org/10.2478/ejthr-2022-0001.
3. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги. URL: https://uhra.com.ua/wp-content/uploada/2021/02/%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3-4268/pdf (дата звернення:15.03.2025 р.).

ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ ХАРКІВСЬКОГО РЕГІОНУ

І. І. Чепурко, *спеціальність Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$2-42 (з/в)*
О. В. Володько, *канд. техн. наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Харківський регіон є важливим центром України як у сфері промисловості, так і в галузі готельно-ресторанного бізнесу. Військові дії завдали значної шкоди його інфраструктурі. Повоєнне відновлення зокрема готельного сектору потребуватиме багатогранного підходу.

Одним із вагомих факторів відновлення стане державна підтримка, яка може включати: програми пільгового кредитування для власників готелів; податкові канікули для нових та відновлених закладів; державні гранти на реконструкцію готелів, що постраждали від бойових дій; залучення міжнародних інвесторів через створення сприятливих умов для розвитку бізнесу [1].

Окрім того, до перспективних заходів можна віднести і співпрацю галузі з міжнародними фінансовими організаціями, такими як Світовий банк або Європейський банк реконструкції та розвитку, які можуть сприяти фінансуванню проєктів.

Для ефективного відновлення готельно-ресторанного господарства Харківщини затребуваними стануть і інноваційні технології у діяльності закладів. Зокрема, використання енергоефективних рішень, таких як сонячні панелі та системи рекуперації тепла; автоматизація процесів бронювання, реєстрації та обслуговування клієнтів; створення цифрових платформ для управління готелями та аналізу попиту; використання безконтактних сервісів для забезпечення безпеки та комфорту гостей та інші.

Зважаючи на складнощі з міжнародним туризмом у воєнний та післявоєнний період, необхідно активно розвивати внутрішній туризм у регіоні. Вказаний напрямок можна реалізувати за рахунок популяризації історичних та культурних місць Харківщини, організації туристичних маршрутів та екскурсій, співпраці з місцевими підприємствами для створення унікальних туристичних продуктів, розвиток медичного та wellness-туризму, зокрема реабілітаційних центрів при готелях [2].

Також, чільне місце для повоєнного розвитку готельного бізнесу буде займати питання відновлення кадрового потенціалу. Адже, сфера гостинності потребуватиме кваліфікованих кадрів, а тому, доцільними стануть програми професійної перепідготовки та підвищення кваліфікації; створення гідних умов праці та мотиваційних програм для працівників готельного бізнесу; залучення молоді через дуальну освіту та співпрацю з навчальними закладами; запровадження державних та приватних програм підтримки працевлаштування [3].

До заходів, що сприятимуть швидшому відновленню галузі можна віднести і д**иверсифікацію бізнес-моделей, а саме розширення таких послуг, як:**

1) трансформація готелів у багатофункціональні комплекси (офіси, конференц-зали, коворкінги);

2) впровадження короткострокових орендних послуг;

3) організація соціальних ініціатив, таких як надання тимчасового житла для переселенців та благодійні програми;

4) розвиток різних типів готелів, орієнтованих на різні категорії клієнтів (бюджетні готелі, бізнес-готелі, сімейні готелі тощо).

Саме взаємодія держави, бізнесу та міжнародних партнерів може стати запорукою швидкої та ефективної відбудови готельного бізнесу Харківщини. Що, в свою чергу, матиме позитивний вплив на економіку регіону, сприятиме створенню нових робочих місць та підвищенню його інвестиційної привабливості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Державне агентство розвитку туризму України. Програми підтримки туристичної та готельної сфери у воєнний період / Державне агентство розвитку туризму України. Київ : ДАРТ, 2023. 112 с.
2. Готельно-ресторанний бізнес в умовах кризи: виклики та можливості. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 210 с.
3. Європейський банк реконструкції та розвитку. Фінансові інструменти для відновлення бізнесу в Україні. Лондон : ЄБРР, 2023. 95 с.

ПРОГРАМИ ЛОЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ – ЕФЕКТИВНИЙ МАРКЕТИНГОВИЙ ІНСТРУМЕНТ

Д. В. Шаптала, *студентка спеціальності готельно-ресторанна справа, ГРС б-41*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах високої конкуренції в готельному бізнесі залучення та утримання клієнтів стає одним із ключових факторів успішного функціонування підприємств. Готельні компанії змушені впроваджувати ефективні маркетингові інструменти, серед яких особливе місце займають програми лояльності.

Згідно з дослідженнями, 80 % доходу компаній забезпечують 20 % постійних клієнтів, а витрати на залучення нового гостя в кілька разів перевищують витрати на утримання існуючого. Програми лояльності сприяють підвищенню рівня довіри гостей, стимулюють повторні бронювання та допомагають створювати довготривалі відносини з клієнтами.

Світові готельні мережі, такі як Marriott, Hilton, Accor, IHG, активно використовують багаторівневі програми лояльності, пропонуючи клієнтам персоналізовані бонуси, знижки та ексклюзивні послуги.

Програми лояльності в мережевих готелях є ключовим інструментом залучення та утримання клієнтів. Вони заохочують гостей повертатися, пропонуючи різноманітні винагороди, бонуси та ексклюзивні привілеї (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні елементи програми лояльності в мережевих готелях (систематизовано автором за [1, 2])

Назва елементів	Сутність
Бонусні бали	– нараховуються за кожне бронювання та додаткові послуги; – можуть бути використані для безкоштовного проживання, апгрейдів номерів або знижок
Рівні членства	– програми мають кілька рівнів (Silver, Gold, Platinum тощо), які відкривають додаткові привілеї; – чим більше ночей або витрат – тим вищий статус і вигідніші умови

Продовж. табл. 1

Назва елементів	Сутність
Ексклюзивні переваги	– безкоштовні сніданки, пізній виїзд, доступ до лаунж-зон; – додаткові послуги, як-от безкоштовний Wi-Fi, паркування, SPA-знижки
Партнерські бонуси	– співпраця з авіакомпаніями, банками, орендою авто(конвертація балів у милі або знижки); – програми кобрендових карток з банками
Гнучкі можливості використання	– обмін балів на номери у різних готелях мережі; – конвертація в грошові сертифікати або товари

Як видно з табл. 1 програми лояльності застосовують широке коло пропозицій головною метою яких є збереження постійних клієнтів і залучення нових.

Мережеві готелі, як показують дослідження, обирають програми лояльності в залежності від їх популярності (табл. 2).

Таблиця 2 – Популярні програми лояльності мережевих готелів (сформовано автором за [3])

Назва готелю	Програми
Marriott Bonvoy	– 6 рівнів учасників (Member, Silver Elite, Gold Elite, Platinum Elite, Titanium Elite, Ambassador Elite); – накопичення балів за готельні послуги та авіаперельоти; – обмін балів на безкоштовні ночі або авіамилі
Hilton Honors	– 4 рівні членства (Member, Silver, Gold, Diamond); – можливість накопичення подвійних балів; – безкоштовні сніданки та преміальний Wi-Fi для статусних учасників
IHG One Rewards (InterContinental, Holiday Inn, Crowne Plaza)	– гнучка система балів із можливістю обміну на готельні послуги; – програма «пільгових ночей» із знижками для лояльних клієнтів

Продовж. табл. 2

Назва готелю	Програми
Hyatt World of Hyatt	– висока цінність балів (менше потрібно для безкоштовних ночей); – рівні Discoverist, Explorist, Globalist; – доступ до ексклюзивних подій і пропозицій
Accor Live Limitless (ALL)	– бали можна використовувати не тільки для готелів, а й у ресторанах, СПА; – привілеї у готелях Sofitel, Novotel, Ibis та інших брендів Accor

Аналіз популярних програм в мережевих готелях свідчить про їх різноманітність і зваженість підходів до клієнтів.

Водночас українські готелі також впроваджують власні або адаптовані міжнародні програми, проте ефективність їхньої реалізації потребує детального аналізу та вдосконалення.

Висновок. Програми лояльності допомагають готелям підвищити утримання клієнтів, а гостям – отримати більше привілеїв за свої подорожі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Earn Toward Free Nights + More Faster. URL: https://www.marriott.com/loyalty.mi (дата звернення: 01.03.2025).
2. Top 7 hotel loyalty programs in 2025. URL: https://whitelabel-loyalty.com/blog/loyalty/top-7-hotel-loyalty-programs/ (дата звернення: 02.03.2025).
3. Best Hotel Loyalty Programs in 2025. URL: https://suitesmile.com/blog/2025/01/29/best-hotel-loyalty-programs/ (дата звернення: 02.03.2025).

ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА.
СЕКЦІЯ 16 ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

САМООСВІТА ЯК ПРОВІДНА ФОРМА ВДОСКОНАЛЕННЯ ПЕДАГОГІЧНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

К. Р. Біленко; О. М. Солодова, *студентки спеціальності Освітні педагогічні науки, група ОПН м-11*
С. О. Шара, *канд. пед. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вплив самоосвіти на розвиток професійно-педагогічної компетентності не викликає сумнівів, оскільки ці процеси вкрай взаємозв'язані. Самоосвіта – найбільш гнучка підсистема безперервного професійного зростання педагога.

У сучасному світі стрімких змін та безперервного розвитку технологій педагоги не можуть залишатися осторонь трансформацій, що відбуваються у сфері освіти. Бути педагогом сьогодні – означає бути лідером думки, наставником, психологом, мотиватором і постійним учнем. Саме тому самоосвіта стає не просто бажаною, а обов'язковою складовою професійного зростання педагога.

Розглядаючи самоосвіту (Ф. Левченко [1]; Е. Лук'янчук [2]) як частину майбутньої професійної діяльності слід особливо відзначити, що самовиховання готовності до самоосвіти, турбота про постійне зростання його рівня – важлива сторона самовдосконалення, яка значною мірою визначає швидкість зростання професійної компетентності (О. Марущак [3, с. 97–107]). Це якраз відповідає стратегії всебічного розвитку особистості. Однак, саморозвиток – це спочатку результат самоосвіти, а вже потім – пізнавальна діяльність людини, спрямована на перетворення (розвиток) своїх сил, душевних властивостей та соціальних якостей.

Сучасний викладач, як компетентний у своїй професійній сфері фахівець, має мати сформований дієвий набір ключових компетенцій: наукова, методична, дослідницька, управлінська, комунікативна та освітня. Модель сучасного педагога передба-

чає готовність до застосування нових освітянських ідей, здатність постійно навчатися, бути у постійному творчому пошуку. Ці якості не видаються додатком до диплома про педагогічну освіту, а формуються у щоденний педагогічній діяльності.

Самоосвіта педагога є провідної формою вдосконалення професійної компетентності, що полягає в засвоєнні, оновленні, поширенні й поглибленні знань, узагальненні досвіду шляхом цілеспрямованої, системної самоосвітньої роботи, спрямованої на саморозвиток та самовдосконалення особистості, задоволення власних інтересів і об'єктивних потреб закладу освіти. Для педагога це не лише спосіб тримати руку на пульсі новітніх методик, а й прояв внутрішньої мотивації до вдосконалення та реалізації творчого потенціалу. Самоосвіта допомагає глибше розуміти освітній процес, педагогіку, психологію, новітні тенденції та інновації.

Професійна некомпетентність є значним недоліком у будь-якій професії, оскільки вона є причиною претензій та нарікань.

Гнучкість та адаптивність, освітні реформи, цифровізація – усе це вимагає оперативного реагування та адаптації. Для педагога надважливим є особистісне зростання.

Сучасний педагог повинен постійно вдосконалювати свої знання, уміння та підходи до навчання. Традиційні форми підвищення кваліфікації не завжди відповідають індивідуальним потребам, тому зростає значення самоосвіти як засобу особистісного і професійного розвитку. Провідні науковці підкреслюють, що самоосвіта сприяє формуванню ключових компетентностей сучасного педагогічного працівника: критичного мислення, креативності, комунікативності, медіаграмотності та здатності до інновацій.

Сьогодні педагоги мають доступ до широкого спектру ресурсів, які є основними формами та напрямами самоосвіти: професійна література, наукові журнали, онлайн-курси, педагогічні блоги, вебінари, подкасти, участь у фахових спільнотах, конференціях, хакатонах.

Варто підкреслити, що ефективна самоосвіта педагога вимагає чіткої мотивації, цілей і плану дій. Без цього вона ризикує перетворитися на хаотичне накопичення інформації без реального впливу на педагогічну майстерність. Важливою є підтримка з боку адміністрації, створення освітнього середовища,

що сприяє професійному розвитку, обмін досвідом між колегами – це значно посилює ефективність самоосвіти.

Важливими складовими самовдосконалення є теоретичне вивчення новітніх досягнень у педагогіці та психології, практичне освоєння нових методик та технологій навчання, відвідування вебінарів, онлайн-курсів, проходження сертифікаційних програм, розробка авторських методичних матеріалів та їх впровадження у практику.

Самоосвіта – це не просто один із засобів удосконалення педагогічної майстерності, а її основа у сучасному освітньому просторі. Успішний педагог той, який постійно навчається. Саме така внутрішня установка дозволяє не лише йти в ногу з часом, а й формувати нові орієнтири у навчанні, вихованні та розвитку підростаючого покоління. Самоосвіта виступає ключовим чинником формування конкурентоспроможного, креативного й адаптивного педагога.

Список використаних інформаційних джерел

1. Левченко Ф. Г. Самоосвітня діяльність вчителя в умовах компетентісно-орієнтованої освіти. URL: https://lib.iitta.gov.ua/725227/1/PRIORITYDIRECTIONS-OF-SCIENCE-ANDTECHNOLOGY-DEVELOPMENT24-26.01.21-750-754.pdf.
2. Лук'янчук Е. А. Самоосвітня діяльність педагога як складова професійної компетентності. URL: https://virtkafedra.ucoz.ua/el_gurnal/pages/vyp20/2/lukjanchuk_tezi.pdf.
3. Марущак О. М. Поняття компетентності у педагогічній діяльності. Креативна педагогіка : наук.-метод. журнал. Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки «Полісся». Житомир, 2016. Вип. 11. С. 97–108.

ВНУТРІШНІ ОПОРИ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПСИХІЧНОГО БЛАГОПОЛУЧЧЯ

О. Ю. Бондар, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*

І. С. Тодорова, *канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Психічне благополуччя є важливою частиною загального здоров'я людини, що впливає на її працездатність, емоційний стан та якість життя. У сучасному суспільстві, де зростає рівень

стресу, частішають особистісні кризи та посилюються соціальні виклики, питання розвитку внутрішніх опор для збереження психічної рівноваги стає особливо актуальним.

Внутрішні опори – це психологічні ресурси людини, що допомагають долати труднощі, пристосовуватися до змін, підтримувати емоційну стабільність, стійкість та загальний стан гармонії. Внутрішні опори – це комплекс особистісних характеристик, навичок, переконань і цінностей, що допомагають людині підтримувати психічне та емоційне благополуччя. До них належать:

− самоусвідомлення та рефлексія – здатність аналізувати свої думки, почуття та поведінку;

− особистісні якості – стійкість, оптимізм, стійка позитивна самооцінка та установка до внутрішнього локусу контролю тощо;

− внутрішня мотивація – прагнення до особистісного розвитку та реалізації власного потенціалу;

− життєві цінності і сенс життя – чітке розуміння своїх прагнень та переконань, наявність важливих життєвих цілей, що відповідають особистим цінностям, надають життю сенс і напрям, сприяючи психічному здоров'ю;

− позитивні переконання про себе, свої здібності та світ навколо сприяють формуванню оптимізму, впевненості в собі та стійкості до стресів;

− емоційний інтелект – здатність розуміти власні емоції та емоції інших людей, ефективно керувати власними емоційними станами, долати негативні переживання, а також проявляти емпатію, сприяє не лише внутрішній гармонії та саморозумінню, але й покращує якість міжособистісних взаємодій, що є надзвичайно важливим для загального психічного благополуччя;

− навички подолання труднощів – ефективні стратегії реагування на стресові ситуації, вміння конструктивно вирішувати проблеми, визначати пріоритети, використовувати різноманітні методи релаксації, майндфулнес тощо;

− соціальна підтримка – вміння будувати здорові стосунки та отримувати допомогу від близьких.

Наявність розвинених внутрішніх опор допомагає індивідам більш спокійно та раціонально оцінювати потенційні стресори,

сприймати їх як менш загрозливі, а також ефективніше використовувати активні стратегії подолання труднощів та швидше відновлюватися після пережитих стресових подій. Дослідження показують, що люди з розвиненими внутрішніми опорами проявляють вищу стресостійкість, краще можуть адаптуватися та ефективніше справлятися з життєвими викликами.

Формування внутрішніх опор може відбуватися шляхом залучення особистості до різних сфер життя. Спорт і фізична культура сприяють розвитку сили волі, цілеспрямованості та дисципліни як цінних внутрішніх ресурсів. В процесі здобуття освіти необхідно створювати умови, які сприяють вихованню самостійності та відповідальності молоді. У роботі з психологом корисними є когнітивно-поведінкові методики, які сприяють розвитку саморегуляції та емоційної стійкості.

Висновки. Внутрішні опори є ключовим фактором у забезпеченні психічного благополуччя. Розвиток і підтримка внутрішніх ресурсів відіграють важливу роль у зміцненні психічного здоров'я та підвищенні якості життя. Розуміння складових внутрішніх опор та їхнього впливу на психічне благополуччя дає змогу розробляти ефективні стратегії самодопомоги та професійної підтримки, спрямовані на формування стійкої особистості, здатної успішно долати життєві труднощі та досягати високого рівня психічного благополуччя. Внутрішні опори – це фундамент психічного здоров'я людини, що дає їй змогу долати перешкоди, адаптуватися до змін та підтримувати високий рівень якості життя. Їх розвиток є важливим завданням як для особистості, так і для суспільства в цілому.

Список використаних інформаційних джерел

1. Академія стійкості. *Коло сім'ї.* URL: https://resilience.k-s.org.ua/
2. Євтушенко І. В. Психологічне здоров'я: поняття, критерії та рівні. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки».* 2023. Вип. 25(54). С. 56–69. DOI https://doi.org/10.58442/2522-9931-2023-25(54)56-69.
3. Титаренко Т. М. Психологічне здоров'я особистості: засоби самодопомоги в умовах тривалої травматизації : монографія. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2018. 160 с.

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ УЧНІВ НА УРОКАХ ТЕХНОЛОГІЙ: ПРАКТИЧНИЙ АСПЕКТ

М. Р. Домуховська, *студентка спеціальності Трудове навчання і технології, група ТНІ-22*
Л. О. Савченко, *д-р пед. наук, професор кафедри технологічної та професійної освіти – науковий керівник*
Криворізький державний педагогічний університет

У сучасному освітньому просторі XXI століття формування цифрової компетентності учнів є невід'ємною складовою підготовки вчителями до життя у інформаційному просторі та суспільстві. Даний аспект важливий на будь-яких навчальних предмет, але на уроках технологій він відіграє велику значність, бо інтеграція цифрових інструментів може значно підвищити ефективність навчання.

Перед тим, як розглядати дану тему, зазначимо, що таке «цифрова компетентність» – її сутність та значення. У посібнику «Енциклопедія освіти» зазначено, що цифрова компетентність – «здатність особистості впевнено та ґрунтовно користуватися засобами цифрових технологій у таких сферах, як профес. діяльність і працевлаштування, освіта, дозвілля, громадська діяльність, що є життєво необхідними для участі у щоденному соціально-економічному житті» [1].

За різними науковими джерелами, цифрова компетентність включає:

– інформаційну грамотність: вміння шукати, оцінювати та використовувати інформацію з цифрових джерел;

– комунікацію та співпрацю: використання цифрових інструментів для спілкування та спільної роботи;

– створення цифрового контенту: вміння створювати та редагувати цифрові матеріали.

– особистісну безпеку: знання правил безпечної поведінки в інтернеті та захист особистих даних.

– практичну значимість: використання цифрових технологій для вирішення практичних завдань [2].

Однак всі ці моменти стають марними, якщо сам вчитель не захоче підвищувати свої цифрові компетентності. Адже він є головною роллю у навчально-виховному процесі. Тож зазначимо, що інтеграція цифрових технологій у процес навчання на

уроках технологій є необхідною для підготовки учнів до сучасного світу. Практичне застосування ІКТ сприяє розвитку критичного мислення, творчості та адаптивності, що є ключовими компетенціями XXI століття.

Список використаних інформаційних джерел

1. Спірін О. М., Овчарук О. В. Цифрова компетентність // Енциклопедія освіти / Нац. акад. пед. наук України. 2-ге вид., допов. та перероб. Київ : Юрінком Інтер, 2021. С. 1095–1096.
2. Петренко С. В. Інформаційно-цифрова компетентність учня у контексті формування нової української школи / С. В. Петренко // Інноватика у вихованні. – 2017. – Вип. 6. – С. 144–156. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inuv_2017_6_19.

ПСИХОЛОГІЧНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ МАРКЕТОЛОГА

В. О. Коновал, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-41*
І І. С. Тодорова, *канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний маркетолог повинен не лише володіти економічними знаннями, але й мати розвинену психологічну компетентність, яка передбачає здатність розуміти поведінку споживачів, впливати на їхні рішення, ефективно комунікувати з аудиторією та створювати довготривалі відносини з клієнтами. Феномен психологічної компетентності є предметом наукового інтересу багатьох дослідників, і його розуміння варіюється залежно від контексту, зокрема, у маркетингу вона пов'язана із необхідністю ефективної взаємодії з людьми та впливу на їхні рішення. Психологічна компетентність маркетолога включає кілька важливих аспектів.

По-перше, знання психології споживача, а саме розуміння мотиваційних чинників, когнітивних упереджень (ефект прив'язки, соціальне підтвердження, страх втрати) дозволяє маркетологу прогнозувати реакції споживачів і створювати ефективні маркетингові стратегії. Наприклад, компанії використовують принцип дефіциту, обмежуючи кількість товару в перші дні продажів, що підвищує попит.

По-друге, розвинутий емоційний інтелект. Маркетологи з високим рівнем емоційного інтелекту краще розпізнають емоції

клієнтів і правильно на них реагують, що покращує комунікацію та створює довіру між брендом і споживачем.

По-третє, важливу роль у маркетингових комунікаціях відіграє мова тіла, вираз обличчя, жести та інтонація. Наприклад, у відео-рекламі психологічно правильне використання невербальних сигналів та символів може значно підсилити ефект повідомлення.

Також нерідко маркетологи застосовують різні механізми психологічного впливу (навіювання, маніпуляції, переконання). Використання психологічних тригерів у рекламі, таких як терміновість, принцип взаємності, принцип авторитету (згідно з дослідженнями Р. Чалдіні), дозволяє підвищити ефективність рекламних кампаній. Наприклад, деякі компанії використовують метод «лише кілька товарів у наявності» для стимулювання негайного прийняття рішення.

Психологічні принципи мають значний вплив на розробку ефективних маркетингових стратегій та комунікацій. Розуміння реакції потенційної аудиторії допомагає створювати більш ефективні маркетингові стратегії та рекламні кампанії, що в кінцевому підсумку може призвести до збільшення продажів [1]. У маркетингу широко використовуються різноманітні психологічні стратегії для залучення потенційних клієнтів. Однією з основних є апеляція до емоцій, оскільки емоційно заряджені повідомлення краще запам'ятовуються та впливають на рішення споживачів.

Реклама – це не просто інформування про продукт, це мистецтво впливу на свідомість та підсвідомість споживачів. Вона використовує різноманітні психологічні механізми, такі як повторення, асоціації, соціальні докази, щоб сформувати позитивне ставлення до продукту або бренду. Наприклад, повторення використовують щоб закріпити бренд у свідомості споживача, а соціальні докази (відгуки, рекомендації) підсилюють довіру до продукту [3]. Використання психологічних тригерів, таких як страх втраченої вигоди (FOMO, від англ. Fear of Missing Out), може значно підвищити конверсію сайту в інтернет-маркетингу.

Використання сенсорного маркетингу, що впливає на органи чуття, також є ефективним способом стимулювання купівельної поведінки. Наприклад, усі ресторани McDonald's мають однаковий особливий запах, який продумали спеціально, і який миттє-

во викликає у відвідувачів відчуття голоду. Достатньо 1–2 рази відвідати заклад, щоб мозок споживача пов'язав смачну їжу та приємні емоції з ароматом. Це і є рефлекс-асоціація [2]. Також прикладами успішного застосування психологічних принципів є використання жовтих цінників або червоних цін для привернення уваги, пропозиції «купи одне – отримай інше в подарунок», створення інтриги та використання ефективного дизайну тощо.

Висновок. Психологічна компетентність маркетолога є визначальним чинником ефективності маркетингової діяльності, оскільки забезпечує глибоке розуміння поведінки споживачів, оптимізацію комунікативних процесів і формування стійких брендів. Це, своєю чергою, сприяє підвищенню лояльності споживачів, зміцненню репутації бренду та забезпеченню стабільного прибутку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сологуб Д. Психологія в маркетингу – що впливає на клієнта? URL: https://contentwriter.com.ua/psykholohiia-v-marketynhu/
2. Галка Л. Сенсорний маркетинг: як працює. URL: https://www.promodo.ua/blog/sensorniy-marketing.
3. Психологія споживача: як вона впливає на рекламні стратегії. URL: https://cases.media/en/article/psikhologiya-spozhivacha-yak-vona-vplivaye-na-reklamni-strategiyi?srsltid=AfmBOopfqO-7ZaUhNndGbRYKxd8x7VH91bdkhrwm95f_W--wrcagq-bx.

ВАЖЛИВІСТЬ ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ СПОРТУ В УКРАЇНІ

В. А. Пащенко, *спеціальність Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МЕ б-11*
Н. О. Симоненко, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична культура та спорт є важливими складовими здорового способу життя, соціальної інтеграції та економічного розвитку. Вони сприяють формуванню здорової нації, вихованню молоді, що має активну життєву позицію, та підвищенню національної гордості. Проте, в Україні існує ряд проблем, які заважають розвитку спорту та фізичної культури, на що варто звернути увагу.

Здоров'я – це найцінніший ресурс людини. Регулярна фізична активність, що включає заняття спортом, має численні переваги для фізичного та психічного здоров'я. Вона допомагає зміцнити імунну систему, знижує ризик розвитку серцево-судинних захворювань, діабету, ожиріння та інших хронічних хвороб. Дослідження показують, що фізична активність позитивно впливає на психічний стан, зменшуючи рівень стресу, тривожності та депресії. Спорт формує здорові звички, які залишаються з людиною на все життя. Спорт є потужним інструментом соціальної інтеграції. Він об'єднує людей різного віку, статі, національностей та соціальних статусів. Спільні заняття спортом або підтримка команди формують почуття єдності та приналежності.

Спортивні досягнення на міжнародній арені формують національну гордість. Успіхи українських спортсменів на Олімпійських іграх, чемпіонатах світу та Європи сприяють підвищенню патріотизму і єдності нації. Коли спортсмени представляють свою країну, це стає символом національної ідентичності, що об'єднує людей за спільною метою.

Однією з найгостріших проблем розвитку спорту в Україні є недостатнє фінансування. Багато спортивних федерацій та клубів не отримують належної підтримки з боку держави. Це призводить до обмеження можливостей для тренувань, участі в змаганнях та розвитку молодих талантів. Без достатнього фінансування неможливо забезпечити високий рівень підготовки спортсменів та модернізацію спортивної інфраструктури. В Україні спостерігається значний дисбаланс у розвитку спортивної інфраструктури. У великих містах, таких як Київ, Львів та Одеса, є сучасні спортивні споруди, але в багатьох регіонах відсутні бази для тренувань. Стара інфраструктура потребує термінової модернізації, а нові об'єкти будуються недостатньо швидкими темпами. Це обмежує доступ до спорту для багатьох людей, особливо дітей та підлітків [1].

Нестача кваліфікованих тренерів та спеціалістів є ще однією серйозною проблемою. Багато молодих людей не бачать перспектив у кар'єрі в спорті, що призводить до відтоку талантів за кордон. В Україні існує потреба у створенні програм підготовки тренерів, які б відповідали сучасним вимогам. Важливо також забезпечити стимулювання для тих, хто обирає кар'єру в спорті,

через гідну оплату праці та можливості для професійного зростання.

Високі витрати на заняття спортом, відсутність безкоштовних або доступних програм для дітей з малозабезпечених сімей обмежують можливості для розвитку фізичної культури серед різних верств населення. Це призводить до того, що спорт стає доступним лише для обмеженого кола людей, що може негативно вплинути на загальний рівень фізичної активності в суспільстві.

Спорт – це невід'ємна частина життя кожної нації, засіб зміцнення здоров'я, соціальної єдності та національної гордості. На жаль, у сучасній Україні спорт стикається з численними перешкодами, які потребують негайного вирішення. Але, незважаючи на всі виклики, у нас є реальні можливості змінити ситуацію на краще.

Зробити спорт доступним для всіх. Це передбачає створення програм для людей із особливими потребами, субсидії для малозабезпечених родин, розвиток секцій і клубів, які не потребують великих фінансових витрат. Наприклад, безкоштовні гуртки з футболу чи баскетболу можуть стати чудовим стартом для залучення до спорту дітей із соціально вразливих груп.

Підтримка аматорського спорту. Більшість українців сприймають спорт лише через призму професійних змагань. Однак, саме аматорський спорт є основою для розвитку масової фізичної культури. Заохочення корпоративних спортивних змагань, створення місцевих ліг та клубів може сприяти залученню більшої кількості людей до активного способу життя [1].

Отже, спорт в Україні можна і потрібно рятувати. Це великий виклик, але разом, об'єднавши зусилля держави, бізнесу та громади, ми зможемо зробити спорт доступним, цікавим і важливим для кожного українця. Адже здоров'я нації – це її майбутнє, а спорт – це крок до сильнішої і щасливішої України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Формування здорового способу життя молоді. Навчально-методичні рекомендації / авт. колект. Т. Андріученко, О. Вакуленко, В. Волков, Н. Дзюба, В. Коляда, Н. Комарова, І. Пєша, Н. Тілікіна (кер. авт. колект. Т. Андріученко). – 2-ге вид. – Київ : Бланк-Прес, 2019. – 120 с.

ПРОБЛЕМАТИКА СПОРТУ ТА ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ В УКРАЇНІ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Д. Т. Пилипенко, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група ТР Т б-11*
Н. О. Симоненко, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Війна завжди чинить значний вплив на всі сфери суспільного життя, і спорт разом із фізичною культурою не є винятком. У воєнний час державні ресурси спрямовуються переважно на забезпечення обороноздатності та підтримку життєдіяльності населення, що створює низку проблем для розвитку спортивної сфери та організації фізкультурних заходів. Проте спорт і фізична активність мають величезне значення для підтримання морального духу, фізичного здоров'я та соціальної згуртованості, тому важливо розглянути проблематику цих напрямків, з'ясувати основні виклики та шляхи їх подолання.

Військовий стан має значний вплив на всі сфери життя, у тому числі й на спорт. Затримка чи скасування спортивних змагань, обмеження на організацію тренувань та фізкультурних заходів, а також загальна зміна пріоритетів держави у часи війни – усе це вносить корективи в спортивне життя країни.

У період військового стану велика частина спортивних заходів скасовується або переноситься, що зумовлено як фізичною небезпекою для учасників, так і необхідністю зосередження ресурсів на обороні держави. Міжнародні спортивні змагання часто відміняються або переносяться, а місцеві заходи можуть проводитись лише в обмеженому форматі. Це веде до зниження рівня спортивної активності серед населення.

Військовий стан призводить до зменшення фінансування в багатьох сферах, у тому числі й у сфері спорту. Спортивні об'єкти можуть бути переведені на потреби оборони або пошкоджені внаслідок бойових дій. Це створює додаткові труднощі для підтримки фізичної активності громадян та проведення спортивних тренувань.

У період війни значна частина чоловіків призивається на фронт, що призводить до зменшення участі чоловіків у спортивному житті. Жінки та діти залишаються основними учасниками

спортивних заходів, що може привести до зміщення акценту в спортивних дисциплінах та розвитку фізичної культури [2].

Незважаючи на обмеження, спорт може відігравати важливу роль в підтримці морального духу населення, зокрема серед військових і цивільних. Заняття фізкультурою дозволяють знижувати стрес, покращувати психологічне здоров'я і допомагають у підтримці фізичної форми навіть в умовах війни [1].

Військовий стан спричиняє великі стреси, але спортивні тренування та змагання можуть слугувати як засіб психологічної підтримки. Спорт під час війни може стати символом стійкості, національної єдності та мужності. Проводячи спортивні заходи, навіть у обмеженому форматі, можна підтримувати моральний дух як серед цивільного населення, так і серед військових.

У період війни з'являються нові ініціативи, що об'єднують спортивних ентузіастів, тренерів та волонтерів для проведення спортивних заходів, збору коштів на потреби армії, а також організації тренувальних таборів для військових. Це демонструє, як спорт може бути використаний як інструмент мобілізації суспільства в умовах надзвичайної ситуації.

Висновки. Війна створює суттєві виклики для розвитку спорту та фізичної культури в Україні, обмежуючи доступ до інфраструктури, знижуючи фінансову підтримку та впливаючи на психологічний стан населення. Проте спорт залишається важливим інструментом для підтримки морального духу, фізичного здоров'я та соціальної згуртованості. Використання нових форматів організації спортивних заходів, мобільних споруд та онлайн-тренувань може допомогти подолати існуючі труднощі [3].

Для відновлення спортивного життя в умовах війни необхідна спільна робота держави, громадських організацій та міжнародних партнерів. Лише через синергію зусиль можна створити умови, в яких спорт і фізична культура стануть не лише засобом відпочинку, але й важливим чинником соціальної адаптації, реабілітації та патріотичного виховання нації.

Список використаних інформаційних джерел

1. https://sport.gov.ua.
2. https://www.ukrstat.gov.ua.
3. https://www.eurointegration.com.ua.

ВІДНОВЛЕННЯ ПІСЛЯ ТРАВМ, СПРИЧИНЕНИХ ВІЙНОЮ: ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ РЕАБІЛІТАЦІЇ

Т. О. Серікова, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*
І. А. Васецький, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична реабілітація військовослужбовців після бойових травм є ключовим етапом на шляху до їх повного відновлення та повернення до активного життя. Комплексний підхід до реабілітації, який враховує як фізичні, так і психологічні аспекти, забезпечує ефективність процесу відновлення.

Сучасні військові конфлікти призводять до значної кількості поранень, які суттєво впливають на фізичне та психоемоційне здоров'я постраждалих. Найпоширенішими травмами серед військових є: контузії та черепно-мозкові травми; осколкові та вогнепальні поранення; ампутації кінцівок; переломи та травми хребта – можуть призводити до обмеження рухливості та навіть повної втрати функцій нижніх кінцівок; опіки та пошкодження м'яких тканин – впливають на еластичність шкіри, рухливість суглобів і загальний стан організму.

Фізична реабілітація є невід'ємною частиною процесу одужання, оскільки допомагає не лише відновити втрачені функції, але й адаптувати людину до нового способу життя.

Ефективне відновлення після бойових травм базується на кількох ключових принципах:

1. Індивідуальний підхід.
2. Етапність процесу.
3. Комплексність.
4. Безперервність та системність.
5. Мультидисциплінарний підхід.

Відновлення після бойових травм передбачає використання різноманітних методик, які підбираються індивідуально, а саме:

- Кінезіотерапія. Включає спеціальні фізичні вправи, спрямовані на відновлення рухливості, зміцнення м'язів та покращення координації.
- Масаж та мануальна терапія. Допомагають зменшити напругу в м'язах, покращити кровообіг та знизити больові відчуття.

- Гідротерапія. Вправи у воді сприяють зменшенню навантаження на суглоби та покращують регенерацію тканин.
- Ерготерапія. Навчання новим способам виконання повсякденних завдань після ампутацій чи важких травм.
- Фізіотерапія. Використання електротерапії, магнітотерапії та лазерної терапії для пришвидшення загоєння.
- Протезування та навчання користування протезами. Допомагає військовим з ампутаціями адаптуватися до життя з протезами.

Реабілітація після специфічних бойових травм:

1. Контузії та черепно-мозкові травми:
   - Вправи на покращення рівноваги та координації.
   - Когнітивна реабілітація для відновлення пам'яті та уваги.
   - Використання спеціальних окулярів та вестибулярних тренажерів.
2. Реабілітація після ампутацій:
   - Підготовка кукси до протезування.
   - Навчання ходьбі з протезами та адаптація до фізичних навантажень.
   - Психологічна підтримка для прийняття нового образу тіла.
3. Відновлення після переломів та травм хребта:
   - Використання ортезів та екзоскелетів для підтримки рухливості.
   - Лікувальна гімнастика для зміцнення м'язів спини.
   - Фізіотерапія для зменшення болю та запобігання контрактурам.
4. Лікування опіків та пошкоджень м'яких тканин:
   - Вправи для підтримання рухливості уражених ділянок.
   - Використання силіконових гелів та масажу для зменшення рубців.
   - Спеціальні компресійні одяг та бандажі для покращення загоєння.

Психоемоційний стан пацієнта відіграє ключову роль у процесі одужання. Багато військових після отриманих травм стикаються з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР), депресією та тривожністю. Психологічна реабілітація, яка включає індивідуальні та групові сеанси з фахівцями, арт-терапію,

музикотерапію та інші методики, допомагає стабілізувати емоційний стан і сприяє повноцінному відновленню [1].

Фізична реабілітація військових після травм є складним і багатогранним процесом, який вимагає комплексного підходу. Надалі важливо розвивати нові технології та вдосконалювати методи реабілітації, щоб забезпечити якомога кращі результати для постраждалих військових.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фізична реабілітація військових після контузії: важливість та основні методи відновлення. Громадська організація «Об'єднані для відродження життя». URL: https://www.revivallife.com.ua/2024/10/11/fizichna-reabilitaciya-vijskovih-pislya-kontuziyi/

ПРОЯВИ НАБУТОЇ БЕЗПОРАДНОСТІ В СТУДЕНТІВ ТА СТРАТЕГІЇ ЇЇ ПОДОЛАННЯ

К. О. Четверикова, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*
І. С. Тодорова, *канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Набута безпорадність – це стан, коли людина стає пасивною та перестає намагатися змінити неприємні обставини через попередній досвід невдач і стресу. Вперше цей феномен описали психологи М. Селігман і С. Майєр. Вони з'ясували, що повторювані ситуації, у яких неможливо вплинути на події, змушують особу вважати, що будь-які спроби марні. Це впливає на мислення, емоції та мотивацію людини. Хоча спочатку концепцію вивчали на тваринах, вона допомагає краще зрозуміти й людську поведінку [3].

Аналіз наукових підходів до подолання особистісної безпорадності показує, що вони охоплюють усі три основні аспекти психіки – емоції, поведінку та мислення. Дослідники згодні з тим, що ознакою цього стану є відчуття втрати здатності контролювати події. Він виникає, коли людина не може досягти своїх цілей, переживає через невдачі упевнюється у тому, що попри всі зусилля, їй не вдасться перемінити хід справ. Важливим є висновок М. Селігмана про те, що найчастіше безпорадність виникає не через брак мотивації до дії, а через втрату віри у свої сили та у можливість змінити обставини [3].

Наслідками втрата відчуття контролю над ситуацією є припинення пошуку альтернативних варіантів вирішення проблеми, фокусування уваги на власних негативних властивостях та на песимістичному емоційному стані. Ключовими проявами безпорадності є переконаність у тому, що результат не залежить від будь-яких зусиль особи, бажання якнайшвидше завершити ситуацію, відмова від подальших намагань боротися, віра у власну неспроможність, прагнення уникати подібні ситуації, а також гнів – як на себе, так і на зовнішні обставини [1].

До успішних стратегій подолання набутої безпорадності відносять:

✓ Усвідомлення проблеми – зверніть увагу, чи часто у вас виникають думки «я не впораюся», «це безнадійно» тощо?

✓ Постановка досяжних цілей та зосередження на своїх сильних сторонах – розбиття великих завдань на менші, досягнення яких зміцнює віру у власні сили.

✓ Пошук соціальної підтримки – звернення за допомогою до друзів, родини, кваліфікованих спеціалістів.

✓ Техніка трьох запитань – «Чи є докази, що підтверджують цю думку? Чи є інший спосіб поглянути на ситуацію? Що я можу зробити, щоб змінити ситуацію?».

✓ Візуалізація успіху – уявіть себе успішним у тих ситуаціях, які викликають у вас безпорадність, це допомагає зміцнити віру в себе.

✓ Розвиток стійкості – навчіться аналізувати проблеми, розробляти стратегії та приймати рішення; навчіться розпізнавати, розуміти та керувати своїми емоціями; практика вдячності для фокусування на позитивних моментах; пошук того, що надає життю сенс та мету, що допоможе подолати труднощі та зберегти мотивацію [1; 2].

Прояви набутої безпорадності у студентів характеризуються зниженням мотивації до навчання, пасивністю на заняттях, намаганням уникнути складних завдань та відповідальності. Студенти з набутою безпорадністю схильні пояснювати свої невдачі стабільними внутрішніми причинами («я нездібна»), а успіхи – випадковими зовнішніми факторами («пощастило», «завдання було легким»), що закріплює відчуття неможливості вплинути на результат власними зусиллями [2].

Ключовою стратегією подолання в студенів такого стану є зміна когнітивних установок, зокрема, переосмислення причин успіхів та невдач (атрибутивна переорієнтація). Це включає розвиток навичок постановки реалістичних, досяжних цілей, розбиття великих завдань на менші кроки для отримання досвіду успіху, підвищення самооцінки та віри у власні сили (самоефективність), а також активне звернення за підтримкою (академічною, психологічною, соціальною).

Також для запобігання та подолання набутої безпорадності важливе створення сприятливого освітнього середовища. Це означає надання викладачами конструктивного зворотного зв'язку, що підкреслює зв'язок між зусиллями та результатом, створення ситуацій успіху, підтримка автономії студентів (можливість вибору індивідуальної освітньої траєкторії, залучення до розробки та удосконалення освітньо-професійних програм та окремих освітніх компонентів, реальний вплив інституту студентського самоврядування на освітній процес). Крім того, здобувачам освіти необхідно навчитися зосереджуватися на самому процесі навчання та на розвитку власних компетентностей, а не виключно на зовнішніх оцінках.

Подолання навченої безпорадності – це індивідуальний процес. Не існує єдиного універсального рішення, тому важливо експериментувати та шукати ті способи, які працюють саме для вас. Застосування стратегій когнітивної реструктуризації, постановки досяжних цілей та розвитку навичок саморегуляції дозволяє відновити контроль над ситуацією та покращити якість життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дучимінська Т. І. Теоретико-методологічні засади вивчення, профілактики та подолання синдрому завченої безпорадності. *Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр.* 2019. URL: oai:ojs.journals.uran.ua:article/160405.
2. Малімон Л. Я., Дучимінська Т. І. Психологія особистісної безпорадності студентів : монографія. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. 190 с.
3. Seligman, M. E. P. Helplessness: on depression, development, and death. San Francisco: W. H. Freeman, 1975.

ЕМОЦІЙНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЯК ЧИННИК ПОПЕРЕДЖЕННЯ АДИКТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

М. М. Шорніков, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС б-41*
І. С. Тодорова, *канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Емоційний інтелект є важливим психологічним конструктом, що визначає здатність людини усвідомлювати, розуміти та регулювати власні емоції та емоції інших людей. Він відіграє ключову роль у попередженні адиктивної поведінки, оскільки дозволяє індивіду ефективно керувати стресовими ситуаціями, уникати деструктивних стратегій подолання труднощів і розвивати соціальні зв'язки [3].

Існує статистично значущий зв'язок між емоційним інтелектом та здоров'ям людини. Згідно з дослідженнями Г. Гарднера, емоційний інтелект можемо розглядати у комплексі – як внутрішньоособистісний (направлений на власні емоції) та міжособистісний (направлений на емоції інших людей). Перша складова характеризується такими поняттями: самосвідомість, рефлексія, самооцінка, самоконтроль, мотивація досягнень. Друга складова включає емпатію, толерантність, комунікабельність, конгруентність, діалогічність [4]. Високий рівень емоційного інтелекту корелює з кращим психічним здоров'ям та більш гармонійним способом життя, низький – навпаки. Люди з розвиненим емоційним інтелектом вміють краще керувати своїми емоціями, що допомагає їм протистояти стресу та важким життєвим обставинам.

Окремі науковці, зокрема Е. В. Змановська, наголошують, що формування емоційного інтелекту відбувається протягом усього життя, починаючи з дитинства під впливом сімейного виховання, освітнього середовища та соціальних контактів. Якщо виховні умови несприятливі, розвиток емоційного інтелекту гальмується, а адиктивна поведінка може стати способом компенсування дефіциту самоусвідомлення, саморегуляції та соціальної взаємодії.

Водночас адиктивна поведінка характеризується неконтрольованою потребою в певних речовинах або діях, які спричиняють залежність та негативно впливають на якість життя

особистості. Вона включає як хімічні залежності (алкоголізм, наркоманія, куріння, залежність від ліків, токсикоманія), так і нехімічні (порушення харчової поведінки, ігроманія, інтернет-залежність, сексуальні девіації, релігійний фанатизм або залученість до сект, трудоголізм, шопоголізм тощо) [1].

Дослідження Д. Ю. Сізова та М. В. Саврасова показують, що низький рівень емоційного інтелекту сприяє розвитку адиктивної поведінки, оскільки особа не може ефективно розпізнавати та контролювати власні емоції, що призводить до використання деструктивних способів подолання стресу [2].

Окремо варто виділити психотипи особистостей, у яких зазвичай спостерігається низький рівень емоційного інтелекту. До них належать:

− психопатичний тип особистості – має труднощі у вираженні та розумінні власних емоцій, що призводить до схильності до адиктивної поведінки;

− соціопатичний тип особистості – діє, не замислюючись про наслідки, та має низьку здатність до самоконтролю;

− нарцисичний тип особистості – схильний до перепадів настрою та зацикленості на собі, що сприяє використанню залежностей як способу емоційного регулювання;

− тривожний тип особистості – прагне уникати соціальної взаємодії через страх надзвичайно болючих емоційних переживань, пов’язаних з імовірністю бути відкинутим іншими людьми;

− шизоїдний тип особистості – загалом уникає соціальних контактів і може використовувати адиктивні механізми як спосіб втечі від реальності.

Розвиток емоційного інтелекту має стати невід’ємною складовою комплексних програм профілактики адиктивної поведінки в освіті, у професійній діяльності та у психотерапії. Їхня мета – формування емоційної компетентності у підлітків, молоді та інших соціально вразливих груп населення.

Висновок. Емоційний інтелект є одним із ключових чинників попередження адиктивної поведінки. Високий його рівень забезпечує здатність усвідомлювати свої емоційні стани, знаходити адаптивні способи їх вираження та ефективно будувати міжособистісні взаємодії. Ці навички створюють міцний фундамент для психологічної стійкості особистості. Натомість люди з низьким рівнем емоційного інтелекту частіше потрапляють у

ситуації емоційного дискомфорту та мають обмежений репертуар стратегій його подолання, що підвищує ризик формування адиктивних патернів поведінки як механізму втечі від негативних переживань. Тому впровадження програм розвитку емоційного інтелекту та психологічної компетентності повинно стати важливим напрямом у сфері профілактики залежностей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лобанова А. С. Адиктивна поведінка (у соціології). *Велика українська енциклопедія.* URL: https://vue.gov.ua/Адиктивна поведінка (у соціології) (дата звернення: 31.03.2025).
2. Сізов Д. Ю., Саврасов М. В. Адикція як форма прояву поведінки сучасної молоді. *Habitus.* 2023. № 45. С. 166–171. DOI https://doi.org/.10.32782/2663-5208.2023.45.28.
3. Усик К. М. Емоційний інтелект як чинник подолання стресу. *Habitus.* 2024. № 60. С. 245–250. DOI: https://doi.org/10.32782/2663-5208.2024.60.41.
4. Gardner H. Multiple intelligences: the theory in practice. New York : Basic Books, 1993. 304 p.

ФІЗИЧНА АКТИВНІСТЬ У СУЧАСНОМУ СВІТІ

С. С. Штепа, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-11*
І. А. Васецький, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фізична активність є одним із ключових факторів, що визначають якість життя людини в сучасному світі. Швидкий ритм життя, технологічний прогрес та малорухливий спосіб існування спричиняють численні проблеми зі здоров'ям, які можна запобігти завдяки регулярному фізичному навантаженню.

Профілактика захворювань. Однією з головних переваг фізичної активності є її здатність знижувати ризик серцево-судинних захворювань, цукрового діабету, ожиріння та навіть деяких видів раку. Регулярні заняття спортом сприяють зміцненню імунітету, покращенню обміну речовин і підвищенню загальної витривалості організму. Люди, які ведуть активний спосіб життя, рідше страждають від хронічних хвороб і мають вищий рівень енергії. Крім того, фізична активність допомагає підтримувати здорову вагу, нормалізує рівень холестерину і стабілізує артеріальний тиск.

Мінімальні навантаження корисні навіть хворим людям. Важливо зазначити, що навіть мінімальні фізичні навантаження можуть мати позитивний ефект на організм, особливо для людей, які мають хронічні захворювання. Легка гімнастика, піші прогулянки, йога або плавання можуть значно покращити стан здоров'я, зменшити біль у суглобах та підвищити рівень енергії. Людям із серцево-судинними хворобами рекомендовані помірні фізичні навантаження, які покращують кровообіг і зміцнюють серце. Для людей, які страждають на діабет, фізична активність допомагає контролювати рівень цукру в крові. Навіть короткі прогулянки після їжі можуть позитивно впливати на здоров'я.

Врівноваження психологічного стану за допомогою фізичної активності. Психологічний стан людини також безпосередньо залежить від рівня фізичної активності. Спорт допомагає знизити рівень стресу, покращує настрій та сприяє виробленню ендорфінів – гормонів щастя. Це особливо важливо у сучасному світі, де стресові ситуації стають невід'ємною частиною повсякденного життя. Фізична активність знижує рівень тривожності, допомагає боротися з депресією та підвищує самооцінку. Групові тренування сприяють соціалізації, допомагають налагодити комунікацію і відчути підтримку інших людей. Регулярні заняття спортом покращують сон і сприяють загальному психічному благополуччю.

Молодість. Фізична активність є невід'ємним фактором збереження молодості, адже вона підтримує тонус м'язів, сприяє еластичності шкіри та уповільнює процеси старіння. Активні люди мають краще кровопостачання тканин, що позитивно впливає на зовнішній вигляд. Регулярні фізичні навантаження стимулюють вироблення колагену, що сприяє збереженню здорового вигляду шкіри. Люди, які займаються спортом, мають кращий обмін речовин, що сприяє довголіттю і гарному самопочуттю.

Життя – рух. Недарма кажуть, що життя – це рух. Активні люди зберігають бадьорість і продуктивність навіть у похилому віці. Фізична активність покращує роботу серця, легенів та всіх систем організму, що дозволяє підтримувати високу якість життя. Малорухливий спосіб життя сприяє розвитку багатьох хвороб, тому важливо регулярно рухатися, навіть якщо це проста ранкова зарядка або прогулянка на свіжому повітрі.

Різновиди фізичної активності. Існує безліч видів фізичної активності, які можна обрати відповідно до власних уподобань: біг, йога, фітнес, плавання, велосипед, командні види спорту або просто активний спосіб життя з великою кількістю прогулянок. Головне – знайти те, що приносить задоволення. Важливо вибрати фізичну активність, яка буде приносити задоволення, щоб її можна було включити у повсякденне життя.

Як себе мотивувати. Для багатьох людей складним є питання мотивації. Тут важливо поставити перед собою реальні цілі, знайти однодумців або тренера, скласти чіткий план занять і винагороджувати себе за досягнення. Важливим є також поступове збільшення навантажень, щоб уникнути перевтоми та зберігати інтерес до занять. Корисно вести щоденник тренувань, щоб слідкувати за своїм прогресом і бачити результати [1].

Висновок. Таким чином, фізична активність є необхідною складовою здорового способу життя, що позитивно впливає на фізичний стан, емоційний баланс та рівень енергії. Вона допомагає запобігти багатьом хворобам, зберегти молодість та підтримувати гарний настрій. Варто лише знайти свій вид активності, і тіло віддячить вам міцним здоров'ям і довголіттям.

Джерела: ВООЗ, Національний інститут здоров'я, праці сучасних дослідників у сфері медицини та фізичної культури.

Список використаних інформаційних джерел

1. ВООЗ, Національний інститут здоров'я, праці сучасних дослідників у сфері медицини та фізичної культури.

СЕКЦІЯ 17 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

ОЦІНКА СУЧАСНОГО РИНКУ БАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

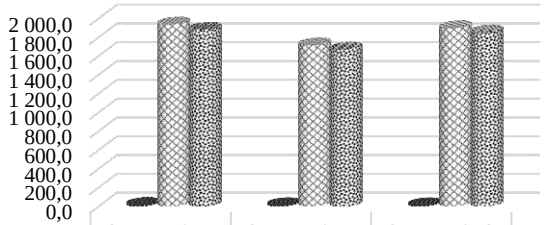
К. Ю. Безгуб, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБ(зскфб)-31*
Р. Г. Сніщенко, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів, обліку та аудиту – науковий керівник*
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Представники малого та середнього бізнесу є найбільш численною ланкою вітчизняної економіки. Станом на 01.01.2024 в Україні діючими рахувалися 1 913 193 суб'єктів господарювання, з яких лише 512 одиниць були великими за розміром, що складало 0,03 % від загального обсягу. До категорії малого та середнього бізнесу відносились решта 99,97 % від загальної кількості суб'єктів господарювання, з яких 14 296 одиниць або 0,75 % від загальної сукупності мали статус середніх за розміром і 1 898 385 одиниць або 97,66 % – малих [1].

На початок 2024 року в Україні статус суб'єктів ММСБ мали 1 912,7 тис. господарюючих суб'єктів. У порівнянні з початком 2022 року ця кількість зменшилась на 43,0 тис., що в процентному вираженні становить 2,20 %. Таку динаміку можна пояснити війною в Україні, окупацією та веденням військових дій на значній частині її територій. Динаміка кількості суб'єктів ММСБ за їх окремими категоріями за 2021–2023 рр. зображена на рис. 1.

На значну соціально-економічну роль суб'єктів ММСБ вказує показник кількості найманих працівників, які працевлаштовані ними. Станом на початок 2024 року усією сукупністю суб'єктів господарювання було охоплено 4 970,3 тис. працівників, з яких 1 324,1 тис. працювали на великих підприємствах, що складало 26,64 % від їхньої загальної чисельності, 2 335,2 тис. осіб – в представниках середнього підприємництва із часткою 46,98 % і 1 311,0 тис. осіб – в суб'єктах малого підприємництва

[3]. Тобто, для 3 646,3 тис. працівників із часткою в загальній чисельності 73,36 % місцем працевлаштування являються суб'єкти ММСБ.



	31.12.2021	31.12.2022	31.12.2023
середні	17,8	15,0	14,3
малі	1 937,8	1 717,0	1 898,4
мікро	1 880,9	1 671,6	1 853,9

Рисунок 1 – Кількість суб'єктів ММСБ в Україні за 2021–2023 рр., тис. од.

Сформовано автором на основі: [1].

У порівнянні з початком 2022 року кількість осіб, які працевлаштовані на невеликих підприємствах зменшилась на 994,8 тис., що в процентному вираженні становить 21,43 %. Причиною такої динаміки також є війна в країні, яка спричинила закриття великої кількості роботодавців та вимушеним переселенням людей як в інші регіони країни, так і за її межі.

Участь суб'єктів ММСБ в економічному житті країни можна прослідкувати за показниками реалізованої та виробленої продукції (товарів, послуг). За 2023 рік в Україні було реалізовано продукції на загальну суму 13 456,4 млрд грн. На суб'єкти великого підприємництва приходиться 4 797,0 млрд грн або 35,65 % від загального обсягу, на суб'єкти середнього підприємництва – 5 990,5 млрд грн або 44,52 % і на суб'єкти малого підприємництва – 2 668,9 млрд грн – 19,83 %. Таким чином, представники ММСБ забезпечили продаж 64,35 % загальнонаціонального обсягу продукції (товарів, послуг). На відміну від двох попередніх показників, обсяг реалізації продукції (товарів, послуг), який забезпечили суб'єкти ММСБ, у 2023 році, проти показника 2021 року збільшився на 183,0 млрд грн або 2,16 %.

Протягом 2023 року уся сукупність діючих в Україні суб'єктів господарювання забезпечили виробництво 8 884,8 млрд грн продукції (товарів, послуг). З цього обсягу 3 038,0 млрд грн або 34,19 % приходиться на суб'єкти великого підприємництва, 3 654,7 млрд грн або 41,13 % – на суб'єкти середнього підприємництва і 2 192,1 млрд грн – на суб'єкти малого підприємництва. Тобто, суб'єкти ММСБ забезпечили виробництво 8 659,4 млрд грн або 64,35 % від загальнонаціонального обсягу продукції (товарів, послуг). Вартісне вираження обсягу виробленої суб'єктами ММСБ продукції у 2023 році проти показника 2021 року збільшився на 685,3 млрд грн або 13,28 % [3].

Провадження безперервної господарської діяльності вимагає від суб'єктів підприємництва постійного інвестування коштів. За даними НБУ, станом на 01.02.2025 залишок наданих кредитів суб'єктам ММСБ складав 491,7 млрд грн. Залишок наданих кредитів цій категорії клієнтів станом на 31.12.2024 проти кінця 2022 року збільшився на 46,6 млрд грн або 10,46 %. Динаміка обсягу кредитного портфеля ММСБ України за 2022–2024 рр. зображена на рис. 2.

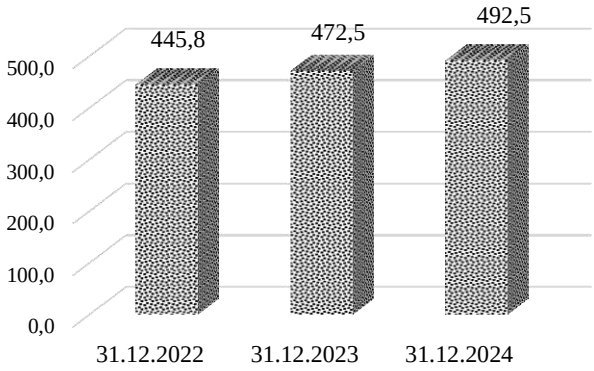


Рисунок 2 – Кредити, надані ММСБ в Україні за 2022–2024 рр., млрд грн

Сформовано автором на основі [2].

Список використаних інформаційних джерел

1. Кількість діючих суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва за видами економічної діяльності у 2010–2023 ро-

ках. Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 05.03.2025).
2. «Теплі» кредити для ОСББ і ЖБК. АТ КБ «Приватбанк» : веб-сайт. URL: https://privatbank.ua/business/teplyje-kredity-dl-a-osmd-i-zhsk. (дата звернення: 09.03.2025).
3. Капітальні інвестиції підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2012–2023). Державна служба статистики України : веб-сайт. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 05.03.2025).

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

А. Д. Богдан, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група 261*
І. Р. Чуй, *канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Фінансова безпека суб'єктів господарювання є ключовим елементом стабільності та ефективності економіки України. Оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання базується на комплексному аналізі різноманітних фінансових показників, що відображають рентабельність, платоспроможність та ліквідність підприємств

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 27.08.2024 року № 984 [1], основними групами показників, які використовуються до оцінки фінансової безпеки підприємств є: показники рентабельності, зокрема коефіцієнти рентабельності за прибутком EBITDA, власного капіталу, активів, коефіцієнт зростання доходів; показники платоспроможності і фінансової стійкості коефіцієнт покриття EBITDA фінансових витрат коефіцієнт відношення боргу до EBITDA, коефіцієнт відношення боргу до власного капіталу, коефіцієнт відношення боргу до активів; показники ліквідності: поточної, швидкої та абсолютної; період обороту дебіторської заборгованості та кредиторської заборгованості та інші.

Для виявлення проблем та слабких місць у банківській системі та вжиття необхідних заходів для їх усунення застосовується процедура оцінювання фінансової безпеки банків через обчислення показників фінансової стійкості [2]. У 2025 році Національний банк України відновив стандартну процедуру оці-

нювання стійкості банків та банківської системи загалом, яка включає оцінку якості активів AQR; екстраполяцію; стрес-тестування.

Разом із переліченим вище, оцінювання фінансової безпеки ґрунтується на визначенні переліку ризиків, які впливають на діяльність суб'єкта господарювання та можуть зумовлювати загрози стабільності його фінансово-економічній діяльності.

Інший порядок визнання ризиковості платника податку затверджені постановою КМУ від 11.12.2019 № 1165 [3]. Рішення про віднесення платника до переліку ризикових приймає комісія регіонального рівня. Порядком передбачено критерії, які можуть стати підставою для віднесення до ризикових, зокрема:

✓ реєстрація на підставі недійсних (втрачених, загублених) та підроблених документів; на неіснуючих, померлих, безвісти зниклих осіб; особами, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність;

✓ суб'єкта зареєстровано та ним проваджено фінансово-господарську діяльність без відома і згоди його засновників і призначених у законному порядку керівників; він не має відкритих рахунків у банківських установах; ним не подано податкової звітності з ПДВ за два останніх звітних періоди, а з податку на прибуток підприємств – за останній звітний період;

✓ у контролюючих органах наявна податкова інформація, яка визначає ризиковість здійснення господарської операції, зазначеної в поданих для реєстрації податкових накладних.

На основі виявлених проблем та «вузьких місць» суб'єкти господарювання вживають заходи щодо вдосконалення критеріїв оцінки фінансової безпеки, що сприяє стабільності економіки та розвитку підприємництва загалом Підприємства, які ефективно управляють своєю фінансовою безпекою, мають більшу стійкість до кризових явищ, що дозволяє їм забезпечувати сталий розвиток, залучати інвестиції та підтримувати конкурентоспроможність. Враховуючи сучасні виклики, фінансова безпека стає пріоритетом для суб'єктів господарювання, що прагнуть успішно функціонувати у довгостроковій перспективі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про затвердження методики оцінювання фінансової безпеки суб'єктів господарювання : Постанова Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2024 року № 984. URL: https://zakon.rada.gov.ua.

2. Оцінка стійкості банків і банківської системи у 2025 році. Національний банк України URL: https://bank.gov.ua.
3. Про затвердження порядків з питань зупинення реєстрації податкової накладної/розрахунку коригування в Єдиному реєстрі податкових накладних : Постанова КМУ від 11.12.2019 № 1165. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1165-2019-%D0%BF#Text.

ПОРІВНЯЛЬНА ОЦІНКА ДОХОДІВ НАСЕЛЕННЯ ЯК ФІНАНСОВИЙ ЧИННИК ПОКРАЩЕННЯ МІГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ

Є. О. Бурік, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б-11;*
В. В. Ткаченко, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б-11*
С. П. Прасолова, *канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливою умовою розвитку будь-якої країни є забезпечення її економічного та соціального прогресу для формування соціально орієнтованої ринкової економіки. Водночас війна, інфляція та девальвація спричинили в Україні явище «раптової бідності», що робить дослідження доходів населення та їх впливу на міграційні процеси особливо актуальним. Адже в умовах продовження війни в Україні формується вплив такого додаткового соціального чинника як збільшення кількості працівників, які йдуть на пенсію, та міграція. Зокрема, за офіційними даними кількість мігрантів за межами України перевищила 6,9 млн осіб станом на лютий 2025 року, з них рівень працевлаштування вже сягнув 56 % опитаних, у результаті чого частка тих, хто планує повернутися в Україну, скоротилася до 43 % (з 73 % у листопаді 2022 року) [3, с. 21].

Результати досліджень багатьох відомих вчених, таких як Дж. Гікс, Дж. Кейнс, А. Маршал, А. Сміт. С. Волошина, С. Дембіцький та інших засвідчують, що однією з головних умов повернення мігрантів в Україну є не тільки поліпшення безпекової ситуації, але й забезпечення підвищення рівня життя. При цьому як свідчать дані табл. 1, грошові доходи населення формуються переважно за рахунок заробітної плати, частка якої в умовах війни має тенденцію до зростання, враховуючи нестачу кваліфі-

кованих працівників (з 45,5 % у 2021 р. до 52,3 % у 2022 р., табл. 1), а також частки соціальної допомоги (у т.ч. внутрішньо переміщеними особами) та інших одержаних від держави поточних трансфертів. Водночас, усі інші види доходів, – від підприємницької діяльності, доходів від власності, особистого підсобного господарства та інших джерел (аліментів, гонорарів, спадщини, благодійної допомоги тощо) мали тенденцію до зниження. Слід враховувати, що незважаючи на зростання в умовах війни середніх розмірів мінімальної заробітної плати, реальний наявний дохід домогосподарств у 2022 році, порівняно з 2021 роком знизився і складав тільки 85,9 % [2]. На сьогодні ж, у 2025 році мінімальна заробітна плата в Україні не перевищує 178 євро, що більш ніж у два рази менше, ніж у найбідніших країнах Євросоюзу, таких як Болгарія (550,67 євро) чи Угорщина (706,94 євро) [1].

Доходи домогосподарств України у 2021 та 2022 роках[1]

Доходи домогосподарств	Разом всі домогосподарства			
	2021 рік		2022 рік	
	млн грн	%	млн грн	%
Доходи, всього	4 863 519	100,0	5 257 066	100,0
У тому числі: заробітна плата	2 211 720	45,5	2 750 808	52,3
прибуток та змішаний дохід	964 851	19,8	692 862	13,2
дохід від власності, одержаний	107 241	2,2	58 925	1,1
соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти	1 579 707	32,5	1 754 471	33,4

З іншого боку, слід також враховувати вплив такої загрози світового масштабу, як економічну нерівність, яка зростає внаслідок того, що темпи зростання інфляції випереджають темпи підвищення заробітної плати. Таку тенденцію характеризує зростання в Україні значення індексу (коефіцієнта) Джині[2], – з 24,1 % у 2014 р. до 26 % у 2024 р. Як свідчать дослідження Завгородньої С., така ситуація є характерною і для країн ЄС, де він зростав з 29,6 % у 2021 р. до 30,2 % у 2022 р. [1, 4]. Проте рівень життя в Україні є значно нижчим, ніж у тих країнах, де рівень поляризації населення за рівнем доходів є вищим

[1] Розраховано авторами за даними [2].

[2] Індекс (коефіцієнт) Джині – економічний показник, що використовується для розрахунку нерівності доходів, яка існує між громадянами певної країни.

(наприклад, Німеччина, Ірландія, Франція, Іспанія), оскільки офіційні статистичні дані не враховують значної тінізації доходів, яка переважно стосується груп населення з вищими доходами. Наслідком таких змін є відповідне стрімке зростання кількості домогосподарств, які не можуть дозволити собі певні товари першої необхідності (продуктів харчування та енергоресурсів) протягом дії режиму воєнного стану, що фактично означає їх перебування на межі бідності. Зазначене спостерігається на тлі збільшення частки неактивного та скорочення частки зайнятого населення.

Тим самим, формування економічної нерівності та бідності в Україні потребує рішучих заходів для їх подолання. Одним із шляхів зменшення економічної нерівності є посилення соціальних гарантій з боку держави, що потребує відповідних реформ щодо переходу України від моделі з дешевою робочою силою до моделі з високооплачуваною ефективною працею з відповідним удосконаленням ринкових механізмів регулювання оплати праці, стимулювання індивідуальних інвестицій в навчання протягом усього життя та професійну підготовку з універсальними компетенціями, що підвищують вартість їхньої праці. Не менш важливим є реалізація реформ у сфері детінізації зайнятості для повернення працюючого населення до формального сектору економіки, що також потребує активного залучення місцевого самоврядування та міжнародних організацій до співпраці в цьому напрямку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Завгородня С. Економічна нерівність серед населення України в контексті забезпечення стійкості. Київ : Офіційна сторінка Національного інституту стратегічних досліджень. 2024. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2024-02/az_eknerivnist_19022024.pdf.
2. Економічна статистика. Київ : Державна служба статистики України. 2025. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/
3. Макроекономічний та монетарний огляд за березень 2025 року. Київ : Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/MMR_2025-03.pdf?v=12.
4. Україна – 2030. Стратегія зміни майбутнього. Київ : Офіційна сторінка Національного інституту стратегічних досліджень. 2020. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf.

ПЕРІОДИЗАЦІЯ РОЗВИТКУ БАЛАНСУ (ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВИЙ СТАН) ПІДПРИЄМСТВА

***Т. О. Горбенко**, студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11;*
***Я. В. Щербань**, студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11*
***О. В. Артюх-Пасюта**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Історичні аспекти виникнення Балансу були досліджені з точки зору різних наукових шкіл і напрямів, а також узагальнені в періодизації його розвитку численними науковцями [1; 2; 4–6]. Аналіз їхніх праць дав змогу виокремити ключові історичні аспекти формування Балансу та визначити сім основних етапів його розвитку.

Результатом розвитку Балансу на першому етапі (4000 р. до н. е. – VII ст. до н. е.) є його використання як облікового інструменту в Стародавньому світі. Баланс слугував системою показників, що відображала кількісне співвідношення двох елементів або сторін будь-якої діяльності, наприклад, доходів і витрат держави або вхідних і вихідних грошових потоків. Проте в облікових процедурах його застосування ще не було поширеним. Основними характеристиками складання Балансу були: обов'язковість, поступовий перехід до чіткої періодичності та орієнтація на інтереси державної казни.

На другому етапі (до XIII ст.) Баланс розглядався як економічна категорія, що полягала в урівноваженні взаємозалежних об'єктів. Це явище виникло внаслідок двоїстості господарських процесів та розвитку товарних, а згодом і товарно-грошових відносин.

Подвійний характер відображення господарських операцій призвів до того, що Баланс почали використовувати як облікову категорію лише на третьому етапі (XIII–XV ст.). Розподіл рахунків на активні та пасивні став основою для формування структури Балансу, яка й досі складається з двох частин – активу та пасиву. Однак у цей період Баланс не отримав широкого застосування в управлінні і, в основному, виконував контрольну функцію.

Наукове обґрунтування Балансу сформувалося на четвертому етапі його розвитку (XV – поч. XX ст.). У цей період розвиток Балансу науковці пов'язують з юридичними, економічними, процедурними та персональними аспектами розвитку обліку. Юридичний аспект розвитку обліку передбачав включення до активу Балансу заборгованості осіб, з якими укладено договори, а до пасиву Балансу – обсягу прав і зобов'язань, що виникають з цих угод. Економічний аспект розвитку обліку ґрунтувався на інвентарному тлумаченні Балансу.

Процедурний напрямок розвитку обліку знайшов своє відображення у працях німецького науковця І. Ф. Шера (1846–1924), який вперше визначив Баланс як рівність активів і пасивів, представлену у формі рахунків на останній день звітного періоду. Він також ввів терміни «активні» та «пасивні» рахунки, що започаткувало процес алгоритмізації обліку.

Прихильники персоналістичного підходу в розвитку облікових ідей прагнули вирішити практичні завдання обліку. Одним із представників цього напряму був англійський вчений Л. Р. Діксі (1864–1932). У своїх працях він досліджував оцінку окремих об'єктів обліку та їх зміни під впливом інфляції; отримання підприємством потенційного прибутку або збитку внаслідок зміни цін на активи; необхідність проведення аудиторських процедур, які, на його думку, підтверджували б правильність і об'єктивність даних Балансу.

На четвертому етапі Баланс набув таких характеристик, як періодичність, достовірність і публічність. Складання Балансу ґрунтувалося на основних елементах бухгалтерського обліку: документуванні, інвентаризації, оцінці, рахунках і подвійній записі.

На п'ятому етапі (початок XX – 70-ті роки XX століття) Баланс використовувався як елемент бухгалтерського обліку для узагальнення облікової інформації та контролю за правильністю ведення обліку та як форма фінансової звітності, що відображає фінансовий стан підприємства. Уніфіковані форми Балансів і єдині методи ведення обліку дозволили складати зведені Баланси для окремих галузей народного господарства. Проте, поряд із цими досягненнями, існували й недоліки: форми звітності були громіздкими та важкими для розуміння широкому колу осіб.

Шостий етап (з 70-х рр. XX ст. до 07.02.2013 р.) підкреслює, що Баланс став уніфікованою інформаційною базою про стан активів, зобов'язань і власного капіталу підприємства та вико-

ристовувався внутрішніми і зовнішніми користувачами для прийняття рішень. Основними вимогами складання Балансу стали достовірність, доречність, порівнянність, зрозумілість.

Сьомий етап (з 07.02.2013 р. – теперішній час) розвитку Балансу пов'язаний з реформаційними процесами в обліку. Мова йде про наказ МФУ від 02.07.2013 р. № 73, відповідно до якого Баланс – «Звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал» [3].

Узагальнення історичних аспектів розвитку Балансу допомагає краще зрозуміти його сучасне значення та можливі напрямки подальшої еволюції.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кулик В. А. Бухгалтерський баланс: минуле, сучасне, майбутнє : монографія. Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. 186 с.
2. Лега О. Баланс підприємства: історична ретроспектива методики складання. *Економічний аналіз*. 2010. № 6. С. 110–111.
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : наказ МФУ від 02.07.2013 р. № 73. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text.
4. Писаренко Т. М., Кулинич М. Б. Зміна сутності, призначення та змісту бухгалтерського балансу в історичній ретроспективі. *Економічний форум*. 2021. № 4. С. 139–144.
5. Погорєлова Т. П., Сьоміна О. Р. Бухгалтерський баланс: його сутність, історія виникнення та технологія складання. *Агросвіт*. 2017. № 1–2. С. 44–47.
6. Серединська В. М., Макарчук Т. О. Баланс підприємства: історія виникнення та розвитку. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/37378/1/38.pdf.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

М. О. Дакало, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11*
А. І. Мілька, *канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ефективне управління прибутком підприємств споживчої кооперації потребує удосконалення існуючих інструментів, підходів до обліку та управління, інформаційного забезпечення, які

б задовольняли потреби управління під час розробки та прийняття управлінських рішень.

Погоджуємося з думкою Мільки А. І., що «процес управління прибутком на сьогодні ускладнюється через: необхідність врахування інтересів всіх зацікавлених сторін в діяльності підприємств споживчої кооперації; конкуренцію, яка є невід'ємним елементом ринкової економіки та обумовлює необхідність постійного впровадження нововведень для підтримання та забезпечення конкурентоспроможності підприємства та розвитку бізнесу; значну кількість чинників і факторів прямої та опосередкованої дії, що постійно впливають на процес формування прибутку підприємств кооперації; фінансову та економічну кризу» [1].

Наразі, успішне функціонування моделі управління прибутком підприємств споживчої кооперації визначається якістю інформаційного забезпечення. Адже, використання внутрішніх та зовнішніх даних сприятиме створенню на підприємствах системи інформаційного забезпечення, яка сприятиме поточному та операційному управлінню формуванням і використанням прибутку.

Вважаємо, що інформаційну базу управління прибутком становлять внутрішні та зовнішні показники. Основними показниками інформаційного забезпечення управління прибутком внутрішніх та зовнішніх джерел інформації підприємства є:

− «планові та нормативні показники діяльності (у розрізі операційної, інвестиційної, фінансової діяльності);

− показники фінансової, статистичної та внутрішньовідомчої звітності підприємства;

− показники управлінського обліку (за видами продукції, за центрами відповідальності, за видами діяльності, за сегментами);

− нормативно-регулюючі показники (встановлені нормативи);

− показники, що характеризують загальноекономічний розвиток держави (показники галузевого та макроекономічного розвитку);

− показники, що характеризують кон'юнктуру ринку;

− показники, що характеризують діяльність контрагентів та конкурентів (постачальників, покупців, банків, тощо)» [2].

Особливого значення інформаційного забезпечення механізму управління прибутком підприємств споживчої кооперації становлять показники фінансового обліку, що мають наступні якісні характеристики:

− «уніфікованість (базуються на загальноприйнятих стандартизованих принципах обліку);

− надійність (форми звітності надаються як внутрішнім, так і зовнішнім користувачам, підлягають зовнішньому контролю);

− доступність (інформація є зрозумілою для сприйняття користувачами, які мають достатні знання та зацікавлені в її отриманні;

− регулярність формування (у чітко визначені терміни), порівнянність (є співставними по різних звітних періодах у зв'язку із послідовним застосуванням обраної облікової політики)» [3].

Отже, інформаційне забезпечення управління прибутком підприємств споживчої кооперації повинно забезпечувати необхідною інформацією власників, персонал управління, інтереси зовнішніх користувачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мілька А. І. Модель управління прибутком підприємств і організацій споживчої кооперації України. *Економіка, фінанси, право.* 2013. № 6. С. 23–27.
2. Мілька А. І., Чижик Т. В. Інструментарій управління підприємствами у контексті підвищення ефективності їх діяльності. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. № 3 (20). С. 285–291.
3. Плаксієнко В. Я., Кулик В. А., Мілька А. І. Інформаційно-облікова модель управління прибутком підприємств : монографія. Житомир, 2020. С. 155–162.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

А. С. Дашевський; М. П. Костогриз, *студенти спеціальності Облік і оподаткування, група ОА м-11*
А. І. Мілька, *канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ефективна організація аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю підтверджує результативність прийнятих на основі аналітичної інформації управлінських рішень. Недооцінка ролі

такого аналізу в сучасних умовах зумовлюється тим, що часто керівництво не приділяє значної уваги вивченню стану, структури та руху інвестиційної нерухомості.

Питаннями організації аналізу інвестицій у об'єкти нерухомого майна, а також оцінки ефективності їх утримання займалися зарубіжні та вітчизняні вчені, зокрема С. Блюмін, Ю. Брікхем, Л. Дж. Гитман, І. Д. Лазаришина, Є. В. Мних, В. О. Подольська, Л. В. Чижевська, А. В. Череп, А. Д. Шеремет та ін. Проте, віддаючи належне науковим розробкам провідних вчених, слід відзначити, що низка проблемних питань до сьогодні залишаються не достатньо вирішеними.

Організаційно-інформаційне забезпечення аналізу операцій з інвестиційною нерухомістю формується за допомогою певних складових аналітичного процесу: «принципів, мети, завдань аналізу, предмета, об'єкта, суб'єкта, користувачів, інформаційної бази, етапів та плану аналізу інвестиційної нерухомості» [1].

Аналіз операцій з інвестиційною нерухомістю має за мету «пошук шляхів підвищення ефективності управління діяльністю підприємства в частині удосконалення аналізу інвестиційної нерухомості на основі своєчасного виявлення та запобігання негативним факторам у діяльності з інвестиційною нерухомістю та негативним чинникам, які впливають на показники руху інвестиційної нерухомості, а також порівняння показників ефективності використання інвестиційної нерухомості різних підприємств однієї чи кількох галузей регіону, та розробка заходів щодо реалізації таких резервів» [1].

У ході аналізу інвестиційної нерухомості вирішуються завдання:

− «визначається рівень інвестиційної нерухомості, при якому ефективність діяльності суб'єкта господарювання підвищується або як мінімум забезпечується беззбитковість діяльності;

− визначається обсяг інвестиційної нерухомості, при якому рівень ризику підприємства стати банкрутом становить критичне значення для існування як господарської одиниці;

− аналізується склад та структура інвестиційної нерухомості;

− аналізується динаміка та рух інвестиційної нерухомості;

− оцінюється вплив зміни інвестиційної нерухомості на зміну стану ліквідності Балансу (Звіту про фінансовий стан);

− оцінюється ефективність управління інвестиційною нерухомістю;

− виявляються причини і тенденції зміни інвестиційної нерухомості» [1].

Об'єктом аналізу інвестиційної нерухомості є діяльність підприємства в частині здачі в оренду землі та нерухомості.

Належна організація аналізу інвестиційної нерухомості визначає результативність аналізу. Тому предметом аналізу інвестиційної нерухомості є «результати діяльності підприємства в частині здачі в оренду інвестиційної нерухомості та взаємозв'язки операцій та процесів, що виникають у ході такої діяльності, які є визначальними для досягнення мети аналізу інвестиційної нерухомості» [1].

Суб'єктами аналізу інвестиційної нерухомості – економічні структурні підрозділи підприємства, які причетні до аналітичної роботи. При проведенні аналізу інвестиційної нерухомості слід визначити джерела інформації, які будуть використовувати суб'єкти аналізу.

Сформувавши повну інформаційну базу для аналізу інвестиційної нерухомості, суб'єкт аналізу повинен належним чином спланувати свою роботу. Вважаємо, що план аналізу інвестиційної нерухомості повинен включати: мету, об'єкт, етапи, терміни виконання, виконавців, завдання, інформаційну базу, узагальнюючі документи за результатами аналізу інвестиційної нерухомості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мойсеєнко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. Львів : ЛьвДУВС, 2019. 276 с.

INSURANCE FRAUD AND METHODS OF COMBATING IT

Anton Ivchenko, *FC m-11*
A. Sokolova, *Associate Professor, Candidate of Economic Sciences – Academic Supervisor*
Poltava University of Economics and Trade

The insurance sector plays a key role in the financial industry and has a significant impact on the country's economic development. However, the effective growth of the insurance industry is hampered by a number of factors, among which fraud is particularly prominent.

To ensure the efficient operation of insurance companies and their financial stability, it is necessary to implement an effective system for detecting and preventing insurance fraud. This is an extremely important task, as fraudulent actions can have serious negative consequences not only for the insurer itself, but also for its customers, partners and the entire insurance market [1].

According to L. Shirinyan's definition, «insurance fraud is a conspiracy or deliberately unlawful behavior of certain subjects of insurance relations, intentionally incorrect reflection (presentation) of data on the terms of the insurance contract, as a result of which such subjects are able to illegally change (use) the terms of the insurance contract in their favor or receive compensation without proper grounds arising from the law, to take possession of someone else's property or acquire rights to property by deception, breach of trust» [2].

Insurance fraud can be viewed as intentional actions of the parties to an insurance contract aimed at unlawfully obtaining personal benefits through deception or breach of trust [1].

The types of insurance fraud can be divided into several categories: by the level of participants: individual fraud, corporate fraud, internal fraud, etc.; by the stage of commission: at the stage of concluding a contract, at the stage of filing an insured event claim, at the stage of settling losses, etc.; by insurance sectors: auto insurance, health insurance, housing and property insurance, life and health, etc.

The main mechanisms and schemes of insurance fraud include fictitious insurance events, overstatement of losses, repeated receipt of compensation, forgery of documents, etc.

The main methods of combating insurance fraud are: the use of digital technologies (Big Data and AI to detect suspicious schemes; analysis of customer behavioral patterns; blockchain implementation to protect against fraud); creation of insurance claims databases (information exchange between insurance companies; blacklists of fraudsters); strengthening legal liability (introduction of criminal liability for insurance fraud; improvement of the regulatory framework; staff development; training of employees in detecting and investigating fraud).

Thus, one of the most effective ways to combat insurance fraud is to introduce digital technologies in the insurance sector, as they significantly reduce the time required to detect and investigate fraudulent schemes. The successful application of digital solutions plays a key role in the fight against criminals who are constantly improving their fraudulent methods.

In particular, artificial intelligence contributes to the effective prevention of insurance fraud by analyzing anomalies and behavioral patterns, monitoring insurance policies, detecting fraud, and assessing risks. The use of machine learning allows for continuous improvement of systems and a risk-based approach. This helps insurance companies minimize financial losses and increase the reliability of insurance programs.

In addition, biometric technologies provide a high level of security, allowing to confirm the identity of the client and prevent fraud at the identification stage. Online platforms and specialized portals help automate processes, allowing for a faster response to suspicious cases. The use of these technologies, combined with advanced data analysis algorithms, increases the efficiency and reliability of the insurance industry in the fight against fraud.

Thus, insurance fraud is a serious challenge for the insurance business, as it leads to financial losses, tariff increases and loss of customer confidence. The use of modern technologies, strengthening of control and cooperation between insurance companies help to effectively combat this problem.

List of used information sources

1. Bohrinovtseva, L., & Bondaruk, O., & Kliuchka, O. (2024). Methods of combating insurance fraud in modern development conditions. *European scientific journal of Economic and Financial innovation.* № 1(13). P. 107–117. URL: https://journal.eae.com.ua/index.php/journal/article/view/255/210 (in Ukrainian).
2. Shirinian, L. V. (2020). Competitiveness of the insurance market of Ukraine in conditions of intensification of globalization processes. Kuiv : Vydavnytstvo Lira. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/96299115-3a21-415c-809f-8c8f37895e22/content (in Ukrainian).

ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Ю. О. Кусов, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б 21*
Ю. А. Глущенко, *канд. екон. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливою складовою в структурі місцевих фінансів є доходи місцевих бюджетів, що дозволяють забезпечити виконання місцевими органами влади та органами місцевого самоврядування як власних, так і, делегованих державою повноважень.

Питання розподілу доходів між різними видами бюджетів завжди було важливим об'єктом дослідження науковців з огляду на забезпечення питання справедливості. Однак в умовах військового стану в Україні це питання набуває нових вимірів, адже виникає необхідність мобілізації додаткових ресурсів для фінансування зростаючих соціальних витрат. Зокрема, це стосується підтримки осіб з інвалідністю, відновлення зруйнованого житла, а також надання допомоги внутрішньо переміщеним особам, які постраждали внаслідок російського вторгнення [3, с. 54], (рис. 1).

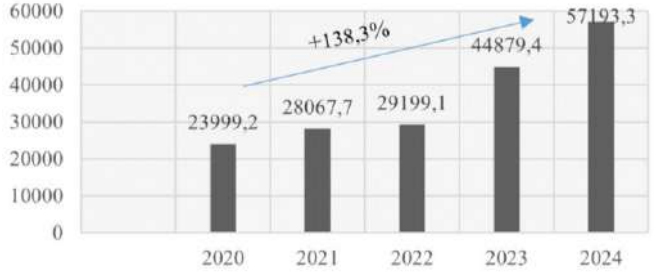


Рисунок 1 – Аналіз динаміки видатків місцевих бюджетів України на соціальний захист та соціальне забезпечення у 2020–2024 рр., млн грн (побудовано автором за даними [4])

Динаміка приросту видатків на соціальний захист та соціальне забезпечення за останні 5 років на 138,3 % наочно підтверджує потребу дослідження стану формування дохідної бази місцевих бюджетів, що є основою місцевого розвитку та безпосередньо впливає на забезпечення якості життя громадян.

Сутність доходів місцевих бюджетів визначається ст. 2 Бюджетного кодексу України, відповідно до якої це податкові, неподаткові та інші надходження [1]. Детальний їх перелік та нормативи визначаються статтями 64, 66, 67, 68, 69, 71 цього ж Кодексу. Дані свідчать, що значну частку у структурі доходів складають податкові надходження, зокрема податок на доходи фізичних осіб та місцеві податки і збори (рис. 2).

Податок на доходи фізичних осіб є важливою формою фіскального оподаткування доходів громадян. Розмежування податку, що є основним джерелом доходів місцевих органів влади, між видами бюджетів постійно змінюється, що відповідно

створює певні загрози для виконання бюджетів. Так, наприклад протягом 2010–2014 років податок у повному обсязі (крім м. Києва) залишався в місцевих бюджетах. Нині 25 % податку є джерелом державного бюджету, зокрема ПДФО з військовослужбовців, що звісно вплинуло на скорочення надходжень податку у 2024 році та викликало невдоволення органів місцевого самоврядування [2]. Розрахунки експертів свідчать, що спрямування податку за місцем проживання сприятиме підвищенню надходження у 90 % загального обсягу громад та сприятиме зменшенню кількості дотаційних бюджетів до 55 % [5].

Рисунок 2 – Динаміка структури окремих податкових надходжень місцевих бюджетів України за 2020–2024 рр., млн грн (побудовано автором за даними [4])

Державні дотації забезпечують нестачу коштів для забезпечення бюджетних потреб відповідно до методики горизонтального вирівнювання (ст. 97 БКУ). Значну частина делегованих державою повноважень фінансується місцевою владою за рахунок субвенцій переданих з Державного бюджету. В зв'язку з цим проаналізуємо їх стан виконання (рис. 3).

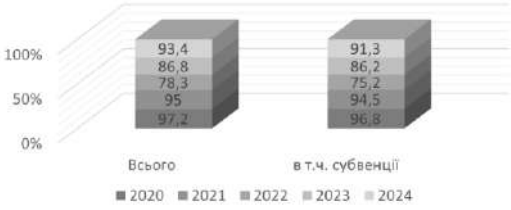


Рисунок 3 – Динаміка рівня виконання уточнених річних планових показників обсягів трансфертів до місцевих бюджетів від органів державного управління за 2020–2024 рр., %

Динаміка виконання уточнених планових показників трансфертних надходжень до місцевих бюджетів у 2020–2024 роках демонструє загальну тенденцію недофінансування, зокрема за рахунок субвенцій. Безумовно, однією з основних причин такого стану є вплив російського військового конфлікту, що негативно вплинув на всі сфери діяльності держави та життя громадян. Поряд з тим, розгалуженість структури субвенцій (понад 40 видів), щорічні зміни методики їх розрахунків ускладнює процес контролю та моніторингу як фахівцями, так і громадянами.

Незабезпечення державними органами влади повноцінного фінансування делегованих функцій створює складнощі в підтримці об'єктів критичної інфраструктури.

Підсумовуючи дослідження варто відмітити, що фінансова децентралізація в Україні для місцевих органів влади має як позитивні тенденції, так і створює окремі складнощі у бюджетному процесі. Проблеми збільшення обсягу бюджетних витрат, викликаних зовнішніми політичними факторами, існування фіскальних ризиків та бюджетних касових розривів потребують удосконалення механізму міжбюджетних відносин, через закріплення доходів, оптимізації субвенцій з метою справедливого розподілу ресурсів, та забезпечення контролю за їх використанням.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бюджетний кодекс України: Кодекс № 2456 від 05.03.2025. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17#Text (дата звернення: 17.03.2025).
2. Бюджетний процес-2025: повернути в місцеві бюджети «силовий» ПДФО та зберегти 64 % ПДФО. URL: https://newch.tv/biudzhetnyy-protses-2025-povernuty-v-mistsevi-biudzhety-sylovyy-pdfo-ta-zberehty-64-pdfo-96803/.
3. Глущенко Ю. А., Яріш О. В., Кононенко Ж. А., Лизун Р. Б. Проблеми управління публічними фінансами в умовах військового стану в Україні. Науковий вісник Полтавського університету *економіки і торгівлі*. 2024. Вип. 3(113). С. 53–59.
4. Дані державного веб-порталу бюджету для громадян. URL: https://openbudget.gov.ua. (дата звернення: 19.03.2025).
5. Проблемні питання виконання/планування місцевих бюджетів у 2024–2025 роках. URL: https://hromady.org/problemni-pitannya-vikonannya-planuvannya-miscevix-byudzhetiv/.

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

А. Д. Лісняк, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-31*
В. Я. Плаксієнко, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сьогодні важко знайти людину, для якої заробітна плата не асоціюється з грошовим еквівалентом. Наймані працівники, вкладаючи свою енергію, працю, вміння та знання, мають право на винагороду, яка й отримала назву «заробітна плата».

Заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [4].

За структурою заробітна плата складається з трьох основних компонентів:

- основна заробітна плата;
- додаткова заробітна плата;
- інші заохочувальні та компенсаційні виплати [3].

Основна заробітна плата – це винагорода за виконану роботу в межах установлених норм праці, таких як норми часу, обслуговування, виробітку, нормовані завдання та посадові обов'язки. Вона визначається відповідно до окладів, тарифних ставок і відрядних розцінок, що закріплені у штатному розписі.

Додаткова заробітна плата – це винагорода за працю понад встановлені норми, за трудові досягнення, винахідливість та особливі умови роботи. До її складу входять доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством, а також премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

Інші заохочувальні та компенсаційні виплати – це виплати у вигляді винагороди за підсумками року, премії за спеціальними системами та положеннями, а також компенсаційні й інші виплати, які не передбачені законодавчими актами або здійснюються понад установлені норми [5].

Для багатьох не секрет, що з заробітної плати кожен працівник відраховує відповідні податкові зобов'язання на користь держави та, перш за все, для забезпечення власних майбутніх фінансових потреб. Це включає:

– податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) за ставкою 18 %;
– військовий збір (ВЗ) за ставкою 5 % [1, 2].

На зарплату співробітника нараховується ЄСВ – 22 % від зарплати. На відміну від звичних працівників, за працівників з інвалідністю підприємець, який його сплачує, користується пільговою ставкою у розмірі – 8,41 %.

Питання «справедливої» заробітної плати постає чи не на кожному підприємстві, оскільки воно є важливим чинником, що впливає на мотивацію працівників і загальний рівень ефективності компанії. В Україні сучасні реалії показують, що справедлива заробітна плата повинна бути не лише достатньою для задоволення потреб працівників, але й відповідати рівню їхнього вкладу в розвиток компанії та економіки загалом. При цьому справедливість заробітної плати часто пов'язана не тільки з розміром винагороди, а й з умовами праці, соціальними гарантіями та нарахуванням відповідних податків і зборів.

Сучасні тенденції оподаткування говорять про те, що в Україні спостерігається тенденція посилення контролю за виконанням податкових зобов'язань та збільшення ефективності системи оподаткування заробітної плати. З одного боку, державні органи зосереджують власну увагу на боротьбі з ухиленням від сплати податків та детінізацією заробітної плати, з іншого – на підвищенні соціальних виплат і створенні більш сприятливих умов для малого та середнього бізнесу.

Саме з вказаних позицій, актуальність об'єктивної інформації, її точність та своєчасність підвищує контрольну функцію бухгалтерського обліку щодо нарахування оплати праці та обчислення утримань з неї, зокрема податків та зборів.

Однією з ключових тенденцій є постійне оновлення механізмів моніторингу виплат, зокрема через електронні системи, що дозволяють автоматично відслідковувати податкові зобов'язання роботодавців і працівників. Саме таке нововведення забезпечить більшу прозорість і зменшить можливості для «тіньових» схем виплати заробітної плати.

Крім того, спрощення процедур нарахування для підприємців, зокрема через удосконалення спрощеної системи оподаткування, має на меті зменшити адміністративні бар'єри та підтримати розвиток малого бізнесу. На мій розсуд ці заходи мають сприяти покращенню бізнес-клімату, стимулюючи легалізацію доходів та створення нових робочих місць.

З огляду на ці тенденції, важливим аспектом є також збільшення відповідальності роботодавців за правильність нарахування та виплати заробітної плати, а також за своєчасне виконання податкових зобов'язань. У цьому контексті розвиток електронних систем обліку та автоматизація процесів стають важливими інструментами для зменшення ризиків і помилок при розрахунку заробітної плати.

У цьому напрямку вже багато зроблено ще на стадії масового впровадження автоматизованих систем обліку, таких як: «BAS Бухгалтерія», «Універсал» та інших. Зокрема згідно меню «BAS Бухгалтерії» «Зарплата і кадри» можна вести кадровий облік, нараховувати заробітну плату, оформлювати її виплату та відображати інформацію з ПДФО і ЄСВ. Паралельно зі створенням електронного документу «Відомість на виплату зарплати через банк» формується платіж по внесках з фонду оплати праці шляхом вибору в меню «Документи за податками» та переходу в обробку інформації «Формування платіжних документів за податками». Таким чином забезпечується комплексність, взаємопов'язаність і взаємоконтроль відповідних показників, які формує облікова система.

Бухгалтерські програми, які не забезпечують такого взаємозв'язку, чи практика ведення не механізованих форм обліку (навіть при подачі податкової звітності в електронній формі) не забезпечують такого контролю. Саме на таких підприємствах фіскальні органи повинні більш ретельно перевіряти стан обліку в оподаткуванні та надавати всебічну допомогу у впровадженні сучасних автоматизованих облікових систем (АОС).

Список використаних інформаційних джерел

1. Державна податкова служба України. Військовий збір. URL: https://surl.li/uluvnl (дата звернення: 27.03.2025).
2. Державна податкова служба України. Податок на доходи фізичних осіб. URL: https://surl.li/zonvwh (дата звернення: 27.03.2025)
3. Заробітна плата: характеристика, структура та функції оплати праці. URL: https://surl.li/gdyvsw (дата звернення: 29.03.2025).
4. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95 ВР. Дата оновлення: 24.08.2024. URL: https://surl.li/boeumv (дата звернення: 27.03.2025).
5. Структура заробітної плати. URL: https://surl.li/gpondd (дата звернення: 30.03.2025).

ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Н. О. Ляшкова, *студентка спеціальності Фінанси та кредит, група ФКм (заочна)-11*
А. М. Соколова, *канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансова безпека підприємства – це стан його фінансових ресурсів, що забезпечує та гарантує захист від негативних впливів, як всередині компанії, так і ззовні. Вона формує необхідні фінансові умови для стабільної роботи підприємства, його розвитку та зростання. Головною метою фінансової роботи підприємства є підтримка фінансової безпеки, яка полягає у підвищенні ефективності та стабільної діяльності компанії, а також запобігає потенційним загрозам, шляхом їх своєчасного виявлення.

Варто зазначити, що рівень фінансової безпеки не є сталим, адже він змінюється під впливом різних внутрішніх та зовнішніх чинників. Динаміка цих змін вимагає постійного аналізу та адаптації фінансових стратегій для забезпечення надійного функціонування підприємства (рис. 1).

Рисунок 1 – Умови забезпечення фінансової безпеки підприємства, сформовано автором за [1; 2]

Після досліджень підходів до сутності фінансової безпеки підприємства, узагальнивши їх, можна дати таке визначення

дефініції «фінансова безпека підприємства» – як «основна складова економічної безпеки підприємства, характеризується таким фінансовим станом, при якому забезпечується фінансова стійкість, ліквідність і платоспроможність підприємства за для реалізації його фінансових інтересів, місії і завдань шляхом ефективного використання ресурсів підприємства» [3].

Економічно-політичні виклики в країні, що виникли сьогодні, стали причиною фінансової незахищеності суб'єктів фінансових відносин країни. Зокрема, початок повномасштабної війни та запровадження воєнного стану спровокували появу реальних ризиків і загроз у веденні підприємницької діяльності.

Аналізуючи фінансову безпеку підприємства, вчені акцентують увагу на фінансових інтересах і фінансових потоках, що на відміну від економічної безпеки, яка стосується всієї господарської діяльності, зосереджуються на вивченні фінансів підприємства [4].

Отже, на сьогодні питання фінансової безпеки підприємства набуває особливої тактичної та стратегічної значущості. Адже від того, наскільки ефективно, раціонально та, що найголовніше, прибутково функціонуватиме суб'єкт господарювання, залежить добробут усієї країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Варналій З. С., Чеберяко О. В., Микитюк О. П., Бондаренко С. М. Актуалітети фінансової безпеки суб'єктів підприємництва України в умовах війни та повоєнний час. *Academy review.* 2024. № 1. С. 123–140. DOI: 10.32342/2074-5354-2024-1-60-9.
2. Вівчар О. Практичний базис системи фінансової безпеки підприємницьких структур: нові виклики та можливості. *MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS.* 2023. № 1. С. 8–13. DOI: https://doi.org/10.31891/mdes/2023-7-1
3. Пилявський О. О., Лепьохін О. В. Забезпечення платоспроможності як складова фінансової безпеки підприємства Інтеграція освіти, науки і бізнесу : монографія / за ред. А. В. Череп. Запоріжжя : Запорізький національний університет. 2024. Т. 13 С. 94–100. URL: https://dspace.znu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/12345/25063/0060868.pdf?sequence=1#page=94.
4. Коваль Н. І., Корніюк К. В. Забезпечення фінансової безпеки підприємства в умовах війни: проблеми та особливості. *Науково-практичний журнал «Агросвіт»*. 2024. № 4. С. 152–158. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.4.152.

ОБЛІК ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ

Д. А. Матюха, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21;*
М. А. Шишкіна, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21*
О. В. Артюх-Пасюта, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансові інвестиції сприяють зростанню інвестиційної привабливості та збільшенню притоку грошових коштів. Це підкреслює необхідність коректного відображення фінансових інвестицій у бухгалтерському обліку.

Під час дослідження авторами було визначено ряд невирішених та дискусійних питань, що стосуються обліку фінансових інвестицій. На нашу думку, найважливішими з них залишаються такі.

1. Недосконаліть визначення сутності «фінансових інвестицій». Встановлено, що в процесі розвитку теорії фінансових інвестицій у нормативних документах та науковій літературі виникло кілька підходів до їх визначення, кожен з яких акцентує увагу на різних аспектах економічної природи фінансових інвестицій. Більшість нормативних актів та вітчизняних науковців характеризують фінансові інвестиції як: витрати; інвестиції в один актив або групу активів; джерело додаткового доходу; збільшення капіталу або інших вигод для інвестора.

2. Відсутність системної класифікації фінансових інвестицій. Так, у чинних нормативних документах, навчальній і науковій літературі складно знайти єдину системну класифікацію фінансових інвестицій. На жаль, ні НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], ні Інструкція про застосування Плану рахунків [3] не містять жодного конкретного групування фінансових інвестицій. І лише зі змісту наведених офіційних визначень та у контексті характеристики рахунку 14 «Довгострокові фінансові інвестиції», 35 «Поточні фінансові інвестиції» можна виокремити об’єкти, у які можуть здійснюватися фінансові інвестиції. Якщо підприємство виявило помилку в класифікації фінансових інвестицій, її необхідно виправити, враховуючи відповідні зміни в оцінці цих інвестицій на останню звітну дату.

3. Недостатня розробленість методів оцінки фінансових інвестицій. На сьогодні законодавчо не врегульованим залишається порядок оцінки фінансових інвестицій [2–3], який залежно від їх видів може бути різним. Первісна оцінка фінансових інвестицій не враховує витрати, пов'язані з їх придбанням. Зокрема, ігноруються витрати на сплату державного мита за укладення угод та комісійні винагороди фінансовим посередникам. Крім того, фінансові інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства, а також у спільну діяльність, не підлягають оцінці на звітну дату за методом участі у капіталі. Для забезпечення правильної оцінки фінансових інвестицій за методом участі у капіталі необхідно мати достовірну інформацію про результати діяльності інвестованого об'єкта та його фінансовий стан. У разі виявлення помилки така оцінка коригується шляхом внесення змін до сальдо нерозподіленого прибутку на початок звітного періоду відповідно суми змін.

4. Поверхневість дослідження оцінки прибутку (збитку) від операцій із дочірніми, асоційованими та спільними підприємствами. Згідно з існуючою практикою, дохід (збиток) від реалізації чи придбання активів інвесторами визнається у повному обсязі та одразу після укладення угоди з дочірніми, асоційованим та спільним підприємствами без урахування даних відносно подальшого руху відповідних активів.

5. Недостатня обґрунтованість методичних підходів щодо коригуванням балансової вартості інвестицій. Зазначаємо, що балансова вартість інвестицій може збільшуватися (зменшуватися) в залежності від частки інвестора у сумі інших змін власного капіталу об'єкта інвестування. Зазначені зміни відображаються у відповідних статтях власного капіталу інвестора. Крім того, у МСБО 28 «Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства» [1] зазначено, що можливі зміни величини іншого додаткового капіталу можуть бути пов'язані з переоцінкою основних засобів та фінансових інвестицій, від різниці у валютних курсах.

6. Зміни в капіталі інвестованого підприємства. Ці зміни мають бути відображені у відповідних статтях власного капіталу інвестора. Відповідно до НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], у випадку, коли сума зменшення такої частки перевищує розмір відповідної статті власного капіталу інвестора, різниця списується шляхом зменшення нерозподіленого прибутку або, у

разі його відсутності, шляхом збільшення непокритих збитків. Це підкреслює важливість точного відображення в обліку змін у власному капіталі підприємства;

7. Придбання активів інвестором у дочірнього підприємства. У разі придбання інвестором активів у дочірнього підприємства прибуток (збиток), який припадає на частку інвестора, не визнається відразу. Така сума відображається лише в момент подальшого продажу цих активів третім сторонам або поступово, залежно від періодів амортизації нематеріальних активів, що були придбані.

8. Необхідність підвищення вимог стосовно ведення первинного, синтетичного та аналітичного обліку фінансових інвестицій підприємств. Чинний порядок обліку фінансових інвестицій, що регулюється НП(С)БО 12 «Фінансові інвестиції» [2], потребує уточнення, оскільки не враховує міжнародно визнану різницю між борговими та корпоративними інвестиціями.

На наш погляд, напрямами удосконалення обліку фінансових інвестицій є: оптимізація методики обліку фінансових вкладень у спільні підприємства та пов'язані сторони через застосування методу участі в капіталі; удосконалення класифікації фінансових інвестицій, яка буде надавати інформацію управлінському персоналу підприємства про фінансові інвестиції для прийняття ефективного рішення в напрямку раціональності та ризиковості інвестування вільних коштів у фінансові активи, а також працівникам бухгалтерського обліку при оцінці фінансових інвестицій, визначенні субрахунків, складанні облікових регістрів, формуванні показників звітності; детальне відображення інвестиційних процесів у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності; забезпечення достовірності інформації про доходи та витрати, пов'язані з інвестиційною діяльністю; використання сучасних програмних засобів для ведення первинного, синтетичного та аналітичного обліку та процесів оцінки фінансових інвестицій.

Втілення перелічених заходів допоможе упорядкувати методику обліку та оцінки фінансових інвестицій, сприяючи їх систематизації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 28 «Інвестиції в асоційовані та спільні підприємства». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/IAS-28_ukr_2016.pdf.

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції» : наказ Міністерства фінансів України від 26.04.2000 р. № 91. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text.
3. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій : наказ Міністерства фінансів України від 30.11.1999 р. № 291 (зі змінами та доповненнями). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11#Text.

БОРГОВА ПОЛІТИКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ ТА ЇЇ СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ

Д. О. Мигур; В. В. Сулим, *студентки спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б-11*
С. П. Прасолова, *канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах відкритої агресії проти України проблематика національної безпеки та оборони є ключовою нині та залишатиметься такою у стратегічній перспективі. Для розуміння ж рівня фінансової безпеки держави та ухвалення ефективних економічних і соціальних рішень критично важливим є дослідження державного боргу та індикаторів боргової безпеки як важливих інструментів формування боргової політики країни з урахуванням її впливу на фінансову стабільність. Разом з тим, навіть за таких умов держава не має залишати поза увагою питання соціального розвитку, які є взаємопов'язані із зростанням соціальної напруги, поглиблюючи негативні міграційні процеси.

Проблеми формування боргової політики в Україні, питання щодо ефективності управління державним боргом у контексті збереження боргової безпеки розглядалися в працях А. Бабенко, Вахненко, В. Дудченко, О. Мелих, В. Федосової та багатьох інших. Результати їх досліджень показують, що борговій політиці України останнього десятиліття були притаманні суттєві дисбаланси, які так і не вдалося багато в чому вирішити. Адже в процесі реалізації боргової політики має бути не тільки забезпечена платоспроможність держави, але й досягнута збалансованість її фінансової системи та макроекономічна стабільність. При цьому державний борг виступає ефективним інструментом

для держави за умови спрямування державних запозичень в реальні сектори економіки, що дозволяє підвищувати виробництво, стимулювати попит і, в результаті, – забезпечувати зростання реальних обсягів валового внутрішнього продукту.

На жаль, в умовах війни держава вимушена існувати в умовах хронічного бюджетного дефіциту через суттєве зростання військових витрат, витрат на відновлення пошкодженої інфраструктури, зниження економічної активності українських підприємств за відповідного падіння доходів державного бюджету, зменшення іноземних інвестицій тощо. За таких умов значно зростає необхідність запозичення фінансових ресурсів на ринках, що обумовлює зростання обсягів державного боргу за відповідного погіршення показників боргової безпеки. Зокрема, як свідчать дані табл. 1 основні індикатори боргової безпеки України у 2022 та 2023 роках різко зросли, перевищивши поріг 60 % та стали критичними.

Таблиця 1 – Динаміка основних індикаторів боргової безпеки України у 2019–2023 рр.[1]

Індикатори боргової безпеки	Розрахункове значення				
	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023р.
1. Відношення обсягу державного та гарантованого державою боргу до ВВП, %	44,3	53,9	43,3	71,6	79,4
2. Відношення обсягу валового зовнішнього боргу до ВВП[2], %	79,2	80,8	64,9	81,5	90,4

Тим самим, початок відкритої агресії проти України у лютому 2022 року поглибив прояви макрофінансових дисбалансів, максимально посиливши залежність нашої держави від надходжень з боку іноземних партнерів. За таких умов зростання обсягів видатків Пенсійного фонду України суттєво стримувалося, зростання розміру мінімальних пенсій відкладалося, а зростання середньої пенсії у 2024 році до 5 789,05 грн було не більше ніж 129 євро, ставши найнижчим серед країн Європи [2]. Це фактично дискредитує солідарний рівень пенсійної системи України, яка в умовах демографічної кризи фактично не спроможна забезпечити гідні пенсійні виплати.

[1] Розраховано авторами на основі даних [1, 3].

[2] Валовий зовнішній борг і ВВП у розрахунку взяте у млн дол. США.

На нашу думку, підвищення рівня боргової безпеки України є критично важливим для успішного відновлення економіки України після завершення воєнних дій. Залучення ж міжнародних партнерів до процесу списання боргів і їх реструктуризації може створити сприятливі умови для стабілізації фінансової системи, що, в свою чергу, сприятиме відновленню інвестиційної привабливості країни та забезпеченню її соціально-економічного розвитку в умовах повоєнного відновлення. З точки зору стратегічної перспективи Україна мусить кардинально переглянути власну боргову політику, акцентувавши увагу не тільки на необхідності поточного фінансування витрат на оборону, але й соціальної політики, перш за все, у частині реформування пенсійної системи нашої держави. Тільки комплексний підхід до вирішення існуючих проблем дасть можливість у період повоєнного відновлення України спрямовувати борговий капітал у важливі інфраструктурні проєкти за відповідного зростання рівня життя українців.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боргова статистика. Київ : Офіційна сторінка Міністерства фінансів України. 2025. URL: https://www.mof.gov.ua/uk/borgovi-pokazniki-st.
2. Дані про середній розмір пенсії. Київ : Офіційна сторінка Пенсійного фонду України. 2025. URL: https://www.pfu.gov.ua/2119090-dani-pro-serednij-rozmir-pensiyi.
3. Методичні рекомендації щодо розрахунку рівня економічної безпеки України : затв. наказом Міністерства економічного розвитку і торгівлі України 29.10.2013 № 1277. Київ : Офіційне представництво Верховної Ради України, 2025. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

А. І. Мізгірьова, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11*
М. О. Любимов, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність дослідження історії бухгалтерського обліку полягає в тому, що його трансформація була зумовлена не лише економічними, а й політичними, соціальними та технологічними

факторами. Вивчення цих процесів дозволяє зрозуміти, як формувалися сучасні принципи обліку, чому вони працюють саме так, і які тенденції можуть визначати його майбутній розвиток. Розгляд та обговорення цієї теми є надзвичайно важливою для професійної та академічної спільноти.

Розвиток бухгалтерського обліку в Україні відображає складний історичний шлях, що поєднує вплив європейських традицій, періоди централізованого планування та сучасні прагнення до інтеграції з міжнародними стандартами.

На основі проведеного дослідження ми виділили 5 основних етапів розвитку бухгалтерського обліку в Україні [1–4].

1. Дорадянський період (до 1917 р.). Облік базувався на європейських традиціях (під впливом Російської імперії та Австро-Угорщини). Використовувалася система подвійного запису. Поширювалися бухгалтерські школи та перші професійні об'єднання бухгалтерів.

2. Радянський період (1917–1991 рр.). Запровадження жорсткої централізованої системи бухгалтерського обліку. Облік підпорядковувався державному плануванню та контролю. Використовувалася уніфікована система рахунків. Головна увага – на обліку матеріальних ресурсів та планових показників.

3. Перехідний період (1991–1999 рр.) Впровадження ринкових механізмів після здобуття незалежності України. Перегляд радянської системи обліку, поступове наближення до міжнародних стандартів. Прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (1999 р.).

4. Запровадження національних стандартів (2000–2010 рр.) Впровадження ринкових механізмів після здобуття незалежності України. Перегляд радянської системи обліку, поступове наближення до міжнародних стандартів. Прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» (1999 р.).

5. Перехід на МСФЗ (2011 – до сьогодення). Обов'язкове застосування Міжнародних стандартів фінансової звітності (МСФЗ) для великих компаній, банків, страхових організацій. Активне впровадження цифрових технологій у бухгалтерський облік, автоматизація процесів. Діджиталізація звітності (XBRL, електронні документи).

Сьогодні Україна продовжує вдосконалювати систему бухгалтерського обліку, наближаючи її до найкращих світових практик. У майбутньому ключовими напрямами розвитку будуть подальша діджиталізація, впровадження штучного інтелек-

ту в бухгалтерські процеси та повна відмова від паперової документації. Такі кроки дозволять ще більше підвищити ефективність обліку та відповідність міжнародним стандартам, що сприятиме інтеграції України у світову економічну спільноту.

З огляду на історичні, економічні та соціальні особливості України, подальші реформи мають передбачати чітке визначення методологічних засад бухгалтерського обліку, враховуючи міжнародні вимоги та особливості національної економіки. Важливим кроком стане удосконалення нормативного регулювання, забезпечення чіткого дотримання вимог бухгалтерського законодавства та підвищення ролі професійних організацій у регулюванні обліку. Інституційна реформа має на меті створення ефективної системи державного регулювання, де баланс між державним контролем та професійним саморегулюванням сприятиме подальшому розвитку бухгалтерського обліку в Україні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Алексєєва А. Історичні етапи становлення і розвитку сегментарного обліку та звітності в Україні / А. Алексєєва, Т. Ігнатенко // Вісник Київського Національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 5. – С. 40–45.
2. Бутинець Ф. Ф. Історія бухгалтерського обліку : в 2 ч. : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. за спец. «Облік і аудит» / Ф. Ф. Бутинець ; ред. Л. Л. Горецька. – Житомир : Рута, 2001. – Ч. 1. – 2001. – 511 с. ; Ч. 2. – 2001. – 511 с.
3. Голов С. Ретроспективний погляд на реформування бухгалтерського обліку в Україні. Антиміфологія / С. Голов // Бухгалтерський облік і аудит. – 2005. – № 11. – С. 5–10.
4. Кірейцев Г. Г. Розвиток бухгалтерського обліку: теорія, професія, міжпредметні зв'язки : монографія. Житомир : ЖДТУ 236, 6, 2007.

ОСОБЛИВОСТІ ОПОДАТКУВАННЯ ФОП В УМОВАХ ВІЙНИ

Д. К. Москаленко, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-31*
Н. В. Прохар, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Військові дії та введення воєнного стану на території України забезпечили руйнування економічних зв'язків між суб'єктами господарювання, занепад економіки України, а отже –

уповільнили надходження на всіх рівнях до бюджету України та фінансування державних потреб. Пожвавлення економіки нашої держави в майбутньому залежить від продуманої та економічно обґрунтованої політики підтримки малого й середнього бізнесу, значну частину якого становлять ФОП. Тому виокремлення основних особливостей оподаткування ФОП в умовах війни є актуальним.

Основи оподаткування суб'єктів господарювання висвітлені у працях науковців, серед яких О. О. Бетлій, М. П. Войнаренко, О. І. Гринюк, О. А. Дем'янишина, Л. І. Ірха, Г. Ю. Коблянська, Ю. М. Лисенко, Т. М. Мельник, Ю. Федосюк, Н. В. Федькевич, Р. Л. Цебень та інші.

Особливості оподаткування ФОП в умовах війни в Україні доцільно, на нашу думку, розглядати за наступними напрямами:

− правила оподаткування ФОП: порядок сплати єдиного податку, єдиного соціального внеску, податку на доходи фізичних осіб;

− порядок заповнення та подання звітності ФОП в період воєнного стану;

− введення спеціального мораторію на здійснення різного роду податкових перевірок ФОП;

− визначення основних факторів, що здійснюють негативний вплив на підтримку та подальший розвиток національного бізнесу в умовах війни в державі;

− узагальнення висновків щодо необхідності підтримки малого бізнесу в умовах війни в країні.

Проведене дослідження свідчить, що ФОП, які є платниками єдиного податку першої та другої груп, мають право не сплачувати єдиний податок та ЄСВ за себе у встановлені законодавством терміни. При цьому несплата цих податків є їхнім правом, але не обов'язком, тому остаточне рішення відносно звільнення від сплати податків ФОП приймає самостійно. До того ж, обов'язок щодо сплати єдиного податку або ЄСВ за місяці, в яких вони не сплачувалися, після припинення воєнного стану в Україні є відсутнім. Податок на доходи фізичних осіб не сплачується, якщо ФОП не має доходів.

Що ж стосується подачі звітності ФОП як платника єдиного податку або податку на доходи фізичних осіб, законодавством визначено наступні особливості, а саме:

1) на даний час, всі ФОП мають можливість продовжувати власну діяльність й надалі, або ж обрати для себе третю групу як платника єдиного податку на основі загальних правил;

2) для сплати й декларування ЄСВ для ФОП, які є платниками третьої групи єдиного податку на весь період воєнного стану в Україні, встановлені такі ж самі правила, як і для ФОП, які є платниками другої групи;

3) на весь період воєнного стану в країні, Податковим кодексом України [1] визначено можливість обрання/переходу на спрощену систему оподаткування, тобто третю групу платників єдиного податку з особливостями оподаткування, що встановлені законодавством [1].

З початку березня 2022 р. урядом країни було запроваджено спеціальний мораторій, що стосувався проведення різного роду податкових перевірок. Проте, починаючи з травня 2022 р., перевірки частково відновилися. Також, з березня 2022 р. призупинено визначені строки щодо сплати різних видів податків. Але, вже із травня 2022 р. цей процес відновлено, що значно ускладнило ведення малого бізнесу.

Отже, з 01.04.2022 р. й до повного припинення/скасування воєнного стану на всій території України для усіх ФОП набрали чинності та почали діяти особливі правила щодо ведення бізнесу. Фінансування державного та місцевих бюджетів в країні скоротилося, оскільки бізнес зазнав руйнувань, пошкоджень, втрати майна.

Зважаючи на важливість захисту України, найбільша частка фінансування тепер припадає на підтримку та забезпечення обороноздатності країни. Також збільшилися державні видатки для внутрішньопереселених осіб, тимчасово безробітних громадян, громадян, які втратили житло тощо. Зваживши всі «за» та «проти» щодо такої ситуації, уряд держави, вже починаючи з літа 2022 р. розпочав поступове повернення деяких податків, щоб підтримати національний бізнес країни, та її фінансово-економічну спроможність.

Таким чином, державна політика щодо тимчасової зміни системи оподаткування ФОП була лояльною на початку війни в країні, що сприяло підтримці як ФОП, так і бізнесу в цілому. Проте, зараз поступки держави скорочуються. Тому, відновлення довоєнної системи оподаткування бізнесу, в т. ч. й ФОП, є виваженим та важливим кроком в забезпеченні підтримки фінансово-економічної стабільності країни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00.

ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ДОВКІЛЛЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ (на прикладі м. Миколаївка, Донецька обл.)

К. Р. Нінічук, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11;*
Д. Ю. Гусаренко, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-11*
А. І. Мілька, *канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Військові дії на території України спричинили серйозні екологічні проблеми.

Серед основних екологічних загроз варто виділити:
- забруднення водних ресурсів;
- знищення лісів і зелених зон;
- вплив на ґрунти;
- забруднення повітря.

Забруднення водних ресурсів є одним із найнебезпечніших для населення. У наслідок руйнування інфраструктури, прориву дамб та бойових дій у водні ресурси потрапляють хімікати, паливно-мастильні матеріали та залишки вибухових речовин, що призводить до їх забруднення та непридатності використання населенням. Окрім того, через прориви дамб з'являється загроза затоплення інфраструктури, котра знаходиться поруч з ними, та ризик підвищення смертності серед населення через затоплення водними ресурсами.

Досліджуючи забруднення водних ресурсів на прикладі м. Миколаївки, Донецької обл. (далі м. Миколаївка) з'ясовано, що у зв'язку з бойовими діями, постачальники знезаражуючих речовин відмовилися виконувати договірні зобов'язання з постачання об'єктів підприємств рідким хлором та хлоровмісними реагентами. Споживачам перед вживанням рекомендовано кип'ятити воду протягом 15 хвилин.

Помітно позитивну прогресію забруднення повітря м. Миколаївка через:

– постійні вибухи, що підіймають у повітря пил, порох;
– пожежі після вибухів;
– витоки різних газоподібних речовин у повітря.

Розглядаючи вплив на ґрунти м. Миколаївки, військові дії призвели до:

– ерозії ґрунтів – через постійний рух військової техніки, що спричиняє порушення природу ґрунту і викликає його ерозію;
– хімічного забруднення – хімічними речовинами (масла, гази) після спаленої техніки, залишками вибухів (осадами після них);
– механічного забруднення – вирви після вибухів, що змінюють структуру та знищують родючість ґрунту, а також залишки мін і не розмінованих снарядів.

Знищення лісів і зелених зон м. Миколаївки є забрудненням в теплі пори року та при відсутності дощів, що призводить до виникнення пожеж через вибухи.

Вищезазначене підтверджує, що воєнний стан та війна з країною-агресором негативно впливає на екологічний стан України та викликає велику кількість екологічних проблем, наслідки котрих буде усувати не одне покоління українців. Післявоєнне відновлення України має відбуватись на засадах Європейського зеленого курсу та використання передових екологічних інструментів.

ГІБРИДНА ФІНАНСОВА СИСТЕМА: ПОЄДНАННЯ ФІАТНИХ ТА ЦИФРОВИХ ВАЛЮТ

А. В. Павлиш, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б-21;*
О. В. Яріш, *канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

З розвитком технологій фінансові системи зазнають значних трансформацій. Однією з ключових тенденцій є поєднання традиційних фіатних валют із цифровими активами, що створює гібридну фінансову систему. Такий підхід дозволяє розширити можливості ринку, збільшити фінансову доступність та підвищити ефективність фінансових операцій.

Гібридна фінансова система поєднує дві форми грошей, забезпечуючи їхню взаємодію через фінансові інструменти та платформи. Зокрема, фіатні валюти які випускаються центральними банками і визначені офіційними платіжними засобами та цифрові валюти, як децентралізовані активи, що функціонують на блокчейні, так і цифрові еквіваленти фіатних валют, що випускаються державними органами (цифрова валюта центрального банку (CBDC))

Серед основних переваг гібридної фінансової системи варто відмітити збільшення доступності фінансових послуг з одночасним зниженням транзакційних витрат, Цифрова валюта центрального банку (CBDC) також може суттєво вплинути на фінансову систему, забезпечивши ефективність монетарної політики. Водночас впровадження CBDC очевидно спровокує потребу перегляду банками власних бізнес-моделей через потенційний відтік частини коштів з традиційних депозитів у цифрову валюту.

Однією з вагомих переваг є сприяння детінізації економіки, через підвищення прозорості транзакцій та зниження рівня нелегальних фінансових операцій.

Ще один важливий аспект – швидкість та доступність платежів. Завдяки CBDC перекази можна буде здійснювати миттєво, без посередників, що суттєво знизить фінансові операції.

Наразі, понад 100 центробанків світу працюють над власними цифровими валютами [1]. Беззаперечним лідером у цій сфері визнано Китай, де тестування цифрового юаня стартувало ще у 2019 році. Згодом його випробування відбулися в кількох містах, а під час Олімпійських ігор у Пекіні 2022 року туристи отримали можливість використовувати е-юань без необхідності відкривати рахунки в китайських банках.

Серед піонерів впровадження цифрових валют варто згадати Багамські острови, які першими запустили власну CBDC – Sand Dollar. Вона була прив'язана до місцевого долара і стала доступною для всіх жителів країни ще у 2020 році.

Японія наразі на етапі вивчення можливості запровадження CBDC, створивши комітет для аналізу та обговорення цього питання з бізнесом і урядом [2].

Не менш активними є і європейські країни. Європейський центральний банк у 2020 році почав розглядати можливість впровадження цифрового євро, а у 2022 році офіційно оголосив про роботу над законопроєктом щодо його запуску [3].

Наразі НБУ вивчає доцільність та можливі сценарії впровадження е-гривні, зокрема її використання для роздрібних безготівкових платежів, операцій з віртуальними активами та транскордонних переказів. Рішення про масштабний випуск е-гривні ще не ухвалене, а його реалізація буде залежати від результатів пілотного проєкту та подальших досліджень.

За прогнозними оцінками експертів CBDC може стати безпечним і нейтральним платіжним засобом, довкола якого сформується нова фінансова екосистема.

Таким чином, гібридна фінансова система має потенціал змінити глобальний фінансовий ландшафт, об'єднуючи найкращі риси традиційних та цифрових валют. Вона сприяє підвищенню ефективності фінансових операцій, розширенню доступу до фінансових послуг та забезпеченню стабільності цифрової економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. CBDC (Central Bank Digital Currencies) – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/7782/central-bank-digital-currencies/#.
2. Today's Central Bank Digital Currencies Status. Topic. Overview. URL: https://cbdctracker.org/
3. CBDC: чим національні цифрові валюти відрізняються від криптовалют та у чому їх перспективи. URL: https://fintechinsider.com.ua/cbdc-chym-naczionalni-czyfrovi-valyuty-vidriznyayutsya-vid-kryptovalyut-ta-u-chomu-yih-perspektyvy/

РОЛЬ МІЖНАРОДНОГО ВАЛЮТНОГО ФОНДУ У СТАБІЛІЗАЦІЇ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

М. В. Пилат, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини;*
Ю. В. Полякова, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин, декан факультету міжнародних економічних відносин та інформаційних технологій – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

22 липня 1944 року на Бреттон-Вудській конференції ООН, присвяченій валютно-фінансовим питанням, була запропонована та розроблена платформа угоди, відома під назвою Хартія МВФ. Потужний внесок у формування концепції діяльності Міжнародного валютного фонду зробили британський еконо-

міст Джон Мейнард Кейнс, який керував делегацію від Великої Британії, та Гаррі Декстер Уайт, високопосадовець з Міністерства фінансів США. Завершальний варіант угоди був підписаний 27 грудня 1945 року 29 країнами, і це вважається офіційною датою заснування МВФ. Інституція розпочала власну діяльність від 1 березня 1947 року в межах дії Бреттон-Вудської валютної системи, а першою країною, що скористалася кредитом від МВФ, виявилася Франція. За час діяльності Фонду ним керували представники від різних країн. Поміж директорів-розпорядників були бельгієць Каміль Гат, іспанець, нідерландець Йохан Уіттевін, німець, двоє шведів Івар Рут і Пер Якобссон, а також п'ятеро французів: П'єр-Пол Шведзер, Жак де Ларозьєр, Мішель Камдессю, Домінік Стросс-Кан і Крістін Лагард [1].

Міжнародний валютний фонд (МВФ) залишається сьогодні ключовою міжнародною фінансовою організацією, що відіграє провідну роль у процесах забезпечення глобальної економічної стабільності. Метою його створення було регулювання сфери валютно-фінансових відносин між країнами, запобігання економічним кризам та сприяння сталому розвитку міжнародного співтовариства. Ключовими механізмами для впливу з боку МВФ є надання фінансової допомоги тим країнам, що мають труднощі платіжного балансу, потребують програм економічного відновлення, а також здійснення макроекономічного аналізу і консультування. Україна співпрацює з Міжнародним валютним фондом, починаючи з 1992 року. На відміну від інших міжнародних фінансових інституцій, МВФ інтегрує у власній діяльності низку функцій у галузі валютно-фінансових відносин, зокрема регуляторні, фінансові, наглядові та консультаційні. Пріоритетності співпраця з МВФ набула в період повномасштабного військового вторгнення, так як надання кредитів країні протягом воєнного стану стало унікальним випадком для Фонду. Починаючи від 2014 року Україна отримала понад 12 млрд дол США в межах трьох останніх довоєнних програм, а загальний обсяг фінансування від МВФ з часу здобуття незалежності перевищує 37 млрд дол. Згадані ресурси відіграли кардинально важливу роль у процесі підтримки економічної та фінансової стабільності країни та її інвестиційної привабливості [2].

За допомогою програм МВФ Україна спромоглася стабілізувати макроекономічне середовище, зокрема запровадження на практиці плаваючого курсу гривні у 2015 році сприяло уник-

ненню різкої девальвації, а підтримка Фонду посприяла уповільненню інфляції після кризи 2014 року. Також завдяки підтримці МВФ вдалося реформувати сферу державних фінансів, скоротити обсяги бюджетного дефіциту та уникнути дефолту. Фінансова підтримка від інституції стала вагомою для стабілізації роботи банківської системи, яка постраждала внаслідок відпливу капіталу. У той же час чіткі фіскальні заходи, такі як збільшення тарифів і скорочення субсидіювання, спровокували певне соціальне напруження. Попри труднощі, без допомоги МВФ наша країна могла б зіткнутися з більш масштабною кризою. Під час пандемії COVID-19 Фонд надавав екстрене фінансування для підтримки стабільності економіки та медичної сфери. І у 2022 році в умовах повномасштабної війни, Фонд продовжив співпрацю шляхом виділення коштів на макроекономічну стабілізацію та відновлення. Фінансова співпраця між Україною та МВФ основується на нормативно-юридичних зобов'язаннях стосовно нагляду і контролю за бюджетною політикою, реформування фінансового сектору та дотримання прозорості державних фінансів. Верховна Рада займається ратифікацією угод, а Національний банк своєю чергою здійснює контроль за виконанням макроекономічних параметрів [3]. Підсумуємо, що попри окремі суперечливі аспекти, МВФ був і залишається важливим партнером для України у напрямі фінансовій стабільності, що особливо важливо у періоди кризи.

Міжнародний валютний фонд також відіграє вагому роль у розвитку світової економіки шляхом сприяння фінансовій стабільності та розвитку країн через надання кредитів, консультацій та технічної допомоги. Його ключові функції охоплюють надання фінансової підтримки тим країнам, що переживають економічні труднощі, консультування щодо різноманітних аспектів макроекономічної політики та ефективного впровадження реформ. Організація також приділяє увагу моніторингу економічних процесів, публікуючи аналітичні звіти та роблячи прогнози щодо світової економіки. На фоні позитивного впливу діяльність МВФ супроводжується сукупністю сучасних викликів. Умови кредитування подекуди потребують реалізацію структурних реформ, що можуть бути складними та непопулярними серед мешканців, що призводить до соціальної напруги. Поза тим залучення фінансової допомоги від МВФ накопичує боргове навантаження країни, що обмежує її потенційні можли-

вості фінансувати соціальні програми та інфраструктурні проєкти. Ще однією проблемою слід вважати нерівномірність у процесі прийняття рішень, так як економічно потужні країни справляють більший вплив на чинну політику Фонду, аніж менші держави. Для підвищення ефективності своєї діяльності МВФ потребує процесів реформування, зокрема розширення гнучкості та адаптивності у підходах до кредитування, врахування соціальних наслідків економічних програм та створення більш справедливої системи голосування, яка б забезпечувала рівноправне представництво всіх учасників [4].

Отже, міжнародний валютний фонд посідає важливу роль у світовій економіці, підтримуючи фінансову стабільність, надаючи кредити та рекомендації з економічної політики. Від часу заснування в рамках Бреттон-Вудської системи МВФ адаптувався до сучасних викликів, допомагаючи країнам подолати економічні труднощі та впроваджувати необхідні реформи. Для України співпраця з МВФ стала критично важливою, особливо в умовах війни. Надані кошти сприяли збереженню макроекономічної стабільності та довіри міжнародних партнерів. Водночас жорсткі умови кредитування іноді викликають соціальну напругу та економічні труднощі, оскільки реформи, передбачені програмами МВФ, можуть бути складними для виконання. Попри значний внесок у глобальну фінансову систему, діяльність Фонду часто піддається критиці через дисбаланс у процесі прийняття рішень, що надає більше впливу економічно потужним країнам, а також через збільшення боргового навантаження країн-одержувачів. Подальше реформування МВФ має включати гнучкіші умови кредитування, більший акцент на соціальні аспекти програм та справедливіший механізм ухвалення рішень. У сучасних економічних реаліях МВФ продовжує відігравати ключову роль у підтримці фінансової стабільності. Його здатність адаптуватися до викликів та ефективно підтримувати країни визначатиме подальший розвиток світової економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сидоренко В. О. Міжнародний валютний фонд: історія, мета, функції. *Конференції ВНТУ*. 2018.
2. Галустян Р. О. Співпраця України та Міжнародного валютного фонду під час війни. *Молодий вчений.* 2024. С. 32–25.

3. Черська Д. Роль України в Міжнародному валютному фонді (МВФ): економічні реформи та правові аспекти фінансових угод. UNIVERSUM. 2024. № (14). С. 173–183.
4. Юськевич В. Міжнародний валютний фонд у сприянні економічного розвитку країн. *«Інноваційні процеси економічного і соціально-культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід».* 2024. С. 40–42.

DIGITAL TRANSFORMATION OF THE BUSINESS STRATEGY OF FINANCIAL INSTITUTIONS AS A PREREQUISITE FOR THE DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL MARKET

Artem Ryzhkov, *postgraduate student, specialty Management*
Alona Sokolova, *Associate Professor, Candidate of Economic Sciences – Academic Supervisor*
Poltava University of Economics and Trade

Digital transformation involves large-scale organizational transformations that change business strategies, operational processes, and management procedures. In the process of implementing technologies, they interact with the organization's strategy and external environment characteristics, such as the legal framework, the level of infrastructure development, and government regulation.

An innovative business strategy is of particular importance in the digital era. Its effectiveness depends on the dynamic capabilities of the organization, contextual factors, leadership, and business thinking. It allows companies to remain competitive in the face of rapid technological change [1].

Analysis of financial market transformations indicates a rapid reduction in the number of financial institutions [2; 3]. This is due to the war, changes in the regulatory environment, and other economic challenges. Also, the practical experience of strategic analysis and planning in domestic non-bank financial institutions remains limited. Therefore, the development of modern strategic plans adapted to the specifics of the national market is an important step to ensure the sustainable development of the industry.

The transformation of strategic planning in Ukraine should be based on a combination of domestic experience and the best international practices in management, marketing, engineering, and controlling. Strategic planning is not just an imitation of foreign

approaches, but a desire to manage a business in a predictable manner, ensuring its value growth, cash flow stability and efficient resource management adapted to the national economy.

Although the evolutionary processes in the financial sector have largely been completed, competition remains high, especially in the banking and insurance markets, which reduces business profitability [2; 3]. In such conditions, the introduction of strategic planning, budgeting and business plans becomes a relevant tool for improving management efficiency.

A strategy should be viewed as a system of priorities, long-term goals, and the means to achieve them. It is a management tool that sets the general direction of the company's development and coordinates the work of the staff in this direction. A business strategy is a mutually agreed vision of shareholders, management and staff regarding the company's strategic and tactical goals and ways to achieve them, taking into account possible expectations and needs, which requires a systematic approach. The systemic approach involves a comprehensive analysis and management of the relationships between internal and external factors that affect the company's operations and competitiveness. This allows financial institutions not only to adapt to changes in the market but also to actively build competitive advantages, ensuring long-term growth and development.

The key areas of management influence aimed at ensuring and improving the efficiency and competitiveness of financial institutions include functional management subsystems in which competitive advantages are formed, the main of which are: management of the main activities of the institution, management of the quality and competitiveness of services, financial and investment activities and human resources management [2].

Implementation of a systematic approach to business management allows to coordinate all subsystems and ensure their mutual reinforcement. This allows financial institutions not only to maintain their market positions but also to expand their influence to new segments, remaining competitive in the current market environment.

Thus, a business strategy is a continuous process that serves as the basis for developing functional strategies in key areas of development, annual business plans and budgets, as well as forming a mechanism for managing the company's activities. Digitalization of the business strategy of financial institutions is not just a tool for improving efficiency, but also a foundation for their long-term

development, which contributes to: improving customer interaction through digital channels; accelerating business processes; reducing costs and increasing transparency; and strengthening competitive positions in the market.

List of used information sources

1. Dankevych, V., & Dankevych, Ye. (2024) Competency-based approach to ensuring the competitiveness of Ukrainian business during the war and recovery: creative solutions, innovations, and digitalization *Economic Space*, № 193, P. 163–168 DOI: https://doi.org/10.30838/EP.193.163-168.
2. Brydun, Ye. (2024) Insurer Development Strategy: Basic Principles and Methodology of Development. *Insurance TOP*, № (97). P. 28–33.
3. Versal, N., & Dudnyk, Ya. (2024) Digital transformation of banking in Ukraine. *Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*. 1, 37 (Apr. 2024), 68–77. DOI: https://doi.org/10.29038/2786-4618-2024-01-68-77.

ВПЛИВ ДЕЦЕНТРАЛІЗОВАНИХ ФІНАНСІВ (DEFI) НА ТРАДИЦІЙНІ ФІНАНСОВІ СИСТЕМИ

А. А. Руденко, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБСС б-31*
О. В. Яріш, *канд. екон. наук, доцент, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний світ переживає стрімкий розвиток цифрових фінансових технологій, серед яких криптовалюти займають особливе місце. Вони швидко набули популярності завдяки децентралізованій структурі, анонімності та значному інвестиційному потенціалу. Кількість власників криптовалют також стрімко зростає. У першій половині 2024 року кількість криптовалютних користувачів досягла 617 мільйонів, що на 6,4 % більше у порівнянні з попереднім періодом. Це підкреслює зростаючий інтерес до цифрових активів серед населення [1].

Основою криптовалют є блокчейн – революційна технологія для зберігання та передачі інформації. Технологія працює як ланцюжок блоків: кожен блок містить набір транзакцій, які перевіряються і підтверджуються майнерами або валідаторами, після чого блок додається до ланцюжка. Кожен новий блок зберігає дані про попередній, що забезпечує зв’язність і незмінність

інформації. Будь-які спроби змінити дані в одному блоці порушують цілісність усього ланцюга, що робить фальсифікацію неможливою. Технологія застосовується не лише у криптовалютах, але й у фінансових сервісах, логістиці, управлінні даними та багатьох інших сферах, де потрібна надійність і захист інформації.

Ключовою особливістю блокчейну є децентралізація. Дані не зберігаються на єдиному сервері, а розміщуються на вузлах (нодах), які розташовані по всьому світу. Кожен вузол зберігає копію блокчейну та синхронізується з іншими. Це означає, що навіть у разі атаки на один вузол дані мережі залишаться недоторканими завдяки їхньому дублюванню на інших вузлах.

Технологія блокчейн використовується як основа криптовалют. Вона забезпечує користувачам повний контроль над їхніми фінансами без необхідності звертатися до посередників. Такі транзакції здійснюються без затримок, регуляторних обмежень або високих комісій, оскільки блокчейну байдуже, куди і кому ви надсилаєте кошти.

Одночасно блокчейн слугує і основою для смарт-контрактів (автоматизованих алгоритмів), які виконують певні умови угоди без участі посередників. Смарт-контракт може автоматично переказати кошти, якщо виконуються заздалегідь визначені умови, завдяки чому операції проводяться без централізованих установ.

Варто наголосити, що різноманіття блокчейнів виникло через обмеження та недоліки першої криптовалюти – Bitcoin. Цей блокчейн, хоча й залишається найбільшим за капіталізацією, має такі проблеми, як низька пропускна здатність (7tps), високі комісії та обмежений функціонал [2]. Bitcoin використовується лише для переказів BTC між гаманцями, тоді як сучасні вимоги до блокчейнів значно ширші.

Одним із найважливіших наступників Bitcoin став Ethereum, головною інновацією якого є смарт-контракти. Завдяки їм на платформі можна не лише обмінювати криптовалюти, а й створювати децентралізовані додатки та реалізовувати складні фінансові інструменти. Водночас, Ethereum також стикається з обмеженнями: висока завантаженість мережі призводить до значних комісій і низької пропускної здатності (12-15tps) [3].

Для розв’язання цих проблем з’явилися нові блокчейни, такі як Solana. Solana забезпечує високу швидкість обробки транзак-

цій (4000+tps та можливий потенціал до 70,000tps) та надзвичайно низькі комісії. Водночас вона також стикається з технічними труднощами (перебої в роботі мережі) [4].

Різноманіття блокчейнів обумовлено їхніми різними завданнями: для швидких переказів, анонімного зберігання, дешевих транзакцій, NFT, підвищення пропускної здатності та зниження комісій. Завдяки різним функціям і спеціалізаціям блокчейни розвиваються та доповнюють один одного, вирішуючи потреби сучасного ринку.

Отже, екосистема фінансових сервісів і додатків, що працюють на базі публічних блокчейнів, таких як Ethereum пропонує альтернативу традиційним фінансовим системам, замінюючи посередників (банки, біржі) відкритими протоколами та смарт-контрактами. DeFi дозволяє користувачам зберігати повний контроль над своїми активами та проводити операції без необхідності верифікації чи надання особистих даних. У 2024 році загальна заблокована вартість (TVL) у DeFi досягла $127 млрд, продемонструвавши зростання на 145 % порівняно з 2023 роком. При чому Ethereum зберігає 56,5 %, Solana 7,09 %, решту загальної заблокованої ліквідності займають такі блокчейни як Tron, BSC, Bitcoin, Base, Arbitrum та інші [5].

Ключові компоненти DeFi включають смарт-контракти, цифрові активи, децентралізовані додатки (dApps) і протоколи, які забезпечують прозорість і безпеку. Сектор також охоплює децентралізовані обмінники (DEX), які дозволяють обмінювати токени безпосередньо через блокчейн, обходячи централізовані платформи, а також кредитні платформи які надають позики, використовуючи криптоактиви як заставу, мости для переказу між блокчейнами, страхування та інші фінансові інструменти. Стейкінг і фармінг дозволяють отримувати прибуток, який нерідко перевищує дохідність традиційних банківських депозитів.

На відміну від банківської системи, яка є централізованою та може обмежувати доступ до рахунків, DeFi побудований на принципах відкритості. Кожен бажаючий може перевірити смарт-контракти та самостійно оцінити їхню надійність. Завдяки цьому DeFi забезпечує фінансову свободу та прозорість, знижуючи залежність від централізованих інститутів.

Водночас DeFi має ризики. Вразливості в коді смартконтрактів можуть призвести до зломів, а відсутність регулювання і волатильність криптовалют створюють додаткові труднощі.

Проте прозорість, анонімність і доступність роблять DeFi революційною технологією, яка може змінити фінансовий сектор, відкриваючи нові можливості для інвесторів та звичайних користувачів.

Отже, криптовалюта стала символом нового етапу розвитку цифрових фінансових технологій. Технологія блокчейну забезпечила прозорість і надійність даних, ставши основою для інновацій. Попри всі перспективи, криптовалютний ринок залишається ризикованим через волатильність, регуляторну невизначеність і технічні вразливості. Це вимагає глибокого розуміння ринку та обачного підходу до її використання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Global cryptocurrency owners count increases in Q1 and Q2 2024: Guest Post by Cryptopolitan_News | CoinMarketCap.
2. Bitcoin explorer | View Bitcoin stats | OKX.
3. Ethereum explorer | View Ethereum stats | OKX.
4. Solana explorer | View Solana stats | OKX.
5. DefiLlama – DeFi Dashboard.

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ: ПЕРЕВАГИ І НЕДОЛІКИ

Н. Я. Середа, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-31*

Н. В. Прохар, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У більшості розвинених країн система оподаткування є гнучкою, що передбачає вибір суб'єктів господарювання між загальною системою оподаткування і спрощеною. Остання застосовується, переважно, у малому та середньому бізнесі. Її важливість пояснюється тим, що новостворені суб'єкти господарювання або малі (юридичні і фізичні особи) можуть розвивати свій бізнес, маючи певні привілеї в оподаткуванні. Однак, спрощена система оподаткування з моменту її введення зазнала багатьох змін, а тому в умовах сьогодення вже не є спрощеною. Дискусії в органах влади все більше і більше торкаються відміни спрощеної системи оподаткування, що не є економічно обґрунтованим.

Спрощена система оподаткування суб'єктів господарювання розглянута в працях науковців, серед яких М. П. Войнаренко, О. І. Гринюк, В. М. Кміть, О. В. Коба, Г. Ю. Коблянська, Ю. М. Лисенко, Ю. Федосюк, Р. Л. Цебень та інші.

Відповідно до Податкового кодексу України [1], спрощена система оподаткування передбачає сплату єдиного податку та поділ платників єдиного податку на групи, залежно від обсягу річного доходу, кількості найманих працівників та дозволених видів діяльності. При цій системі оподаткування менше податків, які сплачуються, менші ставки податків, менше відповідальності перед контролюючими органами та простіші форми звітності. Деякі групи єдиноплатників можуть не застосовувати РРО та ПРРО. Тому ФОП можуть вести облік самостійно, складати й подавати звітність, не залучаючи фахівців. Крім того, при сплаті єдиного податку не сплачуються такі податки:

1) податок на прибуток підприємств;

2) податок на доходи фізичних осіб, що сплачується на загальній системі оподаткування;

3) ПДВ, крім ПДВ, що сплачується при виборі ставки єдиного податку 3 %, а також що сплачується платниками єдиного податку четвертої групи;

4) податок на майно (в частині земельного податку);

5) рентна плата за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи [1].

При перевищенні встановлених меж доходів за групами є можливість перейти на іншу (наступну) групу, що передбачає більші обсяги доходів для сплати єдиного податку.

Для платників єдиного податку не обов'язкове дотримання правила щодо реєстрації платником ПДВ при перевищенні обсягу доходу в 1 млн грн.

Єдиний податок відноситься до місцевих податків, тому кошти від сплати цього податку можуть розпоряджатися місцеві органи самоврядування.

До недоліків спрощеної системи оподаткування можна віднести можливість зловживання, здійснюючи поділ великого бізнесу на численну кількість ФОП з метою зменшення податкового тягаря. Також недоліком є неможливість звільнення новостворених суб'єктів від оподаткування на кілька перших років діяльності, а також відсутність для них пільгових умов кредитування.

Наступним суттєвим недоліком є те, що спрощена система оподаткування при її запровадженні дійсно передбачала сплату

єдиного податку, з часом кількість сплачуваних ФОП податків значно збільшилася (наприклад, запроваджено сплату ЄСВ).

Платникам єдиного податку заборонені окремі види діяльності, тому необхідно вибирати вид діяльності лише із числа дозволених. Також єдиноплатникам заборонений бартер, що пов'язано з особливостями нарахування цього податку.

Для першої та другої групи ФОП встановлені фіксовані ставки єдиного податку, що не залежать від обсягу діяльності та сплачуються обов'язково.

Враховуючи особливості, переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування, можна дійти висновків щодо проблем у цій сфері оподаткування, а саме: неузгодженість нормативно-правової бази оподаткування, недосконаліть механізму нарахування та стягнення єдиного податку, адже він по суті не є єдиним – платники сплачують і інші платежі (ПДВ, ЄСВ тощо); неможливість використання спрощених процедур суб'єктами господарювання, які на невеликий відсоток перевищують межу за масштабами діяльності. Щоб вирішити ці проблеми, необхідно: розробити інструменти стимулювання розвитку малого підприємництва; знизити податкове навантаження на платників єдиного податку; включити ЄСВ до складу єдиного податку, як було раніше; удосконалити нормативно-правову базу даної системи оподаткування та розширити перелік видів діяльності, для яких не застосовується спрощена система.

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. URL: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z0161-00.

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ УКРАЇНИ ТА АДАПТАЦІЯ ДО ВИКЛИКІВ ВІЙНИ

І. В. Староста, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССб-41(Ж)*

Г. М. Сидоренко-Мельник, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник Полтавський університет економіки і торгівлі*

Ринок нерухомості України в період 2021–2025 років зазнав значних змін під впливом економічних, соціальних та геополітичних факторів. Як зазначають Павлов К., Красневич О.,

Ющак А. «На сьогодні, ринок нерухомості показує низьку ефективність діяльності, що є наслідком війни в Україні. Окрім того, наслідково, низька операційна ефективність виникла через неподільність нерухомості, стабільність на місці, непрозорість ринку, низький показник ліквідності нерухомості» [1]. Війна спричинила нові виклики для будівельного сектору та істотно змінила структуру попиту як на купівлю, так і на оренду житла. Водночас інвестори та покупці активно досліджують перспективи, пов'язані з відбудовою та модернізацією пошкодженої інфраструктури. Ці зміни відобразилися у формуванні нових трендів та адаптації ринку до сучасних викликів.

1. **Диверсифікація продуктів нерухомості.** Зростає попит на різноманітні формати житла, зокрема апартаменти під управлінням професійних операторів. Це дозволяє інвесторам отримувати стабільний дохід без необхідності самостійного управління нерухомістю. Крім того, популярність набувають проєкти зі змішаним використанням, які поєднують житлові, комерційні та рекреаційні зони, створюючи повноцінну екосистему для мешканців.

2. **Відновлення будівельної активності у західних регіонах.** Після спаду в 2022 році будівельна активність у західних областях України, зокрема у Львові, відновилася до рівня 2021 року. Це пов'язано з внутрішньою міграцією населення та зростанням попиту на житло в безпечніших регіонах.

3. **Зміни в цінах на житло, в т. ч. його оренду.** Цінові тенденції на первинному ринку житла наступні. У західних регіонах, таких як Львів та Івано-Франківськ, Закарпатській області через підвищений попит, спричинений масовою міграцією з небезпечних територій спостерігається значне зростання цін на первинному ринку нерухомості. Водночас, у центральних регіонах ціни залишаються більш стабільними. На сході країни ринок нерухомості фактично зупинився: ціни на новобудови суттєво впали або не демонструють змін через відсутність попиту та зупинку будівельних проєктів. Забудовники стикаються з серйозними труднощами у завершенні об'єктів, що призводить до заморожування багатьох будівництв.

Дослідження Поморцевої О. Є. доводить, що «З початком бойових дій орендні ставки на житло різко підскочили вгору, особливо це стосується західних областей. Якщо порівняти середню вартість оренди по містам у перший рік війни (2022 р.)

та навесні 2023 р. (другий рік війни), то можна простежити тенденцію до поступового зниження цін. Але для Києва ця тенденція не простежується» [2]. У довгостроковій перспективі рівень попиту на оренду житла визначатимуть два ключові фактори: відновлення зруйнованих регіонів та загальна економічна стабільність країни. Завершення бойових дій, відбудова інфраструктури та повернення населення до східних і південних областей можуть поступово пожвавити ринок оренди в цих регіонах. У містах з активним будівництвом, таких як Київ і Львів, оренда житла в нових житлових комплексах стає дедалі популярнішою, оскільки сучасна інфраструктура та комфортні умови проживання приваблюють орендарів.

4. **Попит на нові формати нерухомості та розвиток модульного будівництва. Активізувався р**озвиток **co-living та co-working просторів** як реакція на зміну стилю життя та роботи**, зріс попи**т на **енергоефективне житло** через зростання цін на комунальні послуги. Модульне будівництво набуває популярності завдяки швидкості зведення, економічності та екологічності. Ця технологія дозволяє швидко реагувати на потреби ринку та забезпечувати житлом постраждалі від війни регіони.

5. **Вплив інфляції на ринок нерухомості.** В умовах інфляції нерухомість розглядається як надійний засіб збереження капіталу. Інвестори активно вкладають кошти в нерухомість, що підтримує стабільність ринку та сприяє зростанню цін на об’єкти. В той же час, зростання цін на будівельні матеріали та робочу силу призводить до підвищення вартості новобудов. Інвестори обережніше вкладають кошти у нові проєкти через непередбачуваність витрат.

6. **Розвиток державних програм підтримки та** альтернативних фінансових інструментів**. Мельник Р., генеральний директор Корпорації Нерухомості РІЕЛ зауважує на виключно значній ролі** державної політики у відбудові ринку нерухомості. Він наголошує, що «Уряд ініціював програму державної допомоги на відновлення пошкодженого житла – «єВідновлення», що передбачає компенсацію за зруйноване або пошкоджене житло внаслідок агресії з боку рф. Такі заходи не лише стимулюють реконструкцію вже наявних об’єктів, але й підвищують активність на первинному ринку, де забудовники можуть відновлювати пошкоджені будинки або зводити нові» [3]. Популярність набирають REIT-фонди (фонди інвестицій у нерухо-

міст), що дозволяють вкладати у нерухомість без прямого володіння нею. Також краудфандингові платформи відкривають нові можливості для малих інвесторів.

Загалом, ринок нерухомості України в 2021–2025 роках демонструє адаптивність до викликів та здатність швидко реагувати на зміни, забезпечуючи потреби населення в якісному житлі та інфраструктурі. Попри ризики, такі як інфляція, високі процентні ставки та коливання попиту, існують значні можливості для розвитку, зокрема завдяки новим форматам житла, технологіям та фінансовим інструментам. Коли війна буде закінчена, почнеться відновлення міського господарства, пожвавлення ринку та зріст вартості нерухомості [2]. Після завершення війни український ринок нерухомості може стати привабливішим для міжнародних інвесторів завдяки реформам і масштабній відбудові міст. Важливим фактором розвитку стане інтеграція до ЄС, що сприятиме залученню іноземного капіталу та фінансуванню інфраструктурних проєктів. Очікується, що до 2025 року ринок поступово відновиться, особливо в постраждалих регіонах. Динаміка цін на нерухомість у західних областях залежатиме від ситуації на фронті та можливості жителів східних регіонів повернутися додому. Майбутній розвиток ринку нерухомості залежатиме від рівня політичної стабільності та результативності програм відновлення, зокрема ініціативи «єВідновлення», яка може сприяти швидшій реконструкції пошкодженого житла та поверненню населення до своїх осель.

Основні висновки: нерухомість залишається засобом збереження капіталу в кризові часи; розвиток альтернативних інвестиційних механізмів відкриває нові можливості; попит на енергоефективні та інноваційні формати нерухомості зростатиме. Отже, правильна стратегія інвестування та адаптація до нових умов дозволяють ефективно працювати на ринку навіть у складні економічні часи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Красневич О., Павлов К., Ющак А. Теоретичні аспекти дослідження ринку житлової нерухомості України під час воєнної економіки. Економіка і суспільство. 2023. Вип. 48. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2222.
2. Поморцева О. Є. Шапочкін О. О. Дослідження ринку нерухомості України. Вплив військового стану. Proceedings of the 1st Interna-

tional Scientific and Practical Conference «Modern Knowledge: Research and Discoveries» (May 19–20, 2023). Vancouver, Canada. URL: https://www.researchgate.net/publication/371148122_Doslidzenna_rinku_neruhomosti_Ukraini_Vpliv_vijskovogo_stanu.
2. Мельник Р. Вплив війни на ринок нерухомості в Україні: прогноз на 2025 рік. URL: https://riel.ua/blogs/vpliv-viini-na-rinok-nerukhomosti-v-ukrayini-prognoz-na-2025-rik.

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ АВТОМАТИЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ

С. С. Стешенко, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21*
М. О. Любимов, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Автоматизація бухгалтерського обліку в Україні є важливим напрямом розвитку фінансового та управлінського обліку. Вона дозволяє зменшити витрати часу на ведення обліку, підвищити точність розрахунків і спростити процес подання звітності. Щоб оцінити сучасні проблеми і перспективи автоматизації бухгалтерського обліку, розглянемо етапи розвитку автоматизації бухгалтерського обліку в Україні. На основі проведеного дослідження, нами виділено 4 основні етапи [1–3].

1. Ручний облік та перші спроби автоматизації (до 1990-х рр.). Використання паперових носіїв, облік вівся вручну. Поява перших бухгалтерських програм на локальних ПК, зокрема «Інфобухгалтер».

2. Поява локальних бухгалтерських програм (1990-ті – початок 2000-х). Поширення програмного забезпечення, таких як 1С:Бухгалтерія, Парус, Акцент. Використання для ведення обліку малими та середніми підприємствами. Облік податкової звітності та фінансових операцій.

3. Масове впровадження бухгалтерських інформаційних систем (2000–2010 рр.). Розширення можливостей облікових програм, інтеграція з податковими системами, розвиток електронного документообігу. Впровадження онлайн-звітності (M.E.Doc, Соната).

4. Перехід на хмарні технології та інтеграцію з ERP-системами (2011 – сьогодення). Використання сучасних ERP-систем (SAP, BAS, Microsoft Dynamics). Автоматизація фінансової

аналітики, розширення функцій облікових систем. Використання електронних документів, XBRL, інтеграція з банківськими сервісами та CRM.

Отже, вирішальне значення для ефективного управління фінансовими ресурсами підприємства має впровадження сучасних підходів. Безперервний розвиток і вдосконалення технологій у цій галузі створюють нові перспективи для покращення результативності та зміцнення конкурентних позицій бізнесу.

На нашу думку перспективами розвитку автоматизації бухгалтерського обліку в Україні є наступні:

1. Розвиток програмного забезпечення. Вважаємо що в найближчий час відбуватиметься подальший розвиток хмарних сервісів, які дозволяють працювати в режимі онлайн, забезпечуючи доступ до даних з будь-якої точки світу та з різних пристроїв.

2. Інтеграція з державними сервісами. Держава поступово розширює можливості електронного документообігу. Інтеграція бухгалтерських систем із державними ресурсами значно спрощує процес подання звітності, обміну податковими накладними та перевірки контрагентів.

3. Використання штучного інтелекту та аналітики. Штучний інтелект та машинне навчання мають потенціал для подальшої оптимізації процесів бухгалтерського обліку.

Попри очевидні переваги, існують і деякі виклики: низька цифрова грамотність деяких бухгалтерів, опір змінам у середовищі малого бізнесу, кібербезпека та захист персональних даних, висока вартість якісного програмного забезпечення для малого бізнесу.

Отже, автоматизація бухгалтерського обліку в Україні має великі перспективи, зокрема завдяки цифровізації бізнес-процесів та активній участі держави в розвитку Е-сервісів. У найближчі роки очікується стрімке зростання попиту на комплексні автоматизовані рішення, здатні забезпечити швидкий, точний та безпечний облік для підприємств будь-якого масштабу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Городянська Л. В. Еволюція автоматизації бухгалтерського обліку [Електронний ресурс] / Л. В. Городянська // Історія бухгалтерського обліку : навч. посіб. / Л. В. Городянська, Н. М. Нечай ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Електрон. текст. дані. – Київ : КНЕУ, 2014. – С. 108–114. URL: https://ir.kneu.edu.ua:443/handle/2010/31158.

2. Грицай, О., & Папіш, В. (2024). Розвиток інформаційних технологій в Україні та їх інтегрування у сфері бухгалтерського обліку. Економіка та суспільство, (61). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-88.
3. Розвиток бухгалтерського обліку на основі новітніх ІТ-технологій : колективна монографія. За ред. Жука В. М., Бездушної Ю. С. Київ : ННЦ «ІАЕ», 2017. 450 с.

ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

А. О. Урясенко, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР б 21;*
Ю. А. Глущенко, *канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Оподаткування бізнесу в Україні в умовах військового стану є важливим завданням для Уряду, бо потребує виконання ряду завдань, серед яких збалансування економіки, забезпечення надходжень до бюджету, підтримка діяльності підприємств.

В умовах сьогодення «…малий та середній бізнес розглядається в якості основи національної економіки, оскільки суб'єкти даного сектору створюють близько 60 % ВВП та 7 млн робочих місць і забезпечують майже 40 % податкових надходжень…» [2].

Зважаючи на це, в умовах військового стану, до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів було внесено зміни щодо особливостей здійснення оподаткування. Зокрема, введення мораторію на проведення податкових перевірок, зупинення перебігу строків, визначених податковим законодавством, відповідальності за порушення податкового законодавства, імпорту товарів, пільг тощо [5].

Проведені владою країни заходи тимчасових змін оподаткування були суттєвими для бізнесу, поряд з тим, послаблення податкового тиску та вразливість економіки в військових умовах негативно вплинули на стан окремих економічних показників держави (рис. 1). Їх аналіз дає змогу говорити про існуючу економічну кризу, інфляційні процеси, підвищення рівня життя населення, від'ємний зовнішньоторговельний баланс, що може

призвести до збільшення зовнішнього боргу та залежності від зовнішніх постачальників.

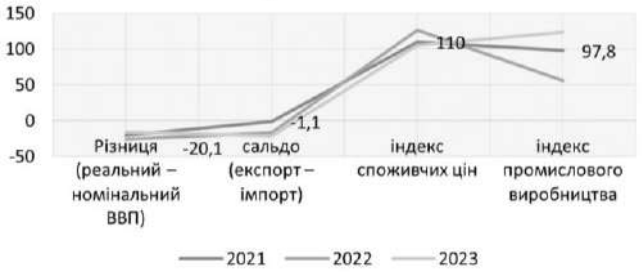


Рисунок 1 – Динаміка окремих економічних показників розвитку України у 2020–2024 роках, % (побудовано автором за даними [3])

Ураховуючи це, влада змушена була вдатися до дій щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень, забезпечення фінансування потреб, пов'язаних із обороною, відновленням економіки, а також соціальною підтримкою громадян, у період військового стану.

Посилення фіскальної політики та адаптування її до викликів війни позначилось рядом методів серед яких посилення податкового тиску, зокрема збільшення військового збору для фізичних осіб – підприємців 1, 2 та 4 груп – у розмірі 10 % від мінімальної зарплати, 3 групи – 1 % від отриманого доходу, відновлення ЄСВ (за себе) для ФОП та членів фермерських господарств, та ін. [3].

Ці зміни в оподаткуванні, без сумніву, викликають незадоволення серед підприємців, але важливо знайти баланс між потребами держави та інтересами бізнесу.

Фахівці вважають, що: «врахування проблемних аспектів функціонування податкової системи, врахування інтересів платників податків, стану економічної та політичної систем – шлях до розвитку держави та дотримання демократичних свобод її громадян» [1, с. 179].

Підсумовуючи дослідження варто зазначити, що в умовах глобальної конкуренції, внутрішніх та зовнішніх викликів, Україні необхідно формувати стабільні та сприятливі умови для бізнесу, оскільки саме підприємництво стане основою економічного відновлення та інтеграції країни у світову економіку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Глущенко Ю. А., Яріш О. В. Передумови реформування та перспективи розвитку податкової системи України. Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми : зб. матеріалів.
2. Дикань В. В., Фролова Н. Л. Напрями та інструменти державної підтримки розвитку малого та середнього бізнесу в Україні у воєнний час. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1309/1263.
3. Індекси : офіційні дані сайту Міністерства фінансів України. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/gdp/eximp/ (дата звернення: 19.03.2025 р.).
4. Податковий кодекс України: Кодекс від 02.12.2010 р. № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2755-17 (дата звернення: 20.03.2025 р.).
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану : Закон України від 03.03.2022 № 2118-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text (дата звернення: (20.03.2025 р.).

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ АНАЛІТИКИ БІЗНЕСУ

М. М. Шорніков, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБСС б-41*
Г. М. Сидоренко-Мельник, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фінансова аналітика бізнесу в умовах війни є критично важливим інструментом його виживання та адаптації в період економічної нестабільності. Вона дозволяє ефективно керувати ресурсами, прогнозувати фінансові ризики та швидко реагувати на зміни ринкових умов. Завдяки аналітиці бізнес може оптимізувати витрати, залучати фінансування, знаходити нові ніші та переглядати стратегію, забезпечуючи стабільність навіть у кризові часи.

У таких складних умовах важливо впроваджувати найкращі практики аналітики, використовувати автоматизовані системи та залучати досвідчених фахівців. Крім того, аналітика грає ключову роль у плануванні довгострокового відновлення після

завершення війни. Вона допомагає оцінити збитки, скласти реалістичні прогнози та відновити економічну діяльність. Таким чином, фінансова аналітика стає не лише інструментом для підтримки окремих підприємств, а й важливим фактором стабілізації економіки країни в цілому.

Як зазначає Бруханський Р., Спільник І. «ускладнення умов провадження бізнесу зумовлює необхідність застосування бізнес-аналітики як комплексного і повсякчасного моніторингу, оцінки та діагностування функціонування його процесів, а також здійснення змін за результатами бізнес-аналізу задля забезпечення життєздатності та розвитку. Це передбачає новий концептуальний підхід як у обробці інформації, так і в цілях та особливостях проведення такого аналізу. Зазначене підвищить дієвість аналізу та дозволить організаціям перетворити аналітичну роботу на невід'ємну складову успішного ведення бізнесу» [1]. Будучі складовою бізнес-аналітики фінансова аналітика бізнесу охоплює не лише аналіз минулих даних, а й прогнозування, сценарне моделювання, оцінку ризиків та застосування інтерактивних інструментів для візуалізації. Вона перетворилася на міждисциплінарну сферу, що поєднує статистику, математику, комп'ютерні науки та економіку, що дозволяє ідентифікувати можливості проведення змін в економічних процесах шляхом виявлення потреб і обґрунтування рішень, що описують можливі шляхи реалізації таких змін [2]. Завдяки цьому компанії можуть не лише розуміти свої фінансові показники, а й активно впливати на них. «Завдяки використанню сучасного програмного забезпечення фінансової аналітики бізнесу створюються умови для здійснення багатокритеріального прогнозного аналізу, що передбачає обробку, розрахунок та узагальнення багатоваріантних підходів і альтернативних рішень окреслених аналітиком завдань» [3].

У сучасному динамічному бізнес-середовищі фінансова аналітика набуває дедалі більшого значення, оскільки допомагає компаніям адаптуватися до нових викликів і ефективно використовувати можливості, які надають сучасні технології. За останні десять років ця сфера зазнала значних змін завдяки розвитку цифрових технологій, автоматизації, штучного інтелекту та аналізу великих даних.

Цифрова трансформація є однією з провідних тенденцій сучасного бізнесу, суттєво впливаючи на фінансову аналітику.

Вона включає впровадження передових технологій, зокрема штучного інтелекту, великих даних, автоматизації та хмарних обчислень, що змінюють класичні підходи до аналізу фінансових даних і прийняття управлінських рішень.

Набуття переваг від зазначеної трансформації входить до кола очікуваних результатів від її запровадження. Підвищення точності аналізу: використання великих даних, автоматизації та штучного інтелекту мінімізує людські помилки та покращує прогнозування; швидкість обробки даних: сучасні технології дозволяють обробляти великі обсяги фінансової інформації в режимі реального часу, що сприяє швидкому реагуванню на зміни ринку; автоматизація рутинних процесів: завдяки цифровим рішенням зменшується потреба у ручному введенні та обробці даних, що звільняє ресурси для стратегічного аналізу; поглиблення розуміння фінансових тенденцій: інтерактивні аналітичні платформи та інструменти візуалізації дозволяють бізнесу швидко і зручно оцінювати ключові показники та тенденції; оптимізація управлінських рішень: завдяки прогнозуванню на основі даних керівники можуть приймати більш обґрунтовані фінансові рішення та ефективно розподіляти ресурси; посилення конкурентних переваг: компанії, що впроваджують сучасні аналітичні технології, отримують доступ до більш точних прогнозів і ефективніших стратегій, що допомагає їм випереджати конкурентів; безпека та відповідність нормативним вимогам: сучасні цифрові рішення сприяють покращенню контролю за фінансовими даними та відповідності законодавчим нормам завдяки автоматизованим аудитам і звітності.

Цифрова трансформація відкриває нові можливості для фінансової аналітики, роблячи її більш ефективною, гнучкою та точною. Однак для досягнення максимальних результатів компанії повинні не лише впроваджувати нові технології, а й адаптувати свої бізнес-процеси та забезпечувати розвиток компетенцій співробітників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бруханський Руслан, Спільник Ірина. Бізнес-аналітика vs. бізнес-аналіз: сучасний дискурс, модель професійної компетенції ініціатора позитивних змін. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації.* 2022. Вип. 1–2. С. 7–21.
2. Виганяйло С. М., В'юненко О. Б. Тенденції розвитку інформаційних технологій у бізнес-аналітиці. *Вчені записки ТНУ імені*

В. І. Вернадського. 2021. Серія: Технічні науки. Том 32 (71) Ч. 1 № 1. С. 51–55.
3. Сидоренко-Мельник Г. М. Актуальні методики та інформаційні технології у сфері фінансової бізнес-аналітики: застосування та потенціал. Розвиток фінансового та реального секторів як ключовий фактор забезпечення економічної безпеки України : монографія / [С. П. Прасолова, О. В. Гасій, А. М. Соколова та ін. ; за заг. ред. канд. екон. наук, доцента С. П. Прасолової]. Полтава : ПУЕТ, 2024. 196 с. С. 167–196.

СЕКЦІЯ 18 СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ: КЕЙС ТНК L'ORÉAL

К. А. Бабаян, *спеціальність Міжнародні економічні відносини група МЕВ МБ б-11*
Л. С. Франко, *доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобалізації транснаціональні корпорації (ТНК) змушені враховувати не лише ринкові чинники попиту і пропозиції, але й державне регулювання, яке впливає на їхню діяльність у міжнародному контексті. Однією з таких компаній є L'Oréal – світовий лідер у сфері виробництва косметичних засобів, діяльність якої охоплює десятки країн із різними соціально-економічними та правовими умовами. Цей приклад демонструє, як стратегічна адаптація до нормативних вимог може гарантувати стабільне зростання та конкурентоспроможність.

Державне регулювання охоплює різні заходи, що впливають на операції ТНК, такі як митна політика, встановлення тарифів та накладення квот та інших обмежень щодо імпорту та експорту товарів. Стандарти безпеки продукції встановлюють рівень очікування якості та безпеки для споживачів. Екологічні норми дозволяють контролювати вплив виробництва на навколишнє середовище, тоді як правила торгівлі охоплюють закони, що регулюють ділові практики, такі як захист конкуренції та права інтелектуальної власності [1]. Європейський Союз має суворі правила для косметичних продуктів, відповідно яких виробники проводять ретельні випробування щоб забезпечити дотримання стандартів безпеки. Компанія L'Oréal змінила свої формули та методи виробництва, включаючи передові технології, які дотримуються європейських стандартів. Це дозволило компанії виконати вимоги, а також підвищити довіру споживачів. До недавнього часу китайське законодавство передбачало використання тварин для косметичного тестування. Це створювало виклики для L'Oréal, оскільки компанія прагне до сталого розвитку та виступає проти випробувань на тваринах. Після внесення змін до закону по даному питанню, компанія здобула можливість

розширити свою продуктову лінійку та зміцнити свою присутність на китайському ринку, що є одним з найбільших у світі. L'Oréal активно використовує різні програми та можливості на ринку Франції, що допомагає зменшити інноваційні витрати та дозволяє їм пропонувати нові продукти за конкурентними цінами [2].

Ще одним найважливішим елементом адаптації L'Oréal до державного регулювання є його стратегія локалізації виробництва. Компанія встановлює виробничі потужності у країнах, де високий попит на їхню продукцію та підтримуючу регуляторну базу, що дозволяє їм впорядкувати логістику, скоротити витрати та швидко адаптуватися до будь-яких змін у законодавстві.

Унаслідок діяльності L'Oréal стає очевидним, що успішна адаптація до державних норм має вирішальне значення для успіху транснаціональних компаній на світовому ринку. Здатність компанії до адаптації до регуляторних змін, інвестиції в інновації та локалізація виробництва забезпечує траєкторію зростання та посилює її конкурентну перевагу в глобальному масштабі.

Список використаних інформаційних джерел

1. L'Oréal PESTEL Analysis – The Strategy Story. URL: https://thestrategystory.com/blog/loreal-pestel-analysis/ (дата звернення: 23.04.2025).
2. Nation attractive market for L'Oreal. URL: https://www.chinadaily.com.cn/a/202503/28/WS67e6037da3101d4e4dc2b5dd.html (дата звернення: 23.04.2025).
3. L'Oréal revenues rise 3.5% in Q1 on strong fragrance and haircare sales – Vogue Business. URL: https://www.voguebusiness.com/story/beauty/loreal-revenues-rise-35-in-q1-on-strong-fragrance-and-ha (дата звернення: 23.04.2025).

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЙ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

К. В. Бендер, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41;*
В. О. Чимирис, *аспірант Phd*
А. Л. Флегантова, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Під конкурентоспроможністю компаній розуміють її вміння успішно діяти на ринку, надаючи споживачам товари чи послуги, що за якістю, ціною та новаторством перевершують пропо-

зиції конкурентів. Йдеться не лише про вартість чи обсяг виробництва, а й про здатність швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, впроваджувати нововведення, покращувати якість продукції та налагоджувати ефективні бізнес-процеси.

Економічна глобалізація – це процес поглиблення взаємозв'язків між країнами світу через активізацію міжнародної торгівлі, руху капіталу, обміну технологіями та поширення спільних стандартів ведення бізнесу. Вона сприяє розширенню ринків збуту для компаній, але водночас посилює конкуренцію, вимагаючи від підприємств адаптивності та стратегічного мислення [1].

Глобалізація кардинально змінює правила ведення справ для бізнесу в усьому світі. Відкритість ринків, розвиток цифрових технологій, міжнародна співпраця та доступ до дешевшої сировини дають змогу компаніям збільшувати обсяги діяльності та виходити на нові ринки, як результат це розширює перспективи для розвитку та збільшує конкуренцію, зокрема з боку транснаціональних корпорацій [2].

У сучасних реаліях підприємства мусять швидко пристосовуватись до змін на глобальному ринку. Зростає важливість ефективного управління логістикою, маркетингом, цифровими каналами збуту. Окрім того, виникає необхідність враховувати зовнішні фактори – валютні коливання, міжнародні санкції, торговельні обмеження,стандарти якості, що діють у різних країнах.

У сучасному глобальному середовищі підвищення конкурентоспроможності компаній є ключовою умовою їхнього сталого розвитку. Для цього підприємства мають адаптуватися до змін ринку та впроваджувати стратегічні рішення, які дозволяють їм зберігати і зміцнювати свої позиції.

Одним із головних напрямів є впровадження інновацій та сучасних технологій. Це дає змогу покращити якість продукції, скоротити витрати та прискорити виробничі процеси. За словами Козака Ю. Г., інновації є головним фактором довгострокової конкурентної переваги в умовах глобалізації [3].

Також важливою умовою є постійне підвищення якості товарів і послуг, відповідність міжнародним стандартам та вимогам споживачів різних країн. Це особливо важливо при виході на нові експортні ринки, де конкуренція є вищою, а вимоги до продукції – жорсткішими.

Не менш важливо постійно покращувати якість товарів і послуг, щоб відповідати міжнародним стандартам та задовольняти потреби споживачів з різних країн. Це стає ще більш важливим, коли компанія виходить на нові експортні ринки, де конкуренція стає жорсткішою, а вимоги до продукції – більш суворими. Ще одним ефективним способом підвищити конкурентоспроможність є цифровізація бізнес-процесів. Використання сучасних інформаційних технологій дозволяє компаніям швидше реагувати на зміни ринку, покращувати взаємодію з клієнтами та партнерами, а також значно підвищувати продуктивність праці.

Крім того, важливу роль відіграє розвиток персоналу. Інвестування в підвищення кваліфікації працівників та створення сприятливих умов праці забезпечують зростання внутрішнього потенціалу компанії та зміцнюють її стійкість у довгостроковій перспективі [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Жаліло Я. А. Глобалізація і національна конкурентоспроможність. Стратегічна панорама. 2021. № 3.
2. Савчук В. С. Економічна глобалізація: сутність, тенденції, виклики. Економіка і держава, 2021.
3. Козак Ю. Г. Міжнародна економіка: в питаннях та відповідях. – Київ : Центр учбової л-ри, 2020.

РОЗВИТОК ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНІСТЬ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ВІДНОСИН

Б. І. Бергман, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*

В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобалізації міжнародних торговельних процесів, електронна комерція стала одним із ключових драйверів розвитку світової економіки. У 2024 році продажі електронної комерції перевищать $6 трлн, що на 8,76 % більше, ніж у 2023 році. За прогнозами, в 2024–2027 роках продажі продовжу-

ватимуть зростати з середньорічним темпом 7,8 % і досягнуть $8 трлн [1]. Це свідчить про стабільне зростання сектора, який продовжує демонструвати високу ефективність, адаптуюсь до цифрових трендів та змін у поведінці споживачів.

Інтернет-торгівля, або електронна комерція, є однією з найдинамічніших сфер світової економіки, що трансформує міжнародні торговельні процеси. Завдяки глобалізації та цифровій трансформації бізнесу електронна торгівля перетворилася на універсальний інструмент для здійснення трансграничних операцій.

Тема інтернет-торгівлі та її ролі у розвитку бізнесу знаходиться у центрі уваги українських науковців Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С., Гаращенко Б. В., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелий Ю. О., Зборик Д. С. [3–5].

Інтернет-торгівля забезпечує спрощений доступ до міжнародних ринків як для великих корпорацій, так і для малого та середнього бізнесу. Наприклад, за звітом OECD, завдяки цифровим платформам (Amazon, eBay, Shopify) спостерігається зростання кількості компаній, які здійснюють трансграничні операції, що сприяє зменшенню економічної нерівності та залученню нових гравців до глобального ринку [2].

Також цифровізація логістики, автоматизація складів та інтеграція штучного інтелекту у процеси обробки замовлень дозволяють скоротити час доставки та зменшити витрати.

Цифрова трансформація є ключовим фактором підвищення ефективності в роздрібній торгівлі. Компанії, які впроваджують автоматизацію, аналітику та персоналізацію, досягають зростання продуктивності та збільшення маржі до. Такі зміни сприяють кращій взаємодії з клієнтами, зміцненню лояльності та адаптації до нових викликів глобального ринку.

Таким чином, ефективність інтернет-торгівлі в умовах глобалізації обумовлюється не лише масштабністю охоплення ринків, але й високим рівнем адаптивності, технологічності та економічної доцільності її інструментів.

Суттєвий вплив на розвиток e-commerce мають цифрові торгові платформи – зокрема Amazon, Alibaba, Shopify та eBay та MercadoLibre, значно спрощують вихід малих і середніх

підприємств на міжнародні ринки. Вони знижують трансакційні витрати, забезпечують інфраструктуру для логістики та онлайн-платежів, а також відкривають доступ до іноземних споживачів, сприяючи масштабуванню бізнесу та диверсифікації доходів, За даними OECD, платформи дозволили значно спростити експортні операції, скоротивши бар'єри для участі в глобальній торгівлі [2].

У висновку можна сказати інтернет-торгівля виступає не лише як інструмент комерції, але й як ефективна платформа для реалізації принципів глобалізації. Її розвиток зумовлюється впровадженням цифрових технологій, поширенням міжнародних онлайн-платформ та підвищенням доступності ринків для підприємств усіх масштабів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Глобальна електронна комерція: ключові цифри та тренди e-commerce 2024. URL: https://rau.ua/novyni/trendi-e-com-2024/
2. OECD Digital Economy Outlook. 2024. С. 54–57. URL: https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/11/oecd-digital-economy-outlook-2024-volume-2_9b2801fc/3adf705b-en.pdf.
3. Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С. Перспективи відновлення підприємств туристичної галузі після глобальних потрясінь з урахуванням цифрових трансформацій та екологічних інновацій. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5769.
4. Стрілець В. Ю., Гаращенко Б. В., Соколовський В. Р., Аржанніко-ва А. С. Сучасні тренди та перспективи інтернет-торгівлі як інструменту стратегічного розвитку підприємств в умовах глобалізації. Підприємництво та інновації. Видавничий дім «Гельветика». 2024. № 32. С. 239–245. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/14167.
5. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелий Ю. О., Зборик Д. С. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2024. № 3(113). С. 80–88 URL: http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/277.

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ БІОЛОГІЧНОГО МЕДУ В НІДЕРЛАНДАХ

А. Р. Варуша, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
V. Chudesa, *specialty student in Nursing and obstetrics, group BPS-19U, Utenos kolegija*
Л. С. Франко, *доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки та торгівлі

Біологічний мед (або органічний мед) – це натуральний продукт, отриманий з нектару квітів, вирощених на сертифікованих органічних землях без використання синтетичних пестицидів, гербіцидів та антибіотиків. Його виробництво регулюється строгими стандартами, які включають використання екологічно чистих зон для збору нектару, заборону хімічної обробки вуликів та мінімальну переробку для збереження природних ферментів і поживних властивостей. Такий підхід забезпечує високу якість продукту, його безпечність для здоров'я споживачів і довкілля [3].

Ринок біологічного меду в Нідерландах демонструє активне зростання, що є частиною загальної тенденції розвитку органічного сектору в Європі. Глобальний ринок органічного меду у 2022 році оцінювався у 720 млн дол США із прогнозом зростання до 1 147 млн дол США до 2030 року [2]. Обсяги імпорту органічного меду до ЄС збільшувалися на 2,8 % щорічно у 2018–2022 роках, що робить його одним тим органічним продуктом, який користується попитом у європейців [1] Нідерланди є серед країн-лідерів у Європі за темпами зростання органічного ринку, зокрема й сегменту біологічного меду. У 2023 році ринок органіки в Нідерландах зріс на 12,5 %, що є одним із найвищих показників у ЄС [7].

Це зростання обумовлене кількома ключовими факторами. По-перше, підвищенням свідомості споживачів щодо впливу харчування на здоров'я та довкілля. Все більше жителів віддають перевагу натуральним та екологічно чистим продуктам, що стимулює попит на біологічний мед. По-друге, розвитком технологій у сфері бджільництва, адже Нідерланди активно впроваджують інновації, такі як автоматизовані системи моніторингу стану бджіл, клімат-контроль у вуликах та використан-

ня спеціальних датчиків, що дозволяють контролювати вологість, температуру та рівень CO2 у вуликах. Це допомагає покращити здоров'я бджіл і підвищити продуктивність пасік [5]. По-третє, підтримкою уряду, який стимулює розвиток органічного сільського господарства шляхом надання дотацій та грантів виробникам біомеду.

Основні тенденції розвитку ринку включають технологічні інновації, зокрема використання штучного інтелекту для моніторингу стану бджолиних родин і оптимізації ланцюгів постачання. Також активно розвивається онлайн-торгівля, 30 % органічного меду в ЄС реалізується через електронні платформи, що значно розширює доступність продукту для споживачів [4]. Автоматизація виробничих процесів дозволяє підвищити ефективність бджільництва та зменшити використання ресурсів, що робить процес виробництва меду більш сталим [5].

Експортний потенціал Нідерландів також зростає, країна активно експортує органічний мед до інших європейських держав завдяки високій якості продукції, відповідності міжнародним стандартам та стабільним виробничим практикам [7]. Крім того, зростає популярність локальних брендів серед споживачів, які цінують прозорість походження продукту та підтримку місцевих виробників.

Попри позитивні тенденції, ринок біологічного меду в Нідерландах стикається з певними викликами. Основною проблемою є висока собівартість виробництва. Сертифікація органічного меду, дотримання суворих стандартів та використання екологічних методів виробництва вимагають значних фінансових вкладень, що може обмежувати доступ малих виробників до ринку [7]. Також викликом є зміни клімату, які впливають на біорізноманіття квіткових рослин – основного джерела нектару для бджіл [5].

Перспективи розвитку ринку біомеду в Нідерландах залишаються позитивними. Очікується, що зростання продовжиться завдяки поширенню екологічної культури серед споживачів, подальшим інвестиціям у новітні технології та розширенню міжнародної співпраці. Значну роль у цьому процесі відіграють міжнародні виставки, такі як BIOFACH, які сприяють популяризації органічного меду та налагодженню партнерських відносин між виробниками, переробниками та дистриб'юторами [6].

Таким чином, ринок біологічного меду в Нідерландах демонструє стабільне зростання завдяки інноваціям, підтримці держави та підвищенню попиту на екологічно чисті продукти. Однак для подальшого розвитку необхідно вирішувати проблеми високої собівартості, адаптуватися до кліматичних викликів та продовжувати впроваджувати новітні технології у виробництво.

Список використаних інформаційних джерел

1. Centre for the Promotion of Imports from developing countries. (n.d.). What demand? Market information for honey. URL: https://www.cbi.eu/market-information/honey/what-demand.
2. Industry ARC. (n.d.). Organic honey market research report. URL: https://www.industryarc.com/Research/organic-honey-market-research-800110.
3. Kate's Real Food. (n.d.). Organic honey: An ultimate guide. URL: https://katesrealfood.com/blogs/blog/organic-honey-an-ultimate-guide.
4. Research and Markets. (2025). Organic honey market report: Industry size. URL: https://www.researchandmarkets.com/reports/5801469/organic-honey-market-report-industry-size.
5. Агропортал. (2021). Досвід Нідерландів: як сучасні теплиці наростили аграрне виробництво у 15 разів. URL: https://agroportal.ua/agrocheck/inopressa/opyt-niderlandov-kak-sovremennye-teplitsy-narastili-agrarnoe-proizvodstvo-v-15-raz.
6. АгроТаймс. (2025). 24 органічні компанії представляли Україну на Biofach-2025. URL: https://agrotimes.ua/agromarket/24-organichni-kompaniyi-predstavlyaly-ukrayinu-na-biofach-2025
7. Пропозиція. (2025). 24 українські компанії презентували органічну продукцію на Biofach-2025. URL: https://propozitsiya.com/ua/24-ukrayinski-kompaniyi-prezentuvaly-organichnu-produkciyu-na-biofach-2025.

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ ЯК РУШІЙНІ СИЛИ ПРОЦЕСУ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

А. Р. Варуша, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
А. А. Пожар, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Транснаціональні корпорації (ТНК) є одними з найвпливовіших учасників сучасної глобальної економіки. Їхня діяльність

охоплює різні країни, сектори економіки та регіони, що робить їх ключовими рушійними силами економічної глобалізації. Це явище можна розглядати як процес інтеграції національних економік у єдину глобальну систему, який супроводжується зростанням міжнародної торгівлі, потоків інвестицій та технологічного обміну [1].

З теоретичної точки зору, транснаціональні корпорації є великими бізнес-структурами, які здійснюють виробничу, торговельну або іншу діяльність у двох чи більше країнах. Їхня мета полягає у максимізації прибутку через ефективне використання глобальних ресурсів. Економічна глобалізація, у свою чергу, визначається як процес посилення взаємозалежності економік країн світу, що відбувається завдяки лібералізації торгівлі, розвитку транспортних та інформаційних технологій і міжнародному руху капіталу [2]. Взаємодія ТНК і глобалізації є взаємозалежною: з одного боку, ТНК використовують можливості, створені глобалізацією, а з іншого – сприяють її подальшому розширенню [3].

Роль ТНК у глобалізації проявляється через кілька ключових аспектів. По-перше, вони сприяють поширенню технологій, створюючи глобальні виробничі ланцюги. Наприклад, виробництво одного продукту може бути розподілене між кількома країнами: дослідження та розробки відбуваються в одній країні, виробництво комплектуючих – у другій, а фінальна збірка – у третій. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси, зменшувати витрати та збільшувати продуктивність [4].

По-друге, ТНК є ключовими інвесторами у світову економіку. Прямі іноземні інвестиції, які здійснюють транснаціональні корпорації, сприяють економічному зростанню країн-реципієнтів, створенню робочих місць, впровадженню новітніх технологій та розвитку інфраструктури [5]. Особливо це стосується країн, що розвиваються, які часто залежать від іноземного капіталу для свого економічного розвитку.

Вплив ТНК на міжнародну торгівлю є також значним. Вони контролюють значну частку світового товарообігу, формуючи глобальні торговельні потоки. Наприклад, великі корпорації, такі як Apple, Toyota чи Nestlé, експортують продукцію в десятки країн, тим самим стимулюючи інтеграцію національних економік. Окрім того, через свої масштабні операції вони мають змогу впливати на ціноутворення та ринкові стандарти [3].

Водночас, вплив ТНК на економіки країн світу варіюється залежно від їх класифікації. У розвинених країнах ТНК сприяють підвищенню ефективності виробництва та стимулюванню інновацій [4]. У країнах, що розвиваються, їхня роль може бути подвійною. З одного боку, вони сприяють створенню інфраструктури, залученню капіталу та розвитку людського потенціалу. З іншого – існують ризики, пов'язані з надмірною залежністю економік від ТНК, можливими екологічними проблемами та нерівномірним розподілом прибутків [5].

Таким чином, транснаціональні корпорації є ключовими рушійними силами економічної глобалізації, сприяючи інтеграції економік, поширенню інновацій, створенню робочих місць та зростанню конкурентоспроможності країн [2]. Їхній вплив багатогранний: вони відкривають нові можливості для розвитку, але водночас можуть створювати ризики економічної залежності, соціальної нерівності та екологічних проблем.

З огляду на це, важливим є впровадження ефективного регулювання на національному та міжнародному рівнях, щоб забезпечити справедливий розподіл вигід і мінімізувати негативні наслідки. Баланс між розвитком і відповідальністю ТНК має стати основою для сталого економічного зростання у глобалізованому світі.

Список використаних інформаційних джерел

1. World Investment Report 2023. UNCTAD. URL: https://unctad.org/publication/world-investment-report-2024 (дата звернення 30.03.2025).
2. Воскобоєва О. В., Ромащенко О. С. Транснаціональні корпорації в умовах глобалізації економіки України. *Бізнес Інформ*. 2021. № 1. С. 21–27.
3. Шацька З. Я., Костіна Н. С. Транснаціональні корпорації агропромислового сектору: сучасний стан та перспективи розвитку. *Формування ринкових відносин*. 2022. № 10. С. 14–19.
4. Радченко О. П., Шавлюк О. І. Розвиток та особливості впливу транснаціональних корпорацій на економіку України. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2020. Т. 19. Вип. 2(30). С. 102–111.
5. Ярмак О. В. Вплив транснаціональних компаній на економіку України. *Приазовський економічний вісник*. 2023. Вип. 3(14). С. 46–49.

CROWDFUNDING AND TIKTOK: A NEW ERA OF FUNDRAISING

A. Kalyna, *specialty International Economic Relations, group IER IB b-21;*
Sujung Kim, *department of media communication*
Inha University, Republic of Korea
L. Franko, *Associate Professor of the Department of International Economics and International Economic Relations, PHD*
Poltava University of Economics and Trade

In today's digital world, crowdfunding has become an important tool for financing businesses, social initiatives and charitable projects. Traditionally, platforms such as Kickstarter, Indiegogo, or GoFundMe were used for this purpose [1].

However, with the advent of TikTok, the fundraising process has reached a new level: now ordinary videos can go viral and raise funding in a matter of hours.

TikTok isn't only an entertainment platform, but also a powerful marketing tool that helps to reach millions of people around the world. TikTok works on the principle of viral content: if a video is interesting, emotional or trending, it quickly gains views and engagement. This creates an ideal environment for fundraising, as the platform's algorithms allow even little-known users to reach a large audience. Content formats, such as short stories, trends, and challenges, help to evoke an emotional response. Direct donations through TikTok Live allow you to support campaigns instantly.

There are already many stories of viral videos on TikTok helping to raise large sums of money:

✓ *Saving Grandma's Bakery:* In November 2024, a family-owned bakery in Colorado Springs was on the verge of closing due to financial difficulties. The daughter of the owners asked the popular tiktoker Jessie Terraza (JesFoodie) to visit the bakery and tell her story. After posting the video, which received more than 120,000 views, the bakery received significant support from customers, and in less than a week, people donated more than $100,000, which helped save the business [2].

✓ ***Betty the Waitress****:* In 2025, 81-year-old waitress Betty from Pittsburgh could not afford to retire because her social security benefit was only $915 a month. Her story was overheard by a

restaurant patron, Tami Conzier, who decided to help her and her son. She recorded a short video with Betty's story and posted it on TikTok. The video quickly went viral and touched millions of viewers. This led to the creation of a crowdfunding campaign on GoFundMe. In total, they managed to raise over $328,000. These funds allowed Betty to finally think about a decent retirement [3].

✓ ***Candy's Cupcakes:*** In 2011, Candice Bannister founded Candy's Cupcakes in her home kitchen with an initial investment of £300. Thanks to the active use of social media, especially TikTok, the company has achieved significant growth. In 2023, the company's turnover was £900,000, up 31% year-on-year. In October 2023, a record 31,000 cupcakes were made and shipped. Since September of the same year, sales through TikTok have generated over £33,000 in revenue. The company plans to expand its presence on TikTok in 2024, with the goal of reaching a turnover of £1.5 million. Candice emphasises that a combination of passion for baking and ambition has contributed to the success of the business [4].

Although TikTok opens up new opportunities for fundraising, there are also some risks. First and foremost, there is the risk that some users may create false stories to get money. In addition, TikTok can suddenly change its rules and limit the reach of videos. Also, TikTok is not yet an official crowdfunding platform, so funds are often transferred through third-party services.

Despite these difficulties, TikTok has already become an important tool for project funding and is likely to grow in importance in the future. Using the platform's algorithms, video creators can quickly reach a large number of people and find support for their initiatives. Successful cases prove that TikTok is not just a social network, but a powerful financial tool for business, charity, and creative projects.

List of used information sources

1. A. Kalyna, M. T. Kairkenova, L. Franko. Crowdfunding as a tool for supporting entrepreneurship: Analysis of successful practices in Ukraine and international experiences. Science and youth in the XXI century: A collection of materials international youth scientific and practical internet conference (Poltava, 28 November 2024). Poltava : PUET, 2024. P. 549–552.
2. Viral TikTok video saves a struggling Colorado Springs family-owned business. URL: https://krdo.com/news/2024/11/14/viral-tiktok-video-

saves-a-struggling-colorado-springs-family-owned-business (access date: 07.04.2025).
3. An 81-Year-Old Waitress Said She Couldn't Afford to Retire. Then a Stranger Raised $300,000 for Her (Exclusive). URL: https://people.com/81-year-old-waitress-struggled-to-retire-then-a-tiktok-raised-usd328k-exclusive-11708686 (access date: 07.04.2025).
4. Manchester-based Candy's Cupcakes achieves almost one million pound turnover in 2023. URL: https://aboutmanchester.co.uk/manchester-based-candys-cupcakes-achieves-almost-one-million-pound-turnover-in-2023 (access date: 07.04.2025).

ЄС У ГЛОБАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ: ГЕОПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ГЕОЕКОНОМІЧНОГО ВПЛИВУ

В. В. Ковтун, *здобувачка спеціальності Міжнародні економічні відносини, ОС бакалавр*
В. В. Опалько, *канд. екон. наук, доцент – науковий керівник*
Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

У сучасних умовах глобальної нестабільності Європейський Союз змушений адаптувати свою економічну політику до нових геополітичних викликів, зокрема торгових війн, енергетичної кризи та інших глобальних викликів. Водночас ЄС активно використовує геоекономічні інструменти, такі як торговельні угоди, фінансові санкції та інвестиційні механізми, щоб зміцнити свою позицію на світовій арені. Дослідження цих процесів є важливим для розуміння стратегій економічної безпеки та конкурентоспроможності ЄС у глобальній економіці.

Європейський Союз (далі – ЄС) є важливим геоекономічним і геополітичним гравцем, який впливає на світову економіку та міжнародну безпеку. Завдяки єдиному ринку, спільній зовнішній політиці та партнерству з ключовими державами, ЄС визначає глобальні економічні та стратегічні тренди.

Розглянемо основні аспекти геоекономічного впливу ЄС на глобальне середовище.

Європейський Союз стикається з кількома важливими геополітичними викликами в умовах сучасної глобальної економіки. Серед основних викликів можна виділити такі: енергетична безпека (після скорочення постачань енергоресурсів з Росії у ЄС

постало питання диверсифікації джерел енергії та розвитку відновлювальних джерел); торгові війни та конкуренція з великими глобальними економічними гравцями, такими як США та Китай [1]; санкційна політика ЄС, яка створює економічні обмеження для європейської економіки; політична нестабільність, кризи та регіональні конфлікти (наприклад, військові конфлікти в Україні, Азії) змінюють ланцюги постачання, економічні відносини та стратегічне планування Європейського Союзу.

Ці геополітичні виклики змушують ЄС активно шукати нові інструменти геоекономічного впливу, щоб зміцнити свої позиції на міжнародній арені та забезпечити сталий розвиток (табл. 1).

Таблиця 1 – Інструментами геоекономічного впливу, які застосовує ЄС

Інструменти	Опис
Торговельні угоди	ЄС укладає стратегічні торгові угоди з іншими країнами для забезпечення доступу до ринків, зниження тарифів і економічних преференцій
Санкції та контрсанкції	ЄС застосовує економічні санкції для впливу на зовнішніх партнерів, наприклад, обмеження в торгівлі, фінансах тощо
Фінансові інструменти	ЄС використовує фінансові механізми, такі як інвестиційні фонди або кредитні лінії для підтримки економічного розвитку в регіоні
Інструмент стабільності та миру	ЄС фінансує програми підтримки стабільності в країнах, що переживають кризи, щоб зміцнити політичну та економічну стабільність.
Енергетична політика	ЄС застосовує диверсифікацією джерел енергії для підвищенням енергетичної безпеки і скорочення залежності від окремих постачальників
Стратегічні партнерства	ЄС активно створює стратегічні альянси з іншими великими економіками та країнами для забезпечення геоекономічних і геополітичних інтересів

Сформовано на основі [1–2].

Ці інструменти дозволяють ЄС реалізовувати свою геоекономічну стратегію, впливаючи на глобальну економіку та політику, забезпечуючи свої інтереси та сприяючи стабільності в регіонах світу.

Отже, ЄС, як одна з провідних економічних сил на світовій арені, забезпечує свою економічну стабільність та впливає на

глобальні економічні процеси. Успішна реалізація геоекономічної стратегії ЄС є важливим фактором для підтримки його конкурентоспроможності та економічної безпеки в умовах постійно змінюваного глобального середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Долгов І. Геополітичний вимір Євросоюзу: Як змінюється ЄС і як на це впливає Україна. *Укрінформ – актуальні новини України та світу*. URL: https://surl.lu/ptwska (дата звернення: 15.03.2025).
2. Європа, що змінюється: стратегічна автономія та безпека у 2025 році та надалі – Міжнародний кур'єр. *Міжнародний кур'єр – Новини України та світу, авторитетно*. URL: https://surl.lu/qbygrp (дата звернення: 15.03.2025).

УКРАЇНА В СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ КРЕДИТНИХ ВІДНОСИНАХ

Т. В. Котляр, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
А. А. Пожар, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах глобальної економічної нестабільності міжнародні кредитні відносини набувають особливої ваги для країн, що перебувають у стані трансформації та відновлення. Для України питання залучення зовнішнього фінансування стало критично важливим у контексті повномасштабної війни, спричиненої агресією Російської Федерації. Країна змушена не лише мобілізувати внутрішні ресурси, а й активно залучати міжнародну допомогу – як фінансову, так і технічну. Саме тому участь України в міжнародних кредитних відносинах сьогодні є визначальним фактором забезпечення її макрофінансової стабільності, економічного виживання та післявоєнного відновлення.

Україна бере участь у різноманітних формах міжнародного фінансового співробітництва – від кредитних ліній до грантових програм. Найбільш масштабним кредитором України виступає Міжнародний валютний фонд. У березні 2023 року між Україною та МВФ було підписано чотирирічну програму EFF на суму близько 15,6 млрд доларів США, метою якої є підтримка фіс-

кальної та зовнішньоекономічної стабільності, а також подальше проведення структурних реформ [1].

Поряд із МВФ, значну підтримку надає Світовий банк. Наприклад, у 2024 році банк затвердив програму допомоги Україні в обсязі понад 4 млрд доларів США, що спрямовуються на відновлення інфраструктури, соціальні програми, а також розвиток медичної та освітньої сфер [2]. Варто зазначити, що Світовий банк не лише надає кредити, а й виступає координатором міжнародної допомоги, акумулюючи кошти донорів через спеціалізовані трастові фонди.

Європейський Союз, у свою чергу, забезпечує Україну макрофінансовою допомогою. У 2023–2024 роках Україна отримала понад 18 млрд євро через механізм MFA+ (макрофінансова допомога плюс), з яких левова частка – у вигляді пільгових кредитів із довгими термінами погашення [3].

Крім офіційних міжнародних інституцій, до фінансування українських потреб активно долучаються країни Великої сімки (G7), які домовилися у 2024 році про механізм використання прибутків від заморожених російських активів для фінансування кредиту Україні обсягом 50 млрд доларів США [4].

Не менш важливим напрямом є двостороннє кредитування, зокрема з боку Японії, Канади, Великої Британії, які надають як прямі бюджетні кредити, так і гарантії для підтримки українського фінансового сектору. При цьому вагомим залишається питання боргової стійкості. У серпні 2024 року Україна досягла попередньої угоди з приватними кредиторами щодо реструктуризації частини зовнішнього боргу, що дозволить уникнути дефолту в короткостроковій перспективі та поліпшити умови обслуговування боргу [5].

Таким чином, міжнародні кредитні відносини відіграють ключову роль у забезпеченні фінансової життєздатності України в умовах війни та підготовки до повоєнного відновлення. Вони дозволяють підтримувати платіжний баланс, фінансувати соціальні видатки, проводити структурні реформи. Водночас важливо, щоб зовнішнє запозичення супроводжувалося прозорою політикою управління боргом, підзвітністю перед громадськістю та ефективним використанням ресурсів. У середньо- та довгостроковій перспективі стратегічною метою має бути перехід від залежності від зовнішніх позик до залучення інвестицій та сталого економічного розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Програма EFF для України. *Міжнародний валютний фонд*. URL: https://www.imf.org/uk/News/Articles/2023/03/31/pr23101-ukraine-imf-executive-board-approves-usd-billion-new-eff-part-of-overall-support-package (дата звернення: 5.04.2025).
2. Підтримка України у 2024 році. *Світовий банк*. URL: https://www.worldbank.org/uk/country/ukraine/overview (дата звернення: 5.04.2025).
3. Допомога Україні: MFA+. *Європейська Комісія*. URL: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/eu-budget/eu-borrower-investor-relations/mfa-programmes-including-ukraine_en (дата звернення: 5.04.2025).
4. G7 leaders agree to deliver $50 bln in loans to Ukraine as soon as December. Reuters. URL: https://www.reuters.com/world/g7-leaders-agree-how-deliver-around-50-billion-loans-ukraine-2024-10-25/ (дата звернення: 5.04.2025).
5. Ukraine strikes deal to restructure $20bn of debt. *Financial Times*. URL: https://www.ft.com/content/2dcaff38-0fbf-4af2-8252-ee717c7e852e (дата звернення: 5.04.2025).

ТЕХНОЛОГІЧНА АСИМЕТРІЯ КРАЇН ТА ФОРМИ ЇЇ ПРОЯВУ

Б. С. Лук'яненко, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
Ю. О. Єжелий, *асистент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному глобалізованому світі технологічний прогрес є основним фактором економічного зростання та політичного впливу. Однак розподіл технологій між країнами є нерівномірним, що створює технологічну асиметрію. Ця асиметрія проявляється не лише у володінні передовими технологіями, але й у здатності їх створювати, адаптувати та використовувати. Технологічна асиметрія є конкретним проявом загальної нерівності у міжнародних відносинах, де одна країна має більшу політичну та економічну силу, що відображається у технологічних ресурсах. Вона також впливає на конкурентоспроможність та економічне домінування держав.

Ця нерівність чітко виражена через цифровий розрив, який виникає через нерівний доступ до інформаційно-комунікаційних

технологій і відповідних навичок. Така нерівність впливає на доступ до освіти, медичних послуг та інших важливих ресурсів, що посилює соціальні нерівності [1]. Історичні фактори, зокрема промислові революції та колоніалізм, створили первинну технологічну асиметрію, яка поглиблювалася на різних етапах розвитку. XX століття, з його технологічним прогресом у галузях електроніки та обчислювальної техніки, лише посилило цю нерівність.

Одним із основних проявів технологічної асиметрії є розрив у володінні сучасними технологіями. Наприклад, значна різниця в доступі до смартфонів та інтернету між багатими та країнами, що розвиваються, свідчить про великі технологічні диспропорції. Також спостерігається значна різниця в інвестиціях у науково-дослідні розробки, де країни з високим рівнем доходу є основними інвесторами. З іншого боку, країни середнього доходу, такі як Китай та Індія, активно розвивають свій потенціал.

Різниця в інноваційних можливостях також є важливою частиною технологічної асиметрії [2]. Провідні країни, як Швейцарія та Швеція, лідирують у глобальних індексах інновацій, тоді як країни середнього рівня доходу демонструють тенденцію до швидкого зростання. Різниця у доступі до кваліфікованих кадрів у галузях науки та технологій також підвищує асиметрію, оскільки деякі країни мають кращу підготовку в STEM-дисциплінах.

Технологічна асиметрія має суттєвий вплив на економічний, соціальний та політичний розвиток [3]. Країни з розвиненими технологіями зазвичай мають вищу конкурентоспроможність і економічне зростання, в той час як країни з меншими можливостями стикаються з проблемами у доступі до послуг і розвитку інфраструктури. Важливою складовою є також різниця у здатності країн розробляти передові технології в таких сферах, як штучний інтелект і біотехнології, що сприяє ще більшому зростанню асиметрії.

Фактори, що підтримують технологічну асиметрію, включають нерівний доступ до освіти, інвестиції в науку та технології, а також державні політики, які можуть підтримувати чи обмежувати інновації. Для подолання цієї асиметрії країни використовують стратегії інвестування в освіту, науку та технології, зміцнення національних інноваційних систем і розвиток

міжнародного співробітництва. Враховуючи ці зусилля, майбутні тенденції можуть привести до зменшення технологічних диспропорцій, хоча для цього потрібні координовані дії на національному та міжнародному рівнях.

Таким чином, технологічна асиметрія є важливим чинником, що визначає глобальну конкурентоспроможність, економічний розвиток та соціальні відносини між країнами. Вона проявляється у нерівному доступі до технологій, інновацій та науково-дослідних можливостей, що призводить до значних відмінностей у розвитку держав. Незважаючи на зростаючі інвестиції та прогрес у деяких країнах, розрив між технологічно розвиненими державами та країнами, що розвиваються, залишається значним. Проте існують шляхи для скорочення цього розриву, зокрема через покращення освіти, стимулювання наукових досліджень і технологічного обміну. Технологічна асиметрія не є незмінною, і за умови ефективних політик та міжнародного співробітництва є реальні можливості для забезпечення більш рівномірного технологічного розвитку в глобальному контексті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гончаренко В., Пожар А., Єжелий Ю. «Третій сектор» і соціальна економіка у сучасному світі. *Економіка та суспільство*, 2024. № 69. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-15.
2. Asymmetric Information in Economics Explained – Investopedia. URL: https://www.investopedia.com/terms/a/asymmetricinformation.asp (дата звернення: 18.03.2025).
3. Womack B. Asymmetry and International Relationships. Cambridge University Press, 2016. 244 p.

ТЕОРІЇ ТА КОНЦЕПЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

М. О. Протасевич, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
А. А. Пожар, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Європейська інтеграція є унікальним політичним та економічним процесом, який охоплює широкий спектр інституційних, правових і культурних аспектів. Вона постає не лише як результат прагматичних домовленостей між державами, але й як

складний теоретичний конструкт, що втілює численні підходи до формування спільного європейського простору. Аналіз ключових теорій та концепцій європейської інтеграції дозволяє глибше зрозуміти логіку функціонування Європейського Союзу, його цілі, механізми розвитку та потенційні траєкторії майбутньої еволюції.

У процесі вивчення європейської інтеграції сформувався цілий спектр теоретичних підходів. Найбільш ранньою серед них стала *неофункціоналістська теорія*, запропонована Ернстом Хаасом. Вона виходила з ідеї «розлиття» інтеграції (spillover effect), коли співпраця в одній сфері природним чином спричиняє потребу в координації в інших [1].

На противагу неофункціоналізму виник *інтергувернменталізм*, представлений, зокрема, Стенлі Гоффманом. Цей підхід акцентує роль національних урядів як основних акторів інтеграційного процесу. У межах цієї теорії інтеграція трактується як серія міждержавних домовленостей, які укладаються виключно за національних інтересів [2].

Згодом виникла *теорія багаторівневого управління* (multi-level governance), яка відображає складну архітектуру управління в ЄС. Вона визнає існування численних рівнів ухвалення рішень: від локального до наднаціонального. Цей підхід дозволяє описати реальну політичну практику в ЄС, де прийняття рішень дедалі більше віддаляється від традиційної вертикальної моделі влади [3].

Паралельно розвивалися й критичні теорії інтеграції, зокрема *постструктуралізм*, що зосереджується на питаннях ідентичності, культури та мови в європейському контексті. Ці підходи ставлять під сумнів уніфікованість інтеграційного проєкту, підкреслюючи складність формування єдиного європейського наративу [4].

Окремої уваги заслуговує *концепція диференційованої інтеграції,* яка пояснює різний рівень залученості держав-членів до окремих політик ЄС. Цей підхід набув популярності після Брекзиту та в контексті розширення ЄС на Схід. Диференціація дозволяє зберігати гнучкість об'єднання, надаючи окремим країнам можливість брати участь лише в тих проєктах, що відповідають їхнім інтересам [5].

Теоретичні підходи до європейської інтеграції відображають динамічну природу цього процесу та багатоманітність його

рушіїв. Неофункціоналізм підкреслює роль інституцій та автоматичного поширення інтеграції, тоді як інтерговерменталізм фокусується на політичному суверенітеті. Теорії багаторівневого управління та диференційованої інтеграції відкривають нові горизонти в аналізі політичної гнучкості ЄС. Водночас критичні підходи наголошують на важливості культурних чинників. Комплексне вивчення цих концепцій дозволяє не лише краще зрозуміти минулі етапи європейського об'єднання, але й сформувати бачення його майбутнього в умовах глобальних трансформацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Haas E. B. The Uniting of Europe: Political, Social, and Economic Forces, 1950–1957. Stanford University Press, 1958. 574 p.
2. Moravcsik A. Preferences and Power in the European Community: A Liberal Intergovernmentalist Approach. *Journal of Common Market Studies*. 1993. Vol. 31, № 4. P. 473–524.
3. Hooghe L., Marks G. Multi-Level Governance and European Integration. Lanham: Rowman & Littlefield, 2001. 251 p.
4. Diez T. The Paradoxes of Europe: From Unifying Modernity to Multiple Europes. In: Rumford C. (ed.) *The SAGE Handbook of European Studies*. London: SAGE Publications, 2009. P. 45–63.
5. Schimmelfennig F., Leuffen D., Rittberger B. The European Union as a System of Differentiated Integration: Interdependence, Politicization and Differentiation. *Journal of European Public Policy*. 2015. Vol. 22, № 6. P. 764–782.

ТРАНСНАЦІОНАЛЬНІ КОРПОРАЦІЇ У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

В. В. Самсонов, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Транснаціональні корпорації – це великі бізнес-організації, які здійснюють свою діяльність у декількох країнах, маючи значний економічний впливу глобальному масштабі. Зазвичай, ТНК мають штаб квартиру в одній країні, а їхні філії, дочірні компанії або виробничі потужності розташовані в інших краї-

нах. Вони займаються торгівлею, виробництвом, постачанням послуг чи фінансовими операціями на міжнародному рівні [1]. Дякуючи працям вітчизняних науковців ми маємо можливість побачити розвиток та вплив ТНК на систему сучасного міжнародного бізнесу, а саме: Стеблак Д. М. надає розгорнуте трактування поняття ТНК [1]. Дані, отримані з Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД) відіграють важливу роль в розумінні теми [2]; Свірський В. С. визначає сучасні тенденції транснаціоналізації економічної діяльності [3]; Стрілець В. Ю. та ін. досліджують проблеми, що виникають у діяльності міжнародного бізнесу [4–6].

З теоретичної точки зору ТНК відіграють ключову роль в системі сучасного міжнародного бізнесу, точну кількість ТНК визначити складно, оскільки їх кількість постійно змінюється через створення нових компаній, злиття та поглинання. Проте, за даними Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), у світі існують тисячі ТНК, які мають свої філії у багатьох країнах [2]. Філії ТНК розташовані по всьому світу, вони охоплюють різні галузі. Наприклад:

1. Apple inc. має свої філії та виробничі потужності в багатьох країнах, з них: Китай, Індія, Ірландія та багато інших.

2. Coca-Cola забезпечує виробництво та розповсюдження напоїв через свої філії у понад 200 країнах.

3. Toyota має заводи та офіси в різних регіонах, таких як США, Європа та Азія [2].

Станом на 2023 рік, сучасні ТНК володіють приблизно 95 % світових патентів та ліцензій [3].

ТНК відіграють значну роль у системі міжнародного бізнесу, вони забезпечують розвиток НТП в усіх його напрямках: технічний рівень якості продукції, ефективність виробництва, удосконалення форм менеджменту, управління підприємствами та інші, також сучасні ТНК допомогли створити сферу послуг для міжнародного виробництва, що сприяло перетворенню регіональних міжнародних відносин у глобальні [5].

Вплив ТНК на світовий ринок залишається вагомим, вони здійснюють активну виробничу, інвестиційну та торговельну діяльність, деякі з них перетворюються на міжнародних монополістів. Дослідження індексу транснаціоналізації, який був розра-

хований для деяких компаній показує зріст вагомості ТНК на світовому ринку [4].

Таким чином, ТНК є ключовими учасниками глобальної економіки, які не лише адаптують регіональні бізнес-моделі до міжнародних стандартів, а й впливають на економічні, соціальні та технологічні аспекти життя в різних країнах. Їх діяльність значною мірою визначає розвиток світового ринку та економічних відносин.

Важливим фактором існування ТНК у системі міжнародного бізнесу буде збереження гарних відносин між державами та ТНК щоб гарантувати економічне зростання та розвиток технологій, але не треба забувати про регулювання як на міжнародному рівні так і на національному для забезпечення здорового конкурентного середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стеблак Д. М. ТНК в міжнародному бізнесі. Науковий вісник Ужгородського національного університету випуск. 2024. № 51. С. 84–86.
2. UNCTAD-data hub. URL: https://unctadstat.unctad.org/EN/Index.html.
3. Свірський В. С. Сучасні тенденції транснаціоналізації економічної діяльності: інноваційний аспект. *Маркетинг і менеджмент інновацій.* 2017. № 2. URL: http://mmi.fem.sumdu.edu.ua.
4. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Франко Л. С., Єжелий Ю. О., Гаращенко Б. В. Стратегія подолання логістичних бар'єрів у контексті розвитку міжнародного туристичного бізнесу України. *Ефективна економіка*. 2025. № 1. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5540.
5. Стрілець В. Ю., Пожар А. А., Флегантова А. А., Франко Л. Ю., Єжелий Ю. О., Зборик Д. С. Цифровізація як інструмент побудови інноваційної стратегії розвитку бізнесу країн ЄС в умовах адаптації до кризових тенденцій міжнародної економіки. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки».* 2024. № 3(113). С. 80–88 URL: http://puet.poltava.ua/index.php/economics/article/view/277.
6. Стрілець В. Ю. Досвід ТНК у застосуванні інноваційних методів мотивації персоналу (на прикладі компанії «BNP Paribas Group». *Причорноморські економічні студії.* 2021. № 71. С. 40–47. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/71_2021/8.pdf.

РОЛЬ КРАУДФАНДИНГУ ТА ЦИФРОВИХ ПЛАТФОРМ У ФІНАНСУВАННІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ І СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ

Д. Л. Сичук, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-31*
Л. С. Франко, *доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Цифрові платформи сьогодні кардинально змінюють можливості для малого бізнесу. Вони не лише спрощують залучення коштів, просування товарів та послуг, а й налагоджують ефективну комунікацію з клієнтами. Сервіси, від краудфандингових майданчиків до інвестиційних платформ, забезпечують швидкий доступ до фінансування, альтернативний традиційним банкам та інвесторам. Проте цифрові платформи не обмежуються лише краудфандингом. Наприклад, p2p-кредитування (peer-to-peer) пропонує малим компаніям можливість отримувати фінансування безпосередньо від інвесторів, без посередництва банків. Такі платформи виступають в ролі посередників, які виконують функції перевірки, оцінки кредитоспроможності та управління позиками. Крім того, є інвестиційні платформи, на яких підприємства можуть залучати інвестиції від приватних осіб в обмін на частку в бізнесі або відсоткові виплати.

На відміну від краудфандингу, інші цифрові фінансові платформи, як правило, використовують більш структурований підхід, що передбачає юридично оформлені угоди, обов'язкове повернення інвестицій, а в деяких випадках – розподіл прибутків. Краудфандинг, з іншого боку, пропонує більш адаптивну та доступну модель фінансування, хоча і з меншою гарантією успіху, оскільки результат кампанії значною мірою залежить від привабливості проєкту, зусиль автора та здатності зацікавити потенційних спонсорів. Отже, цифрові платформи формують адаптивне середовище для малого бізнесу, яке дозволяє поєднувати різні джерела фінансування в залежності від етапу розвитку, поставлених цілей та рівня готовності до фінансових зобов'язань [2].

Краудфандинг в Україні, представлений платформами Спільнокошт (BiggggIdea) та StartEra, трансформує спосіб фінансування малого бізнесу, особливо на початкових етапах

[4]. Замість традиційних інвесторів, підприємці звертаються до широкої публіки, пропонуючи їм стати частиною їхньої історії. Це не просто збір коштів, а додаткова можливість налагодити зв'язок із потенційними клієнтами, отримати цінний фітбек та створити спільноту навколо бренду. Успіх краудфандингової кампанії залежить від довіри, креативності та відкритої комунікації, що робить його ідеальним інструментом для підтримки креативних, локальних та соціально-орієнтованих проєктів.

Цифрові платформи надають широкий вибір фінансових інструментів для малих підприємств, що виходить за межі лише краудфандингу. В Україні активно функціонують фінансові технології, такі як IZIbank, Sportbank та NEOBANK, які пропонують онлайн-кредитування, миттєві транзакції та автоматизовані банківські рішення для підприємців. У зоні p2p-кредитування популярністю користуються міжнародні платформи, такі як Mintos та PeerBerry, що дозволяють українським бізнесам отримувати фінансування безпосередньо від інвесторів. Крім того, грантові платформи, такі як ВзаємоДія, House of Europe, Prostir Grants та GURT Resource Center, стають все більш актуальними, адже вони допомагають підприємцям знайти доступні грантові програми від ЄС, ООН, USAID та інших донорських організацій [5]. Існують і електронні платформи державного фінансування, такі як ProZorro. Продажі, які дозволяють взяти участь у програмі «єРобота» або отримати державну допомогу для розвитку малих бізнесів [1]. Ці цифрові сервіси відкривають можливості доступу до безповоротних коштів, що сприяє сталому розвитку бізнесу без додаткового фінансового навантаження.

Цифрові платформи перетворилися на ключове джерело фінансування для малого бізнесу, пропонуючи швидкий доступ до гнучких фінансових інструментів. Вони стимулюють нові форми співпраці, підтримки спільноти та взаємодії з клієнтами. Малий бізнес може обирати між краудфандингом, інвестиційними платформами, кредитами та грантами, враховуючи свої потреби та стадію розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналітична записка – Дослідницька служба Верховної Ради України. URL: research.rada.gov.ua (дата звернення: 22.04.2025 р.).

2. Диба О. М., Іващенко А., Поліщук Є. Перспективи розвитку краудфандингу в Україні як інструменту залучення коштів для підприємств малого та середнього бізнесу. URL: ir.kneu.edu.ua (дата звернення: 23.04.2025 р.).
3. Міжнародна p2p-платформа Mintos. URL: mintos.com (дата звернення: 22.04.2025 р.).
4. Платформа «Спільнокошт (BiggggIdea)». URL: biggggidea.com (дата звернення: 23.04.2025 р.).
5. GURT Resource Center. URL: gurt.org.ua (дата звернення: 23.04.2025 р.).

THE EFFICIENCY OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES IN UKRAINE: CHALLENGES AND STRATEGIC PRIORITIES

Д. Л. Сичук, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б 41*
В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Amid the ongoing aggression by the Russian Federation and the global economic instability, enhancing the effectiveness of foreign economic activity (FEA) of Ukrainian enterprises is of critical importance for maintaining economic resilience, strengthening positions in international markets, and securing foreign exchange earnings. The issue of FEA effectiveness is at the forefront of academic discourse among Ukrainian scholars. For instance, Sobkevych O. V. and colleagues identify development priorities for the real sector during wartime and in the context of post-war recovery [2]; Strilets V. Yu. and co-authors explore the prospects for the recovery of tourism enterprises following global disruptions, taking into account digital transformation and ecological innovation [1]; Dykha M. et al. examine the impact of the innovation environment on the competitive behavior of Ukrainian enterprises in the market [3]; Pedchenko N. S. and co-authors analyze state support mechanisms for the recovery of small businesses in the post-war period [4].

The effectiveness of FEA by domestic Ukrainian enterprises in 2023 requires a comprehensive assessment that considers both macroeconomic indicators and sector-specific dynamics. Over the

course of the year, the total volume of goods exported from Ukraine amounted to approximately USD 36 billion, representing an 18% decline compared to the previous year. This decrease was driven, on the one hand, by the prolonged consequences of the war, including the destruction of logistics infrastructure and restricted access to seaports, and, on the other hand, by a general decline in industrial production, particularly in the metallurgical sector. At the same time, the export of services remained stable, reaching nearly USD 9 billion, which indicates relative resilience and promising potential in this sphere.

Agriculture remains a key driver of Ukraine's foreign economic activity. In 2023, the export of agricultural products amounted to USD 22 billion. Oilseed crops, especially sunflower oil, continued to hold a significant share in the export structure. In addition, corn exports generated nearly USD 5 billion, underscoring the country's high dependence on raw material–oriented production. However, such dependence also represents a vulnerability, as commodity markets are volatile and agricultural prices are extremely sensitive to global fluctuations and political factors.

Exports of metallurgical products turned out to be among the most affected sectors. In 2023, exports of ferrous and non-ferrous metals totaled only USD 3.9 billion, a significant decline compared to pre-war levels [5]. This figure illustrates the critical state of Ukraine's industrial sector, which, due to the destruction of factories and the suspension of production capacities in front-line regions, requires not only recovery but also deep modernization.

The development of the services sector is also noteworthy, as it continues to demonstrate growth potential amidst digital transformation. In 2023, more than 37% of service exports came from telecommunications, computer, and information services. This reflects the adaptability of the Ukrainian IT sector, its sustained competitiveness, and its capacity to generate value-added even under wartime conditions. Transport services accounted for more than 35% of total service exports, underscoring the vital role of logistics while also exposing its vulnerability due to route blockages and infrastructure damage [5]. In the context of FEA, it is important to highlight the geographical diversification of Ukraine's trade partnerships. In 2023, Poland, Romania, and China remained Ukraine's top trading partners. Exports to Poland exceeded USD 4.4 billion, while exports to Romania reached over USD 3.6 billion.

China ranked third among key destination markets for Ukrainian products [5]. This structure allows for a certain degree of reduced dependence on individual markets and provides strategic flexibility in the face of global uncertainties.

Overall, Ukraine's FEA in 2023 demonstrated relative resilience due to the performance of the agricultural and digital sectors. However, the overall decline in goods exports and deteriorating industrial indicators point to the urgent need to transition to a new model of foreign economic policy. To increase the effectiveness of FEA, Ukraine should prioritize the development of exports with high added value, stimulate the processing industry, modernize the metallurgical complex, and support innovative activities in the services sector. Equally crucial is the development of modern transport and logistics infrastructure that will enable the effective integration of Ukrainian enterprises into global supply chains. In the long term, structural transformation of the economy, combined with an adaptive trade strategy, will be the cornerstone of sustainable economic growth and the enhancement of Ukraine's international competitiveness.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Сокіл А. А., Соколовський В. Р., Богдан Є. С. Перспективи відновлення підприємств туристичної галузі після глобальних потрясінь з урахуванням цифрових трансформацій та екологічних інновацій. Ефективна економіка. 2025. № 2. URL: https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/5769.
2. Собкевич О. В., Шевченко А. В., Русан В. М. та ін. Пріоритети розвитку реального сектора в умовах війни та повоєнного відновлення економіки України : аналіт. доп. ; за заг. ред. Я. А. Жаліла. Київ : НІСД, 2024. 104 с.
3. Dykha M., Franko L., Strilets V., Ivanov M. and Rybina L. The influence of innovative development in the EU countries and Ukraine on the competitiveness of national economies: A comparative analysis. (Scopus та ін.) 2024. Problems and Perspectives in Management. № 22(2). P. 1–16. doi:10.21511/ppm.22(2).2024.
4. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Яріш О. В., Сокіл А. А., Муха М. Ю. Державна підтримка відновлення малого підприємництва в Україні у післявоєнний період: галузевий аспект. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент». 2023. № 57. С. 37–47. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2023/57-2023/7.pdf.
5. Ukraine – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/2473/ukraine/

МЕТОДИ НАЛАГОДЖЕННЯ ПОЗИТИВНИХ СТОСУНКІВ У КРОС-КУЛЬТУРНИХ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРАХ

В. Ю. Шахматьєв, *студент спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
А. А. Пожар, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, що стрімко глобалізується, міжкультурна взаємодія стала невід'ємною частиною ділового середовища. Підприємства виходять на міжнародні ринки, формуються транснаціональні команди, а переговори дедалі частіше ведуться представниками різних культурних традицій. У цьому контексті успішність переговорного процесу багато в чому залежить не тільки від економічної доцільності чи юридичних аспектів, а й від уміння налагоджувати позитивні, довірливі міжособистісні відносини з урахуванням культурних особливостей кожної зі сторін [1].

Крос-культурна комунікація супроводжується низкою труднощів. Відмінності у мовних звичках, невербальній поведінці, нормах етикету, системах цінностей і очікуваннях щодо формальності процесу можуть спричинити непорозуміння, образи, а іноді й провал переговорів. Так, представники західної культури можуть цінувати чіткість і прямоту, тоді як у східних культурах пріоритет часто надається непрямому стилю спілкування, гармонії та уникненню конфронтацій [2].

Незважаючи на наявні виклики, досвід багатьох міжнародних компаній свідчить про те, що ефективна міжкультурна комунікація є навиком, якого можна і потрібно набувати. Використання відповідних методів сприяє створенню продуктивного переговорного клімату, зменшує рівень стресу й допомагає встановити довготривалі партнерські зв'язки. До найбільш результативних методів, спрямованих на налагодження позитивних стосунків у крос-культурних ділових переговорах, належать:

1. *Попереднє культурне занурення.* Перш ніж розпочати переговори, важливо зібрати максимум інформації про культурне походження партнера: систему цінностей, релігійні особливості, бізнес-етикет, стиль прийняття рішень. Наприклад, у німецькій діловій культурі цінується точність, логіка та послідов-

ність, а в арабських країнах важливою складовою переговорів може бути неформальна довіра, заснована на особистих контактах [3].

2. *Розвиток міжкультурної компетентності.* Це інтегративна якість, що включає здатність усвідомлювати культурні відмінності, емпатійно сприймати іншу точку зору, адаптувати свою поведінку до контексту та уникати культурного етноцентризму. Міжкультурна компетентність потребує як теоретичних знань, так і практичного досвіду, набутого через спілкування з представниками різних культур [4].

3. *Активне слухання та уточнення.* Через мовні бар'єри чи відмінності в інтерпретації одна й та ж фраза може мати різне значення для різних учасників. Тому в переговорах важливо підтверджувати розуміння: перефразовувати, ставити уточнювальні запитання, проявляти уважність до невербальних сигналів. Активне слухання сприяє формуванню відчуття поваги та взаємного визнання.

4. *Пошук культурних точок дотику.* Незалежно від культурних відмінностей, учасники переговорів часто мають спільні інтереси – економічну вигоду, безпеку, інновації чи сталий розвиток. Ідентифікація таких точок перетину дозволяє зосередити увагу не на відмінностях, а на можливостях співпраці, що створює сприятливий клімат для конструктивного діалогу [5].

5. *Залучення культурних фасилітаторів або посередників.* У складних ситуаціях доцільним є звернення до професіоналів, які мають досвід у сфері міжкультурної комунікації. Це можуть бути перекладачі, локальні бізнес-консультанти або навіть спеціально підготовлені фасилітатори, які розуміють особливості обох культур і можуть допомогти сторонам краще зрозуміти одна одну.

Крім вищезазначених методів, важливу роль відіграють гнучкість, відкритість до зворотного зв'язку та готовність до саморефлексії. Адже в міжкультурному контексті помилки неминучі, але ставлення до них і здатність вчитися на них визначають якість ділових стосунків у довгостроковій перспективі.

Таким чином, налагодження позитивних стосунків у кроскультурних ділових переговорах є стратегічно важливою умовою для досягнення ефективної співпраці у глобальному середовищі. Методи, описані в цій доповіді, сприяють розвитку довіри, взаємної поваги й конструктивного діалогу, що, своєю

чергою, забезпечує довготривалі переваги для всіх учасників переговорного процесу. Сучасний бізнес вимагає від учасників не тільки професійних знань, а й високого рівня культурної чутливості, що перетворює крос-культурні виклики на нові можливості партнерства та зростання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Самойленко І. Г. Міжкультурна комунікація в міжнародному бізнесі : навч. посіб. Київ : Центр учбової л-ри, 2021. 328 с.
2. Захарченко В. С. Крос-культурні особливості ведення переговорів. *Вісник КНТЕУ*. 2022. № 5. С. 47–55.
3. Гофстеде Г. Культури та організації: програмування розуму. Київ : Основи, 2019. 448 с.
4. Павленко А. О., Соловйов Д. В. Міжкультурна компетентність як складова професійного розвитку. *Проблеми економіки та управління*. 2020. № 3. С. 35–41.
5. Мартін Дж., Накаяма Т. Міжкультурна комунікація у контексті. Київ : Ліра-К, 2023. 384 с.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПРОВЕДЕННЯ ЗАКУПІВЕЛЬ ТОВАРІВ, РОБІТ І ПОСЛУГ

В. В. Антоненко; В. В. Преснов, *студенти спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11*
А. І. Мілька, *канд. екон. наук, завідувач кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Для підвищення ефективності публічних закупівель, вдосконалення законодавчої бази, забезпечення раціонального використання державних коштів, а також приведення окремих правових норм у відповідність до європейських стандартів, необхідно розглянути досвід європейських країн та визначити можливі способи вдосконалення його застосування в Україні. Стійкий інноваційний та економічний розвиток США, Японії, Китаю та інших країн свідчить про високу ефективність та якість державного регулювання економічної діяльності в цих країнах, тому їх досвід може бути корисним для України.

Наразі бракує комплексних наукових досліджень, які стосуються перспективних напрямів застосування позитивного зарубіжного досвіду у господарському законодавстві України в сфері регулювання публічних закупівель.

У законодавстві зарубіжних країн, що регулює організацію та проведення публічних закупівель, значна увага приділяється забезпеченню прозорості та відкритості інформації, а також попередженню зловживань з боку організаторів, замовників та учасників процесу закупівлі. Використання процедури відкритих торгів дає змогу найбільш ефективно реалізувати принципи та гарантувати дотримання відповідних вимог усіма учасниками процесу закупівлі.

Так, у США законодавство передбачає «необхідність впровадження політики, що запобігає виникненню конфлікту інтересів і стимулює належну поведінку працівників, відповідальних за публічні закупівлі. У цьому контексті, зокрема, забороняється

розкриття інформації про заявку на контракт, за винятком випадків, передбачених законодавством, до моменту оголошення про укладення контракту. Ця заборона поширюється не тільки на співробітників федеральних органів США, але й на інших учасників процесу організації закупівель» [3, с. 261–269].

У США, як і в багатьох інших країнах, процедура закупівлі здійснюється переважно через централізовану електронну систему, втручання в яку вважається правопорушенням.

Зокрема, в Австрії, Іспанії та Португалії «установи центрального рівня зобов'язані законом здійснювати закупівлі через централізовані закупівельні організації, тоді як для інших замовників ця процедура не є обов'язковою.

У Бельгії така обов'язковість діє у разі перевищення певного вартісного порогу. В Німеччині, де централізовані закупівельні організації працюють на рівні Міністерства внутрішніх справ, усі закупівельні тендери федеральних міністерств вище певного порогового рівня повинні проводитися лише через ці організації» [1].

Варто зауважити, що в Швейцарії «процедури закупівель регулюються кантональним, міжкантональним і місцевим законодавством, яке забезпечує рівний і недискримінаційний доступ на ринок постачальників як зі Швейцарії, так і з інших країн, за умовами, аналогічними швейцарському режиму державних закупівель. Особлива увага в законодавстві приділяється сфері застосування та суб'єктам державних закупівель» [2, с. 545–551].

Законодавство Бразилії встановлює, що, «за винятком випадків, передбачених законом, публічні роботи, послуги, закупівля та передача права власності на товари та іншу продукцію повинні здійснюватися через відкриту тендерну процедуру, яка забезпечує рівні умови для всіх учасників. Процедура повинна включати положення, що передбачають оплату зобов'язань. Умови участі в тендері повинні бути ефективними та відповідати вимогам закону, який дозволяє лише встановлення вимог до технічних та економічних кваліфікацій, необхідних для забезпечення виконання зобов'язань» [1, 2].

Таким чином, у багатьох країнах світу публічні закупівлі розглядаються як ефективний інструмент забезпечення раціонального та оптимального використання бюджетних коштів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Малолітнева В. К. Господарсько-правовий інститут закупівель : монографія. Київ : ДУ «Інститут економіко-правових досліджень ім. В. К. Мамутова Національної академії наук України», 2020, 412 с.
2. Садовенко О. Л. Досвід правового регулювання державного замовлення в зарубіжних країнах та втілення його в законодавство України. Актуальні проблеми держави і права. 2011. Вип. 61. С. 545–551.
3. Фалко Ю. В. Організація державних закупівель: зарубіжний досвід та практика України. Університетські наукові записки. 2014. № 1 (49). С. 261–269.

КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОБОТИ ПРОФЕСІЙНОГО ЗАКУПІВЕЛЬНИКА

О. С. Антоненко, *магістр освітньої програми «Публічні закупівлі»*
О. В. Манжура, *д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У оновленому стандарті фахівця з публічних закупівель значну увагу приділено м’яким навичкам (soft-skills), які важливо розвивати, щоб бути більш конкурентним на ринку праці [1].

Згідно зі звітом дослідницької групи APQC навчання спеціалістів з закупівель є «неадекватним» для розвитку найважливіших навичок на майбутнє, тому на виході багатьом організаціям важко знайти кваліфікованих спеціалістів із закупівель, які б «керували функцією на майбутнє».

Виходячи з отриманих даних, можна констатувати, що ключові ділові навички менеджерів із закупівель розподіляються за кількома основними кластерами: **етичні та комунікаційні компетенції** (ділова етика – 59,8 %, комунікація – 55,9 %), **навички взаємодії зі стейкхолдерами** (управління зацікав-

лениими сторонами – 54,9 %, побудова стосунків і управління – 52 %, управління відносинами з постачальниками – 47,1 %), а також **когнітивні та лідерські якості** (критичне мислення – 48 %, лідерство – 46,6 %, прийняття рішень – 42,2 %). Важливо також відзначити значущість **переговорних компетенцій** (традиційні переговори – 41,2 %) та **навички командної роботи** (39,7 %), які є невід'ємними складовими професійної ефективності у сфері закупівель.

Очевидно, що навчання своїх відділів має бути одним з пріоритетів для керівників функції закупівель в організаціях.

Відповідно, важливим результатом навчання професійних закупівельників для виконання своїх трудових функцій є комунікативні навички.

Професійний закупівельник – професійний комунікатор, адже він має чи не найбільше в організації каналів і потоків комунікацій: і з ініціаторами, і з постачальниками, і з юристами/фінансистами, і з керівниками, і з технічними службами тощо. Комунікації для закупівельника – важливий інструмент роботи, володіти яким бажано професійно.

Комунікації з ініціаторами закупівлі є надважливою частиною закупівельного процесу, адже остаточне бачення предмету і процесу закупівлі виникає в результаті обговорення саме між цими двома сторонами. Більш того, підтримка спілкування в процесі закупівлі буде корисною для розуміння ініціатором вашої роботи з аналізу ринку, пошуку і оцінці альтернатив, подолання всіх можливих перешкод з логістикою, погодженням і укладанням договору тощо.

Ефективна взаємодія між фахівцями із закупівель та ініціаторами є ключовим фактором успіху закупівельного процесу. Для досягнення цієї мети, рекомендується дотримуватися наступних принципів та практик:

1. Чітка регламентація процедур збору заявок. Важливо розробити та впровадити прості, зрозумілі та зручні для обох сторін правила збору заявок від ініціаторів, забезпечивши їх широке ознайомлення з цією інформацією. Послідовне дотримання затверджених процедур та заохочення колег до подання заявок у визначені терміни є запорукою системності. Водночас,

слід зберігати гнучкість на випадок форс-мажорних обставин. Оптимізувати процес збору заявок допоможе попередня розробка стандартизованих анкет або форм.

2. Налагодження емоційного контакту та узгоджене бачення. Встановлення позитивного емоційного контакту сприяє ефективнішій комунікації протягом усього закупівельного циклу. Необхідно досягти узгодженого бачення етапів закупівельного процесу для бажаного предмета закупівлі та спільно узгодити терміни виконання.

3. Ефективна комунікація та спільний аналіз. Після проведення аналізу ринку та оцінки варіантів, важливо тісно взаємодіяти з ініціатором, узгоджуючи подальші кроки. Рекомендується використовувати один узгоджений канал для всіх письмових комунікацій (наприклад, електронна пошта, корпоративні месенджери). Важливо регулярно інформувати ініціатора про хід закупівлі.

У випадках, коли предмет закупівлі вимагає особистих зустрічей з постачальниками, обов'язково слід запрошувати ініціатора, спільно працювати над сценарієм зустрічі та переліком питань.

Після завершення закупівлі, вкрай важливо провести спільний аналіз результатів, зробити висновки на майбутнє та провести роботу над помилками. Перед початком нової закупівлі для того ж ініціатора, доцільно почати з аналізу попереднього «спільного» кейсу, що дозволить врахувати набутий досвід та підвищити ефективність майбутніх процесів [2].

Не менш важливою частиною закупівельного процесу є комунікація з постачальниками, і тут закупівельник теж може управляти процесом спілкування на користь всіх задіяних сторін.

Основною тенденцією в світових закупівлях є зміна ставлення до постачальника як до суперника на користь побудови довірливих, передбачуваних стосунків і партнерства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Професійний стандарт «Фахівець з публічних закупівель». URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=ukUA&id=2561616f-819f44b68e9239a01b2024f8&title=ObgovorenniaProektuProfesiinogoStandartufakhivetsZPublichnikhZakupivel.

2. Гайд з комунікацій. Центр вдосконалення закупівель КШЕ. URL: https://cep.kse.ua/article/CEP_Communication_guide_final.pdf.

ПРОБЛЕМИ, НЕДОЛІКИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕСЗ PROZORRO

О. М. Артюх, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля», група ПЗ м-11;*
Р. С. Таровик, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11*
М. О. Любимов, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

ProZorro є яскравим прикладом успішної реформи, яка докорінно змінила підхід до державних закупівель в Україні. Завдяки її запровадженню вдалося досягти більшої прозорості, посилити конкуренцію та забезпечити економію бюджетних коштів. Крім того, система стала платформою для подальших змін у сфері державного управління. У перспективі ProZorro має потенціал для зростання ефективності за рахунок впровадження новітніх технологій та розширення функціональних можливостей.

Незважаючи на досягнення, система стикається з рядом проблем [1–5], серед яких можна виділити наступні:

1. Низька якість товарів: прагнучи зекономити, замовники іноді обирають найдешевші пропозиції, що не завжди відповідають стандартам якості.

2. Технічні труднощі: користувачі стикаються з технічними збоями та незручністю інтерфейсу, що ускладнює проведення тендерів.

3. Складність для нових учасників: малі підприємства часто зіштовхуються з проблемами через складність тендерної документації та відсутність необхідного досвіду.

Україна має значний потенціал для розвитку системи електронних закупівель, яка може стати ключовим елементом економічної модернізації. Подолання поточних бар'єрів – технічних, фінансових та законодавчих – сприятиме підвищенню ефективності й прозорості закупівельних процесів. Для цього необхідно

розробити всебічну стратегію, яка охоплює: удосконалення освітніх програм, щоб підвищити обізнаність та навички державних службовців, підприємців і громадян у сфері електронних закупівель; пріоритетне інвестування в технології та інфраструктуру; активну співпрацю з міжнародними партнерами задля отримання фінансової й технічної підтримки; розширення громадського контролю, що сприятиме зниженню рівня корупції та підвищенню прозорості.

На основі результатів дослідження можна прогнозувати, що протягом наступного десятиліття система ProZorro зазнає значних інноваційних змін [1–5], зокрема:

1. Максимальна автоматизація процесів за допомогою штучного інтелекту, що дозволить здійснювати аналіз даних та виявляти ризики без участі людини.

2. Розширення можливостей системи шляхом створення нових модулів для ефективного управління контрактами та формування звітності.

3. Вихід на міжнародний рівень: інтеграція з глобальними ринками для участі у транскордонних закупівлях через єдину електронну платформу.

4. Інновації у сфері сталого розвитку: сприяння екологічно чистим закупівлям і заохочення соціально відповідального підприємництва.

Таким чином, ProZorro залишається прикладом успішної трансформації державних закупівель в Україні. Система вже принесла прозорість, чесну конкуренцію та значну економію бюджетних коштів. У майбутньому її подальший розвиток завдяки інноваційним підходам і функціональному вдосконаленню має всі шанси ще більше підвищити ефективність державного управління.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вальковець, А., & Поляк, К. (2023). Сучасний стан та перспективи розвитку електронних публічних закупівель в Україні. Економіка та суспільство, (49). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-1.
2. Дудар А. А. Впровадження системи електронних закупівель «Prozorro». Європейська інтеграція в контексті світових глобалі-

заційних процесів / А. А. Дудар // Матеріали науково-практичної конференції (5 травня 2017 року). – Одеса : Одеський регіональний інститут державного управління, 2017. – С. 94–96.
3. Педченко, Н., Кудацький, О., & Педченко, М. (2023). Публічні закупівлі в Україні: переваги на недоліки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки», (2 (108), 31-35. https://doi.org/10.37734/2409-6873-2023-2-4.
4. Чебан Ю. Ю., Сирцева С. В. Електронна система публічних закупівель в Україні: особливості функціонування та перспективи розвитку. Modern Economics. 2021. № 27(2021). С. 220–227. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-31.
5. Prozorro : офіційний сайт. URL: https://prozorro.gov.ua/.

ШТРАФИ ТА СТРОКИ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ У СФЕРІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

А. А. Козаков, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11;*
Д. В. Паламарчук, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, група ПЗ м-11*
О. В. Артюх-Пасюта, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У ч. 1 ст. 44 Закону України «Про публічні закупівлі» (редакція від 23.10.2024 р. № 3988-IX) зазначено коло осіб, які несуть відповідальність за невиконання вимог законодавства у сфері публічних закупівель, зокрема, до них належать: «службові (посадові) особи замовника, уповноважена особа замовника та керівники замовників» [2]. Санкцією за порушення законодавства про закупівлю, визначені у статті 164^{14} КпАП є штраф. Відповідно до КУпАП «штраф – застосування до правопорушника, через певну, встановлену законодавством процедуру, грошового стягнення, що накладається на громадян, які вчинили правопорушення, що передбачене КУпАП. Штраф застосовується лише і виключно до фізичних осіб (у певних видах правопорушень посадових осіб), а не до підприємств, установ, або організацій» [1]. Розміри штрафів та строки їх застосування у сфері публічних закупівель розглянуто у табл. 1.

Таблиця 1 – Розміри штрафів та строки їх застосування у сфері публічних закупівель

Підстава та склад порушення	Відповідальність	Строк застосування штрафу
ч. 1 ст. 164[14] КпАП Порушення порядку визначення предмета закупівлі; несвоєчасне надання або ненадання замовником роз'яснень щодо змісту тендерної документації; тендерна документація складена не у відповідності із вимогами закону; розмір забезпечення тендерної пропозиції перевищує межі, визначені законом; неоприлюднення або порушення строків оприлюднення інформації про закупівлі; неоприлюднення або порушення порядку оприлюднення інформації про закупівлі, ненадання інформації, документів у випадках, передбачених законом; порушення строківрозгляду тендерної пропозиції	Штраф 100 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	Не пізніш як через 2 місяці з дня вчинення правопорушення; при триваючому правопорушенні – не пізніш як через 2 місяці з дня його виявлення
ч. 2 ст. 164[14] КпАП Дії, передбачені у ч. 1, вчинені особою, яку протягом року було притягнено до адміністративного стягнення за такі ж порушення	Штраф 200 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	
ч. 3 ст. 164[14] КпАП Придбання товарів, робіт і послуг до/без проведення процедур закупівель/спрощених закупівель відповідно до вимог закону; застосування конкурентного діалогу або торгів з обмеженою участю, або переговорної процедури закупівлі на умовах, не передбачених законом; невідхилення тендерних пропозицій, які підлягали відхиленню відповідно до закону; відхилення тендерних пропозицій на підставах, не передбачених законом або не у відповідності до вимог закону (безпідставне відхилення); укладення з учасником, який став переможцем процедури закупівлі, договору про закупівлю, умови якого не відповідають вимогам тендерної документації та/або тендерної пропозиції переможця процедури закупівлі; внесення змін до істотних умов договору про закупівлю у випадках, не передбачених законом; внесення недостовірних персональних даних до електронної системи закупівель та неоновлення у разі їх зміни; порушення строків оприлюднення тендерної документації	Штраф від 1 500 до 3 000 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення

Продовж. табл. 1

Підстава та склад порушення	Відповідальність	Строк застосування штрафу
ч. 4 ст. 164[14] КпАП Дії, передбачені в ч. 3, вчинені особою, яка протягом року була притягнута до адміністративного стягнення за такі ж порушення	Штраф від 3 000 до 5 000 НМДГ на: службових (посадових) осіб замовника; уповноважених осіб замовника	
ч. 5 ст. 164[14] КпАП Невиконання рішення Антимонопольного комітету України як органу оскарження за результатами розгляду скарг суб'єктів оскарження, подання яких передбачено законом	Штраф від 2 000 до 5 000 НМДГ на: керівника замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення
ч. 6 ст. 164[14] КпАП Укладення договорів, які передбачають оплату замовником товарів, робіт і послуг до/без проведення процедур закупівель/спрощених закупівель, визначених законом	Штраф від 2 000 до 10 000 НМДГ на: керівника замовника	Протягом 6-ти місяців з дня його виявлення, але не пізніше 2-х років з дня вчинення порушення

Джерело: складено авторами за [1].

У ст. 307 КУпАП зазначено, що «штраф має бути сплачений порушником: не пізніше ніж через 15 днів – з дня вручення йому постанови про накладення штрафу; не пізніш ніж через 15 днів – з дня повідомлення про залишення скарги без задоволення, у разі оскарження такої постанови» [1].

Якщо порушник не сплачує штраф у термін, встановлений ст. 307 КпАП, то «постанова про накладення штрафу надсилається для примусового виконання до органу державної виконавчої служби за місцем проживання порушника, роботи або за місцезнаходженням його майна в порядку, встановленому законом» [1].

У рамках примусового виконання постанови про стягнення штрафу за адміністративне правопорушення з порушника утримується: «подвійний розмір штрафу, зазначеного у постанові про стягнення штрафу; витрати на облік зазначених правопорушень» [1].

Список використаних інформаційних джерел

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення (редакція від 01.02.2025 р. № 4200-IX). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text.
2. Про публічні закупівлі : Закон України (редакція від 23.10.2024 р. № 3988-IX). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ B2C І B2B-СЕГМЕНТІВ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

О. В. Новікова, *студентка спеціальності Економіка, група Е PhD тр-21*

О. В. Манжура, *д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Електронна торгівля є ключовим елементом цифрової економіки, що трансформує традиційні бізнес-моделі в умовах глобалізації та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. В Україні спостерігається зростання B2C і B2B-сегментів завдяки підвищенню цифрової грамотності, розвитку платіжної інфраструктури та адаптації бізнесу до онлайн-середовища. Водночас галузь стикається з викликами, зокрема нерівномірним розвитком логістики, правовою невизначеністю та недовірою споживачів. Аналіз стану та перспектив електронної торгівлі є необ-

хідним для розробки ефективної стратегії цифрової трансформації економіки [1, с. 184].

Стан електронної торгівлі в Україні демонструє стійку позитивну динаміку, незважаючи на глибокі макроекономічні та безпекові виклики. Обсяги B2C-сегмента продовжують зростати за рахунок активізації онлайн-споживання, зростання мобільної комерції та розширення асортименту товарів і послуг у цифровому середовищі. Водночас B2B-сегмент, орієнтований на автоматизацію закупівель, логістичних процесів і взаємодії між юридичними особами, демонструє структурну перебудову на основі впровадження CRM-, ERP- та e-procurement-платформ. Серед ключових гравців ринку B2C в Україні виділяються такі маркетплейси, як *Rozetka, Prom.ua, Epicentr* та *Allo,* тоді як у сфері B2B – *Zakupki, Prom.ua, SAP Ariba,* а також спеціалізовані системи електронних торгів [3].

Поведінкові патерни споживачів і бізнес-клієнтів демонструють поступове формування цифрової компетентності, високий попит на персоналізовані сервіси та зростаюче значення факторів надійності, швидкості доставки та безпеки транзакцій. B2C-споживачі дедалі частіше надають перевагу омніканальній взаємодії з брендом, тоді як бізнес-структури в B2B-сегменті орієнтуються на інтеграцію інформаційних систем для підвищення операційної ефективності.

Водночас зовнішні фактори – зокрема воєнна агресія рф, внутрішня економічна нестабільність, порушення логістичних ланцюгів та релокація бізнесу – істотно вплинули на структуру попиту, географію замовлень та загальну адаптивність ринку. Разом з тим цифровізація, стимульована необхідністю оперативного реагування на кризові явища, стала ключовим драйвером трансформації українського ринку електронної торгівлі [2, с. 231–232].

Перспективи розвитку B2C і B2B-сегментів електронної торгівлі в Україні визначаються впровадженням новітніх цифрових технологій – штучного інтелекту, Big Data, блокчейн-рішень і хмарних сервісів. У B2C це сприяє персоналізації сервісів, покращенню логістики й підвищенню залученості споживачів, тоді як у B2B – автоматизації бізнес-процесів, цифровізації закупівель і підвищенню ефективності управління ресурсами.

Розвиток омніканальних стратегій забезпечує інтеграцію всіх каналів взаємодії з клієнтами, що стає ключовим для конкурен-

тоспроможності B2C-компаній. У B2B-секторі зростає попит на масштабовані рішення та зниження транзакційних витрат. Важливою умовою сталого зростання ринку виступає державна підтримка цифрової торгівлі – через дерегуляцію, розвиток кібербезпеки, підтримку інновацій та сприяння міжнародній інтеграції українських компаній [1, с. 188].

Отже, електронна торгівля в Україні, зокрема її B2C та B2B-сегменти, демонструє високий динамізм розвитку на тлі глибоких трансформацій у цифровому середовищі, попри наявні виклики логістичного, правового та інфраструктурного характеру. Інтеграція інноваційних технологій, формування нових поведінкових моделей споживання, а також адаптація бізнесу до умов цифрової економіки створюють передумови для довгострокового зростання ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванов К. Р. Електронна комерція: сутність, функції, форми та сучасний стан. *Актуальні проблеми економіки.* № 6 (276). 2024. С. 183–194. DOI: https://doi.org/10.32752/1993–6788–2024–1-276–183–194.
2. Подра О. П., Рогожинська А. В. Особливості розвитку електронного бізнесу в умовах становлення цифрової економіки. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку.* 2023. № 1 (9). С. 224–235.
3. Шведа Н. М., Краузе О. І. Електронна комерція: сучасний стан та стратегії розвитку. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер.: Економічні науки.* 2024. Вип. 2 (82). URL: https://www.internauka.com/issues/economic2024/2/9639 (дата звернення: 01.05.2025). DOI: https://doi.org/10.25313/2520–2294–2024–2-9639.

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЙ РЕФОРМУВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

М. В. Табаркевич, *магістр освітньої програми «Публічні закупівлі»*
О. В. Манжура, *д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Прийняття Стратегії реформування системи публічних закупівель у 2015 році стало важливим кроком у напрямку створення сучасної та ефективної системи державних закупівель в Україні. Цей стратегічний документ визначив чітку дорожню

карту реформ, об'єднавши зусилля державних органів, бізнесу та громадськості [1].

У контексті реалізованої стратегії особливу увагу слід приділити прогресу, досягнутому за напрямом «Професіоналізація публічних закупівель». Цей напрям передбачав комплексні зміни, спрямовані на підвищення кваліфікації та ефективності фахівців у сфері закупівель.

Зокрема, в рамках Стратегії було успішно здійснено:

- Ліквідацію комітетів конкурсних торгів та запровадження інституту уповноваженої особи, що спростило та оптимізувало структуру управління закупівельним процесом.
- Впровадження кваліфікації «Спеціаліст з питань публічних закупівель» різних рівнів, що забезпечило стандартизацію професійних вимог.
- Встановлення кваліфікаційних вимог до осіб, які залучаються до відповідних функцій в організаціях-замовниках, гарантуючи необхідний рівень компетентності.
- Запровадження сучасних програм підготовки спеціалістів з питань публічних закупівель, що базуються на інноваційних методах навчання, таких як онлайн-курси та модульне дистанційне навчання.

Ці кроки суттєво сприяли підвищенню професійного рівня учасників закупівельного процесу та загальній прозорості й ефективності системи публічних закупівель.

Нова Стратегія реформування системи публічних закупівель визначає нові пріоритети, які відображають сучасні виклики:

- Швидка та ефективна відбудова: Забезпечення швидкого відновлення критично важливої інфраструктури.
- Підтримка вітчизняного виробника: Створення умов для розвитку національної економіки.
- Прозорість та підзвітність: Посилення контролю за використанням державних коштів.
- Стійкість до криз: Здатність системи адаптуватися до змін та непередбачуваних ситуацій.

Нова Стратегія реформування системи публічних закупівель на період 2024–2026 років ставить за мету забезпечити ефективну та прозору систему закупівель, яка сприятиме швидкій відбудові України після війни [2].

Ключовими завданнями Стратегії є:

- Гармонізація з європейським законодавством: Наближення українського законодавства до стандартів ЄС.
- Розвиток інституційної спроможності: Посилення ролі державних органів у сфері закупівель.
- Цифрова трансформація: Впровадження сучасних технологій та електронних систем.
- Професіоналізація: Підвищення кваліфікації фахівців у сфері закупівель.
- Підтримка вітчизняного виробника: Створення умов для розвитку національної економіки.

Прийняття **Стратегії з чіткими орієнтирами та строками реформування публічних закупівель** є беззаперечно позитивним кроком для подальшого розвитку цієї сфери. Документ передбачає вирішення низки критично важливих питань, серед яких: **гармонізація національного законодавства з директивами Європейського Союзу, оновлення автоматичних ризик-індикаторів**, а також **забезпечення участі громадянського суспільства у нормотворчих процесах.**

Попри зазначені переваги, необхідно визнати, що Стратегія не охоплює низку суттєвих проблемних аспектів функціонування системи публічних закупівель. До таких невирішених питань належать:

- Недостатня прозорість формування очікуваної вартості та вартості прямих договорів. Відсутність чітких механізмів обґрунтування цих показників створює ризики та знижує довіру до системи.
- Недостатня прозорість виконання договорів. Існуючі механізми не забезпечують повного та відкритого моніторингу на етапі реалізації укладених угод, що може призводити до зловживань.
- Низький рівень залученості бізнесу до участі в закупівлях. Існують бар'єри, які перешкоджають ширшому залученню підприємців до конкурентних процедур.
- Складність виконання судових рішень. Ефективність правосуддя у сфері закупівель обмежується проблемами з фактичним виконанням рішень суду.
- Недоліки моніторингу закупівель. Хоча Стратегія підкреслює важливість державного контролю, вона обмежується лише згадкою про оновлення ризик-індикаторів та зміни до Кодексу

України про адміністративні правопорушення, не пропонуючи комплексних рішень для підвищення ефективності моніторингу.

Врахування цих невирішених питань є критично важливим для розробки подальших ініціатив з реформування та забезпечення комплексної ефективності системи публічних закупівель [3].

Вкрай важливо не ігнорувати виявлені виклики та не відкладати їхнє вирішення на майбутнє. Ці проблеми є настільки ж нагальними, як і ті, що вже включені до чинної Стратегії реформування публічних закупівель.

Уряд може і повинен спрямувати свої зусилля на виправлення зазначених недоліків. Крім того, під час подальшого коригування Стратегії необхідно обов'язково включити ці питання до пріоритетів розвитку публічних закупівель, що забезпечить комплексний та ефективний підхід до реформування системи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про Стратегію реформування системи публічних закупівель («дорожню карту»). URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/248902169.
2. Стратегія реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 рр. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/76-2024-%D1%80#Text.
3. Шатковський О. Курс на розвиток: як зміняться публічні закупівлі до 2026 року. URL: https://e-tender.ua/news/kurs-na-rozvitok-yak-zminyatsya-publichni-zakupivli-do-2026-1665.

НЕЙРОЕКОНОМІКА ТА ЇЇ ЗАСТОСУВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

А. В. Гоцелюк, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-41*
В. О. Шаповалов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Нейроекономіка – це міждисциплінарна галузь знань на перетині економіки, психології та нейронаук, що досліджує механізми прийняття рішень на основі нейрофізіологічних процесів. Її завданням є виявлення того, як емоції, когнітивні процеси, інтуїція, мотивація та середовище впливають на економічну поведінку людини. У традиційних економічних моделях домінує припущення про раціонального індивіда, однак нейроекономіка доводить, що реальна поведінка людей часто відхиляється від раціонального сценарію – через страх, задоволення, попередній досвід або соціальний контекст.

У цілому нейроекономіка вивчає процес прийняття рішень на різних рівнях складності, а саме на генному, нейронному, структурно-анатомічному, функціональному, особистісному, соціальному. Таке різноманіття методів вивчення і рівнів, на яких вони застосовуються, зумовлене вихідними постулатами нейроекономіки [1, с. 2005].

Управління персоналом – це сфера, де прийняття рішень і поведінкові реакції відіграють ключову роль. У цьому контексті нейроекономіка надає нові інструменти для аналізу й прогнозування реакцій працівників на різні управлінські впливи. Результати нейроекономічних досліджень допомагають глибше зрозуміти мотиваційні механізми, емоційні реакції на організаційні зміни, процеси прийняття рішень у стресових ситуаціях, а також когнітивні бар'єри, які можуть перешкоджати ефективному навчанню або взаємодії в колективі.

Одним із практичних застосувань нейроекономіки є підвищення ефективності системи стимулювання та мотивації.

Наприклад, розуміння того, як мозок реагує на винагороду (не лише матеріальну, а й соціальну – визнання, похвалу, статус), дозволяє формувати більш індивідуалізовані системи мотивації, орієнтовані на внутрішні драйвери працівників. Нейроекономічний підхід також дає можливість краще налаштовувати навчальні програми, враховуючи когнітивні особливості співробітників, зокрема увагу, запам'ятовування, обробку інформації.

Крім того, знання про функціонування мозку сприяють розвитку ефективнішої системи лідерства та комунікації в організації. Лідери, які володіють уявленням про нейрофізіологічну основу поведінки, краще адаптують свій стиль управління до потреб команди, враховують, як працівники сприймають стрес, конфлікти чи незрозумілі завдання, і як ці фактори впливають на їхню продуктивність.

Ще одним напрямом є добір персоналу. Нейроекономічні підходи – зокрема за допомогою нейротестування – можуть забезпечити глибший аналіз не лише знань і досвіду кандидата, а й його потенційної поведінки в команді, емоційної стійкості, здатності до навчання та прийняття рішень у складних ситуаціях.

Разом з тим, слід визнати, що широке впровадження нейроекономіки у сферу HR супроводжується певними етичними та практичними викликами. Наприклад, питання приватності нейроданих, добровільності участі в нейротестах, а також потреба у кваліфікованих спеціалістах, здатних правильно інтерпретувати результати досліджень.

Таким чином, нейроекономіка створює нові горизонти для глибшого розуміння людини в економічному середовищі. У сфері управління персоналом це означає перехід від шаблонного HR-менеджменту до більш персоналізованого, гнучкого та науково обґрунтованого підходу, здатного суттєво підвищити ефективність організаційних процесів і благополуччя працівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Благодир Л. М. Нейроекономічні механізми прийняття управлінських рішень. Матеріали XLV науково-технічної конференції підрозділів Вінницького національного технічного університету (НТКП ВНТУ–2016) [Електронне мережне наукове видання] : збірник доповідей. – Вінниця : ВНТУ, 2016. URL: https://conferences.vntu.edu.ua/public/files/1/fm_2016_netpub.pdf#page=259.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В КОНТЕКСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

І. І. Гриценко, *здобувач ступеня доктора філософії, спеціальності Економіка, група Е PhD січ-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний світ знаходиться на зламі індустріальної та постіндустріальної епох. Впровадження сучасних технологій у виробничі цикли, що спочатку виражались у комп'ютеризації та науково-технічній революції кінця 60-тих початку 80-х років минулого століття зараз отримало новий поштовх у зв'язку із стрімким розвитком технологій штучного інтелекту. За теперішніх умов бізнес усе частіше намагається залучити такі технології для підвищення продуктивності працівників та масштабування виробництва.

Подібний розвиток не новий для історії адже в минулому були подібні події. Наприклад, багато хто боявся втратити роботу після винайдення ткацького верстату, конвеєра Генрі Форда та багатьох інших інновацій, яких люди спочатку боялись через страх, що їх замінять і вони втратять роботу. Час показав, що ці страхи не виправдані і ті хто раніше збирав кілька автомобілів ручним способом зараз контролюють процес збірки десятків або ж навіть сотень автомобілів переклавши важку роботу на механізми.

Саме тому розвиток системи управління персоналом в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства за сучасного стрімкого розвитку технологій є важливою темою для дослідження.

Ця тема для Української науки не є новою. Її дослідженням займались такі вчені як: Герасимова В. О., Сидоренко В. О. [1]; Шевченко І., Кубіцький С., Кубіцький Ю. [2] та інші.

У сучасних умовах господарювання ефективне досягнення стратегічних цілей підприємства неможливе без системного підвищення кваліфікації кадрів, що стосується однаковою мірою виробничого та управлінського персоналу. Проведення підготовки та підвищення кваліфікації кадрів на підприємстві сприятиме формуванню висококваліфікованого кадрового потенціалу та забезпеченню кадрових потреб організації. Конкурентоспроможність персоналу є об'єктивною умовою розвитку, оскільки

забезпечує високий рівень конкурентоспроможності підприємства та стає найкращою формою соціального захисту працівника на підприємстві та ринку праці через забезпечення економічних і соціальних переваг. Таким чином, ефективний розвиток управлінського персоналу сприяє набуттю ним конкурентних переваг, що, в свою чергу, забезпечує підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства, що є запорукою його ефективного функціонування [1 с. 64].

Розвиток персоналу – цілеспрямований та комплексний процес, який охоплює систематичне підвищення кваліфікації, особистісний ріст та професійне удосконалення співробітників. Основна мета розвитку персоналу полягає у формуванні компетентних працівників, котрі ефективно виконують операційні завдання, використовуючи техніку та технології, що відповідають стратегії компанії. Компетентність працівника інтегрує його професійні, особистісні та ділові якості, які сприяють реалізації його потенціалу в умовах конкретного підприємства. Управління розвитком персоналу зосереджене на підвищенні конкурентоспроможності організації через визначення потреб у кваліфікованих працівниках, формування трудового потенціалу, що важко копіювати конку рентами, та створення стійких конкурентних переваг [2].

Таким чином можна зробити висновок про те, що в сучасному суспільстві люди (персонал) здобувають все більшого значення при провадженні підприємницької діяльності. Одним із важливих чинників в управлінні персоналом є способи розвитку із використанням різних підходів та методів.

Дослідження розвитку системи управління персоналом в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємства за сучасного стрімкого розвитку технологій є важливою і актуальною темою для дослідження.

Список використаних інформаційних джерел

1. Герасимова В. О., Сидоренко В. О. Вдосконалення системи управління персоналом як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 60–65.
2. Шевченко І., Кубіцький С., Кубіцький Ю. Вплив ефективного ефективного управління розвитком персоналу на конкурентоспроможність підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. № 62.URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-62-56 (дата звернення: 14.03.2025).

ІНСТРУМЕНТИ ТА МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ МЕДИЧНОГО ПЕРСОНАЛУ

Г. С. Жураківська, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 120*
Ю. О. Головчук, *д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник*
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Мотивація медичного персоналу є ключовим чинником, що впливає на якість надання медичних послуг, задоволеність пацієнтів і загальну ефективність системи охорони здоров'я. Високий рівень мотивації у працівників не лише сприяє покращенню їхньої продуктивності, але й знижує рівень вигорання та плинності кадрів. Оскільки медичний персонал працює в стресових умовах і під великим тиском, важливо використовувати різноманітні інструменти та методи, які можуть підвищити їхню мотивацію і залученість до роботи.

Першим важливим інструментом є система фінансового винагородження. Конкурентоспроможна заробітна плата та додаткові фінансові стимули можуть значно підвищити мотивацію медичного персоналу. Бонуси за досягнення конкретних цілей, премії за вислугу років або за виконання особливо важливих завдань можуть заохотити працівників до більшої віддачі. Однак фінансове винагородження повинно бути справедливим і прозорим, щоб уникнути відчуття несправедливості серед співробітників [1, с. 302–304; 2, с. 13–16].

По-друге, важливо створювати позитивну робочу атмосферу. Емоційний клімат у колективі безпосередньо впливає на мотивацію працівників. Підтримка з боку керівництва, взаємоповага між колегами та можливість для командної роботи можуть сприяти підвищенню морального духу медичного персоналу. Проведення регулярних зборів, на яких співробітники можуть ділитися своїми думками та ідеями, також допомагає створити атмосферу відкритості та довіри.

Третім важливим елементом є професійний розвиток і навчання. Мотивація медичних працівників може суттєво зростати, якщо вони мають можливість розвивати свої навички та знання. Інвестиції в навчання, курси підвищення кваліфікації та участь у конференціях дозволяють медичному персоналу почу-

ватися цінним і важливим для організації. Більш того, можливість кар'єрного зростання, що пов'язана з навчанням, також підвищує мотивацію, оскільки співробітники бачать перспективи для свого розвитку [2, с. 13–16; 3, с. 348–351].

Окрім цього, важливим інструментом мотивації є визнання досягнень співробітників. Позитивний зворотний зв'язок від керівництва та колег може значно підвищити моральний дух працівників. Відзначення успіхів через нагороди, публікації в внутрішніх комунікаціях або нарадах можуть підвищити впевненість медичних працівників у своїх силах і спонукати їх до подальших досягнень. Коли співробітники відчувають, що їхній внесок цінується, вони більш зацікавлені у виконанні своїх обов'язків.

Ще одним важливим елементом є забезпечення балансу між роботою та особистим життям. Медичні працівники часто піддаються великому стресу і емоційним навантаженням, тому важливо забезпечити їм можливість відпочивати та відновлюватися. Гнучкий графік роботи, можливість працювати на неповний робочий день або надання додаткових днів відпустки можуть суттєво знизити рівень вигорання та підвищити загальну задоволеність працівників.

Управління мотивацією медичного персоналу є складним, але надзвичайно важливим завданням. Застосування різноманітних інструментів та методів, таких як фінансове винагородження, створення позитивної атмосфери, професійний розвиток, визнання досягнень і забезпечення балансу між роботою та особистим життям, може суттєво підвищити мотивацію медичних працівників. В результаті, це не лише покращить якість надання медичних послуг, але й забезпечить сталий розвиток системи охорони здоров'я.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О., Палагнюк Г. О. Формування професійного іміджу через комунікаційні навички та інформаційно-освітній простір. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 04–05 березня 2024 р. Київ : Академія праці, соціальних відносин та туризму / за заг. ред. : Н. В. Писаренко, І. С. Чорнодіда. – Київ : Вид-во АПСВТ, 2024. 325 с. С. 302–304.
2. Головчук Ю. Трансформація лідерства в закладах охорони здоров'я в умовах Європейських тенденцій та глобальних викликів. Управ-

ління та інновації в освіті: досвід, проблеми та перспективи : збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 21–22 лист.; 2024 р.). – Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2024. С. 13–16. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/21066.
3. Головчук Ю. О. Менеджмент конфліктів у закладах охорони здоров'я. Медіація та Університети 1.0 : Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (15 листопада 2024 р., Чернівці) / редкол.: Амелічева Л., Гаврилюк Р., Горецька Х., Романадзе Л. та ін. – Чернівці : 2024. 520 с. С. 348–351.

МІКРОНАВЧАННЯ ЯК НОВИЙ ТРЕНД У ПІДГОТОВЦІ ПЕРСОНАЛУ

В. В. Кабашна, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-21*
В. О. Шаповалов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У добу цифровізації та прискорених трансформацій бізнес-середовища зростає потреба у гнучких, динамічних підходах до розвитку персоналу. Одним із таких сучасних трендів у сфері професійного навчання є мікронавчання – формат подачі навчального контенту у вигляді коротких, структурованих модулів, що мають чітку практичну спрямованість. Мікронавчання базується на ідеї засвоєння невеликих обсягів знань або навичок за короткий проміжок часу, часто з використанням цифрових технологій. Це відповідає сучасним умовам багатозадачності, зниження концентрації уваги та зростання попиту на персоналізоване навчання.

Цей підхід дедалі активніше застосовується в корпоративному середовищі, оскільки дозволяє швидко закривати поточні освітні потреби працівників, підтримувати їхню професійну компетентність і сприяти адаптації до змін. Мікронавчання зручне для використання під час виконання щоденних робочих завдань: працівник може проходити короткі навчальні модулі без відриву від основної діяльності, у зручному темпі, часто з мобільного пристрою. Цей формат дозволяє впроваджувати навчання в робочий процес як невід'ємний елемент професійного розвитку.

Перевагами мікронавчання є оперативність, економічність, висока гнучкість, а також легкість оновлення контенту відповідно до актуальних потреб організації. Мікроформати підвищують рівень залученості працівників до навчального процесу, а також сприяють кращому запам'ятовуванню інформації завдяки фокусуванню на одному конкретному питанні або навичці. Крім того, мікронавчання легко інтегрується в системи електронного навчання (LMS), що дозволяє моніторити прогрес та ефективність навчання.

Одним із ключових аргументів на користь мікронавчання є його висока ефективність. Згідно з дослідженнями, працівники краще запам'ятовують інформацію, подану в компактному та концентрованому форматі, а рівень залученості до навчального процесу зростає майже вдвічі. Порівняно з традиційним навчанням, мікроформати демонструють вищий рівень завершення курсів, скорочення часу на оволодіння знаннями та більшу ймовірність практичного застосування матеріалу на робочому місці. Це пояснюється тим, що працівник фокусується на конкретному питанні, яке є актуальним для виконання поточного завдання, а отже, відразу бачить користь від навчання [1].

Водночас існують і певні обмеження цього підходу. Мікронавчання не є універсальним рішенням для усіх типів компетентностей, особливо коли йдеться про глибоке опанування складних концепцій або розвиток системного мислення. Надмірна фрагментація знань може призводити до втрати цілісного бачення предметної області. Крім того, розробка якісного мікроконтенту потребує ретельного педагогічного дизайну, ресурсів і часу, що не завжди враховується під час впровадження таких рішень у практику підготовки персоналу.

Мікронавчання вимагає нової ролі фахівців з навчання і розвитку: від традиційних викладачів до фасилітаторів індивідуального освітнього шляху працівника. Це також потребує формування нової культури навчання в організації, де самонавчання і розвиток стають частиною щоденної практики.

Загалом, мікронавчання є важливим елементом сучасної стратегії управління знаннями в організаціях. Його ефективне застосування може суттєво підвищити швидкість і якість підготовки персоналу, сприяти розвитку професійної гнучкості та підтримці конкурентоспроможності як окремих працівників, так і компаній загалом. Успішна реалізація мікронавчання потребує

системного підходу, що поєднує технологічні інструменти з урахуванням освітніх потреб, цілей і особливостей організаційного середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Переваги мікронавчання [Електронний ресурс]. URL: https://academyocean.com/ua/blog/post/perevagi-mikronavchannya.

СТИЛІ ЛІДЕРСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОБОТУ КОМАНДИ

Д. С. Касян, *студент спеціальності Економіка, група Е УПМК б-11*
О. В. Тужилкіна, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де ефективність командної роботи відіграє ключову роль у досягненні результатів, лідерство постає як важливий соціально-психологічний феномен. Лідерство не зводиться лише до виконання адміністративних функцій або володіння владою. Це насамперед здатність особистості впливати на інших, надихати команду та вести її до спільної мети, використовуючи як власні якості, так і вибраний стиль керування.

У науковій літературі лідерство визначають як процес впливу на поведінку інших осіб з метою досягнення цілей групи або організації. Особливість лідерства полягає в тому, що цей вплив здійснюється на основі авторитету, довіри та переконання, а не через примус чи формальну владу. Лідером може бути не лише керівник організації, а й будь-який член колективу, який демонструє ініціативу, відповідальність та вміння організовувати спільну діяльність.

«Лідери визначають командні цінності, організаційну культуру, мотивацію працівників, толерантність до змін. Вони формують рівень виконання та ефективність інституційних стратегій. … Лідерство виступає процесом використання непримусового впливу для формування цілей та культури команди та/або підприємства, мотивації поведінки для досягнення поставленої мети» [1].

Окрему увагу варто приділити стилям лідерства, оскільки саме вони значною мірою визначають ефективність взаємодії в колективі. Згідно з класифікацією Курта Левіна, існує три основні стилі: авторитарний, демократичний та ліберальний.

Авторитарний стиль характеризується одноосібним прийняттям рішень, чітким контролем та жорсткою дисципліною. Такий підхід може бути ефективним у кризових ситуаціях або при потребі швидкої реакції, однак має суттєві недоліки, зокрема зниження мотивації працівників, обмеження ініціативи та ймовірність емоційного вигорання.

Демократичний стиль передбачає участь усіх членів колективу в процесі ухвалення рішень. Лідер виступає не як командир, а як координатор, який слухає думки інших, заохочує обговорення та створює атмосферу довіри. Такий стиль сприяє розвитку креативності, підвищенню відповідальності кожного учасника та зміцненню командного духу, хоча й може уповільнити процес прийняття рішень.

Ліберальний стиль ґрунтується на максимальній автономії членів колективу. Лідер у цьому випадку практично не втручається в процес роботи, надаючи свободу у виборі методів і підходів. Такий стиль може бути ефективним при наявності висококваліфікованої та самостійної команди, однак за відсутності самодисципліни він часто призводить до хаосу, втрати цілей і неефективності.

Маємо погодитися із тим, що «кожен лідерський стиль має свої сильні та слабкі сторони, ефективність яких залежить від конкретних умов. Авторитарний стиль ефективний у певних ситуаціях завдяки своїй прямоті та ефективності, але може призвести до зниження ініціативності та недовіри до керівництва. Демократичний стиль сприяє залученню і співучасті, але може ускладнити швидке прийняття рішень. Ліберальний підхід підкреслює незалежність членів команди, але ефективний тільки при їх високій кваліфікації» [2, с. 37].

Висновки дослідження свідчать, що жоден стиль не є універсальним. Успішні лідери вміють адаптувати стиль керування до конкретної ситуації, типу завдань, рівня зрілості команди та поставлених цілей. Саме гнучкість і здатність змінювати стиль взаємодії залежно від обставин забезпечує ефективну командну роботу, високі результати та здорову психологічну атмосферу в колективі. Таким чином, знання та усвідомлене використання

стилів лідерства є важливими складовими успішної діяльності будь-якої організації та ключем до формування ефективних команд.

Список використаних інформаційних джерел

1. Томах В. В., Дорошенко Т. М., Тимошенко Ю. В. Стилі лідерства та їх вплив на управління підприємством. Економіка і суспільство. 2024. Вип. 60. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/3682/3612/
2. Копчак Ю. С., Матвеєв М. Е., Моторнюк У. І. Особливості впливу різних стилів лідерства на управління підприємством. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2024. Том 35 (74). № 2. С. 33–39. URL: https://econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2024/35_74_2/9.pdf.

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ЯК ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

С. М. Козурман, *аспірант Phd*
С. І. Нестуля, *д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах постійних соціально-економічних трансформацій, цифровізації виробничих процесів, нестабільності ринку праці та глобальної конкуренції все більшого значення набуває здатність організацій адаптуватися до змін. Одним із ключових інструментів забезпечення такої адаптації виступає ефективне управління персоналом, зокрема через систематичне професійне навчання та розвиток працівників.

Професійне навчання є не лише засобом підвищення кваліфікації працівників, а й стратегічним ресурсом організації, що забезпечує формування компетенцій, необхідних для реалізації інновацій, впровадження змін та підтримання конкурентоспроможності. В умовах швидких технологічних змін та ускладнення функціонування бізнес-середовища, професійне навчання розглядається як важливий елемент гнучкої системи управління персоналом, здатної оперативно реагувати на нові виклики. Про це йдеться у дослідженнях таких науковців, як О. Борисяк,

В. Брич, Л. Вербовська, Г. Жосан, Н. Кириченко, П. Плавчан, Й. Ясінська та ін.

Цілком погоджуємося з дослідниками, що «професійне навчання персоналу є складовою забезпечення інноваційного розвитку і зміцнення конкурентоспроможності підприємства і розглядається у межах підприємства як процес з набуття, поглиблення знань і формування, удосконалення навичок працівників» (Плавчан, Брич, Борисяк, 2022, с. 286).

Нині постає потреба в переосмисленні традиційних підходів до управління людськими ресурсами. Перехід від адміністративного до стратегічного підходу вимагає нових моделей навчання, орієнтованих на розвиток не лише фахових, а й лідерських, комунікативних, креативних та адаптаційних навичок. Таким чином, дослідження професійного навчання як засобу управління персоналом в умовах змін є своєчасним і затребуваним з огляду на зростаючу потребу організацій в адаптивності, інноваційності та ефективному використанні людського потенціалу.

Ми переконані, що без професійного навчання не може відбуватися й професійний розвиток працівників, котрий являє собою цілеспрямований і безперервний процес удосконалення їхньої кваліфікації та розширення професійних компетентностей, що забезпечує ефективне виконання як поточних, так і перспективних виробничих завдань. До ключових компонентів цього процесу належать організоване навчання, підвищення кваліфікації, наставництво та підтримка освітнього зростання впродовж усього трудового шляху. Розвиток персоналу сприяє не лише зростанню індивідуальної результативності працівника, а й загальному підвищенню продуктивності підприємства, його адаптивності до галузевих трансформацій, а також узгодженості з міжнародними стандартами та інноваційними тенденціями.

Під час вивчення праць науковців виявлено, що залежно від цільових орієнтирів підприємства у сфері організації та реалізації освітніх програм для персоналу, виокремлюють кілька основних форм професійного навчання. По-перше, *спеціалізоване навчання*, яке фокусується на досягненні короткострокових або тактичних завдань підприємства в межах конкретної професійної діяльності чи посадових обов'язків. По-друге, *мультидис-*

циплінарне (багатопрофільне) навчання, що передбачає опанування знань і умінь, які виходять за межі однієї галузі, тим самим сприяючи підвищенню внутрішньої мобільності персоналу та підвищенню його функціональної гнучкості у межах організаційної структури. Третій напрям охоплює *навчання, орієнтоване на особистісний розвиток,* у межах якого працівники здобувають так звані «м'які навички» (soft skills), зокрема: лідерські якості, ефективну комунікацію, здатність до командної роботи, навички тайм-менеджменту, делегування повноважень, розвиток емоційного інтелекту тощо. Ці компетенції забезпечують ефективну інтеграцію й застосування фахових знань («твердих» навичок) у професійному середовищі (рис. 1).

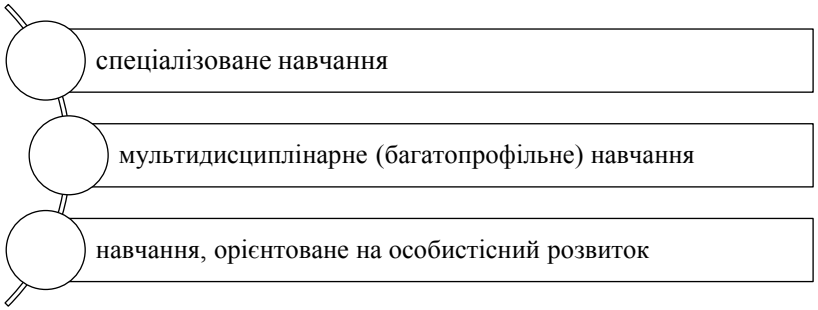


Рисунок 1 – Види професійного навчання

Пропонуємо три ключові механізми реалізації професійного навчання працівників на підприємстві, які можна використовувати як у практичній діяльності підприємстві у якості засобу управління персоналом в умовах змін (рис. 2):

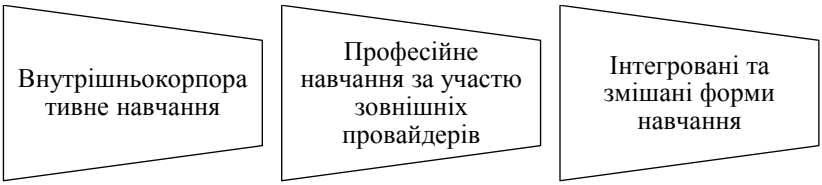


Рисунок 2 – Механізми реалізації професійного навчання працівників на підприємстві

1. Внутрішньокорпоративне навчання Цей механізм передбачає організацію навчального процесу безпосередньо на підприємстві із залученням внутрішніх ресурсів – досвідчених працівників, наставників, корпоративних тренерів або керівників підрозділів. До переваг належить адаптованість навчального контенту до специфіки діяльності підприємства, оперативність та економічність. Форми реалізації: тренінги, наставництво, майстер-класи, внутрішні семінари.

2. Професійне навчання за участю зовнішніх провайдерів. У цьому випадку підприємство укладає договори з освітніми установами, бізнес-школами чи тренінговими компаніями для підвищення кваліфікації або перепідготовки працівників. Це дає змогу застосовувати сучасні методики навчання, отримати доступ до сертифікованих програм і забезпечити відповідність знань працівників до вимог ринку. Також може включати участь у конференціях, онлайн-курсах (MOOCs), воркшопах.

3. Інтегровані та змішані форми навчання. Поєднання традиційних очних форм навчання з електронними освітніми ресурсами та самостійною підготовкою працівників. Такий підхід забезпечує гнучкість і доступність навчального процесу, особливо в умовах динамічного графіку роботи чи віддаленого формату. Використовуються корпоративні платформи, LMS-системи (Learning Management System), відеолекції, інтерактивні тести, симулятори (Нестуля, Нестуля, Кононец, 2021).

Ці механізми можуть працювати окремо або у взаємозв'язку, створюючи багаторівневу систему безперервного професійного розвитку персоналу в умовах змін.

Список використаних інформаційних джерел

1. Жосан Г., Кириченко Н. (2022). Менеджмент персоналу в умовах постпандемії та воєнного стану в Україні. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. № 12.С. 46–51.
2. Нестуля О. О., Нестуля С. І., Кононец Н. В. (2021). Варіативні моделі змішаного навчання (blended learning) у вищій школі: досвід ПУЕТ. Вища школа : науково-практичне видання. № 11. С. 7–20.
3. Плавчан П., Брич В., Борисяк О. Особливості навчання персоналу і розвитку лідерства у системі інноваційного менеджменту підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32, № 2. С. 286–293.
4. Verbovska L. S. Kompetencja jak główny aspekt rozwoju zasobów ludzkich : monografia „Zarządzanie relacjami organizacji z

interesariuszami" wydana przez UEP i PTE Poznań, red. Prof. Barbara Borusiak, 2013 r. 167 st.
5. Joanna Jasińska. Zmiany w organizacjach: sprawne zarządzanie, sytuacje kryzysowe i warunki osiągania sukcesu : monografia. Wydawnictwo FREL, Warszawa, 2015. 530 s.

РОЛЬ ОСОБИСТІСНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

А. В. Крилов, *аспірант Phd*
С. І. Нестуля, *д-р пед. наук, професор кафедри педагогіки та суспільних наук, директор Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному середовищі, що характеризується динамічними соціально-економічними трансформаціями, цифровізацією, нестабільністю ринку праці та зростаючими вимогами до адаптивності організацій, особистісний розвиток працівників набуває ключового значення в системі управління персоналом. Здатність співробітників швидко адаптуватися до нових умов, проявляти ініціативу, відповідальність, емоційну стійкість та готовність до самовдосконалення виступає необхідною передумовою ефективного функціонування підприємства в умовах змін.

Особистісний розвиток охоплює формування так званих «м'яких навичок» (soft skills), зокрема комунікативних, лідерських, аналітичних та емоційно-регулятивних умінь, які доповнюють і підсилюють професійну компетентність працівника. Саме ці навички дозволяють не лише якісно виконувати професійні обов'язки, а й ефективно взаємодіяти в команді, приймати гнучкі рішення та брати участь у трансформаційних процесах в межах організації.

Проблематика особистісного розвитку персоналу слугувала предметом досліджень багатьох учених (В. Брич, О. Борисяк, О. Гарват, І. Грузіна, В. Дериховська, П. Плавчан, Л. Федоришина та ін.), які переконливо доводять, що у контексті стратегічного управління людськими ресурсами акцент на особистісному розвитку сприяє формуванню стійкого людського капі-

талу, здатного забезпечувати конкурентні переваги підприємства. Отже, дослідження ролі особистісного розвитку працівників в умовах організаційних змін є актуальним з погляду теорії та практики управління персоналом, і має суттєве значення для формування ефективної кадрової політики.

Особистісний розвиток є процесом цілеспрямованого самовдосконалення, який веде до позитивних трансформацій в різних сферах життєдіяльності людини, зокрема у контексті фізичного здоров'я, психологічного стану, соціальної взаємодії та емоційного добробуту. Він сприяє розкриттю особистісного потенціалу, досягненню індивідуальних цілей, а також формуванню гармонійних взаємин і покращенню загальної якості життя. Такий розвиток може зосереджуватися на формуванні ефективних комунікативних навичок, покращенні міжособистісної взаємодії або на усвідомленому підході до власного здоров'я та стилю життя. Серед інструментів, що сприяють особистісному зростанню, виокремлюють самостійну освітню діяльність, участь у спеціалізованих тренінгах та залучення до програм індивідуального наставництва чи коучингу (Грузіна, Дериховська, 2014).

Постійний розвиток кадрового потенціалу охоплює реалізацію заходів, спрямованих на їх особистісний розвиток, розкриття внутрішніх можливостей працівників, підвищення їхньої здатності ефективно впливати на виробничі процеси та сприяти досягненню стратегічних цілей організації. Такий розвиток передбачає безперервне вдосконалення професійних умінь і навичок, оновлення та практичне застосування набутих знань, а також формування психологічної стійкості. У цьому контексті важливими характеристиками є резистентність – здатність працівника протидіяти негативним впливам зовнішнього середовища або мінімізувати їх наслідки, та резильєнтність – здатність особистості адаптуватися до життєвих викликів і відновлювати функціональний стан після дії стресових чинників (Федоришина, Гарват, 2022).

Пропонуємо низку ефективних підходів і методик які сприятимуть особистісному розвитку працівників у процесі управління персоналом в умовах змін (рис. 1).

Рисунок 1 – Методики особистісного розвитку працівників у процесі управління персоналом в умовах змін

- Коучинг і наставництво (менторинг). Ці методи забезпечують індивідуальну підтримку працівників у процесі особистісного та професійного зростання. Коучинг допомагає виявити внутрішні ресурси, формулювати цілі та знаходити шляхи їх досягнення, а менторинг забезпечує передачу досвіду та розвиток лідерських якостей.
- Тренінги з розвитку «soft skills». Спеціалізовані тренінгові програми спрямовані на формування навичок ефективної комунікації, емоційного інтелекту, адаптивності, управління часом та конфліктами. Такі навички особливо важливі в умовах постійних змін і організаційної трансформації.
- Програми самонавчання та самоосвіти. Сприяння автономному навчанню працівників через онлайн-курси, електронні ресурси, читання професійної літератури стимулює розвиток критичного мислення, ініціативності та внутрішньої мотивації до самовдосконалення.
- Участь у крос-функціональних проєктах та міжвідділовій взаємодії. Такі ініціативи сприяють розвитку гнучкості, адаптивності, здатності до співпраці та стратегічного мислення, оскільки працівники отримують досвід роботи в нових командах і розширюють професійний горизонт.
- Рефлексивні практики та зворотний зв'язок. Використання інструментів самооцінки, щоденників розвитку, регулярного зворотного зв'язку від керівників і колег допомагає працівникам усвідомлювати власні сильні сторони, зони росту та ефективно планувати подальший розвиток (Негода, Кононец, 2020; Нестуля, Нестуля, Кононец, 2021).

Таким чином, особистісний розвиток виступає одним із ключових факторів, що забезпечує адаптивність, стресостійкість, ініціативність і залученість співробітників до організаційних процесів. Завдяки формуванню «м'яких» навичок – таких як критичне мислення, емоційний інтелект, навички ефективної комунікації, здатність до командної взаємодії та прийняття рішень в умовах невизначеності – працівники стають здатними швидко реагувати на зміни, підтримувати стабільність внутрішнього середовища організації та сприяти її стратегічному розвитку. У свою чергу, це забезпечує підвищення загальної гнучкості організації, її здатності до інноваційного оновлення та конкурентоспроможності на ринку. Управління персоналом, яке інтегрує особистісний розвиток як складову кадрової політики, дозволяє не лише підвищити продуктивність праці, а й сформувати сприятливий соціально-психологічний клімат, що сприяє утриманню талантів і зменшенню плинності кадрів. Отже, особистісний розвиток працівників є не просто елементом індивідуального зростання, а стратегічним ресурсом організації в умовах постійних змін і викликів зовнішнього середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Грузіна І. А., Дериховська В. І. Проблеми розвитку персоналу в системі стратегічного управління підприємством : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 252 с.
2. Негода М. О., Кононец Н. В. (2020). Тренінг як одна з ефективних форм проведення навчальних занять у вищий школі. *Збірник наукових статей магістрів. Навчально-науковий інститут харчових технологій, готельно-ресторанного та туристичного бізнесу*. С. 237–241.
3. Нестуля О. О., Нестуля С. І., Кононец Н. В. Дидактика лідерства: сучасні погляди на формування лідерської компетентності здобувачів вищої освіти: монографія. Полтава : ПУЕТ, 2021. 591 с.
4. Плавчан П., Брич В., Борисяк О. Особливості навчання персоналу і розвитку лідерства у системі інноваційного менеджменту підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Т. 32, № 2. С. 286–293.
5. Федоришина Л. М., Гарват О. А. Розвиток персоналу в системі корпоративного управління. *Інноваційна економіка*. 2022. № 1. С. 52–59.

РЕСКІЛІНГ ТА АПСКІЛІНГ: ЯК КОМПАНІЇ ДОПОМАГАЮТЬ СПІВРОБІТНИКАМ РОЗВИВАТИ НОВІ НАВИЧКИ

Ю. Ю. Луценко, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-21*
В. О. Шаповалов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Зміни у технологіях, автоматизація, цифровізація процесів та динаміка ринку праці кардинально трансформують вимоги до професійних компетентностей працівників. У відповідь на ці виклики зростає актуальність стратегій розвитку персоналу, орієнтованих на рескілінг (оволодіння новими професійними навичками) та апскілінг (поглиблення або оновлення вже наявних компетентностей). Такі підходи дозволяють компаніям не лише адаптуватися до змін, а й зберігати конкурентоспроможність, інвестуючи у власний людський капітал.

Рескілінг (reskilling), або перекваліфікація – це навчання нових навичок, які необхідні для виконання абсолютно іншої роботи. Це не просто вдосконалення вже наявних знань, а підготовка до нової ролі [1].

Рескілінг є особливо важливим у ситуаціях, коли зміни в бізнес-моделі або технологічному середовищі призводять до зникнення певних посад або до суттєвого оновлення вимог до них. Працівники, що проходять перепідготовку, можуть бути інтегровані в інші функціональні підрозділи або освоїти нові напрямки діяльності без необхідності звільнення та пошуку нових кадрів.

Рескілінг є ефективним підходом для секторів, які швидко змінюються або стикаються з дефіцитом кваліфікованих кадрів. Він також використовується під час масштабних трансформацій компаній, коли необхідно оперативно перекваліфікувати персонал для підтримки нових бізнес-процесів [1].

Апскілінг (upskilling) – це процес підвищення кваліфікації або розширення поточних навичок працівників. У більшості випадків це стосується навчання новим знанням у межах тієї ж сфери [1].

Цей підхід сприяє підвищенню продуктивності, адже краще підготовлені співробітники ефективніше виконують свої завдання. Апскілінг дозволяє уникати застарівання знань, що особливо актуально в умовах стрімкого технологічного розвитку. Крім того, можливості для професійного зростання підвищують рівень залученості та лояльності персоналу.

Сучасні компанії активно розробляють програми підтримки рескілінгу та апскілінгу, поєднуючи формальне, неформальне й інформальне навчання. Використовуються онлайн-курси, внутрішні освітні платформи, менторські програми, симуляції, проєктне навчання, кейс-методи. Успішні стратегії зазвичай інтегровані в загальну систему управління талантами й передбачають тісну співпрацю між HR-службами, керівниками та самими працівниками [2].

Результативність таких програм значною мірою залежить від здатності компанії ідентифікувати критичні навички майбутнього, оцінити поточний рівень компетентностей працівників та забезпечити релевантні освітні маршрути. Крім того, важливою є мотивація співробітників до участі в навчанні, яку можна посилити через кар'єрне зростання, доступ до нових посад або участь у стратегічних проєктах.

Незважаючи на переваги, процеси рескілінгу та апскілінгу не позбавлені труднощів. Працівники можуть відчувати страх перед змінами, сумніви у власних здібностях, опір до нових методів навчання або нестачу часу. З боку компанії викликами є необхідність значних інвестицій, складність масштабування навчання, пошук ефективних партнерів та платформ, а також ризик втрати працівників після завершення навчання. Подолання цих бар'єрів потребує формування стійкої навчальної культури в організації, яка визнає розвиток персоналу як стратегічний пріоритет.

Отже, рескілінг і апскілінг виступають важливими механізмами адаптації до викликів сучасного світу праці. Вони забезпечують гнучкість, мобільність, стійкість персоналу до змін і дозволяють компаніям формувати цінність у довгостроковій перспективі. Інституціоналізація цих процесів є не лише HR-завданням, а складовою загальної трансформаційної стратегії підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке апскілінг, рескілінг і крос-скілінг? [Електронний ресурс]. URL: https://hurma.work/blog/apskiling-reskiling-i-kros-skiling-rizniczya/
2. Папірник С. Reskilling та його роль в HR-процесах [Електронний ресурс]. https://hurma.work/blog/yak-reskilling-vplivaye-na-hr/

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ НАВЧАННЯ ТА ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ МЕДИЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ

Г. М. Мазур, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 122*
Ю. О. Головчук, *д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник*
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Організація системи навчання та підвищення кваліфікації медичних працівників у сучасному світі є важливим аспектом, який безпосередньо впливає на якість медичної допомоги та безпеку пацієнтів. Ця система охоплює різноманітні методи, форми та інструменти, що сприяють безперервному розвитку професійних знань і навичок медичних працівників.

Однією з основних причин, чому навчання медичних працівників є життєво необхідним, є стрімкий розвиток медичної науки та технологій. Нові методи лікування, діагностики та догляду за пацієнтами з'являються постійно, і медичний персонал повинен бути в курсі цих змін, щоб надавати ефективну та безпечну допомогу. Це вимагає регулярного оновлення знань через спеціалізовані курси, конференції та семінари.

Система навчання повинна бути гнучкою і адаптивною, щоб відповідати різним потребам медичних працівників. Вона має враховувати рівень підготовки, спеціалізацію, а також індивідуальні інтереси кожного працівника. Це дозволяє створити індивідуальні навчальні траєкторії, які враховують як базову освіту, так і професійний досвід [1; 2, с. 240–289].

Використання новітніх технологій в навчальному процесі є важливим аспектом організації системи підвищення кваліфікації. Дистанційне навчання, онлайн-курси та вебінари дозволяють медичним працівникам отримувати нові знання в зручний для них час та в комфортних умовах. Крім того, віртуальні симулятори та інтерактивні платформи можуть значно підвищити

практичні навички, дозволяючи медикам відпрацьовувати різноманітні сценарії без ризику для пацієнтів.

Система мотивації медичних працівників також має велике значення. Стимули, такі як сертифікація, можливість кар'єрного зростання або підвищення заробітної плати, можуть сприяти залученню працівників до програм навчання. Наявність чітких шляхів кар'єрного росту, що пов'язані з підвищенням кваліфікації, може заохочувати працівників до постійного саморозвитку.

За даними опитувань, 78 % медичних працівників висловили бажання продовжувати навчання протягом усього життя, однак 60 % з них вказали на брак часу та ресурсів як основні перешкоди. Близько 70 % лікарів вважають, що навчання за допомогою онлайн-курсів є більш ефективним порівняно з традиційними методами [3, с. 1–21].

Створення професійних спільнот і платформ для обміну досвідом також є важливою складовою системи навчання. Такі спільноти можуть організовувати воркшопи, конференції та інші заходи, де медичні працівники можуть ділитися своїми знаннями і досвідом, обговорювати нові тенденції та досягнення в медицині.

Узагальнюючи, організація системи навчання та підвищення кваліфікації медичних працівників є складним і багатогранним процесом, який вимагає системного підходу, інноваційних методів і постійного вдосконалення. Система має бути спрямована на забезпечення високої якості медичної допомоги, безпеки пацієнтів і професійної готовності медичних працівників до викликів, які виникають у швидко змінюваному медичному середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Nicholson L. A. et al. Motivation of quality practitioners. *WIT Transactions on Information and Communication Technologies*. 2025. Т. 13. DOI:10.2495/SQM950291.
2. Головчук Ю. О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. Цифровізація як інструмент забезпечення якості надання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду : [колективна монографія] / за ред. А. В. Череп, І. М. Дашко, Ю. О. Огренич, О. Г. Череп. – Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2024. С. 240–289. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081.

3. Popov J. Motivation in internship: working to learn and learning to work. *Journal of Vocational Education & Training*. 2025. P. 1–21. DOI: https://doi.org/10.1080/13636820.2025.2462957.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

П. Р. Марюхнич, *студент спеціальності Економіка, група 671;*
Д. В. Хохонь, *студент спеціальності Економіка, група 671*
Р. Л. Лупак, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри економіки – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

У сучасному бізнес-середовищі роль людського капіталу значно зросла і, разом із технологіями та інформацією, стала визначальним фактором ефективності та конкурентоспроможності підприємств. Знання, навички, творчий потенціал і професійна компетентність працівників є ключовими ресурсами для успішного функціонування та розвитку підприємства. Збереження та розвиток людського капіталу стають центральним елементом економічної політики підприємства, оскільки високий рівень кваліфікації персоналу сприяє підвищенню продуктивності праці, інноваційності, гнучкості у прийнятті рішень та адаптації до нових викликів [1, с. 43–48]. Водночас людський капітал є не лише важливим чинником економічного зростання підприємства, а й стратегічним активом, від якого залежить довгостроковий успіх в сучасному економічному середовищі.

Розширення масштабів ринкових відносин супроводжується високою динамікою змін вимог до людського капіталу. В умовах жорсткої конкуренції, швидких технологічних змін та глобалізаційних процесів сформованість і ефективне використання людського капіталу стають одним із ключових факторів розвитку підприємств [2, с. 315–322]. При цьому змінюється роль і значення окремих складових людського капіталу, оскільки зростає потреба у висококваліфікованих фахівцях, здатних швидко адаптуватися до нових умов, володіти аналітичним мисленням, цифровими навичками та працювати у високопродуктивному режимі. Особливої цінності набувають креативність, здатність до інновацій, комунікативні навички та готовність до безперервного навчання.

З огляду на необхідність постійного оновлення системи управління бізнес-процесами на підприємстві, дедалі актуальнішою стає потреба у впровадженні HR-технологій, автоматизованих систем управління персоналом, корпоративних навчальних платформ і гнучких моделей організації праці. Водночас технологічні зміни мають враховувати, що людський капітал є не лише ресурсом, а й стратегічним активом підприємства, який визначає його конкурентні переваги, здатність до інноваційного розвитку та стійкість до ринкових викликів.

Залучення людського капіталу в систему управління бізнес-процесами підприємства потребує ретельної підготовки, оскільки ефективне використання знань, навичок і компетенцій працівників безпосередньо впливає на продуктивність, якість ухвалення рішень та загальний рівень конкурентоспроможності підприємства. Передусім менеджмент підприємства має розробити комплексну стратегію управління людськими ресурсами, яка охоплюватиме аналіз поточних і майбутніх потреб у кадровому забезпеченні, розроблення й реалізацію механізмів адаптації персоналу до змін у бізнес-середовищі, програм їхнього професійного розвитку [3, с. 315–322]. З огляду на швидкі зміни в технологіях, ринкових умовах і вимогах до кваліфікації працівників, така стратегія має бути гнучкою, динамічною та орієнтованою на довгострокову перспективу. Відповідно, актуальним залишається впровадження регулярних тренінгів, онлайн-курсів, корпоративних освітніх програм і партнерських ініціатив з освітніми установами для підготовки висококваліфікованих фахівців.

Крім того, залучення людського капіталу до управління бізнес-процесами потребує вдосконалення організаційної структури підприємства, запровадження сучасних інформаційно-комунікаційних технологій для автоматизації та оптимізації трудової зайнятості, ефективних механізмів мотивації та стимулювання високопродуктивної праці [4, с. 105–110]. Зокрема, гнучкість організаційних моделей, таких як використання проєктного управління, крос-функціональних команд та децентралізованого прийняття рішень, може суттєво сприяти підвищенню рівня залученості персоналу та стимулювати їхню ініціативність і ефективність праці.

Примітно, що використання цифрових платформ, систем управління персоналом (HRM-систем), аналітичних інструментів на основі штучного інтелекту та технологій великих даних (Big Data) дозволяє покращити якість планування господарських операцій, зменшувати адміністративне навантаження, підвищувати продуктивність працівників, значному полегшенню процедур прийняття оперативних та стратегічних рішень. Завдяки інтеграції цих технологій підприємства отримують можливість автоматизувати численні завдання, що раніше вимагали значних людських ресурсів, таких як відстеження результативності працівників, планування графіків, управління компенсаціями та іншими аспектами HR-політики. Використання аналітичних інструментів на основі великих даних дозволяє підприємствам отримувати більш точні прогнози про потреби в кадрах, визначати тренди в ринку праці та оптимізувати використання персоналу, а також своєчасно виявляти потенційні ризики, наприклад, високий рівень плинності кадрів чи недоліки в навчанні працівників. Також штучний інтелект може допомогти у виборі найбільш ефективних методів для мотивації та розвитку співробітників, що позитивно позначається на загальній ефективності організації високопродуктивної праці.

Крім того, особливу увагу слід приділити розробці ефективних механізмів мотивації та стимулювання високопродуктивної праці. У цьому контексті важливими є як матеріальні, так і нематеріальні форми мотивації. Матеріальні стимули, такі як конкурентоспроможна заробітна плата, бонуси за досягнення ключових показників ефективності та програми участі у прибутках, сприяють створенню сприятливих умов для досягнення високих результатів праці. Водночас не менш важливим є нематеріальне стимулювання, яке передбачає створення умов для професійного зростання, кар'єрного розвитку та самореалізації працівників.

Таким чином, підготовка до ефективного залучення людського капіталу в систему управління бізнес-процесами є багаторівневим і комплексним процесом, що вимагає інтеграції сучасних методів управління, розвитку компетенцій персоналу та створення інноваційного середовища, яке сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васильців Т. Г., Мульська О. П., Лупак Р. Л. Збереження людського капіталу України в умовах війни (чинник соціальної вразливості населення): постановка проблеми. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки*. 2022. № 67. С. 43–48.
2. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л. Взаємозв'язок забезпечення конкурентоспроможності і відтворення трудового потенціалу підприємства. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2016. № 1 (11). С. 315–322.
3. Гринкевич С. С., Лупак Р. Л., Васильків Ю. В. Формування системи та структурування інституційного забезпечення реалізації державної політики розвитку і використання трудового потенціалу України. *Бізнес Інформ*. 2015. № 7. С. 67–72.
4. Качмарик Я. Д., Лупак Р. Л. Система рішень процесу відтворення трудового потенціалу корпоративних систем. *Обліково-аналітичні системи суб'єктів господарської діяльності в Україні*. 2005. Спец. вип. 15 (Ч. 1). С. 105–110.

ЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ У ЗАКЛАДАХ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

І. В. Томчук, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 121*
Ю. О. Головчук, *д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник*
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Управління закладами охорони здоров'я є складним і багатогранним процесом, що вимагає не лише професійних знань, а й дотримання етичних норм. Етика в медицині визначає стандарти поведінки, які сприяють забезпеченню якості медичних послуг, збереженню довіри пацієнтів та формуванню позитивного іміджу закладів охорони здоров'я. Важливою складовою етичного управління є врахування інтересів усіх учасників процесу – пацієнтів, медичних працівників та суспільства загалом.

Однією з основних етичних засад управління у медичних установах є принцип поваги до автономії пацієнта. Цей принцип вимагає, щоб пацієнти мали право приймати рішення щодо свого лікування, оскільки саме вони є найкращими експертами в своїх власних потребах і бажаннях. Для реалізації цього прин-

ципу медичні працівники повинні надавати пацієнтам вичерпну інформацію про стан їхнього здоров'я, можливі методи лікування, ризики та наслідки. Це дозволяє пацієнтам робити свідомий вибір, що підвищує їхню задоволеність і довіру до медичних установ. Проте повага до автономії пацієнта не є абсолютною. Вона повинна поєднуватися з оцінкою їхнього фізичного та психічного стану, особливо в ситуаціях, коли пацієнт може бути нездатний приймати обґрунтовані рішення, наприклад, через важку хворобу або психічні розлади [1, с. 51–61; 2, с. 136–152].

Ще однією важливою етичною засадою є принцип справедливості, який передбачає рівний доступ до медичних послуг для всіх верств населення. Це означає, що кожен пацієнт, незалежно від соціального статусу, раси, статі чи інших характеристик, повинен мати можливість отримати необхідну медичну допомогу. Управлінці медичних установ повинні прагнути до ліквідації будь-яких форм дискримінації та забезпечувати, щоб кожен пацієнт отримував необхідну допомогу.

Справедливість у охороні здоров'я також включає в себе принципи розподільчої справедливості, які стосуються того, як ресурси мають бути розподілені серед населення. Це може включати в себе визначення пріоритетів у лікуванні, наприклад, під час епідемій або в умовах обмеженого фінансування. що дозволяє уникнути упередженості та несправедливості.

Етика в управлінні закладами охорони здоров'я також включає принципи чесності та прозорості. Медичні установи повинні бути відкритими у своїх фінансових та управлінських практиках, забезпечуючи звітність та відповідальність. Це сприяє підвищенню рівня довіри з боку пацієнтів і суспільства, а також формує культуру етичного управління серед медичних працівників [3, с. 168–174; 4].

Важливість прозорості не обмежується лише фінансовими питаннями; вона також стосується комунікації з пацієнтами. Чесне та відкритое спілкування про лікувальні процедури, ризики та результати медичних втручань є критично важливим для збереження довіри пацієнтів.

Крім того, важливу роль в етичному управлінні відіграє навчання та підвищення кваліфікації медичного персоналу. Медичні працівники повинні бути ознайомлені з етичними принципами та їхнім застосуванням у щоденній практиці. Це дозволяє забезпечити не лише якість медичних послуг, але й моральну відповідальність працівників перед пацієнтами.

Отже, етичні засади управління в закладах охорони здоров'я є невід'ємною частиною успішного функціонування медичних установ. Вони сприяють забезпеченню якості медичних послуг, збереженню довіри пацієнтів і формуванню позитивного іміджу закладів охорони здоров'я. Управління в галузі охорони здоров'я повинно базуватися на етичних принципах, які враховують потреби та інтереси всіх учасників процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О. Особливості формування сучасного менеджменту в медичних установах. Матеріали ІІ наук.-практ. internet-конф. з міжнародною участю «Актуальні проблеми якості, менеджменту і економіки у фармації і охороні здоров'я». 19 січня 2024р. С. 51–61.
2. Singh A., Vashist H. Ethical leadership in health-care organizations – a scoping review. *Leadership in health services.* 2025. Т. 38. № 1. С. 136–152. https://doi.org/10.1108/LHS-04-2024-0035.
3. Головчук Ю. О. Розвиток менеджменту в сфері охорони здоров'я в умовах воєнного конфлікту в Україні. Матеріали XI міжнародної наук.-практ. дистанційної конференції «Менеджмент та маркетинг у складі сучасної економіки, науки, освіти, практики». м. Харків. 21 березня 2024 р. С. 168–174.
4. Kalra A. et al. How ethical leadership and ethical self-leadership enhance the effects of idiosyncratic deals on salesperson work engagement and performance. *Journal of Business Ethics*. 2025. Т. 196. № 1.

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ МІСТА ПОЛТАВИ

І. В. Чаус, *спеціальність Економіка, здобувач ступеня доктора філософії, група Е PhD тр-21*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Основні проблеми розвитку соціально-економічного розвитку населення Полтавської міської територіальної громади пов'язані з поглибленням дисбалансу у кон'юнктурі локального ринку трудових ресурсів; зменшенням обсягів підприємницької діяльності через закриття бізнесу, внаслідок втрат на війні людського капіталу, що тягне за собою, скорочення робочих місць і поширення безробіття. Супутніми стають проблеми подальшого працевлаштування незайнятого населення, що втратило роботу через війну, зокрема це стосується внутрішньо переміщених осіб, а також демобілізованих військовослужбовців та учасників бойових дій, осіб з інвалідністю. Усі перелічені

проблеми стимулюють міграцію робочої сили за кордон, заганяють населення у тіньові трудові відносини, які пов'язані з ризиками для життя та здоров'я громадян, а також не створюють економічних благ для громади міста.

Місцева соціально-економічна політика має бути спрямована, в першу чергу, на зниження рівня безробіття серед містян територіальної громади м. Полтава, з особливою увагою слід віднестися до внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців, які були демобілізовані, зокрема через інвалідність. Варто посилювати економічне стимулювання роботодавців до збільшення пропозиції робочих місць через компенсаційні податкові виплати, а з іншого боку необхідно створити умови та надати можливості для проходження перепідготовки, отримання спеціальності, підвищення кваліфікації для набуття компетенцій, що відповідають нагальним потребам ринку праці сьогодні і у перспективі. Адже, тільки зайняте населення є основною соціальної стабільності та розвитку добробуту громади.

Список використаних інформаційних джерел

1. Програма економічного і соціального розвитку Полтавської міської територіальної громадина 2024 рік. URL: https://i1.poltava.to/uploads/2023/12/21/prog_soc_ekonom_2024.pdf (дата звернення: 13.03.2025).
2. Шевчук С. М. Планування соціально-економічного простору Полтавської області на засадах теорії полюсів зростання. Економіка та суспільство. 2023. Вип. 52. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-91 (дата звернення: 13.03.2025).

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА, ЩО МОТИВУЄ ДО РОЗВИТКУ

А. О. Шевченко, *студентка спеціальності Управління персоналом міжнародних корпорацій, група УПМК б-11*
О. Д. Стефанюк, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасній парадигмі управління людськими ресурсами корпоративна культура розглядається як стратегічний інструмент, що визначає не лише емоційно-психологічний клімат у колективі, але й безпосередньо впливає на ефективність організаційної

діяльності, інноваційність, рівень задоволення працівників і, що надзвичайно важливо, їхню мотивацію до безперервного розвитку. У цьому контексті все більше уваги приділяється моделі корпоративної культури, яка сприяє самореалізації, навчальній активності та професійному зростанню персоналу.

Розвиток корпоративної культури компанії необхідно розглядати як обов'язковий атрибут поліпшення соціально-трудових відносин, що має значний вплив як на підвищення економічної ефективності підприємства, так і на розвиток працівників підприємства і реалізацію людського капіталу [1, с. 143].

Корпоративна культура, що мотивує до розвитку, – це сукупність цінностей, норм, поведінкових установок, що культивуються в організації й орієнтовані на підтримку внутрішньої мотивації працівників до навчання, освоєння нових компетентностей, креативного мислення та участі в інноваційній діяльності. Така культура забезпечує не лише адаптацію співробітників до організаційного середовища, але й створює сприятливі умови для розкриття їхнього потенціалу.

Однією з базових передумов формування подібної культури є наявність системи цінностей, що визнає розвиток людини як інструмент довгострокового успіху компанії. Мова йде про заохочення до навчання, відкритість до нового досвіду, толерантність до помилок у контексті зростання, культивування довіри та діалогу між усіма рівнями організаційної структури. У такому середовищі розвиток персоналу не сприймається як зовнішній обов'язок, а інтегрується у внутрішню мотиваційну систему працівника.

У межах організацій, що дотримуються принципів мотиваційної культури, освітні ініціативи та інструменти рескілінгу й апскілінгу розглядаються не як разові HR-заходи, а як елементи стратегічного управління знаннями. Системне навчання стає інтегрованим в робочий процес, а розвиток співробітників – частиною загальної місії компанії. При цьому важливо, щоб керівництво демонструвало приклад особистісного зростання та сприяло побудові гнучкої освітньої екосистеми.

Важливе місце у структурі такої культури займає горизонтальна взаємодія, коли знання циркулюють не лише згори вниз, а й між підрозділами, в рамках колективного навчання, менторства, обміну досвідом. Створення середовища психологічної безпеки, в якому працівники можуть вільно висловлювати ідеї,

обговорювати невдачі та пропонувати нові підходи, є критично важливим для підтримки культури розвитку. У цьому контексті вирішальне значення має і лідерство, яке не домінує, а фасилітує, – тобто створює умови для прояву автономії, ініціативи та відповідальності кожного члена команди.

Разом із тим, впровадження такої культури є складним процесом, що потребує системних змін у підходах до управління, трансформації цілей і функцій HR-служби, перегляду інструментів оцінювання ефективності працівників та результатів навчання. Серед основних бар'єрів – спротив організаційним змінам, ієрархічна замкненість, формалізованість процесів, що пригнічують ініціативу. Проте подолання цих бар'єрів відкриває шлях до формування стійкої організаційної культури, в якій розвиток є не винятком, а органічною нормою.

Як відмічають Крикавський Є. та Калинець К. «компанії повинні ретельно аналізувати та впроваджувати корпоративну культуру, інвестувати достатньо ресурсів в її розвиток, щоб покращити показники діяльності компанії в цілому. Вони повинні застосувати різні індивідуальні тригери мотивації працівників, щоб створювати позитивний внутрішньокорпоративний клімат, використовуючи різні методи залученості персоналу. Вони включають адаптацію та розвиток персоналу, внутрішньокорпоративну комунікацію, застосування системи винагород тощо» [2].

Таким чином, корпоративна культура, що мотивує до розвитку, постає як складна, багаторівнева система, у якій поєднуються стратегічні орієнтири компанії з індивідуальними прагненнями працівників до зростання. Вона забезпечує синергію особистих і корпоративних цілей, підвищує конкурентоспроможність організації та зміцнює її адаптивність в умовах мінливого середовища. Такий тип культури є невід'ємним елементом організацій, що прагнуть не лише виживати, а розвиватися в довгостроковій перспективі, залучаючи і зберігаючи таланти, інвестуючи в людський капітал як у ключовий ресурс інноваційного прориву.

Список використаних інформаційних джерел

1. Харун О. А., Стецюк О. В. Сутнісні характеристики корпоративної культури підприємств. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 13. С. 139–144. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/23.pdf.

2. Крикавський Є., Калинець К. Вплив корпоративної культури на мотивацію та залученість колективу. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-9.

ПОВЕДІНКОВА ЕКОНОМІКА У СФЕРІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

О. В. Юрченко, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-41*
В. О. Шаповалов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Поведінкова економіка (behavioral economics) – міждисциплінарна галузь, що поєднує підходи економіки, психології та соціальних наук для глибшого розуміння механізмів прийняття рішень людиною. На відміну від класичної економіки, яка ґрунтується на припущенні про раціонального індивіда, поведінкова економіка визнає, що в реальному житті рішення працівників залежать від емоцій, когнітивних викривлень, звичок, контексту та інших неринкових факторів.

Незважаючи на те, що поведінкова економіка все ще перебуває на шляху свого становлення, вчені вже змогли отримати за допомогою неї важливі з практичної точки зору результати. Вони знаходять своє відображення у різних теоріях, моделях і парадоксах [1, с. 9].

У сфері управління персоналом використання поведінкової економіки дозволяє по-новому підходити до формування мотивації, оцінювання, рекрутингу, адаптації, розвитку та утримання працівників. Зокрема, завдяки аналізу таких явищ, як ефект статус-кво, упередження втрат, ефект прив'язки, соціальне порівняння, можна розробляти HR-політики, які не лише орієнтовані на досягнення бізнес-цілей, а й враховують реальні механізми поведінки людини в організації.

Одним із практичних інструментів є використання «нуджів» (англ. *nudge* – легкий підштовх), тобто неавторитарних способів впливу на поведінку працівників шляхом зміни контексту або середовища вибору. Наприклад, замість наказу пройти навчання можна представити це як персональну рекомендацію із зазначенням конкретної дати та переваг для кар'єри. Дослідження

показують, що такі «м'які» інтервенції підвищують ймовірність бажаної поведінки без прямого примусу.

У сфері рекрутингу розуміння когнітивних упереджень дозволяє уникати типових помилок при відборі кандидатів. Наприклад, ефект «першого враження» або «упередження підтвердження» може вплинути на рішення ще до завершення оцінки компетенцій. Усвідомлення цих ефектів дає змогу будувати більш об'єктивні системи добору, засновані на даних, а не інтуїції.

Управління змінами також виграє від застосування поведінкових підходів. Опір змінам часто пояснюється не раціональними чинниками, а психологічними: страхом втратити контроль, потребою в стабільності, невизначеністю. Поведінкова економіка пропонує рішення: зменшення масштабів змін, чітка комунікація вигод, створення «точок вибору», які дають працівнику відчуття автономії.

У розвитку персоналу корисно враховувати ефекти мотивації, наприклад, важливість негрошових стимулів, роль зворотного зв'язку, ефективність короткострокових цілей, роль соціального прикладу. Навіть спосіб подання навчального контенту – наприклад, у форматі мікронавчання або гейміфікації – може впливати на рівень залученості та ефективність засвоєння знань.

Крім того, поведінкова економіка має вагоме значення у побудові етичної культури організації. Нерідко недоброчесна поведінка не є наслідком злого наміру, а виникає через поганий приклад, нечіткі правила або надмірне навантаження. Саме тому варто враховувати, як середовище, корпоративна культура та дизайн робочих процесів впливають на прийняття етичних або неетичних рішень.

Отже, поведінкова економіка формує нову парадигму управління персоналом – гнучку, гуманістичну, засновану на розумінні реальної поведінки людини. Її застосування дозволяє компаніям підвищити ефективність HR-практик, зменшити ризики і помилки в управлінських рішеннях, а також сприяти більш гармонійному розвитку людського капіталу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Поведінкова економіка: від теорії до практики: міждисциплінарний навчальний посібник. За наук. ред. к. е. н., доц. Татомир І. Л., к. е. н., доц. Квасній Л. Г. Трускавець : ПОСВІТ, 2022, 408 с. URL: https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/11/Povedinkova EKONOMIKA-2022-1.pdf.

ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ ПРАЦІВНИКА НА КАР'ЄРУ

К. І. Яценко, *студентка спеціальності Економіка, група Е УПМК б-11*
А. І. Костишина, *асистент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах динамічного розвитку економіки, цифровізації та глобалізації ринку праці постає необхідність переосмислення традиційних підходів до побудови кар'єри. Якщо раніше основною передумовою професійного зростання вважалися виключно фахові знання, досвід та формальна освіта, то нині на перший план дедалі частіше виходять особистісні якості працівника. Ці риси стають ключовим чинником успішної адаптації до змін, ефективної взаємодії в колективі, прийняття рішень та лідерства.

Особистісні якості працівника – це стійкі індивідуальні характеристики, які зумовлюють його поведінку в професійному середовищі. До таких якостей належать, зокрема: відповідальність, ініціативність, комунікабельність, гнучкість, емоційна стійкість, прагнення до саморозвитку, лідерський потенціал та інші риси, що формують професійний імідж особистості. Вони не є вродженими й можуть цілеспрямовано [1].

Основні особистісні якості, що впливають на кар'єру:

1. Відповідальність та надійність. Ці якості формують базу довіри між працівником і роботодавцем. Високий рівень відповідальності передбачає здатність самостійно приймати рішення, доводити розпочате до завершення, брати на себе зобов'язання. Надійні працівники, як правило, першими розглядаються на підвищення або залучаються до важливих проєктів.

2. Ініціативність та проактивна позиція. Кар'єрне зростання часто залежить від здатності працівника виходити за межі стандартних обов'язків, виявляти готовність до нових викликів, самостійно генерувати ідеї та пропонувати шляхи вдосконалення процесів. Ініціативні особи розглядаються як майбутні лідери, здатні до стратегічного мислення.

3. Комунікативна компетентність. Уміння ефективно передавати інформацію, слухати, вести діалог і вирішувати конфлікти є критично важливими в багатьох професіях. Працівники з високим рівнем комунікативних навичок швидше інтегруються в

колектив, ефективніше співпрацюють з клієнтами та партнерами, а отже, мають більше можливостей для просування по службі.

4. Гнучкість та адаптивність. В умовах постійних змін в організаціях (реорганізацій, впровадження нових технологій, зміни ринку) успішними стають ті працівники, які можуть швидко адаптуватися до нових умов, залишаючись ефективними.

5. Емоційний інтелект. Емоційна зрілість, здатність розпізнавати власні емоції й емоції інших, керувати ними, зберігати конструктивну взаємодію в стресових ситуаціях – важливий чинник ефективного лідерства та командної роботи. Працівники з розвиненим EQ краще справляються з міжособистісними завданнями, що особливо цінується на керівних посадах.

6. Прагнення до саморозвитку. Кар'єрна мобільність залежить від здатності працівника навчатися впродовж життя, опановувати нові знання, підвищувати кваліфікацію, бути відкритим до змін. Орієнтація на постійне самовдосконалення є ознакою високого рівня професіоналізму.

Залежно від типу кар'єри (вертикальної, горизонтальної, експертної, підприємницької тощо) вагомість певних особистісних якостей може змінюватися. Наприклад, для вертикального просування по ієрархічних щаблях важливими є лідерство, відповідальність і стратегічне мислення. Натомість у горизонтальній кар'єрі, що передбачає розширення професійної ролі без зміни посади, більш значущими стають ініціативність, креативність і готовність до навчання.

Таким чином, особистісні якості працівника відіграють вирішальну роль у формуванні та реалізації кар'єрної траєкторії. Їхній вплив проявляється не лише у повсякденній трудовій діяльності, але й у здатності працівника адаптуватися до змін, налагоджувати ефективну комунікацію, приймати відповідальні рішення та досягати професійних цілей. Усвідомлення цього факту з боку як самих працівників, так і роботодавців, сприяє формуванню продуктивного, мотивованого та конкурентоспроможного трудового потенціалу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лозовецька В. Т. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах : монографія. Київ, 2015. 279 с. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/32310612.pdf.

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТНИМИ СИТУАЦІЯМИ В ОХОРОНІ ЗДОРОВ'Я

О. Г. Яценко, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 122*
Ю. О. Головчук, *д-р екон. наук, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу – науковий керівник*
Вінницький національний медичний університет імені М. І. Пирогова

Конфлікти в системі охорони здоров'я є звичайним явищем, яке може виникати між медичними працівниками, пацієнтами, їхніми родинами та адміністрацією закладів. Ці конфлікти можуть мати різні причини, такі як недостатня комунікація, непорозуміння щодо лікування, емоційні стреси та нерозуміння між різними професіями. Ефективне управління конфліктними ситуаціями є критично важливим для забезпечення якісної медичної допомоги, підтримки психічного здоров'я всіх учасників процесу та поліпшення загальної атмосфери в медичних закладах [1, с. 247–261; 2, с. 240–289].

Першим кроком у управлінні конфліктами є їх своєчасне виявлення. Важливо, щоб медичні працівники, які працюють на передовій, могли розпізнати ранні ознаки конфлікту та реагувати на них до того, як ситуація загостриться. Це може включати уважне слухання пацієнтів і їхніх родин, а також відкриту комунікацію між колегами. Коли працівники охорони здоров'я відчувають, що їхня думка важлива і що вони можуть вільно висловлювати свої занепокоєння, ймовірність виникнення конфліктів зменшується [3, с. 1–10; 4, с. 1–3].

Другим важливим елементом управління конфліктами є навчання медичних працівників технікам медіації та вирішення конфліктів. Освітні програми можуть навчити працівників основам активного слухання, ефективної комунікації та конструктивного вирішення проблем. Це дозволяє їм більш упевнено взаємодіяти з пацієнтами і колегами в стресових ситуаціях [1, с. 247–261; 5, 13–16].

Третім важливим елементом є створення культури відкритості та підтримки в медичних закладах. Організації, які заохочують відкриту комунікацію та зворотний зв'язок, здатні швидше виявляти і вирішувати конфлікти. Керівництво медичних

установ повинно активно підтримувати ініціативи, які сприяють розвитку командної роботи, довіри та поваги серед співробітників.

Управління конфліктними ситуаціями в охороні здоров'я є складним, але важливим процесом, що вимагає уваги, терпіння та навичок. Ефективні стратегії, такі як своєчасне виявлення конфліктів, навчання медичних працівників технікам вирішення проблем та створення культури відкритості, можуть суттєво поліпшити ситуацію. Позитивна атмосфера в медичних закладах не лише підвищує якість обслуговування пацієнтів, але й сприяє розвитку професіоналізму та задоволеності роботою серед медичних працівників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Leiner M. Conclusion: From conflict resolution to reconciliation. *Alternative approaches in conflict resolution*. Cham : Springer Nature Switzerland, 2025. P. 247–261.
2. Головчук Ю. О. Адаптація європейського досвіду впровадження цифрових технологій в освітні та медичні заклади України. Цифровізація як інструмент забезпечення якості надання освітніх послуг з урахуванням європейського досвіду : [колективна монографія] / за ред. А. В. Череп, І. М. Дашко, Ю. О. Огренич, О. Г. Череп. Запоріжжя : ФОП Мокшанов В. В., 2024. С. 240–289. URL: https://dspace.znu.edu.ua/jspui/handle/12345/24081
3. Guo W. Conflict resolution in intercultural communication: strategies for managing cultural conflicts, *Humanities and Social Sciences Communications*. 2025. Т. 12. № 1. P. 1–10.
4. Головчук Ю. О. Ключові фактори успішного функціонування сучасного медичного закладу : матеріали VII міжн. наук.-практ. конференції «Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні». м. Вінниця. 01–02 березня 2025 р. С. 1–3. URL: https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/fiip/fiip2025/paper/viewFile/23238/19257.
5. Головчук Ю. Трансформація лідерства в закладах охорони здоров'я в умовах Європейських тенденцій та глобальних викликів. Управління та інновації в освіті: досвід, проблеми та перспективи : збірник матеріалів міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, 21–22 лист.; 2024 р.). – Одеса : ПНПУ імені К. Д. Ушинського, 2024. С. 13–16. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/21066.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1 **ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СУЧАСНОМУ ПЕДАГОГІЧНОМУ ПРОЦЕСІ ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ**

Гладкий І. В.
Відродження української автентичної кухні – як невід'ємна частина національно-патріотичного виховання молоді 5

Kravetska V. M.
Patriotic Education as an Instrument of Fostering National Consciousness 7

Маслова М. М.
Учитель як провідник європейських цінностей у процесі національно-патріотичного виховання старшокласників 9

Моргуль Д. В.
Патріотичне виховання молоді засобами сфери туризму і краєзнавства 11

СЕКЦІЯ 2 **КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛЬНИХ І БЕЗПЕКОВИХ ВИКЛИКІВ СЬОГОДЕННЯ**

Гуржій М. М.
Глобальні проблеми харчової індустрії та окремі вектори її вирішення 14

Mostova V. A.
Principles and methods of fundraising in supporting social programmes 16

Попович Т. В.
Взаємозв'язок релігійного туризму та паломництва в умовах глобалізації 18

Пшінник М. В.
Бірюзові організації: новий рівень кооперативної взаємодії 20

Сергієнко В. П.
Кооперативне підприємництво як альтернатива традиційним бізнес-моделям в кризові часи..... 23

СЕКЦІЯ 3 ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Burlaka T. S.
Modern challenges and strategies of ensuring the quality of higher education 26

Діденко А. В.
Імплементація інклюзивної освіти у закладах вищої освіти 28

Клюєва У. Ю.
Використання студентами спеціальності «Готельно-ресторанна справа» у навчальному процесі CHATGPT..... 31

Kravchenko A. O.
Prospects for higher education in near future..... 34

Малтабар М. Д.
Практикоорієнтоване навчання як фактор підвищення фахових компетентностей здобувачів вищої освіти технічних спеціальностей 36

Новожилова П. Л.
Якість підготовки фахівців з туризму: погляд здобувача..... 38

Олійник С. І.
Сучасні чинники розвитку науки та якості освіти..... 40

Сірооченко А. Б.
Відеоконтент в освіті: переваги та виклики для ефективної організації навчального процесу..... 42

Черкашина В. В.
Роль неформальної освіти у розвитку професійних навичок 47

СЕКЦІЯ 4 **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

Ковалишин Ю. Р.
Соціальні медіа як інструмент розвитку велнес-туризму..... 50

Лугина В. В.
Туристичне районування як інструмент оптимізації рекреаційно-туристичних процесів: досвід Болгарії..... 52

Олійник Р. К.
Екскурсійна привабливість як чинник розвитку об'єднаної територіальної громади 54

Плахотний Р. В.
Значення глобальної ради сталого туризму для розвитку туристичних дестинацій 56

Прохорова Ю. В.
Медичний туризм як стратегічний напрям розвитку охорони здоров'я..... 58

Суха А. О.
Розвиток анімаційних послуг у туристичній сфері: сучасні тенденції та перспективи 60

Харко А. І.
Формування політики просування туристичного продукту на прикладі Львівської області..... 62

Шелюг К. В.
Проблеми і перспективи розвитку туризму в м. Полтава..... 65

СЕКЦІЯ 5 **АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ**

Воробйов В. С.
Effective communication in IT:
internal and external interactions..... 68

Касьян В. Г.
The concept of "business" 69

Клюєва У. Ю.
Adapting the restaurant business to martial law conditions 71

Краснікова К. Ю.
Responsible use of water resources in hotels 73

Ловцов С. О.
Changes in the logistics sector in the context
of a full-scale war in Ukraine and possibilities
for development in the post-war period..... 75

Лушина А. А.
Influence of AI: work of a designer..... 76

Правденко Р. А.
Professional ethics in financial communication:
the role of language and comprehension 79

Решетняк Д. П.
Quality of higher education in the hotel and restaurant
business: problems, challenges and prospects..... 82

Рибалко А. В.
The problem of developing communicative
competence in the hotel and restaurant business 84

Свінцова Ю. О.
Environmental awareness in Ukraine 86

Сулима М. О.
The modern legal system of Ukraine..... 88

Торяник В. В.
Activities of Ukrainian think tanks in
conditions of full-scale war 91

Фелоненко А. Г.
Tourism in Ukraine: a path to prosperity?..... 93

СЕКЦІЯ 6 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Грушицький Б. А.
Гібридні системи машинного перекладу 96

Дажук К. О.
Фразеологізми в англійській художній літературі 98

Кабак Д. Ю.
Вербалізація концепту «INTERNET» в сучасній англійській мові 100

Кльокта В. В.
Німецькі фразеологізми та особливості їх перекладу українською мовою 102

Колеснік Ю. В.
Гумор у фразеології: як німецькі сталі вислови передають комічний ефект 104

Коломієць Т. О.
Концепція слова в сучасності 106

Перепеляк Д. Ю.
Англійські складні терміни галузі реклами 109

Прокопенко О. Ю.
Мови Середзем'я як мистецтво: лінгвосеміотичний зріз 112

Прокудін В. Г.
Вербалізація концепту «Education» у сучасній англійській мові 115

Серікова Т. О.
Крилаті латинські вислови на воєнну тематику 117

Серікова Т. О.
Особливості перекладу прислів'їв та приказок з англійської на українську мову 119

Серікова Т. О.
Художні образи природи в німецькій літературі 122

Усова Є. О.
Особливості перекладу англомовного сленгу 124

Худіяш Д. А.
Порівняльний аналіз людського та
машинного перекладу англомовних текстів 128

Чуйко Д. Р.
Літературні алюзії в піснях групи «Рамштайн» 131

Чуль С. В.
Німецька мова у творчості японського
композитора Савана Хіройукі 134

СЕКЦІЯ 7 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Багаєв Є. А.
Використання нутового борошна при виготовленні піци 138

Білек Л. Д.
Гостинність: нові можливості для
економічного зростання України 139

Бруско В. О.
Використання аквафаби при виготовленні
драглеподібних десертів 142

Бруско В. О.
Ферментовані продукти – новий старий тренд у харчуванні ... 144

Васильковський М. В.
Як харчова революція змінює нас і світ навколо 146

Власенко А. А.
Українські суперфуди: реалії буття 149

Гуржій М. М.
Розроблення технології сучасних з десертів з
використанням безглютенового борошна 151

Малтабар М. Д.
Розроблення рецептури брауні з
використанням цукрозамінників 154

Нікулін В. Ю.
Дослідження впливу гідратованого
насіння чіа якість безглютенових хлібців 156

Нікулін В. Ю., Косарева Л. С.
Удосконалення технології крекеру
підвищеної поживної цінності 158

Рева Ю. В.
Гастрономічне кодування культури українців 160

Рева Ю. В.
Удосконалення технології коктейлів
для закладів ресторанного господарства..... 162

Смаровоз Ю. В.
Вишня в культурі українців:
гастрономічно-фольклорні пошуки 164

Смаровоз Ю. В.
Нові технології енергетичних
батончиків підвищеної поживної цінності..... 166

Тесленко Є. В.
Використання відходів з нетрадиційної
сировини у технологіях харчових продуктів 168

Шевченко Д. С.
Розробка технології соусів-дресингів
оздоровчого призначення 170

Шендрик А. О.
Виховання харчування: 10 кроків до здоров'я студента 173

Шугайло Ю. Г.
Удосконалення технології виробів із бісквітного тіста 175

Яремчук Н. Ю.
Інноваційні добавки для майонезу
підвищеної біологічної цінності 179

СЕКЦІЯ 8 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, БІОТЕХНОЛОГІЇ, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ

Артеменко О. Є.
Біотехнології утилізації органічних
відходів методом вермикультивування 182

Банк А. В.
Комплексна оцінка якості крохмалю
вітчизняного виробництва 184

Білий Є. О.
Інноваційні підходи до розвитку
органічного грибівництва 186

Бруско В. О.
Молекулярна гастрономія як приклад
інтеграції хімії у ресторанне господарство 188

Голіченко К. В.
Заходи біобезпеки при біотехнологічному
виробництві ДНК-вакцин 190

Деменчук А. О.
Біотехнології в виробництві органічного
рослинного молока 192

Клименко А. О.
Екологічно безпечне пакування як
ключовий тренд харчової промисловості 194

Ляшко Є. О.
Корисні властивості, хімічний склад
та використання свіжої цвітної капусти 196

Мигаль О. А.
Сучасні методи біотехнології при виробництві вітамінів 198

Островерха Н. В.
Комплексна оцінка якості ферментованих
продуктів рослинного походження 200

Смірнов Д. В.
Агротероризм у сучасному світі 202

Ставицький О. О.
Хімічний склад та споживні властивості сушених фруктів 205

Темченко М. В.
Хімічний аналіз товарів як інструмент
підвищення якості та безпеки продукції 207

Трус Д. Р.
Аналіз виробництва та споживання халви в Україні 208

Фесенко З. В.
Інноваційні підходи до виробництва антибіотиків 211

Шивела С. А.
Застосування хімії для оптимізації
логістики та зберігання товарів..... 213

СЕКЦІЯ 9 КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАТЕМАТИКА ТА ФІЗИКА

Барабаш Р. А.
Система обліку та нагадувань для споживання
води протягом дня з простими графічними звітами 215

Березенко Р. М.
Розробка сайту «Конфігуратор ПК з аналізом
продуктивності» з використанням REACT 217

Білуха Д. В.
Проєктування інтерфейсу для ПЗ підготовки зображення
для верстату по виготовленню трикотажних виробів..... 218

Бровко Б. М., Матвієнко В. В.
Створення та друк стартової платформи для запуску дронів .. 220

Bulon D. S.
Computer Networks and Cybersecurity 222

Волков В. С.
Dart як альтернатива JavaScript у
веб-розробці: порівняльний аналіз 224

Волторніст А. В.
Навчальне програмне забезпечення для
побудови канонічних форм булевих функцій..... 226

Воробйов І. О.
Роль програмного забезпечення для візуалізації
масивів даних у прийнятті управлінських рішень 228

Голишко Є. О.
Розробка адаптивного ігрового інтерфейсу для
симулятора касового апарату з використанням UNITY 231

Грещишен О. В.
Єдиний портал державних послуг
«Дія»: український досвід..... 233

Danilov M. M.
Artificial Intelligence in Everyday Life..... 235

Дзяткевич М. О.
Відстеження та прогнозування стану здоров'я
на основі обробки біомедичних даних 237

Загоруйко Я. О.
Сучасні методи управління цілями:
цифрові рішення для ефективного планування..... 239

Зануда Є. В.
Оптимізація маршрутів в умовах воєнного стану: аналіз та
практичні дослідження на прикладі ТОВ «ЛЕАСИЯ» 241

Карабаш В. Є.
Розробка програмного забезпечення мобільного
додатку для планування щоденних вправ та відстеження
прогресу в особистому тренувальному плані 244

Карп'юк Д. А.
Перспективи розвитку та виклики реалізації квантових
обчислень у сучасних інформаційних технологіях..... 245

Ковальов О. Ю.
Розробка тематичного сайту про снікер-індустрію..... 248

Kuznetsov I. U.
Modern problems of analog and digital circuitry.
Sensitivity to electromagnetic interference (EMI/EMC)..... 250

Куцовол Р. С.
Програмна реалізація сайту для фрілансерів..... 252

Лемешко Б. А.
Ризики в IT-індустрії..... 254

Лисенко Д. В.
Розробка веб-додатку для моніторингу статусу
проєкту з інтегрованою системою автоматизованого
сповіщення про ризики та відхилення від графіку..... 255

Лушина А. А.
Програмна реалізація системи підбору житла
з використанням методів системного аналізу..... 257

Мазур М. О.
Сучасні підходи до навчання програмуванню на
основі інтерактивних симуляцій та гейміфікації..... 259

Матвієнко В. В.
Використання штучного інтелекту для обробки зображення
для верстату по виготовленню трикотажних виробів..... 261

Микитенко В. І.
Порівняння технологій для розробки веб-сервісів
опитувань: NODE.JS проти альтернатив..... 263

Михайленко Є. В.
Розробка інтернет-магазину «REMESLO BREWERY» 265

Різник Н. С.
Розробка та проєктування застосунку
для розпізнавання обличчя 267

Симітко К. П.
Розробка та впровадження сайту для
танцювальної студії «ВІЛЬНАЯ» 269

Сіроштан В. О.
Розробка web-сервісу для інтерактивного оцінювання
студентів з використанням NLP-моделей 271

Соколов А. В.
Розробка сайту інтернет-магазину «KIDDO»
на платформі WORDPRESS 272

Стеценко Є. О.
Методологія тестування WEB-інтерфейсів 274

Ткачов В. В.
Проєктування та розробка елементів інформаційного сайту
для майстерні «Slim Lite» з виготовлення електроніки 276

Цілуйко І. Я.
Проєктування інтернет-магазину з використанням DJANGO . 278

Shustval S.
Development of a Time Management and Productivity
Application with Automated Reporting Functionality 280

Юдкін Д. О.
Розробка інформаційного вебсайту по грі WARFRAME 282

СЕКЦІЯ 10 ЛІДЕРСТВО ТА ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК

Данилейко М. О., Калюжна Н. В.
Мотивація в команді: як підтримувати
високу продуктивність та залученість? 285

Єремейчук М. С.
Сила ідеї: життєве лідерство Стіва Джобса 288

Кірієнко А. А.
Приклад успіху та лідерство річарда бренсона 290

Штерман Ю. С.
Лідер як медіатор: роль у вирішенні конфліктів у команді..... 292

СЕКЦІЯ 11 МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Ачкасова М. Д.
Банківський ринок України в умовах війни..... 295

Бохан І. В.
Єдиний цифровий ринок Європи і України 297

Гречка Д. В.
Сегментація ринку снеків в контексті
тенденцій поведінки споживачів..... 299

Гриньков І. О.
Поведінка споживачів в соціальних мережах..... 301

Данилейко М. О.
Штучний інтелект як інструмент для аналізу
конкурентного середовища на цифровому ринку 303

Клименко В. О.
BCG-аналіз господарського
портфелю підприємства «АВК» 305

Кобилецька І. П.
Принципи маркетингової концепції
управлінням підприємства..... 308

Маліцька І. І.
Аналіз тенденцій розвитку рекламних та PR-кампаній..... 310

Нестеренко Н. О.
Дослідження змін інфраструктури
ринку логістики в Україні..... 313

Остроушко С. В.
Засоби підвищення залученості
споживачів у соціальних мережах 315

Пасяка В. І.
Аналіз електронної комерції в соціальних мережах 317

Ряднина В. М.
Туризм на Полтавщині..... 319

Самофал В. В.
Цінові стратегії в онлайн торгівлі..... 321

Торяник В. В.
Маркетинговий план соціального проєкту 323

Яремчук О. А.
Дослідження поведінки споживачів в період війни..... 325

СЕКЦІЯ 12 МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Барбі Д. А.
Особливості побудови моделі Менеджменту 3.0
на сучасному підприємстві 328

Вишня К. А.
Напрями розвитку кадрового потенціалу
підприємства в умовах воєнного сьогодення 330

Гершун А. В.
Застосування SWOT-аналізу в
стратегічному управлінні бізнесом 332

Голодняк М. П.
Передумови вибору стратегії
підвищення прибутковості підприємства 333

Гуйва О. О.
Інноваційне управління інформаційними ресурсами для
формування конкурентоспроможного іміджу компанії 336

Коваленко І. Ю.
Характерні особливості управління
інноваційними технологіями на підприємстві
в умовах ринкових трансформацій 338

Ковальчук К. А.
Жіноче лідерство в умовах війни: роль
жінок у підтримці та відновленні країни 340

Корсун І. С.
Реалізація принципів екологічної відповідальності
в діяльності виробничого підприємства 343

Курись ко І. С.
Механізм формування конкурентної
політики підприємства 345

Луговець В. А.
Стратегії розвитку суб'єктів аграрного
підприємництва в сучасних умовах 347

Маліношевський Д. М.
Теоретичні підходи до трактування
терміну «розвиток підприємства» 349

Манукян А. Е.
Інноваційні підходи до бізнес-планування
в управлінні організацією 353

Мотрич В. Ю., Зеленський А. С.
Проблеми та напрями підвищення ефективності управління
фінансовою стійкістю аграрних підприємств 355

Нескородь В. М.
Комплаєнс як ефективна система
контролю за розвитком бізнесу 357

Паламарчук С. В.
Цифрові рішення в управлінні персоналом 360

Потапов С. С.
Особливості формування та розвитку корпоративної
культури товариств в умовах нинішніх реалій та
повоєнної розбудови економіки України 362

Прийма Д. В.
Вплив lean-методології на якість
системи процесів організації 365

Razak Ola-Okedeyi
Employee Motivation in the Context of the Crisis 367

Рибас Н. А.
Управління якістю послуг туристичного підприємства 369

Різніченко С. В.
Корпоративна культура в контексті
управління конфліктами на підприємстві 371

Рой Ю. О.
Виклики управління командою та
конфліктами в умовах дистанційної роботи 373

Сороковий С. І.
Процедура вибору партнерів в
організації для стратегічного альянсу 375

Storozhuk M.
Neuromanagement: a synergistic combination of management and psychology 378

Строїло К. О.
Підвищення ролі міжособистісних комунікацій в організації 380

Тубольцев А. С.
Конкурентоспроможність аграрних підприємств: сутність та особливості 382

Янківська А. О.
Організаційна культура як складова стратегії управління торговим підприємством 384

СЕКЦІЯ 13 ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Баклан В. Ю.
Заборонені методи та засоби ведення війни 388

Білодід М. С.
Актуальність принципу мирного вирішення спорів у сучасному міжнародному праві 390

Величко Д. П.
Проблеми та перспективи здійснення миротворчої місії на території України 392

Вісич Є. В.
Механізми міжнародно-правового регулювання праці жінок 395

Лабай М. М.
Щодо відмінності співучасті у кримінальному правопорушенні від причетності до нього 397

Левченко Є. Л.
Еволюція трудового права: ретроспектива та сучасні форми зайнятості в умовах воєнного стану 399

Лихвар Д. В.
Мовні засоби та принципи формулювання норм права 401

Мельченко Д. В.
Поняття та значення законодавчої техніки:
принципи законодавчої діяльності 404

Морозова Ю. А.
Антропологічний аспект приватного права 408

Овчаренко Д. С.
Науково-дослідна робота студентів: погляд першокурсника .. 410

Хмельниченко В. Ю.
Механізми та інструменти придушення української
самобутності російською владою 413

Sierhieiev Y. V.
The History of Law From the Start
of Civilization to Nowadays 416

СЕКЦІЯ 14 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІКИ І КІБЕРНЕТИКИ

Бондаренко А. А.
Ефективність функціонування підприємства:
сутність та напрями підвищення 419

Гнаток А. Р., Глущенко В. А.
Культурна та економічна глобалізація:
виклики і можливості 421

Жук Я. А.
Сучасний економіст: забезпечення
фахових спроможностей 424

Каменюк А. О., Адаменко А. В.
Механізм управління основними
засобами на підприємстві 425

Колесніченко М. М., Ямбих Є. С.
Бенчмаркінг як інструмент маркетингового
менеджменту на підприємстві 429

Максюта А. В., Кирпичко Р. О.
Особливості гнучкого управління проєктами ІТ-галузі
в умовах впливу технологій штучного інтелекту 431

Марченко О. В.
Економіка як наука, сфера діяльності, спеціальність 433

Наумов Е. О., Гезун М. Ю.
Використання сучасного інструментарію
статистичного моделювання в економіці 435

Подрезов Д. О.
Вплив штучного інтелекту як фактору
підвищення продуктивності в економіці 437

Портний Р. І.
Сценарний аналіз ризиків і кризових явищ в
діяльності суб'єкта господарювання під час війни 440

Сімонов А. А.
Проблема підвищення ефективності галузі
рослинництва в умовах глобальних змін 443

Склема М. В., Клиба А. І.
Вплив глобалізації на розвиток економіки 445

Швець Р. В.
Оцінка поточної ситуації ділової
активності українського бізнесу як ключової
характеристики його конкурентоспроможності 448

Ямпольська М. С.
Економічна діагностика соціальних змін 450

СЕКЦІЯ 15 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Білецька Ю. В.
Система управління якістю обслуговування
в готельному бізнесі 453

Гаврилова О. І.
Інноваційні технології в ресторанному
бізнесі: тренди та перспективи 455

Гирман В. О.
Розвиток ресторанного бізнесу: цифрові рішення та
психологічні стратегії у сфері сервісу 458

Глотова В. І.
Підходи до ефективного управління
персоналом в готельній сфері..... 461

Гранальська А. В.
Інноваційні технології у готельному бізнесі:
автоматизація процесів та персоналізація сервісу 463

Дворовенко В. О.
Актуальні проблеми роботи служби номерного
фонду готелю «OptimA Collection» у місті Житомир 465

Добренко Д. І.
Цифровий етикет у готельно-ресторанному
бізнесі: виклики та перспективи 467

Кабак К. І.
Удосконалення організації надання рекреаційних
послуг у готелі «Relax Park Verholy» с. Соснівка
Полтавської області..... 470

Карпенко К. В.
Ефективність рекламної діяльності
готелю «Аристократ» міста Полтава..... 472

Кобець В. О.
Напрями вдосконалення vip-сервісу у
FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV 475

Комісарук О. Д.
Впровадження клієнтоорієнтованого підходу
у готелі «Menorah Hotel» міста Дніпро..... 477

Компанієць Є. К.
Стратегії удосконалення роботи служби
прийому й розміщення гостей для підвищення
конкурентоспроможності готелю 480

Костюк О. С.
Шляхи підвищення ефективності рекламної
діяльності готельного підприємства..... 482

Кузуб В. В.
Маркетингові стратегії залучення клієнтів
у готельно-ресторанному бізнесі 485

Лисенко О. О.
Шляхи підвищення ефективності роботи
персоналу у готельно-ресторанному комплексі 487

Ляхівненко В. О.
Автоматизація бізнес-процесів у готельній галузі 489

Нестеренко А. Ф.
Управління репутацією готельного підприємства 491

Новицька А. Р.
Шляхи просування готелів із застосуванням
digital-технологій на українському ринку 493

Олійник Є. О.
Інноваційні підходи до організації корпоративних
заходів у готельному бізнесі..... 495

Переверзєв Н. В.
Технологічні та інноваційні рішення для будівництва
бюджетних засобів розміщення в Україні 498

Перекрестова Ю. В.
Концепція WELLNESS як інноваційний
напрям розвитку готелів 500

Перепелиця М. О.
Шляхи підвищення ефективності діяльності
готельно-ресторанного комплексу
«Королівська бочка» у місті Житомирі 502

Повстяний О. М.
Шляхи просування готелів із застосуванням
DIGITAL-технологій на українському ринку 506

Пономаренко А. О.
Волонтерські ініціативи у вітчизняних засобах
розміщення: проблеми та перспективи реалізації 508

Постоленко В. О.
Особливості готельного господарства Туреччини 510

Проскурня Л. В.
Роль ресторанів при готелі у залучені
гастрономічних туристів..... 513

Ралко М. А.
Інноваційні технології в ресторанному бізнесі.
Тенденції та перспективи розвитку 515

Соколова А. В.
Формування клієнтської лояльності у
сфері готельно-ресторанного бізнесу 518

Торопенко А. В.
Удосконалення анімаційної діяльності
готельно-ресторанних комплексів Полтавщини 521

Філоненко В. Г.
Удосконалення роботи служби
експлуатації номерного фонду готелю 524

Чепурко І. І.
Перспективні шляхи повоєнного відновлення
готельного бізнесу Харківського регіону 526

Шаптала Д. В.
Програми лояльності в готелях –
ефективний маркетинговий інструмент 528

СЕКЦІЯ 16 ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Біленко К. Р., Солодова О. М.
Самоосвіта як провідна форма вдосконалення педагогічної
майстерності та професійної компетентності 531

Бондар О. Ю.
Внутрішні опори до забезпечення
психічного благополуччя 533

Домуховська М. Р.
Формування цифрової компетентності учнів
на уроках технологій: практичний аспект 536

Коновал В. О.
Психологічна компетентність маркетолога 537

Пащенко В. А.
Важливість фізичної культури та проблеми
розвитку спорту в Україні 539

Пилипенко Д. Т.
Проблематика фізичної культури і спорту
під час військового стану в Україні 542

Серікова Т. О.
Відновлення після травм, спричинених
війною: основні принципи реабілітації 544

Четверикова К. О.
Прояви набутої безпорадності в
студентів та стратегії її подолання 546

Шорніков М. М.
Емоційний інтелект як чинник попередження
адиктивної поведінки 549

Штепа С. С.
Фізична активність у сучасному світі 551

СЕКЦІЯ 17 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

Безгуб К. Ю.
Оцінка сучасного ринку банківського
кредитування суб'єктів малого і середнього бізнесу 554

Богдан А. Д.
Критерії оцінювання фінансової
безпеки суб'єктів господарювання 557

Бурік Є. О., Ткаченко В. В.
Порівняльна оцінка доходів населення як фінансовий
чинник покращення міграційних процесів в Україні 559

Горбенко Т. О., Щербань Я. В.
Періодизація розвитку Балансу
(Звіту про фінансовий стан) підприємства 562

Дакало М. О.
Інформаційне забезпечення управління
прибутком підприємств споживчої кооперації 564

Дашевський А. С., Костогриз М. П.
Окремі аспекти аналізу інвестиційної нерухомості 566

Ivchenko Anton
Insurance Fraud and Methods of Combating IT 568

Кусов Ю. О.
Формування доходів місцевих бюджетів
України в умовах військового стану 570

Лісняк А. Д.
Окремі аспекти обліку та оподаткування
заробітної плати в сучасних умовах 574

Ляшкова Н. О.
Фінансова безпека підприємства в сучасних умовах 577

Матюха Д. А., Шишкіна М. А.
Облік фінансових інвестицій:
проблеми та напрями удосконалення 579

Мигур Д. О., Сулим В. В.
Боргова політика України в умовах
війни та її соціальні наслідки 582

Мізгірьова А. І.
Історія розвитку бухгалтерського обліку в Україні 584

Москаленко Д. К.
Особливості оподаткування ФОП в умовах війни 586

Нінічук К. Р., Гусаренко Д. Ю.
Екологічні проблеми довкілля в умовах воєнного стану
(на прикладі м. Миколаївка, Донецька обл.) 589

Павлиш А. В.
Гібридна фінансова система: поєднання
фіатних та цифрових валют 590

Пилат М. В.
Роль міжнародного валютного фонду
у стабілізації світової економіки 592

Ryzhkov Artem
Digital transformation of the business strategy of financial institutions as a prerequisite for the development of the financial market 596

Руденко А. А.
Вплив децентралізованих фінансів (DEFI) на традиційні фінансові системи 598

Середа Н. Я.
Спрощена система оподаткування: переваги і недоліки 601

Староста І. В.
Тенденції ринку нерухомості України та адаптація до викликів війни 603

Стешенко С. С.
Проблеми і перспективи автоматизації бухгалтерського обліку в Україні 607

Урясенко А. О.
Оподаткування бізнесу в умовах військового стану в Україні 609

Шорніков М. М.
Цифрова трансформація фінансової аналітики бізнесу 611

СЕКЦІЯ 18 СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Бабаян К. А.
Державне регулювання попиту та пропозиції в міжнародному бізнесі: кейс ТНК L'oréal 615

Бендер К. В., Чимирис В. О.
Шляхи підвищення конкурентоспроможності компаній в умовах економічної глобалізації 616

Бергман Б. І.
Ефективність інтернет-торгівлі в умовах глобалізації: виклики, можливості та перспективи розвитку 618

Варуша А. Р., Chudesa V.
Сучасні тенденції розвитку ринку
біологічного меду в Нідерландах 621

Варуша А. Р.
Транснаціональні корпорації як рушійні
сили процесу економічної глобалізації 623

Kalyna A., Kim Sujung
Crowdfunding and TikTok: a new era of fundraising 626

Ковтун В. В.
ЄС у глобальній економіці: геополітичні виклики та
інструменти геоекономічного впливу 628

Котляр Т. В.
Україна в сучасних міжнародних кредитних відносинах 630

Лук'яненко Б. С.
Технологічна асиметрія країн та форми її прояву 632

Протасевич М. О.
Теорії та концепції європейської інтеграції 634

Самсонов В. В.
Транснаціональні корпорації у системі
сучасного міжнародного бізнесу 636

Сичук Д. Л.
Роль краудфандингу та цифрових платформ
у фінансуванні зовнішньоекономічної
діяльності малих і середніх підприємств 639

Сичук Д. Л.
The efficiency of foreign economic activity of domestic
enterprises in Ukraine: challenges and strategic priorities 641

Шахмаметьєв В. Ю.
Методи налагодження позитивних стосунків
у крос-культурних ділових переговорах 644

СЕКЦІЯ 19 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Антоненко В. В., Преснов В. В.
Зарубіжний досвід проведення закупівель
товарів, робіт і послуг 647

Антоненко О. С.
Комунікації як важливий інструмент
роботи професійного закупівельника 649

Артюх О. М., Таровик Р. С.
Проблеми, недоліки і перспективи розвитку ЕСЗ Prozorro 652

Козаков А. А., Паламарчук Д. В.
Штрафи та строки їх застосування
у сфері публічних закупівель 654

Новікова О. В.
Стан та перспективи розвитку B2C і
B2B-сегментів електронної торгівлі в Україні 657

Табаркевич М. В.
Аналіз стратегій реформування національної
системи публічних закупівель 659

СЕКЦІЯ 20 УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

Гоцелюк А. В.
Нейроекономіка та її застосування
в управлінні персоналом 663

Гриценко І. І.
Розвиток системи управління персоналом в контексті
забезпечення конкурентоспроможності підприємства 665

Жураківська Г. С.
Інструменти та методи підвищення
мотивації медичного персоналу 667

Кабашна В. В.
Мікронавчання як новий тренд у підготовці персоналу 669

Касян Д. С.
Стилі лідерства та їх вплив на роботу команди 671

Козурман С. М.
Професійне навчання як засіб
управління персоналом в умовах змін 673

Крилов А. В.
Роль особистісного розвитку працівників
у процесі управління персоналом в умовах змін 677

Луценко Ю. Ю.
Рескілінг та апскілінг: як компанії допомагають
співробітникам розвивати нові навички 681

Мазур Г. М.
Організація системи навчання та підвищення
кваліфікації медичних працівників 683

Марюхнич П. Р., Хохонь Д. В.
Людський капітал в системі управління
бізнес-процесами на підприємстві 685

Томчук І. В.
Етичні засади управління у закладах охорони здоров'я 688

Чаус І. В.
Проблеми соціально-економічного розвитку
територіальної громади міста Полтави 690

Шевченко А. О.
Корпоративна культура, що мотивує до розвитку 691

Юрченко О. В.
Поведінкова економіка у сфері управління персоналом 694

Яценко К. І.
Вплив особистісних якостей працівника на його кар'єру 696

Яценко О. Г.
Управління конфліктними ситуаціями в охороні здоров'я 698

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XLVIII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2024 рік

(м. Полтава, 10 квітня 2025 року)

Дизайн обкладинки *Д. Я. Вернигора*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 42,2.
Зам. № 394/2254.

Видавець і виготовлювач
Полтавський університет економіки і торгівлі
к. 48, вул. Івана Банка, 3, м. Полтава, 36003.
E-mail: pvv.puet@gmail.com.

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 8076 від 28.02.2024 р.