АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ

XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік

(м. Полтава, 25 квітня 2024 року)

Полтава
2024

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ (ПУЕТ)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік

(м. Полтава, 25 квітня 2024 року)

Полтава
ПУЕТ
2024

УДК 001:378.014.61"20"(082)
А43

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

Редакційна колегія:

Н. С. Педченко, д-р екон. наук, професор, перший проректор Полтавського університету економіки і торгівлі (ПУЕТ);
О. В. Гасій, канд. екон. наук, доцент, директор Навчально-наукового центру забезпечення якості вищої освіти ПУЕТ;
А. С. Ткаченко, канд. техн. наук, доцент, директор Навчально-наукового інституту денної освіти ПУЕТ;
Н. І. Манжура, завідувач науково-організаційного відділу ПУЕТ.

А43 **Актуальні** питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доповідей XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік (м. Полтава, 25 квітня 2024 р.). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 801 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-R). – Текст укр., англ. мовами.

ISBN 978-966-184-468-0

Збірник містить тези доповідей XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 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.

УДК 001:378.014.61"20"(082)

Матеріали друкуються в авторській редакції мовами оригіналів.

За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідальні автори.

ISBN 978-966-184-468-0

© Полтавський університет економіки і торгівлі, 2024

СПІВОРГАНІЗАТОРИ КОНФЕРЕНЦІЇ

Міністерство освіти і науки України

**Державна наукова установа
«Інститут модернізації змісту освіти» (Україна)**

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)**

ЗМІСТ

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ

Вісич Є. В., Орел В. А.
Діяльність навчального юридичного центру «Правова студія» Полтавського університету економіки і торгівлі в умовах воєнного стану 33

Ряднина М. В., Карпенко Н. В.
І музика може стати зброєю 36

Циніцкий А. Б., Кононенко О. А.
Is Australian English more like British or American?..... 38

Шестопал Є. В., Нестуля С. І.
Значення лідерства у розвитку студентського самоврядування 39

Бугаєвський М., Яріш О.
Концепція відкритого банкінгу України та перспективи впровадження..... 44

СЕКЦІЯ 1 ЯКІСТЬ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ПРОБЛЕМИ, ВИКЛИКИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Алексеюк А. О., Стрілець В. Ю.
Виклики та перспективи цифрової освіти в Україні: питання доступності, якості та інфраструктури 47

Борисенко І. О., Гудзь Т. П.
Шляхи забезпечення якості вищої освіти в умовах цифровізації 49

Варуша А. Р., Стрілець В. Ю.
Застосування штучного інтелекту у навчанні здобувачів вищої освіти 51

Вовк О. В., Черненко О. О.
Особливості організації навчання з використанням сучасних цифрових трансформацій та інноваційних технологій 54

Гупало А. О., Рогоза М. Є.
Аналіз процесів управління якістю освіти
в умовах цифровізації економіки 56

Данилейко М. О., Карпенко Н. В.
Роль студентів у формуванні якісної освіти 59

Детюк В. В., Сухачова Н. С.
Методи та прийоми перекладу англомовних скорочень
українською мовою на матеріалі публіцистичних текстів 61

Didenko A. V., Nakonechna Yu. G.
Quality of higher technical education
through the eyes of students 64

Зубко В. С., Руденко Н. С.
Foreign language for professional communication as
an element of modern professionals quality
training in the hotel and restaurant business..... 66

Клиба А. І., Кононенко Ж. А.
Використання тестової форми контролю знань 69

Корольова (Бужуля) О., Яріш О. В.
Вплив цифровізації на підготовку фахівців
зі спеціальності «Фінанси, банківська справа,
страхування та фондовий ринок» 71

Костик А. С., Парфьонова Т. О.
Використання штучного інтелекту для
навчання: інноваційність у сучасній освіті 74

Луценко Ю. Ю., Шаповалов В. О.
Порушення принципів академічної
доброчесності як загроза якості вищої освіти 77

Малтабар М. Д., Горобець О. М.
Використання штучного інтелекту при написанні
наукових робіт в аспекті академічної доброчесності..... 79

Мотрій С. В., Кононенко Ж. А.
Цифрові трансформації освіти 80

Мусієць Л. М., Руденко Н. С.
Continuous improvement of English language skills as one of the basic competencies in the hotel and restaurant speciality..... 84

Оливенко О. А., Тараненко О. О.
Міжнародні стажування як інструмент підготовки фахівців сфери туризму..... 87

Осадчук О. В., Кириченко О. В.
Особливості підготовки товарознавців-експертів у митній справі до професійної діяльності 89

Островерха Н. В., Флока Л. В.
Сучасна вища освіта під час війни..... 91

Покров В. В., Манжура О. В.
Професійні вимоги для закупівельника: сучасні виклики та перспективи 93

Пономаренко О. А., Кононенко Ж. А.
Дистанційна освіта – важливий фактор модернізації ЗВО в Україні 96

Торопенко А. В., Кирніс Н. І.
Неформальна освіта, як невід'ємна складова ефективного навчання студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа» у ПУЕТ 103

Філоненко В. Г., Руденко Н. С.
Challenges of modern higher education and their solutions..... 106

СЕКЦІЯ 2 СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ФІНАНСІВ, ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ

Авраменко А. П., Яріш О. В.
Використання тренінгових технологій під час навчання в банківській сфері: досвід Райффайзен Банк 109

Biliak K., Kakabadze G., Milka A.
Conceptual approaches to defining the concept of "financial control"..... 112

Бобеляк І. В., Бойко Р. В.
Напрями удосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні 114

Бойко В. В., Нестеренко О. М.
Розробка інвестиційної стратегії підприємства 116

Браїлко О. В., Любимов М. О.
Напрями підвищення ефективності публічних закупівель 119

Довгополий В. В., Сидоренко-Мельник Г. М.
Оцінка вартості нерухомості (квартири) пошкодженої/зруйнованої під час війни 121

Ковалевич О. В., Прохар Н. В.
Переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування суб'єктів господарювання 123

Кондратенко Ю. І., Артюх-Пасюта О. В.
Якісні характеристики корисної фінансової інформації відповідно до Концептуальної основи фінансової звітності 125

Копил А. В., Сидоренко-Мельник Г. М.
Управління фінансовим положенням підприємства в умовах воєнного стану 128

Кравець О. Ю., Нестеренко О. М.
Потреби у залученні інвестицій для підприємства: ключові аспекти 131

Лактіонова К. О., Нестеренко О. М.
Формування та ефективний розвиток фінансових ресурсів підприємства 133

Лебедин Р. Г., Любимов М. О.
Публічні закупівлі в умовах воєнного стану 135

Лісняк А. Д., Плаксієнко В. Я.
Основні засоби: від зародження поняття до системи автоматизації на підприємствах 137

Ляшкова Н. О., Соколова А. М.
Фінансова інклюзія як інструмент ефективного функціонування фінансової системи в умовах цифровізації 140

Нестуля Ю. О., Лапечук О. А., Педченко Н. С.
Бенчмаркінг як напрям поглиблення стратегії забезпечення фінансової безпеки у системі управління підприємством..... 142

Пархоменко М. В., Манжура О. В.
Перспективи розвитку системи публічних закупівель в контексті європейської інтеграції України 145

Пилипенко І. Ю, Гудзь Т. П.
Фінансово-бюджетний механізм у системі економічного розвитку країни 148

Плахотня В. В., Артюх-Пасюта О. В.
Розкриття інформації з обліку фінансових результатів в національних та міжнародних стандартах обліку 150

Пономаренко С. А., Прохар Н. В.
Документальне оформлення руху товарів: проблеми та напрями їх вирішення 154

Романенко М. В., Глущенко Ю. А.
Місцеві податки і збори як джерело наповнення місцевих бюджетів 156

Сідун В. В., Саврас І. З.
Деякі пропозиції щодо удосконалення системи контролю на підприємствах..... 158

Стешенко С. С., Мілька А. І.
Напрями розвитку методу бухгалтерського обліку 160

Товма В. А., Глущенко Ю. А.
Фіскальна політика як інструмент макроекономічного регулювання розвитку України..... 162

Харківський Ю. Д., Нестеренко О. М.
Види інвестиційної діяльності 165

Шорніков М. М., Прасолова С. П.
Актуальні аспекти регулювання
валютних курсів в Україні 168

Явтушок Д. В., Гудзь С. П.
Аналіз визначення чинників формування
інвестиційного потенціалу домогосподарств 170

Борисенко І. О., Шибковський Д. І., Педченко Н. С.
Вплив кредиторської та дебіторської заборгованості
на фінансовий результат підприємства 172

СЕКЦІЯ 3 ПРАВО Й СУСПІЛЬСТВО: ІСТОРІЯ ТА СУЧАСНІСТЬ

Нос А. О., Лаврик Г. В.
Змістовне наповнення правомірної поведінки
як різновид правової поведінки..... 175

Таран О. О., Солдатенко О. В.
Проблемні аспекти формування державного
бюджету України в умовах воєнного стану..... 179

СЕКЦІЯ 4 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ КОМУНІКАТИВНОЇ ТА ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ: МОВНИЙ І СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ АСПЕКТИ

Алексашенко А. О., Кононенко О. А.
Slang in the English language 182

Банкова П. С., Горбуньова С. О.
What makes English a universal language? 183

Бородач В. І., Горбуньова С. О.
The importance of translation skills for a
specialist in the field of Computer science..... 186

Гавришко Н. І., Олендер К. П.
Формування навичок міжкультурного ділового
спілкування студентів немовних спеціальностей..... 188

Гирман В. О., Руденко Н. С.
Identification of shortcomings in the hospitality field work
and improvement of service according to European standards 190

Жовнір А. О., Іщенко В. Л.
How to achieve success: the life story of Mads Mikkelsen 193

Katrenko A. V., Potapenko L. V.
Language Learning in the Digital Era 195

Каневський М. С., Іщенко В. Л.
Fostering of national identity and
citizenship during english classes 198

Клюєва У. Ю., Горбуньова С. О.
Restaurant industry in the USA:
advantages and disadvantages 200

Коценко К. Ю., Іщенко В. Л.
Ukrainian superfoods 202

Кучма С. І., Олендер К. П.
Формування англомовної професійно
орієнтованої лексичної компетентності
в майбутніх фахівців з логістики 205

Писаренко В. М., Горбуньова С. О.
Modern ways to learn English:
the influence of social media 207

Пономаренко А. О., Руденко Н. С.
Advantages and disadvantages of creating
a restaurant business in Kryvyi Rih 209

Сенатор Д. А., Горбуньова С. О.
Artificial Intelligence in science 211

Смаровоз Ю. В., Іщенко В. Л.
The importance of food technology for health 213

Шевчук Б. А., Горбуньова С. О.
Developing time management skills as an essential
part of successful entrepreneur's training 215

Шестопал Є. В., Кононенко О. А.
Ways to learn English using Internet resources..... 218

Явтушенко Т. Р., Кононенко О. А.
English as the language of international
communication in Ukraine 220

СЕКЦІЯ 5 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЛІНГВІСТИКИ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВСТВА

Говорун Л. М., Сухачова Н. С.
Прислів'я з гендерним компонентом
у сучасній англійській мові 223

Говорун Л. М., Переломов С. І.
Самобутні німецькі традиції та звичаї..... 225

Грушицький Б. А., Сухачова Н. С.
Методи та стратегії перекладу поетичних творів..... 229

Дажук К. О., Переломов С. І.
Національні традиції та звичаї Німеччини..... 231

Жалій А. Є., Переломов С. І.
Архітектурні пам'ятки Німеччини..... 233

Іванюк А. І., Бобух Н. М.
Функціонально-семантичні групи
крилатих латинських висловів 236

Калюжна Н. В., Бобух Н. М.
Латинські номінації астрономічних об'єктів..... 239

Калюжна Н. В., Сухачова Н. С.
Особливості перекладу англійських
фразеологізмів українською мовою..... 241

Кислюк О. С., Переломов С. І.
Німецька культура як відображення
синтезу різних традицій і впливів..... 244

Кислюк О. С., Помазан Д. С.
Роль англійської мови в міжнародному
спілкуванні в контексті військової діяльності 246

Кльокта В. В., Переломов С. І.
Література Німеччини: найвидатніші твори та їх автори 248

Колеснік Ю. В., Помазан Д. С.
Вплив білінгвічного суспільства на
становлення особистості 252

Миколенко В. О., Переломов С. І.
Німецькі запозичення в сучасній українській мові 254

Нємченко А. П., Помазан Д. С.
Сленг у пісенних текстах музичного
дуету Twenty One Pilots 258

Нємченко А. П., Сухачова Н. С.
Сленгові інтернет-абревіатури сучасної молоді 260

Павленко В. О., Сухачова Н. С.
Переклад як вид міжкультурної комунікації 263

Решетар Д. А., Сухачова Н. С.
Типи англійських запозичень у сучасній українській мові 266

Усова Є. О., Помазан Д. С.
Англійські прислів'я та приказки: особливості
перекладу на українську мову 268

Чуйко Д. Р., Помазан Д. С.
Сленгові вирази і скорочення у
фентезійному мюзиклі «Вонка» 271

Чуль С. В., Сухачова Н. С.
Валлійська мова як одна з офіційних мов Уельсу 275

Явтушенко Т. Р., Переломов С. І.
Спільні риси англійської та німецької мов 277

СЕКЦІЯ 6 СУЧАСНІ ІМПЕРАТИВИ ГЛОБАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

Браженко А. В., Флегантова А. Л.
Прогнозування макроекономічних
показників діяльності України 279

Zaika Anna, Salo Khrystyna, Flegantova Anna
Regression analysis of the economy of Great Britain 280

Капінос А. Г., Кравченко І. Л.
Систематизація факторів впливу на формування
інноваційно технологічних парків 285

Пахомов В. В., Пожар А. А.
ТНК у системі сучасного міжнародного бізнесу 287

Pugach R. I., Erna-Beatrix Ilyés, Strilets V. Yu.
Strategy for domestic business entering the international
market: Canadian experience for Ukraine 289

Сичук Д. Л., Стрілець В. Ю.
Вихід бізнесу на міжнародний ринок:
європейський досвід Нідерландів для України 291

Sychuk D., Flehantova A.
Data clustering of the leading auto manufacturing companies..... 293

Туменко Ю. Є., Флегантова А. Л.
Формування конкурентоспроможності
компанії в умовах глобалізації..... 297

СЕКЦІЯ 7 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЕКОНОМІКИ І КІБЕРНЕТИКИ

Баланович М. В., Кононенко Ж. А.
Способи оцінки конкурентоспроможності
в бізнес середовищі 300

Вовк Ю. О., Перебийніс В. І.
Логістична діяльність суб’єктів господарювання 302

Грибанова А. А., Нестеренко О. М.
Україно-норвезькі бізнес-можливості 304

Дикань О. Ю., Жук Я. А., Миколенко І. Г.
Сучасні моделі здійснення соціальної
відповідальності суб’єктами бізнесу 305

Єфанова Д. М., Перебийніс В. І.
Використання енергетичних ресурсів на підприємствах 308

Захарченко К. А., Адаменко А. В., Кононенко Ж. А.
Формування цифрової економічної
політики в діловому середовищі 310

Клиба А. І., Кононенко Ж. А.
Фактори забезпечення конкурентних
позицій в умовах ризику 314

Кужим В. А., Наумов Е.О., Кононенко Ж. А.
Принципи і методи фінансового планування 316

Михайліченко О. О., Рогоза М. Є.
Реінжиніринг бізнес-процесів економічного об'єкта:
формування процесів виховання та мотивації..... 320

Панько А. Ю., Лизун Р. Б., Кононенко Ж. А.
Методи оцінювання діяльності
підприємства в умовах ризику 322

Песцов В. В., Рогоза М. Є.
Інформаційно-аналітичне забезпечення
економічної безпеки підприємства 326

Пилипенко Т. М., Миколенко І. Г.
Управління розвитком конкурентного
потенціалу підприємства 329

СЕКЦІЯ 8 МЕНЕДЖМЕНТ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Багацька С. Р., Білінська О. П.
Управління поведінкою персоналу підприємства..... 332

Baranchuk Y., Petrutsii D., Chornobai E.,
Beridze G., Koziura I.
Formation of a system of business processes and management of
economic security of the enterprise on the basis of a project-
oriented approach in the context of sustainable development 334

Бейдик А. Ю., Кужель Н. Л.
Управління стресами в організації в умовах війни 336

Беляєва А. М., Власенко В. А.
Роль і місце основних засобів у
процесі управління підприємством..... 338

Vovk D. S., Salun M. M.
The impact of digital transformation
on enterprise operational strategies 340

Гаріфуліна В. В., Гусаковська Т. О.
Патентно-кон'юнктурні дослідження
при проведенні конкурентної розвідки 342

Грабовий В. Н., Бондар-Підгурська О. В.
Соціальний проєкт як ефективна форма
реалізації інноваційної моделі розвитку
економіки України в умовах нинішніх реалій 344

Зяблова Є. В., Козюра І. В.
Інноваційна діяльність підприємства 348

Kornilova A., Volka A., Husakovska T.
Psychological qualities of the manager as a personality 350

Коротких І. Д., Власенко В. А.
Особливості управління капіталом
підприємства у трансформаційний період 352

Levchenko V., Sheremetyeva P., Komara V., Shymanovska-Dianych L.
Management of enterprise assets 355

Мамчій Ю. І., Франів І. А.
Роль стратегічного планування в
підприємницькій діяльності 357

Оносов С. О., Єжелий Ю. О.
Управління маркетинговою діяльністю компанії 359

Pokusa D., Kozlovska M., Shymanovska-Dianych L.
Cash flow management enterprises 361

Попова Д. В., Тягунова З. О.
Інформаційне забезпечення системи
управління підприємством 363

Процик О. О., Франів І. А.
Шляхи оптимізації внутрішньовиробничого
транспортування вантажів 366

Рой Ю. О., Кужель Н. Л.
Особливості управління віртуальною командою 368

Свистунов Н. І., Чайка І. П.
Комунікаційна політика підприємства 370

Федосюк Р. А., Гусаковська Т. О.
Організаційна культура як важлива складова
внутрішнього середовища підприємства..... 372

Shevchenko A. R., Salun M. M.
Time management tools for planning
the company's operational activities 374

СЕКЦІЯ 9 ЛІДЕРСТВО ТА ОСОБИСТІСНИЙ РОЗВИТОК

Мосієнко Є. В., Нестуля С. І.
Методи та засоби ефективної комунікації 378

Мотренко В. В., Нестуля С. І.
Шлях до лідерства. Стів Джобс 380

Фелоненко А. Ю., Рудич Л. В.
Роль емоційного інтелекту лідера в кризових умовах 382

СЕКЦІЯ 10 УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЗМІН

Андрійченко Е. М., Шаповалов В. О.
Оцінка кадрової безпеки підприємства
як елемент кадрової політики..... 384

Голубицький В. В., Шаповалов В. О.
Демографічний аспект оцінки ресурсного
потенціалу територіальної громади..... 386

Гонтар М. С., Костишина Т. А.
Актуальні проблеми та перспективи розвитку
соціально-трудових відносин в умовах змін..... 388

Кабашна В. В., Шаповалов В. О.
Механізм функціонування ринку праці на макрорівні 390

Кісільов А. О., Тужилкіна О. В.
Аутсорсинг як технологія управління персоналом 392

Корост О. О., Костишина Т. А.
Кар'єрне зростання: теорія та сучасні практики 395

Лісний М. М., Шаповалов В. О.
Внутрішньоорганізаційні конфлікти та їх класифікація..... 396

Максименко Є. С., Саврас І. З.
Підвищення рівня емоційного інтелекту менеджерів
підприємства як чинник успішності його діяльності..... 398

Олійник М. Р., Шаповалов В. О.
Етапи стратегічного планування
розвитку територіальної громади 400

Твердохліб П. О., Тужилкіна О. В.
Розвиток персоналу: технології та ефективні рішення..... 402

Черкашина В. В., Шаповалов В. О.
Показники демографічної оцінки персоналу підприємства 404

Шевченко В. О., Шаповалов В. О.
Стратегія і тактика кадрової політики підприємства..... 406

Шелехов О. О., Козюра І. В.
Інструменти впливу муніципального
менеджменту на місцевий економічний ринок 409

Штерман Ю. С., Тужилкіна О. В.
Мотиваційна політика як чинник
позитивного іміджу підприємства 411

Юрченко О. В., Тужилкіна О. В.
Корпоративна культура та її значення
в управлінні персоналом..... 414

СЕКЦІЯ 11 КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, МАТЕМАТИКА ТА ФІЗИКА

Бабарь Є. Р., Петренко Ю. О.
Створення гри пінг-понг на Arduino..... 417

Бойко В. О., Парфьонова Т. О.
Реалізація навчального чат-боту на платформі Telegram для вивчення теми «Елементи комбінаторики» з дисципліни Дискретна математика 419

Варава А. В., Черненко О. О.
Дослідження методів розробки програмного забезпечення для формування збірника науково-практичного семінару «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» 421

Вовк О. В., Олексійчук Ю. Ф.
Використання штучного інтелекту для виявлення шкідливих веб-адрес 423

Козуб М. В., Ольховська О. В., Кошова О. П.
Особливості розробки автоматизованого агрегатора пошуку вакансій в IT сфері 426

Комар І. І., Кошова О. П.
Особливості розробки платформи для ведення блогу викладача 428

Копитов С. С., Чілікіна Т. В.
Розробка веб-додатку системи миттєвого обміну повідомленнями «Simplify» 430

Костик А. С., Парфьонова Т. О.
Створення інноваційної платформи для виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Дискретна математика» 431

Коцюба Р. О., Парфьонова Т. О.
Дослідження методів програмної реалізації для пошуку найкоротшого шляху графа 433

Кравченко Р. Ю., Парфьонова Т. О.
Створення програмного забезпечення для управління базою даних випускників спеціальності «Комп'ютерні науки» 436

Lysenko D., Tur M., Olkhovska O.
Methods for detecting and neutralizing Rootkits in Linux operating systems: challenges of modern cybersecurity 438

Лушина А. А., Ткачов В. В., Оріхівська О. Г.
Використання мобільних технологій для забезпечення якості освіти в Полтавському університеті економіки та торгівлі..... 440

Марченко П. Г., Черненко О. О.
Програмна реалізація інтерактивної навчальної гри з теми «Функції» 444

Михайліченко О. В., Ольховська О. В.
Розробка мобільної гри «Warsiege» з економічним ухилом..... 445

Мусійченко Д. С., Ольховська О. В.
Проєктування та розробка персоналізованого особистого веб-блогу з використанням React.js та Express.js 447

Сірик В. С., Чілікіна Т. В.
Програмна реалізація навчального симулятора з теми «Евклідові комбінаторні множини переставлень» з дисципліни «Елементи комбінаторної оптимізації»..... 449

Супрун С. Г., Кошова О. П.
Кібербезпека в бізнес секторі: DDoS та інші загрози 451

Тацій Д. С., Кошова О. П.
Цифровізація організації життя 454

Царук О. В., Шворов С. А.
Інтеграція штучного інтелекту та інтернету речей в процес виробництва біогазу..... 457

СЕКЦІЯ 12 МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ: СУЧАСНИЙ ЗМІСТ

Баішев М. І., Степанюк Ю. О., Захаренко-Селезньова А. М.
Цифрова економіка України: проблеми та перспективи..... 459

Білоус В. С., Головчук Ю. О.
Стратегічне використання інструментів інтернет технологій 460

Бургело І. А., Головчук Ю. О.
Тенденції розвитку цифрового маркетингу 462

Гарець З. В., Трайно В. М.
Міжнародна практика визначення зірковості готелів 465

Любченко Ю. В., Захаренко-Селезньова А. М.
Особливості маркетингу в косметичній галузі 467

Максименко А. М., Яловега Н. І.
Особливості сучасних рекламних технологій 469

Ніщенко А. С.,Трайно В. М.
Дослідження поведінки споживачів
в умовах діджиталізації..... 471

Норка О. В., Яловега Н. І.
Використання інноваційних
маркетингових стратегій для стартапів 473

Присяжнюк В. Ю., Захаренко-Селезньова А. М.
Сучасні маркетингові тренди на
підприємствах роздрібної торгівлі..... 475

Самофал В. В., Трайно В. М.
Як вплину війна на beauty-індустрію 477

Тверда К. А., Головчук Ю. О.
Радіореклама як засіб масової комунікації 479

Ткаченко А. І., Трайно В. М.
Дослідження моделей поведінки споживачів 481

Тодоров М. М., Карпенко Н. В.
Маркетинг у бізнесі..... 483

Торяник В. В., Карпенко Н. В.
Маркетингова аналітика: сучасний вимір 485

Федоряк А. В., Яловега Н. І.
Маркетинг соціальних інновацій 487

СЕКЦІЯ 13 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТОВАРОЗНАВСТВА, БІОТЕХНОЛОГІЇ, ЕКСПЕРТИЗИ ТА МИТНОЇ СПРАВИ

Банк А. В., Флока Л. В.
Біотехнології отримання антиоксидантів..... 490

Горбачов М. С., Офіленко Н. О.
Критерії ідентифікації та способи
фальсифікації цукрової кукурудзи 492

Гур'янова В. В., Кириченко О. В.
Аналіз експертних послуг, що надаються
торгово-промисловими палатами 494

Деменчук А. О., Флока Л. В.
Особливості отримання органічного
кокосового молока методами біотехнології 497

Коценко К. Ю., Гнітій Н. В.
Фізико-хімічні параметри морозива:
вплив на якість та консистенцію 499

Мисько Ю. І., Сапожник Д. І.
Тенденції в дослідженні обігу контрафактних
товарів в міжнародній торгівлі 501

Островерха Н. В., Флока Л. В.
Оцінка якості органічного морозива 503

Педюра І. О., Флока Л. В.
Біотехнології при виробництві йогуртів 505

Петрига Н. О., Сапожник Д. І.
Адміністративні бар'єри під час проходження
митного контролю товарів, що містять
об'єкти інтелектуальної власності 508

Попов П. І., Кириченко О. В.
Особливості митного оформлення міжнародних
поштових та експрес-відправлень 510

Смірнов Д. В., Флока Л. В.
Сучасне вчення про біосферу В. І. Вернадського 512

Спасибожко М. В., Гнітій Н. В.
Безлактозне молоко: шлях до здорового харчування 514

Ставицький О. О., Флока Л. В.
Особливості органічного вершкового масла 516

Торубара Ю. О., Флока Л. В.
Тенденції ринку органічних харчових продуктів 518

Федоренко К. А., Кириченко О. В.
Практика судових спорів з митницею в Україні 521

СЕКЦІЯ 14 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Аліпатов А. С., Рогова Н. В.
Increase the competitiveness of a hotel 524

Балан Д. О., Володько О. В.
Сучасний стан та перспективи розвитку
курортних готелів в Івано-Франківському регіоні 527

Баланов Д. М., Володько О. В.
Вплив воєнного стану в Україні на
готельний бізнес Миколаївського регіону 529

Бужинська Є. О., Володько О. В.
Перспективні додаткові послуги курортних готелів..... 531

Гаращенко М. В., Володько О. В.
Сучасний стан впровадження соціальних інновацій
в готельних господарствах Полтавського регіону 534

Гасан І. Ю., Кирніс Н. І.
Особливості реклами в готельному
бізнесі та шляхи її удосконалення 536

Гирман В. О., Кирніс Н. І.
Якість обслуговування в закладах
готельно-ресторанного бізнесу Болгарії 539

Гомілка Д. С., Кирніс Н. І.
Застосування PR-технологій у готельному бізнесі 541

Гонтар Я. В., Капліна Т. В.
Застосування інструментів інноваційного маркетингу на
прикладі готелю «Piring Golf & SPA», Болгарія..... 544

Грицак Л. М., Капліна Т. В.
Напрями удосконалення клінінгових послуг у готелях..... 546

Дзюба А. О., Капліна А. С.
Управління ресторанним бізнесом України під час кризи..... 548

Дудка Є. Р., Кущ Л. І.
Актуальні напрямки та можливості розвитку готелів, спрямованих на відпочинок і оздоровлення 550

Жданова В. В., Капліна А. С.
Особливості конкурентної боротьби закладів ресторанного господарства України..... 553

Зайчикова М. В., Володько О. В.
Перспективи бюджетних засобів розміщення на ринку послуг в Україні..... 555

Захарова В. О., Володько О. В.
Використання філософії кайдзен для удосконалення корпоративної культури підприємства готельного господарства 557

Зінченко В. О., Капліна Т. В.
Технологія «Блокчейн» в готельному бізнесі України 559

Зубко В. С., Кирніс Н. І.
Сучасний стан і тенденції розвитку підприємств ресторанного господарства 561

Касіменко А. О., Кирніс Н. І.
Підвищення ефективності мотивації персоналу служби харчування та напоїв готелю «Дежа вю» 564

Кіріченко С. В., Кирніс Н. І.
Методи удосконалення надання додаткових послуг у готелі «Портфіно» у місті Одеса 567

Клюєва У. Ю., Рибакова С. С.
Досвід надання послуг кейтерінговими компаніями в Україні 569

Ковш О. І., Капліна А. С.
Удосконалення діяльності готелів за рахунок еко-технологій 571

Кожушко А. О., Рогова Н. В.
Еталон стандартів обслуговування 573

Кондрачук К. А., Володько О. В.
Принципи та композиційні прийоми архітектурно-просторової організації курортних готелів 575

Коршун Є. С., Кирніс Н. І.
Критерії вибору систем бронювання для готелів 577

Кузуб В. В., Кущ Л. І.
Підвищення ефективності роботи
служби номерного фонду готелю 580

Кулик А. Ю., Кирніс Н. І.
Удосконалення послуг харчування у готельно-
ресторанному комплексі «Заграва» у місті Дніпро 582

Малецька І. С., Кущ Л. І.
Оптимізація роботи служби прийому і
розміщення в готельній індустрії..... 584

Михайлик М. В., Кирніс Н. І.
Удосконалення матеріально-технічної
бази готелю «Мир» у місті Києві 587

Мірзоєва В. І., Кущ Л. І.
Ефективність системи мотивації як стратегічний
ресурс у готельно-ресторанному бізнесі 589

Москаленко А. С., Кирніс Н. І.
Застосування іммерсивних технологій
у готельному бізнесі 592

Мусієць Л. М., Кирніс Н. І.
Вплив соціально-психологічного клімату на
рентабельність у готельно-ресторанній індустрії..... 595

Ніконорова С. Ф., Кирніс Н. І.
Удосконалення якості надання послуг харчування у
ресторані апарт-готелю «Містерія» у місті Харкові 598

Новосад Л. С., Кущ Л. І.
Додаткові послуги як невід’ємна
складова готельного бізнесу..... 600

Однороб М. Є., Кирніс Н. І.
Аналіз відгуків споживачів готельно-туристичного
комплексу «Придеснянський» у місті Чернігові 602

Окіпна А. А., Рогова Н. В.
Інновації додаткових послуг в готелях..... 604

Олійник І. В., Турчиняк М. К.
Сучасні кулінарні тренди у закладах
ресторанного господарства..... 607

Осіпенко Д. А., Кущ Л. І.
Коворкінг як інноваційний спосіб організації робочого
простору у підприємствах готельного господарства 609

Падура А. А., Дудник С. О.
Інноваційні анімаційні технології в індустрії гостинності..... 611

Панасенко П. Є., Кирніс Н. І.
Аналіз матеріально-технічної бази готелю
«Надія» у місті Івано-Франківськ 614

Плотникова М. А., Капліна А. С.
Тенденції та виклики ресторанної галузі України 616

Поляк А. Г., Кирніс Н. І.
Аналіз якості обслуговування в ресторанах
з рибною концепцією місті Полтава..... 618

Проценко Р. В., Кущ Л. І.
Диверсифікація послуг в індустрії гостинності..... 620

Рогач Ю. О., Кирніс Н. І.
Удосконалення діяльності готельно-ресторанного
комплексу «Україночка» у місті Кривий Ріг 622

Солдатенко О. В., Тюрікова І. С.
Системи управління якістю в окремих
країнах: стан та перспективи..... 624

Соломаха К. О., Кущ Л. І.
Інтелектуальна автоматизація в ресторанному
бізнесі: технологічна революція та її вплив..... 627

Стойка Я. В., Дудник С. О.
Проблеми та пріоритетні напрями розвитку
санаторно-курортного комплексу України..... 630

Ткаченко В. С., Кущ Л. І.
Модернізація сервісу готелю: стратегія
удосконалення служби номерного фонду 633

Філіпповський А. В., Рогова Н. В.
Тенденції розвитку готельно-ресторанного
бізнесу споживчої кооперації України 635

Чернега О. Є., Кущ Л. І.
Організація надання додаткових послуг готелю
«Тернопіль» в умовах воєнного стану 637

Шевченко Д. В., Кущ Л. І.
Сучасні інструменти просування готелю з
використанням соціальних мереж 640

Шрам А. С., Капліна Т. В.
Перспективи впровадження соціальних
інновацій в готелях України 642

Юско Я. О., Кущ Л. І.
Стратегії удосконалення роботи служби прийому
і розміщення гостей готелю «Глобус» у місті Тернопіль 644

СЕКЦІЯ 15 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Задорожна А. С., Решетилов А. Р., Тараненко О. О.
Тенденції розвитку сфери туризму у Київській області 648

Оливенко О. А., Тараненко О. О.
Особливості розвитку сільського зеленого
туризму в Чернігівській області 650

Піпіч В. А., Гурт М. С., Тараненко О. О.
Взаємозв’язок та взаємодія подієвого та гастрономічного
туризму на туристичному ринку України 652

Фісанович О. К., Карпенко Н. М.
Перспективи післявоєнного розвитку
екологічного туризму у Херсонській області 655

СЕКЦІЯ 16 АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ І РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Ареф'єв В. В. Бородай А. Б.
Вплив харчування на мікробіом кишківника та здоров'я людини 658

Багаєв Є. А., Бородай А. Б.
Тенденції та напрямки розвитку стріт-фуду в Україні 660

Бородай О. В., Хомич Г. П.
Перспективи застосування продуктів переробки хеномелесу та кизилу у технології маринування дичини 662

Бутко Р. А., Гередчук А. М.
Розроблення рецептур дієтичних холодних соусів 665

Винник В. В., Стукальська Н. М.
Переваги удосконалення емульсійних соусів продуктами переробки молока 666

Герман А. В., Хомич Г. П.
Вплив інноваційних інгредієнтів на показники якості напоїв 667

Діденко А. В., Гередчук А. М.
Розроблення рецептур солодких страв дієтичного спрямування 669

Жентичка М.-М. В., Палько Н. С.
Удосконалення технології страв з м'яса 671

Клягін Ю. В., Бурлуцька С. В.
Шляхи вдосконалення бізнес процесів підприємства харчової промисловості..... 673

Кудінов А. В., Наконечна Ю. Г.
Розробка технології виробництва січених напівфабрикатів з використанням шроту гарбузового насіння 675

Лисюк О. П., Омельченко М. С., Бахлуков Д. О., Кузьмін О. В., Дударєв І. М.
Поліпшення якості соусів: антиоксидантна дія гарбузового пюре та настою кордицепсу 677

Литвин М. А., Хомич Г. П.
Інноваційні підходи до формування меню закладів ресторанного господарства..... 679

Мазнюк С. Ю., Палько Н. С.
Удосконалення технології шоколаду 682

Наконечний К. Р., Наконечна Ю. Г.
Метод експертних оцінок в наукових дослідженнях 684

Пилипенко С. М., Кирик М. О.
Способи розширення асортименту кисломолочної продукції 687

Подойнік Ю. В., Хомич Г. П.
Шляхи удосконалення роботи закладів ресторанного господарства..... 691

Рева Ю. В., Бородай А. Б.
Мікробіологічні аспекти якості твердих сирів 693

Святелик О. В., Хомич Г. П.
Бузина чорна в технології харчових продуктів 696

Смаровоз Ю. В., Бородай А. Б.
Фізіологія стресу та харчування як один із чинників його подолання..... 698

Тесленко Є. В., Жванко К. О., Гередчук А. М.
Розроблення технології дієтичної пасхальної випічки 700

Фефелов Д. В., Наконечна А. С., Михайлов Б. В., Дударєв І. М., Кузьмін О. В.
Впровадження стандартів НАССР у закладах ресторанного господарства..... 702

Щербань Т. О., Горобець О. М.
Удосконалення технології оздоблювальних напівфабрикатів за рахунок використання рослинної сировини 704

Юрко Я. О. Гередчук А. М.
Розроблення рецептури безлактозного заварного крему..... 706

Яковлєва В. Ю., Бородай А. Б.
Гастрономічний екскурс в історію
виникнення національної кухні..... 707

СЕКЦІЯ 17 ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ В СУЧАСНОМУ ПЕДАГОГІЧНОМУ ПРОЦЕСІ ЯК СКЛАДОВА НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ

Вятчина Ю. О., Кучка К. О., Усанов І. В.
Гламур в українському маркетингові 711

Данилейко М. О., Усанов І. В.
Маркетинг та розбудова образу
української національної ідентичності..... 713

Загривий М. М., Сарапин В. В.
Образи юристів та правнича проблематика
у творчості Івана Франка 716

Каневський М. С., Іщенко В. Л.
Fostering of national identity and
citizenship during English classes 719

Ковальов М. Д., Сарапин В. В.
Історія Покровська в подіях і постатях 721

Максюта А. В., Панько А. Ю., Рогоза М. Є.
Економічна та національна безпека в умовах
Індустрії 4.0: фактори патріотичного виховання в
навчальному та науковому процесах..... 725

Пасічніченко С. В., Петренко І. М.
Історія села Гоголеве на Полтавщині:
від нестабільності до розквіту 727

Посполітак Д. А., Петренко І. М.
Скульптор Микола Корнійович Посполітак у
культурному просторі Полтави..... 729

Смірнов Д. В., Флока Л. В.
Патріотичне виховання молоді в період війни 731

Стріленко В. І., Сарапин В. В.
Степан Бандера як публіцист та оратор 733

Трус Д. Р., Офіленко Н. О.
Основні підходи до патріотичного виховання студентів освітньої програми «Експертиза та митна справа» в Полтавському університеті економіки і торгівлі..... 737

Халявка Г. В., Ольховська О. В.
Патріотичний код: ІТ та виховання в дусі національної гордості 739

Шелюг К. В., Логвин М. М.
Зростання актуальності патріотичного виховання молоді 741

СЕКЦІЯ 18 ПСИХОЛОГІЯ. ПЕДАГОГІКА. ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА І СПОРТ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

Білодід М. С., Васецький І. А.
Самостійні заняття з оздоровчого фітнесу в домашніх умовах 744

Верхогляд В. В., Алєксєєва Г. М.
Відкритість до майбутнього – як комп'ютерні технології допомагають у вивченні та збереженні культурної спадщини через українську мову 746

Гаріфуліна В. В., Тодорова І. С.
Активізація ресурсів стресостійкості засобами арттерапії 750

Гонтар М. С., Васецький І. А.
Вплив занять сквошем на організм людини та його характеристика, як виду спорту 753

Грушицький Б. А., Пивоварська К. К.
Діловий етикет молодого викладача: ключові аспекти та стратегії успіху 754

Дробина С. І., Тодорова І. С.
Діагностика та корекція розладу дефіциту
уваги та гіперактивності у дорослих 757

Єфименко А. Р., Яланська С. П.
Резильєнтність здобувачів вищої освіти
в умовах повномасштабної війни..... 759

Заплішна Б. А., Тюганова М. С.
Аналіз емоційного стану у судовій психології 761

Корнілова А. В., Шара С. О.
Психологічні засади створення безпечного
та інклюзивного освітнього середовища..... 764

Косарева Л. С., Тодорова І. С.
Психологічні чинники виникнення емоції
заздрості та її опрацювання засобами арттерапії 766

Левченко Л. Л., Васецький І. А.
Лікувальна фізична культура та реабілітація
після захворювань ендокринної системи 768

Могила М. В., Пивоварська К. К.
Корпоративна культура у Starbucks..... 770

Могильний Д. В., Симоненко Н. О.
Особливості оздоровчого
фітнесу в тренажерному залі 772

Перепеляк Д. Ю., Тодорова І. С.
Особливості прояву та умови подолання
булінгу в закладах вищої освіти..... 774

Плешанова В. Ю., Алєксєєва Г. М.
Інформаційно-комунікативні технології
в мовній і літературній освіті 777

Фелоненко А. Ю., Пивоварська К. К.
Соціальний конфлікт в серіалі «#Школа»..... 780

СЕКЦІЯ 19 СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

Кіндрат К. К., Франів І. А.
Оцінювання доцільності проєктування
логістичного відділу на підприємстві..... 783

Крутяк Д. М., Демидчук Л. Б.
Флористичний бізнес в Україні:
проблеми та можливості 785

Мажура Ю. В., Місюкевич В. І.
Особливості формування соціально-психологічного
портрету сучасного підприємця 787

Макосов О. К., Місюкевич В. І.
Проблеми сучасної транспортної логістики 789

Новохатка А. М., Місюкевич В. І.
Вплив функцій малих підприємств на їх
економічний та соціальний розвиток 791

Посполітак Д. А., Юрко І. В.
Організація бізнесу з продажу та ремонту
велосипедів бренду «ТВІЙ БАЙК»..... 793

Сніжко П. В., Грачов Є. О., Сорокіна С. В.
Електронна логістика як сучасний
підхід у організації торгівлі 795

Шевчук Б. А., Михайленко О. М.
Комерційна таємниця як складова безпеки підприємства..... 797

Щелкунова А. В., Бандеберя С. В., Юрко І. В.
Проєкт створення та продаж дитячих в’язаних іграшок 799

ДІЯЛЬНІСТЬ НАВЧАЛЬНОГО ЮРИДИЧНОГО ЦЕНТРУ «ПРАВОВА СТУДІЯ» ПОЛТАВСЬКОГО УНІВЕРСИТЕТУ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Єлизавета Вісич, *студентка спеціальності Право, група ПР б-21*
Вікторія Орел, *старший викладач кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Унаслідок повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну, з'явилася потреба у цілодобовому захисті прав людини [10]. В умовах воєнного стану надання безоплатної правничої допомоги є затребуваним в суспільстві. Актуальними є питання щодо отримання статусу внутрішньо переміщеної особи (далі – ВПО), поновлення документів, отримання соціальних послуг тощо. В Україні людина, її життя честь та гідність визнаються найвищою соціальною цінністю [1]. Держава забезпечує захист прав людини і громадянина у судовому порядку. Громадяни потребують роз'яснення їх прав і обов'язків та фахового консультування.

На сьогодні поширеними є випадки, коли людина не може собі дозволити послуги приватного адвоката, тож вона потребує безоплатної правничої допомоги. Особливу увагу слід приділити дітям, котрі постраждали внаслідок збройної агресії. Багато з них залишились дітьми-сиротами, які не мають житла та рідних. Вони потребують соціальної, психологічної та правничої допомоги. Внаслідок воєнних дій, більшість з них отримали поранення, каліцтво, і тепер потребують додаткового захисту з боку держави. Відповідно до чинного законодавства України, держава гарантує доступ дітей до правничої допомоги. Нам відомо, що діти легко піддаються психологічному впливу, тому ми маємо допомагати їм та створювати комфортні умови для надання правничих консультацій, аби діти відчували себе у безпеці [9].

Мешканці тимчасово окупованих територій також потребують захисту з боку держави, як громадяни України. Відповід-

но до Закону України «Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України», вони мають право на отримання правничої допомоги [3].

Усі громадяни України без виключень потребують правничої допомоги з різних юридичних питань. Нині цю потребу забезпечують юридичні клініки закладів вищої освіти, створені при правничих школах. У Полтавському університеті економіки і торгівлі функціонує навчальний юридичний центр «Правова СТУДіЯ» (далі – «Правова СТУДіЯ»), до якого всі охочі можуть звернутися за отриманням юридичної консультації.

Навчальний юридичний центр «Правова СТУДіЯ» Полтавського університету економіки і торгівлі є базою для проходження навчальної практики студентів другого курсу спільно зі студентами старших курсів першого (бакалаврського) та студентами другого (магістерського) рівнів вищої освіти, які надають правничу допомогу під керівництвом викладачів [8].

«Правова СТУДіЯ» у своїй діяльності керується Положенням про навчальний юридичний центр та Законом України «Про безоплатну правничу допомогу», який визначає підстави та порядок надання безоплатної правничої допомоги [2]. В умовах дії правового режиму воєнного стану навчальний юридичний центр продовжує надавати безоплатну первинну правничу допомогу офлайн та онлайн. Студенти-практиканти удосконалюють свої знання шляхом участі у тренінгах, вебінарах, проходження курсів, опитувань та здійсненні інших видів діяльності.

В умовах воєнного стану відбуваються зміни у законодавстві, передусім пов’язані з євроінтеграцією України, порядком приватизації земельної ділянки, отримання пільг, соціальної допомоги та інші. Відповідно, клієнти звертаються за роз’ясненнями щодо порядку оформлення/переоформлення земельних ділянок, будинків, отримання соціальної допомоги та інших питань [4].

Указом Президента України № 64/2022 передбачається тимчасове обмеження конституційних прав і свобод людини та громадянина, передбачених статтями 30–34, 38, 39, 41–44, 53 Конституції України, а також упровадження тимчасових обмежень прав і законних інтересів юридичних осіб [5]. Зокрема, йдеться про право на вільне пересування, недоторканність житла, таємницю листування, втручання в особисте і сімейне життя та інші.

Правопросвітницька діяльність навчального юридичного центру «Правова СТУДіЯ» спрямована насамперед на ознайомлення відвідувачів із можливостями захисту своїх прав і свобод та підтримку у їх реалізації.

Таким чином, юридичні клініки відіграють важливу роль у наданні правничої допомоги [6]. «Правова СТУДіЯ», діючи за системою *pro bono*, забезпечує доступ населення до безоплатної правничої допомоги та виконує правопросвітницьку функцію [7].

Список використаних інформаційних джерел

1. Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. URL: http://surl.li/iepa.
2. Про безоплатну правничу допомогу : Закон України від 02.06.2011 р. № 3460-VI. URL: http://surl.li/asidw.
3. Про забезпечення прав і свобод громадян та правовий режим на тимчасово окупованій території України : Закон України від 15.04.2014 р. № 1207-VII. URL: http://surl.li/rdusu.
4. Про правовий режим воєнного стану : Закон України від 12.05.2015 р. № 389-VIII. URL: http://surl.li/blyne
5. Про введення воєнного стану в Україні : Указ Президента України від 24.02.2022 р. № 64/2022. URL: http://surl.li/bqxpg.
6. Типове положення про юридичну клініку вищого навчального закладу України : затв. наказом Міністерства освіти і науки України № 592 від 3 серпня 2006 р. URL: http://surl.li/cfmfj.
7. Положення про проведення практики студентів вищих навчальних закладів України : затв. наказом Міністерства освіти України № 93 від 08 квітня 1993 р. URL: http://surl.li/pzqnd.
8. Положення про навчальний юридичний центр «Правова СТУДіЯ» Полтавського університету економіки і торгівлі, затверджене рішенням Вченої ради Полтавського університету економіки і торгівлі, протокол № 9 від 30 червня 2023 р. URL: http://surl.li/pxgnb.
9. Литвин О. Л. Особливості надання безоплатної правової допомоги населенню в умовах воєнного стану. *Juris europensis scientia*. 2022. № 2. С. 76–82. URL: http://surl.li/rcdgx.
10. Орлова О. О. Діяльність юридичних клінік в умовах воєнного стану. *Юридична клінічна практика: становлення, сучасний стан та перспективи розвитку :* матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Дніпро, 22 листоп. 2022 р.). Дніпро : ДДУВС, 2022. С. 148–150. URL: http://surl.li/pyphv.

І МУЗИКА МОЖЕ СТАТИ ЗБРОЄЮ

В. М. Ряднина, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-11*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор завідувач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Патріотичне виховання починається з усвідомлення цінності Батьківщини. Тому одним з найважливіших завдань сучасної освіти є формування понять Батьківщина та Вітчизна.

Головними напрямами патріотичного виховання молоді постають такі:

- ставлення до держави;
- ставлення до суспільства;
- ставлення до культури;
- ставлення до професії;
- ставлення до власної особистості.

У процесі дослідження нами було встановлено, що розвиток особистості органічно пов'язаний з її ставленням до музики. Визначено таку закономірність: спілкування з музикою підвищує громадянський і духовний потенціал людини. Його активний розвиток сприяє формуванню патріотичних цінностей особистості, що активізують суспільно-громадську діяльність і виконання певних соціальних ролей. Інакше кажучи, музика формує внутрішній світ особистості і водночас впливає на її поведінку [1].

Але сучасний стан, у якому опинилася вся Україна, як ніколи спрямовує молодь на музичні вислови, на знання історії Української пісні. В ході досліджень було визначено, що наша музична історія, так само як і вся духовна спадщина України, постійно піддавалась насиллю з боку спочатку царської, а потім в неймовірних масштабах – комуністичної влади.

Процес руйнування Української музичної культури відбувався за трьома напрямами:

1. Фізичне знищення яскравих талановитих особистостей, композиторів, виконавців, дослідників тощо.

2. Переманювання обдарованих музикантів, крадіжка творів українських композиторів та популярних пісень.

3. Цілеспрямоване викривлення усієї повноти української музичної культури, її різноманітності та зведення до одного найпримітивнішого стереотипу [2].

Досліджуючи історичні віхи розвитку української пісні, було встановлено, що спостерігалися і фізичне переслідування і знищення талановитих українських музикантів, співаків, авторів національних, патріотичних пісень, що прославляли Україну та її національні традицію. Українська пісенна нація довгі роки стиралася з лиця землі. І тут постає доречним назвати тих, хто постраждав у війні за свободу української творчості – Максим Березовський, Артемій Ведель, Микола Леонтович, Гнат Хоткевич, Василь Верховинець, Володимир Івасюк, Ігор Білозір, Андрій Кузьменко (Кузьма Скрябін) та багато інших. Звісно – перелік не скінчений, але ми згадали саме тих, хто найбільш агресивно був сприйнятий «рідними братами».

А тепер повернемося до тих відомих творів, що були написані сучасними Українськими композиторами і виконавцями своїх пісень.

Володимир Івасюк – геніальний композитор та співак, який зробив українську естраду відомою на весь світ. За фахом медик, а за покликанням – скрипаль, піаніст, віолончеліст, гітарист і автор пісень, які він відмовлявся писати російською мовою. Історія його смерті у Брюховицькому лісі під Львовом досі є таємницею, і винні в імовірному вбивстві не названі й не покарані.

Ігор Білозір – видатний український композитор та лідер вокально-інструментального ансамблю «ВІА Ватра» родом з Радехова на Львівщині. Його життя раптово обірвалось у 45 років: композитора до смерті побили двоє росіян, за те, що він своїми піснями заважав слухати радянський шансон.

Андрій Кузьменко (Кузьма Скрябін) – мав активну політичну позицію та фінансово допомагав бійцям АТО. Також він відвідував лікарні, де лікувалися українські бійці. Уранці 2 лютого 2015 Андрій Кузьменко загинув унаслідок автокатастрофи, яка сталася біля села Лозуватка Криворізького району Дніпропетровської області. Правдива історія ДТП досі не встановлена. І досі його сміливі пісні лунають у всьому світі.

Але ні які фашистські випадки не зламають віру і впевненість у подальше існування Української нації. А Українські пісні завжди будуть поміж нас!!!

Список використаних інформаційних джерел

1. Волошин П. М., Волошина Г. П., Уманський державний педагогічний університет ім. Павла Тичини. Роль музики у патріотичному вихованні школярів. URL: https://dspace.udpu.edu.ua/bitstream.pdf.
2. https://zaxid.net/yak_rosiya_znishhuvala_ukrayinskih_muzikantiv_n1538893.

IS AUSTRALIAN ENGLISH MORE LIKE BRITISH OR AMERICAN?

***А. В. Циніцкий**, студент спеціальності Філологія, група ФІЛ б-41*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

When you are asked to write in English, you do not think about the type or dialect you are supposed to write in. However, this is very important. Despite the similarities between the Australian, British, and American versions, they are not easy to sort out.

In fact, it makes sense to turn to the original source. The Australian version of English began to be recognized and separated from the British version in 1820, only 32 years after the founding of the colony of New South Wales. The first settlers on the continent were people of lower social classes, convicts, exiles, and people without education. They were speakers of urban dialects and jargons. And it was their children who created the unique Australian dialect of English. However, lack of education was not the only factor that influenced the formation of Australian English. There were other factors as well: natural conditions, economic situation, interpenetration of cultures and languages. At one time, both Britain and America had a great influence on the formation of the language in Australia. It would seem that the indigenous population of the island should have had a huge impact on the formation of the language, but in fact, only a small number of authentic words were borrowed from the aborigines like boomerang, dingo, kangaroo, koala.

Australia was colonized two centuries later than America, explaining why the accent of Australian English is more like British. Nevertheless, American English became very popular in Australia later, which influenced its pronunciation.

In addition to the pronunciation, intonation can differ greatly from country to country. For example, if a person asks a yes/no question in American English, their voice rises at the end. But if a person asks the same question in Australian or British English, their voice will drop!

Pronunciation can be challenging. American English is known for its distinct /**r**/ sound, while British or Australian English loses the /**r**/ sound if it is at the end of a word or syllable. Also, when spelling words, Australians tend to refer to the British versions of words, like **biscuits, fringe, supermarket** and not **cookies, bangs** and **grocery store.**

The lexical unique character of Australian English lies in its slang, the most noticeable feature of which is the use of diminutives. It is believed that there are about five thousand of them in the language. For some reason, Australians do not like long words and often shorten them in various ways. It became a real challenge for tourists to understand some of them. The Assies, as they call themselves, have changed the word "barbecue" to "barbie" and "mosquito" to "mozzie".

We have noted that Australian English is more similar to British English than to American English when it comes to pronunciation, spelling, and grammar. But Australian English also has a significant similarity to American English. But at the same time, Australian English is a unique variant of the language with words and expressions that are understandable only to the residents of this continent.

References

1. https://en.wikipedia.org/wiki/Australia.
2. https://opentalk.org.ua/langstory/aussie-english-avstralijska-anglijska/

ЗНАЧЕННЯ ЛІДЕРСТВА У РОЗВИТКУ СТУДЕНТСЬКОГО САМОВРЯДУВАННЯ

***Є. В. Шестопал**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС Б-11*
***С. І. Нестуля**, д-р пед. наук, доцент, професор кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Лідерство відіграє важливу роль у розвитку студентського самоврядування, що є невід'ємним компонентом університетського життя. Студентське самоврядування – це не лише форма

організації, а й спосіб виявлення та розвитку лідерських якостей молоді. Участь у студентському самоврядуванні надає вчорашнім школярам можливість розвивати лідерські здібності, здобувати нові навички, вивчати демократичні процеси та брати на себе відповідальність за своє навчальне середовище. На нашу думку, це взаємопов'язані процеси: ефективне студентське самоврядування формує відповідальне лідерство, в той час, як ефективне лідерство сприяє розвитку відповідального студентського самоврядування.

Студентське самоврядування задає тон взаємодії студентських лідерів між собою та з більш широкими студентськими колективами. Сьогоднішні студенти першокурсники є активними учасниками студентського самоврядування, що свідчить про небайдужість і проактивну позицію вчорашньої учнівської молоді, яка не очікує, що хтось для неї щось зробить, а сама береться за вирішення проблем студентського середовища. Реалії сьогоднішнього незрозумілого і крихкого часу вимагають від кожного бути лідером свого життя, адже ми належимо до української нації, яка демонструє всьому світу незламність духу в боротьбі за волю і незалежність.

У Полтавському університеті економіки і торгівлі викладається ряд дисциплін, які сприяють розвитку лідерських здібностей. «Основи лідерства», «Особистий розвиток та лідерство», «Лідерство і керівництво», «Комунікації та лідерство». Освітні курси пропонуються студентам, як обов'язкові для деяких спеціальностей, так і вибіркові на різних курсах рівнів бакалавр та магістр. Метою цих дисциплін є розвиток лідерського потенціалу та soft skills студентської молоді. В Навчальних програмах та Silabus(ax) вище вказаних навчальних дисциплін зазначаються програмні результати та загальні компетентності, які мають набути студенти, вивчаючи ту чи іншу дисципліну.

Так, до прикладу, ми студенти першого курсу спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа, галузі знань 24 Сфера обслуговування вивчаємо дисципліну «Особистий розвиток та лідерство». Заняття з дисципліни проходять у форматі тренінгів, на яких ми не лише отримуємо певні знання, а й тренуємося використовувати ці знання на практиці. На тренінгах ми дізнавалися, як визначати свої сильні, слабкі сторони, можливості та ризики, навчалися складати особистий SWOT-аналіз. Програма особистого розвитку, складена індивідуально кожним студентом за

консультації викладача формує стратегічне бачення на шляху до здобуття як професійних (hard skills), так і м'яких навичок (soft skills). Вміння використовувати інструмент Smarter для правильної постановки цілей, володіння техніками тайм-менеджменту та розвитку емоційного інтелекту, через використання особистої моделі управління EQ – все це дуже потрібні та практичні навички, які стануть у нагоді в будь якій сфері.

Окрім отриманих практичних навичок ми мали змогу тестувати свої лідерські здібності, комунікаційні навички, роль в команді, рівень емоційного інтелекту, та ін. Такі знання не лише розвивають нас – першокурсників, а складають особливу практичну цінність. Знаючи свої можливості, ми можемо ефективно реалізувати задачі мотивованого, дієвого та результативного і комфортного студентського середовища у закладі вищої освіти.

Відтак, нам стало цікаво провести діагностику лідерських здібностей членів студентського самоврядування. Ми провели експрес дослідження в он-лайн форматі та проаналізували його результати. Нами було використано методику Є. Жарікова та Є. Крушельницького «Діагностика лідерських здібностей». Дослідницька анкета містила 50 запитань та варіанти альтернативних і закритих відповідей. Сума всіх балів була ключем до отримання відповіді.

Усього опитано 24 респонденти, відповіді за вимогою об'єктивності носили анонімний характер. Респондентами виступали члени студентської ради Полтавського університету економіки і торгівлі та Полтавського Юридичного Інституту НЮУ ім. Я. Мудрого.

Опитування пройшли студенти різних спеціальностей та різних курсів названих ЗВО. Серед респондентів – 8 представників чоловічої статі та 16 – жіночої. Що говорить про активнішу роль жіночої статі в органах студентського самоврядування. Ми не можемо стверджувати про гендерний дисбаланс в роботі органів студентського самоврядування, але факт дає певні приводи для роздумів та дискусій.

За результатами опитування 5 респондентів набрали менше 25 балів, що означає, що лідерські здібності у цих респондентів виражені поки що слабо. 8 опитуваних – набрали в межах 26–35 балів, що говорить про посередній рівень розвитку лідерських здібностей; 4 респонденти мають 36–40 балів, що говорить про оптимальний рівень розвитку лідерських здібностей.

Більше 40 балів не набрав жоден респондент. Нас це може тішити, оскільки за методикою Є. Жарікова та Є. Крушельницького більше 40 балів набирають особи схильні до диктату. Серед наших респондентів членів органів студентського самоврядування таких осіб не виявлено. Отже маємо демократичних представників органів студентського самоврядування в обох закладах вищої освіти.

Відповідаючи на питання: «Кому в спільній роботі ви віддаєте перевагу?», – лише 5 респондентів дали відповіді, що хотіли би працювати з «покірними» особами, а 19 – вважають, що все таки краще працювати з «незалежними та самостійними людьми». На питання «Чи вмієте ви в дискусії на професійну тему залучати на свою сторону тих, хто раніше був з вами не згоден?» – 21 респондент відповіли ствердно, і лише 3 – не погоджуються співпрацювати з тими, хто має особисте бачення і не проявлятиме наполегливості у переконанні опонентів та залученні на свій бік. Такі відповіді свідчать, що переважна більшість членів студентської ради – зрілі та самостійні особистості, що мають власну позицію, водночас завжди готові до конструктивної співпраці та взаємодії в команді на досягнення позитивних результатів.

Результати проведеного нами дослідження представлені в діаграмах нижче (рис. 1, 2).

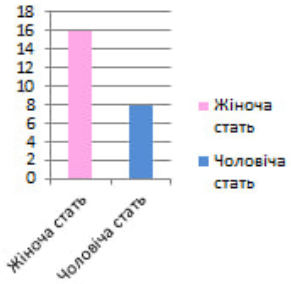

Рисунок 1

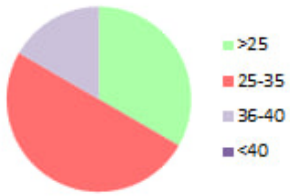

Рисунок 2

Практичною порадою за результатами нашого експрес дослідження є пропозиція – залучення членів органів студентського самоврядування до розвитку лідерського потенціалу шляхом вивчення теоретичних основ лідерства в дисциплінах і курсах,

які пропонує ЗВО та практичній реалізації отриманих навичок у спільній взаємодії в органах студентського самоврядування. Саме такий шлях поєднання теорії й практики, на наш погляд найбільш дієвий, як у розвитку лідерського потенціалу, так і отриманні нового досвіду відповідальності та прийняття комплексних рішень у незрозумілих ситуаціях сьогодення.

За переконанням дослідників Є. Жарікова та і Є. Крушельницького особи, які проявляють лідерські здібності мають володіти наступними характеристиками: вольовий, здатен долати перепони на шляху до мети; наполегливий, вміє розумно ризикувати; терплячий, готовий довго і старанно виконувати одноманітну, нецікаву роботу; ініціативний та віддає перевагу роботі без дріб'язкової опіки; незалежний; психічно стійкий і не дає захопити себе нереальними пропозиціями; добре пристосовується до нових умов і вимог; самокритичний, тверезо оцінює не тільки свої успіхи, але й невдачі; вимогливий до себе та інших, вміє спитати звіт за доручену роботу; критичний, здатен бачити в привабливих пропозиціях слабкі сторони; надійний, тримає слово, на нього можна покластися; витривалий, може працювати в умовах перевантаження; сприйнятливий до нового, здатен вирішувати нетрадиційні завдання оригінальними методами; стресо стійкий, не втрачає самоконтролю і працездатності в екстремальній ситуації; оптимістичний, ставиться до труднощів як до плинних та здоланих перешкод; рішучий, здатен самостійно і вчасно приймати рішення, в критичних ситуаціях брати відповідальність на себе; здатний змінювати стиль поведінки в залежності від умов, може вимагати і підбадьорювати.

Отже, лідерство є життєво важливим аспектом людського суспільства, цей феномен вивчається і обговорювався протягом століть. Розвиток лідерських здібностей та навичок залишається важливим завданням для ефективного управління, чи то в студентському самоврядуванні, політиці, бізнесі чи інших сферах людської діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи лідерства Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
2. Кокун О. М., Пішко І. О., Лозінська Н. С., Олійник В. О. Психодіагностика лідерських якостей військовослужбовців : метод. посіб. Київ : ТОВ «7БЦ», 2023. 171 с.

КОНЦЕПЦІЯ ВІДКРИТОГО БАНКІНГУ УКРАЇНИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ

***М. Бугаєвський**, здобувач вищої освіти спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКб-41*
***О. Яріш**, канд. екон. наук, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Відкритий банкінг є однією з ключових інноваційних тенденцій, яка трансформує глобальну фінансову індустрію. Відкритий банкінг є однією з найобговорюваніших тем у світі фінансів, яка впливає на споживачів, банки та фінтех-компанії. Україна не є винятком.

Ухвалення Директиви про платіжні послуги (Payment Services Directive, скорочено – PSD) в Євросоюзі у 2007 року заклало фундамент епохи відкритого банкінгу. Цей регуляторний законодавчий акт стимулював появу більш безпечних і передових платіжних сервісів та фактично сприяв створенні єдиного ринку платежів у ЄС.

Активні процеси діджиталізації учасників фінансового ринку, що супроводжувалося зростанням гравців фінтех-сектору, спонукало ЄС до оновлення правил. У 2015 році було прийнято другу Директиву про платіжні послуги (PSD2), яка офіційно набула чинності 2018 року. Однак через необхідність чітких правил захисту даних, імплементація PSD2 розпочалася лише у вересні 2019 року.

Відкритий банкінг має суттєві переваги, що пояснює його впровадження по всьому світу, а саме: відкритий банкінг сприяє зростанню конкуренції в банківському секторі, що, в свою чергу, мотивує банки до покращення своїх послуг та зниження комісійних ставок для клієнтів; споживачі отримують більш широкі можливості керувати своїми фінансами через один застосунок, який об’єднує дані з різних банків та фінтех-провайдерів; відкритий банкінг сприяє розвитку нових фінансових послуг та продуктів, таких як персоналізовані рекомендації, управління боргами та інвестиційний портфель; відкритий банкінг сприяє підвищенню мобільності та доступу до персональних фінансів; мобільність доступу, в свою чергу, дає можливість знизити витрати на фінансові послуги; впровадження посилених стандартів безпеки з метою захисту особистих даних та операцій клієнтів [2].

Водночас впровадження відкритого банкінгу пов'язано з такими ризиками, як: можливість порушення конфіденційності особистих фінансових даних, якщо не будуть дотримані високі стандарти безпеки; зі збільшенням доступу до фінансових даних зростає ймовірність кіберзлочинних атак та шахрайства; складнощі впровадження відкритого банкінгу в залежності від різних регуляторних вимог тощо.

Реалізація ідеї запровадження відкритого банкінгу в Україні стартувала з ухвалення Закону України «Про платіжні послуги», у червні 2021 року. Закон передбачає, що відповідно до відкритого банкінгу «надавачі платіжних послуг з обслуговування рахунку зобов'язані у порядку, встановленому Національним банком України, забезпечувати можливість постійного доступу в режимі реального часу до рахунків (крім кореспондентських рахунків банку та розрахункового рахунку надавача платіжних послуг) своїх користувачів банкам та іншим надавачам платіжних послуг, що отримали право на надання нефінансових платіжних послуг» [3].

Напрями розвитку, дорожня карту та ключові вимоги до впровадження в Україні відкритого банкінгу офіційно 10 серпня 2023 року Національний банк України затвердив Концепцію відкритого банкінгу, відповідно до якої визначаються.

Концепція встановлює принципи відкритого банкінгу в Україні, зокрема, права користувача платіжних послуг з відкритого банкінгу, включаючи принципи управління згодою користувача і захисту персональних даних, побудови архітектури відкритого банкінгу, класифікації та застосування API забезпечення безпеки та кіберзахисту, процесу взаємодії учасників платіжного ринку та відповідальності сторін, використання варіативності моделей відкритого банкінгу тощо [1].

Концепція не є нормативно-правовим актом і фактична реалізація порядку роботи відкритого банкінгу в Україні може відрізнятися від визначених принципів та зазнати змін за результатами розробки нормативно-правових актів необхідних для його упровадження. Мета Концепції – визначити напрями розвитку, дорожню карту та ключові вимоги до впровадження відкритого банкінгу в Україні. Додатковою важливою складовою для вдалої роботи відкритого банкінгу є впровадження технології миттєвих платежів, що поліпшить досвід користувача та дасть змогу створювати нові продукти та сервіси.

Варто відмітити, що українська концепція відкритого банкінгу в матиме певні відмінності від європейської. Зокрема, передбачається створення централізованого технологічного оператора платіжних послуг (HUB), який буде виконувати низку важливих функцій: забезпечення обміну даними між учасниками системи; надання API для доступу до фінансової інформації; розробка та впровадження стандартів безпеки; забезпечення безперебійної роботи системи. Отже, впровадження HUB має спростити підключення банків, платіжних провайдерів та інших учасників до системи відкритого банкінгу, а також сприяти розвитку інноваційних продуктів та послуг

Планувалося, що відкритий банкінг запрацює в Україні у 2023 році, проте процес суттєво загальмувався через війну. Поки що жоден банк не відкрив доступ до своїх даних через API. Повноцінно ж відкритий банкінг має запрацювати в Україні з серпня 2025 року.

Отже, відкритий банкінг – екосистема, що впроваджується, щоб надати користувачам платіжних послуг більш різноманітні та привабливіші пропозиції. За допомогою відкритого банкінгу користувачі матимуть змогу ефективніше втілювати свої повсякденні фінансові рішення, використовуючи консолідовану в одному застосунку інформацію про рух коштів та їх залишок на своїх рахунках, відкритих у різних фінансових установах. При цьому, упровадження відкритого банкінгу вплине на розвиток фінансового сектору загалом: через збільшення конкуренції серед учасників платіжного ринку, поліпшення якості платіжних послуг, зниження вартості та більшої зручності їх використання, фінансову інклюзію, інновації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Концепція відкритого банкінгу. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Open_banking_conception_NBU_2023.pdf?v=5.
2. Мильцева В. Відкритий банкінг (Open Banking): революційна трансформація міжнародного та українського банківського сектору. URL: https://yur-gazeta.com/publications/practice/bankivske-ta-finansove-pravo/vidkritiy-banking-open-banking-revolyuciyna-transformaciya-mizhnarodnogo-ta-ukrayinskogo-bankivskogo.html.
3. Про платіжні послуги: Закон України № 1591-IX від 30.06.2021 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/1591-20 (дата звернення 01.03.2024).
4. Open Banking: що це і як вплине на фінтех-ринок України. URL: https://fondy.ua/uk/knowledge/open-banking/

ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЦИФРОВОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: ПИТАННЯ ДОСТУПНОСТІ, ЯКОСТІ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ

А. О. Алексеюк, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ м-21*
В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Україна стикається зі стрімким розвитком цифрових технологій і необхідністю їх інтеграції в освітній процес. Зростаюча важливість цифрової освіти обумовлена швидким технологічним прогресом та потребою підготувати молоде покоління до вимог сучасного ринку праці. Проте, разом із беззаперечними перевагами цифровизації освіти приходять і виклики, з якими Україна стикається в цьому процесі. Нерівномірний розподіл доступу до інтернету та комп'ютерної техніки, особливо у сільських районах та малозабезпечених шарах населення, створює перешкоди у забезпеченні повноцінної освіти за допомогою цифрових технологій. Додатковим викликом є питання якості цифрової освіти. Недостатня кваліфікація педагогічних працівників у сфері використання цифрових технологій, а також відсутність стандартів та методологій для їх ефективного використання, ускладнюють забезпечення якості цифрової освіти в Україні. Нарешті, інфраструктурні проблеми, такі як відсутність необхідної технічної бази та відповідної інфраструктури ставлять під загрозу успішне впровадження цифрової освіти в країні. У цьому контексті дослідження викликів та перспектив цифрової освіти в Україні стає надзвичайно актуальним завданням, спрямованим на з'ясування проблем та розробку стратегій подолання перешкод у розвитку цифрової освіти для всіх верств суспільства. Наразі це питання знаходиться в центрі наукових досліджень вчених. Так, Стрілець В. Ю. наголошує на необхідності державно-приватного партнерства у інтеграції освіти в європейський цифровий ринок [4].

Реалізація Концепції розвитку цифрових компетентностей до 2025 року в Україні є важливим кроком у цьому напрямку [3]. Мета полягає в навчанні 6 мільйонів українців цифрової грамотності протягом трьох років. Це допоможе підвищити конкурентоспроможність на ринку праці, забезпечить можливості для безперервного навчання та покращить рівень доступності до державних послуг. Зокрема, була розроблена Рамка цифрової компетентності, запущено національну платформу Дія.Освіта, організовано хаби цифрової освіти по всій території України, і створено Цифрограм. За останні 4 роки відсоток осіб, які володіють цифровими навичками, зріс на 13 % і досягає 60 %. Незважаючи на повномасштабну війну в Україні, спостерігається тенденція зростання рівня цифрових навичок серед українців. За даними [1] 93 % дорослого населення України віком від 18 до 70 років загалом володіють цифровими навичками. У порівнянні з 2019 роком, результати 2023 року показують зростання показника дорослого населення, що володіє цифровими навичками нижче базового рівня, що складає 40,4 %. Крім того, відсоток населення, яке не має жодних цифрових навичок, зменшився вдвічі порівняно з 2019 роком і становить 7,2 % [1]. Важливість цифрових навичок визначає і українське населення (табл. 1).

Таблиця 1 – Результати опитування щодо загальних переваг цифрових навичок у професійному розвитку

Переваги	% опитуваних
Цифрові навички дозволяють легше отримувати знання та навички, необхідні для опанування професії	82,2 %
Цифрові навички спрощують пошук роботи	84,8 %
Цифрові навички сприяють зростанню продуктивності праці та ефективності на робочому місці	81,7 %
Більше можливостей у роботі та кар’єрному зростанні	85,3 %

Джерело: [2].

Для бізнесу це також важливо, оскільки цифрові навички дозволять залучати більш кваліфіковану робочу силу та підвищити продуктивність. Загалом, розвиток цифрової освіти в Україні має великий потенціал для покращення якості життя громадян, розвитку бізнесу та зміцнення держави.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дослідження Міністерства цифрової трансформації України. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/93-ukraintsiv-volodiiut-tsyfrovymy-navychkamy-mintsyfry-prezentuvala-rezultaty-doslidzhennia-tsyfrovoi-hramotnosti-ukraintsiv.
2. Дослідження цифрової грамотності в Україні 2023. URL: https://osvita.diia.gov.ua/uploads/1/8800-ua_cifrova_gramotnist_naselenna_ukraini_2023.pdf.
3. Про схвалення Концепції розвитку цифрових компетентностей та затвердження плану заходів з її реалізації: розпорядження КМУ від 03 березня 2021 р. № 167-р. URL: https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-shvalennya-koncepciyi-rozvitku-cifrovih-kompetentnostej-ta-zatverdzhennya-planu-zahodiv-z-yiyi-realizaciyi-167-030321.
4. Стрілець В. Ю. Роль державно-приватного партнерства у інтеграції бізнесу та освіти в європейський цифровий ринок : матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. «Вплив глобалізаційних процесів та цифрової трансформації на формування міжнародного економічного клімату та фінансової екосистеми» (28 березня 2024). Полтава, 2024. С. 117–120.

ШЛЯХИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

***І. Борисенко**, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФКм-11*
***Т. Гудзь**, д-р екон. наук, професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Цифровізація є одним з основних напрямів підвищення якості вищої освіти, адже саме за допомогою цифровізації можна вирішити теоретичні та практичні проблеми вищої освіти і в результаті ми отримуємо підвищення рівня результативності навчання у вищих навчальних закладах.

У зв’язку вторгненням росії до України через непередбачуваність майбутніх подій, одним із наслідків став перехід до онлайн навчання. Завдяки цифровізації в Україні сформувався новий тип в онлайн-форматі із чітким орієнтиром на задоволення потреб студентів, реалізовуючи вирішення практичних та теоретичних проблем.

Кардинальних змін на сьогодні, у період військового стану, зазнають заклади вищої освіти поширюючи доступ до навчальних матеріалів, електронних підручників та інтерактивних засо-

бів навчання, які дозволяють розширювати можливості засвоєння знань, підвищувати ефективність мотивації у студентів та бажання отримати вищу освіту. Заклади вищої освіти прагнуть використовувати нові технології для того, щоб здобувачі отримали найкращу професійну підготовку.

В Україні процес цифровізації вищої освіти регламентується відповідними нормативно-правовими документами:

- ✓ «Стратегія розвитку інформаційного суспільства в Україні»;
- ✓ Закон України «Про вищу освіту»;
- ✓ Закон України «Про Національну програму інформатизації»;
- ✓ проєкт «Цифрова адженда України – 2020»;
- ✓ «Концепція розвитку цифрових компетентностей».

Забезпечення якості вищої освіти в умовах цифровізації вимагає якісного підходу та впровадження різноманітних стратегій. Основними шляхами забезпечення якості вищої освіти є:

1. Розвиток цифрових компетентностей: Важливо забезпечити студентів та викладачів необхідними навичками для успішної роботи в цифровому середовищі. Це може включати навчання користування цифровими інструментами, роботу з онлайн-ресурсами, а також розвиток навичок критичного мислення в контексті цифрової інформації.

2. Розробка онлайн-курсів та дистанційного навчання: використання інтернету та сучасних технологій для віддаленого вивчення навчальних матеріалів студентами, тестування їх знань, а також комунікації з викладачами. Важливо використовувати розробляти курси, які відповідають вимогам академічної якості та доброчесності.

3. Моніторинг та оцінка якості навчання: розробка онлайн-тестування, збір фідбеку від студентів через дистанційний курс, а також аналіз даних про успішність студентів.

4. Заохочення інновацій та досліджень: Сприяння інноваційним підходам до навчання та досліджень у сфері цифрової освіти може покращити якість вищої освіти. Важливо створювати умови для розвитку новаторських проєктів та співпрацю з приватним сектором для впровадження передових технологій.

5. Забезпечення доступності та інклюзивності: Важливо не лишати поза увагою питання доступності та інклюзивності в цифровому навчанні. Потрібно забезпечити, щоб цифрові ресурси були доступні для всіх студентів незалежно від їхніх можливостей та потреб.

Ми підібрали шляхи, які, на нашу думку, є основою забезпечення якості вищої освіти в умовах цифровізації. Варто звернути увагу, що важливим етапом при умовах цифровізації є постійний моніторинг та адаптація стратегій відповідно до змін у технологічному та соціальному середовищі.

Отже, цифровізація є ключовим чинником у покращенні якості вищої освіти, сприяючи розвитку сучасних навчальних підходів, підвищенню доступності освіти та підготовці студентів до вимог сучасного ринку праці. Оскільки цифровізація освітнього процесу має багато переваг і вимагає від певного рівня комп'ютерної грамотності, уміння працювати з цифровими інструментами, важливо вдосконалювати цифрові технології в освітній сфері та забезпечувати їх ефективне застосування для підвищення якості навчання, підготовки молодих людей до майбутньої професійної діяльності. В Україні досить потужно розвивається формат дистанційного навчання, де студенти отримують якісні знання та навички, які допоможуть їм стати у майбутньому кращими фахівцями своєї справи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мар'янко Я. Г., Огреніч М. А. Цифровізація освітнього процесу в умовах дистанційного навчання в закладах вищої освіти. URL: https://pednauk.cusu.edu.ua/index.php/pednauk/article/view/1174/1102.
2. Закон України «Про вищу освіту». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.
3. Закон України «Про Національну програму інформатизації». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2807-20#Text.
4. Клімова Г. П. «Забезпечення якості вищої освіти: європейський та вітчизняний досвід». URL: http://fil.nlu.edu.ua/article/view/276677.

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАННІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

***А. Р. Варуша**, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-31*

***В. Ю. Стрілець**, д-р екон. наук, завідувач кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі технології штучного інтелекту (ШІ) стають не лише невід'ємною складовою нашого повсякденного життя, але й надзвичайно важливим інструментом у галузі освіти.

Зокрема, застосування ШІ у навчанні здобувачів вищої освіти має величезний потенціал трансформувати та вдосконалити процес навчання. Відтак, важливо дослідити та обговорити переваги та виклики застосування ШІ в навчальному процесі з метою забезпечення якісної та доступної освіти для всіх.

Питання застосування ШІ у навчанні є центром досліджень науковців. Так, Вишнякова О. досліджує як штучний інтелект змінює навчання [1]; Стрілець В. Ю. при дослідженні впливу пандемії COVID-19 на розвиток інноваційних методів навчання студентів визначає необхідність використання ШІ [2]; Головіна О. Досліджує як штучний інтелект вплине на освіту [3]. Штучний інтелект (ШІ) – це галузь комп'ютерних наук, яка займається розробкою інтелектуальних машин і систем, здатних виконувати завдання, що зазвичай потребують людського інтелекту. Ці завдання можуть включати навчання, розв'язання проблем, прийняття рішень, розпізнавання мови та зображень [4]. Штучний інтелект відкриває перед сферою освіти безмежні перспективи. ШІ може змінити підхід до навчання, зробивши його більш індивідуалізованим, ефективним та доступним для всіх. Від автоматизованого оцінювання завдань до персоналізованого навчання – ШІ вже сьогодні активно впроваджується в освітніх закладах.

У наш час штучний інтелект може значно покращити процес навчання, використовуючи різні методи та технології. ШІ може бути надзвичайно корисним для студентів. Він допомагає створювати індивідуальні навчальні програми, які враховують потреби та здібності кожного студента. Це дозволяє студентам здобувати знання більш ефективно та на своєму власному темпі [1]. ШІ також може бути використаний для створення зображень, текстів, музики та відео. Ці ресурси можуть бути використані для підтримки навчального процесу, наприклад, для створення презентацій або виконання творчих завдань [3]. Крім того, ШІ може допомогти студентам аналізувати великі обсяги даних. Це корисно при виконанні наукових досліджень або при вивченні дисциплін, пов'язаних з аналізом даних. ШІ може бути використаний для підтримки вивчення іноземних мов. Наприклад, за допомогою систем перекладу або програм для вивчення мов, студенти можуть ефективно вивчати нові мови. Навіть підготовка до екзаменів може стати більш ефективною завдяки ШІ. Програми використовують ШІ для створення персоналізованих

планів підготовки, що дозволяє студентам готуватися більш ефективно [3].

Проте ШІ в освіті має ряд недоліків, які варто враховувати. Так, для отримання якісної відповіді від системи штучного інтелекту важливо формулювати точний запит. Однак це може бути викликом для деяких користувачів, особливо для тих, хто не знайомий з технологіями ШІ. Окрім того, використання ШІ може негативно впливати на академічну доброчесність здобувачів освіти, оскільки останні можуть видавати текст, сформований ШІ, за власний. Незважаючи на те, що ШІ може автоматизувати багато аспектів навчання, він не може замінити людський контакт і взаємодію, які є важливими складовими освітнього процесу. Використання ШІ в освіті вимагає збору та обробки великої кількості даних про студентів, що може порушувати їх права на приватність. Крім того, доступ до ШІ може бути обмеженим в деяких регіонах або для деяких груп студентів.

Отже, застосування штучного інтелекту в освіті має значний потенціал для трансформації навчального процесу та забезпечення його більшої ефективності та доступності. Проте разом з перевагами, необхідно враховувати недоліки, такі як складність формулювання запитів, можливість порушення академічної доброчесності, необхідність людської взаємодії та контролю, а також питання приватності даних та доступності технологій. Тільки з урахуванням цих аспектів можна досягти повного потенціалу ШІ в освіті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вишнякова О. AI освіта: як штучний інтелект змінює навчання. URL: https://lb.ua/blog/olena_vyshniakova/547626_ai_osvita_yak_shtuchniy_intelekt.html (дата звернення 14.03.2024).
2. Стрілець В. Ю. Вплив пандемії COVID-19 на розвиток інноваційних методів навчання студентів спеціальності «Міжнародні економічні відносини». Innovative educational technologies: European experience and its application in training in economics and management. Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Рига, 21 липня – 3 серпня 2021). – Рига : Baltic Research Institute of Transformation Economic Area Problems, 2021. С. 92–95.
3. Головіна О. Штучний інтелект: як він вплине на освіту? URL: http://dev.nus.org.ua/articles/shtuchnyj-intelekt-yak-vin-vplyne-na-osvitu/ (дата звернення 14.03.2024).
4. Termin.in.ua. Штучний інтелект. URL: https://termin.in.ua/shtuchnyy-intelekt/ (дата звернення 14.03.2024).

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАННЯ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ ТА ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

О. В. Вовк, *магістр спеціальності Комп'ютерні науки*
О. О. Черненко, *канд. фіз.-мат. наук, кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У даній роботі досліджується перетин сучасних цифрових досягнень та інноваційних технологій з організацією та проведенням навчальних програм.

У швидкозмінному ландшафті освіти та еволюції бізнес-процесів інтеграція сучасних цифрових трансформацій та інноваційних технологій стала нагальною потребою. Це дослідження допомагає глибше зануритися у виклики, можливості та практичні наслідки використання досягнень в організації освітнього процесу для підготовки здобувачів освіти.

Роль онлайн-платформ у навчанні.

✓ Підвищення гнучкості та доступності: онлайн-платформи руйнують бар'єри часу і місця, дозволяючи працівникам навчатися у власному темпі і в зручний для них час.

✓ Економічна ефективність: порівняно з традиційним очним навчанням, онлайн-платформи пропонують значну економію коштів на подорожі, оренду приміщення та гонорари інструкторам.

✓ Масштабованість та адаптивність: онлайн-платформи можуть легко адаптуватися до великої кількості учнів.

✓ Покращена залученість та ефективність: онлайн-платформи пропонують різноманітні форми навчання, такі як інтерактивні модулі, елементи гейміфікації та відео симуляції, що робить навчання більш цікавим та захоплюючим. Це призводить до кращого засвоєння знань та покращення продуктивності на робочому місці [1].

Покращення навчального досвіду за допомогою симуляцій віртуальної реальності.

Переваги симуляцій віртуальної реальності:

✓ Захоплююче та інтерактивне навчання: віртуальна реальність дає можливість учням зануритися у віртуальні середовища, роблячи навчання більш цікавим та захоплюючим. Це може істотно підвищити мотивацію та залучення учнів до навчального процесу.

✓ Практичне навчання без ризику: віртуальна реальність дає можливість практикувати навички в безпечному та контрольованому середовищі.

✓ Розвиток «м'яких» навичок: віртуальна реальність може використовуватися для розвитку таких «м'яких» навичок, як лідерство, командна робота, комунікація та емпатія. Це може допомогти краще підготуватися до роботи в реальному світі.

✓ Доступність та масштабованість: симуляції віртуальної реальності можуть бути доступні для всіх, у будь-якому місці та в будь-який час [2].

Персоналізовані навчальні траєкторії з адаптивними системами навчання.

Переваги адаптивних систем навчання:

✓ Підвищення мотивації: завдяки персоналізації навчального процесу та пристосуванню до потреб кожного учня, адаптивні системи навчання роблять його більш цікавим та захоплюючим. Це, в свою чергу, призводить до підвищення мотивації та кращого засвоєння матеріалу.

✓ Ефективне використання часу: адаптивні системи навчання дозволяють учням зосередитися на темах, які їм дійсно потрібні, і не витрачати час на те, що вони вже знають. Це значно економить час і робить навчання більш продуктивним.

✓ Краще розуміння своїх сильних та слабких сторін: адаптивні системи дають учням чіткий зворотний зв'язок про їхні успіхи та недоліки. Це допомагає їм краще зрозуміти свої сильні та слабкі сторони, а також визначити, над чим їм потрібно більше працювати.

✓ Підтримка інклюзивності: адаптивні системи можуть бути корисними для всіх учнів, незалежно від їхнього рівня знань, стилю навчання або особливих потреб [3].

Адаптивні системи навчання постійно розвиваються, і їхні можливості розширюються. У майбутньому ці системи можуть стати ще більш персоналізованими та ефективними, що може революціонізувати процес навчання.

Отже, організація освітнього процесу вимагає стратегічного підходу до ефективного використання сучасних цифрових трансформацій та інноваційних технологій. Від онлайн-платформ до симуляцій віртуальної реальності та адаптивних систем навчання – ці інструменти пропонують безпрецедентні можливості для покращення результатів навчання, підвищення залученості та підготовки до успіху на сучасному ринку праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Mahnaz Samadbeik, Donya Yaaghobi, Peivand Bastani, Shahabeddin Abhari, Rita Rezaee, Ali Garavand (2018) The Applications of Virtual Reality Technology in Medical Groups Teaching, 15.
2. Liliia O. Fadieieva (2011–2022) Adaptive learning: a cluster-based literature review, 65.
3. Julie Petersen (2023) The Rise of Massive Open Online Courses (MOOCs) in Higher Education, 4.

АНАЛІЗ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОСВІТИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

***А. О. Гупало**, магістр спеціальності 051 Економіка ОП Економічна кібернетика, група Е ЕК м 11*
***М. Є. Рогоза**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Аналіз результатів наукових досліджень підтверджує можливість у розвитку будь-якої системи з метою забезпечення якості вищої освіти, що пов’язується із процесами модернізації та трансформування системи управління ЗВО в умовах процесів цифровізації економіки та впливу штучного інтелекту на формування підходів в системі організації навчального процесу та забезпечення необхідного рівня підготовки фахівців.

У контексті вирішення досліджуваної проблеми було проаналізовано системи моніторингу якості освіти для оцінювання результативності діяльності навчальних закладів. Моніторингові дослідження виконуються з метою постійного спостереження за динамікою процесів в освіті. Такі процеси направлені на визначення об’єктивної інформації для формування необхідних управлінських рішень з метою своєчасного корегування базових стратегій розвитку та поєднання мотиваційних інтересів навчальних закладів та стейкхолдерів [1].

В умовах воєнного стану та руйнації інфраструктури економіки особливостями стратегічного планування розвитку освіти необхідна особлива увага до формування механізмів забезпечення якості освіти. Це пов’язано із розумінням того, що систему стратегічного планування, кожне підприємство/установа обирає в умовах війни для себе найприйнятнішу схему/стратегію роз-

витку [2, с. 258–259, 332]. Суттєвим фактором в таких підходах формування подальшого розвитку є той, вплив якого формується на основі вимог до фахівців у сучасних умовах через вплив процесів технологічних змін та цифровізації [3], що ставить завдання передбачення необхідного рівня фахівців із необхідними компетенціями [1]. Крім того, особливості формування ризиків та факторів впливу, що пов'язані із процесами відновлення економіки, цифровізації суспільства, а головне це вплив стрімкого рівня науково-технічного прогресу в освітній галузі та економіці, формують динаміку зміни вимог на ринку праці та готовність випускників закладів вищої освіти до адаптації в умовах процесів турбулентності в економіці [4].

Таким чином, перелік проблем та вимог необхідних до систем якості освіти формує підстави для визначення компетенцій та знань, якими повинен володіти майбутній фахівець. На що також можна звернути увагу – це на передбачення поєднання елементів творчості у системі стратегічного планування, коли управляється як «природний плин» обставин у досягненні успіху та система планів, які дають змогу перетворити цілі та стратегії в реальні досягнення. В процесі досліджень у поставленій проблемі було виконано аналіз наукових публікацій та ідентифікацію факторів, що формуються у середовищі діяльності ЗВО [1, 3, 4]. Серед встановлених факторів суттєвого впливу на якість підготовки фахівців, рівень готовності яких повинен відповідати його конкурентоздатності на ринку праці, особливої уваги потребують фактори, що пов'язані обмеженим обсягом економіки регіону та існування динаміки скороченого життєвого циклу юридичної форми суб'єктів господарювання та непрогнозована поява нових суб'єктів господарювання. Це породжує значний рівень динаміки кон'юнктури ринку праці та насиченість ринку праці фахівцями з фаховою підготовкою за профілем ЗВО.

Тому проблеми пов'язані із невизначеністю перспективи роботи та побудови власної кар'єри у секторі економіки та фаху з яких вибирає майбутній студент, повинні розглядатись на рівні пояснень та інформаційно-аналітичного забезпечення при виборі студентом власної траєкторії розвитку та отримання знань для цього. Необхідно також підкреслити, що в умовах динаміки турбулентності процесів економіки, залишається невирішеною проблема невмотивованості бізнесу у формуванні і впроваджен-

ні освітніх програм на основі дуальної освіти. Найскладнішою проблемою у вирішенні питання модернізації систем управління якістю процесами діяльності є розуміння, яким має бути стратегічний план співпраці ЗВО і підприємств. Тому вироблення і реалізація стратегічних планів розвитку систем управління науково-методичних підходів для забезпечення динаміки розвитку систем якості потребує розвитку теоретико-методичних положень для формування практичних рекомендацій та моделей підвищення ефективності механізму його реалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Деякі концептуальні пропозиції Інституту економіки промисловості НАН України щодо підтримки та розвитку вітчизняної промисловості під час воєнного стану та повоєнної неоіндустріальної модернізації / О. І. Амоша, Ю. С. Залознова, О. Ф. Новікова, Н. А. Азьмук, Н. Ю. Брюховецька, І. П. Булєєв, В. І. Ляшенко, Н. В. Осадча, І. Ю. Підоричева, М. Є. Рогоза, О. О. Хандій, О. В. Панькова, І. П. Петрова, О. В. Лях, І. М. Новак, В. А. Нікіфорова, О. А. Богуцька, Н. В. Трушкіна, О. А. Чорна, О. С. Сердюк, О. Ю. Касперович, Г. В. Колєснікова, К. В. Радченко, О. В. Ліщук, А. І. Лук'янов, В. П. Уткін // Вісник економічної науки України. – 2023. – № 1 (44). – С. 161–183. – укр. DOI: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2023.1(44).161-183.
2. Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 22–23 листопада 2023 року) / за заг. ред. М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 504 с. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13465; http://www.ek.puet.edu.ua/files/ conf2023.pdf.
3. Рогоза М. Є. Політика цифровізації економіки та її вплив на стратегування розвитку / М. Є. Рогоза, Я. В. Вітоніченко, А. І. Євтух / Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 22–23 листопада 2023 року) / за заг. ред. М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – С. 246–249. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13505.
4. Рогоза М. Є., Перебийніс В. І. Причинно-наслідкові зв'язки післявоєнного відновлення економіки та підготовки фахівців з вищою освітою:загрози, ризики, наслідки / Інноваційний потенціал та правове забезпечення соціально-економічного розвитку України: виклик глобального світу : матер. VI Міжнар. наук.-практ. конф., 17–18 травня 2023 р. / Полт. ін-т економіки і права ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна» ; ред. колег.:

Н. Мякушко (голова), Р. Шаравара, Р. Басенко та ін. ; відп. ред. Р. Басенко. Полтава : ПІЕП, 2023. 430 с. – С. 83–87. – https://pl.uu.edu.ua/wp-content/uploads/2023/07/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D1%87%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C.pdf.

РОЛЬ СТУДЕНТІВ У ФОРМУВАННІ ЯКІСНОЇ ОСВІТИ

М. О. Данилейко, *студент спеціальності Маркетинг, освітня програми «Інтернет-маркетинг», група М ІМ б-11*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор завідувач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Процес формування якісної освіти та освітнього процесу охоплює багато різних факторів та чинників, наприклад, це можуть бути як і процес інноваційного розвитку навчального середовища, так і залучення більш професійних викладачів та створення курсів підвищення кваліфікації для них. Сьогодні одним із найголовніших факторів та водночас головним інструментом формування якісної освіти у вищих навчальних закладах є студент. Студент – це та особа, яка в подальшому повинна стати справжнім спеціалістом своєї справи, але для цього потрібно не тільки створити умови та базу для навчання, а й дослухатися до самих здобувачів задля створення ще більш комфортного освітнього процесу та редагування програми навчання разом з компонентами освітньої програми.

Заклади вищої освіти України повинні створити саме ту якісну освіту, яка сформує справжніх спеціалістів своєї справи. Але що таке якість освіти?

Міжнародною організацією із стандартизації ISO (International Organization for Standardization) прийняте таке визначення якості освіти: «Якість – сукупність характеристик об’єкта, що відноситься до його здатності задовольняти встановлені та передбачувані потреби» [1]. На основі даного поняття ми можемо сказати, що якість освіти це сукупність характеристик, що задовольняють встановлені та передбачувані потреби освіти у навчальних закладах України. Так як основним споживачем інформації та освітнього процесу у вищих навчальних закладах є студент, то і освіта повинна бути студентоцентрована.

Студентоцентризм – це передбачене впровадження особистісно-орієнтовного навчання, напрямлене для всебічного розвитку особистості враховуючи його особисті потреби. Так університет, що впроваджує студентоцентроване навчання, повинен створити не лише технології та можливості розвитку здобувачів вищої освіти, а й мати певні вміння комунікувати зі своїми студентами, визначати їхні проблеми та знаходити шляхи вирішення разом з цими ж студентами [2].

Водночас навчальний заклад має практикувати не лише цей основний напрям роботи, але й залучати студентів у формуванні та оновлені освітніх компонентів разом з програмами. До прикладу, в Полтавському університеті економіки і торгівлі у листопаді 2023 року розпочався перегляд освітніх програм за всіма спеціальностями та рівнями освіти. Кожна кафедра долучала до участі у обговоренні ОП не тільки викладачів, стейкхолдерів, так і студентів, які також вносили свої корективи до освітніх компонентів. На цьому прикладі можна зазначити, що адміністративна частина університету повністю довіряє думці студентів та дотримується основної мети формування якісної освіти – студентоцентризму.

Окрім роботи в групах перегляду освітніх програм, студенти також залучаються саме до акредитації освітніх програм, адже це також є невід'ємною частиною формування освітньої програми. В обов'язковому порядку залучаються представники студентського самоврядування, які дають інформацію щодо їхньої роботи зі студентством, та представники тієї чи іншої спеціальності та освітніх програм.

До ключових складових, що формують якісну освіту у закладах вищої освіти відносяться як професійні та кваліфіковані працівники педагогічного складу; процес комунікації зі студентами кожної спеціальності; сформована та укомплектована матеріальна база, що гарантує залучення студентів до всіх освітніх процесів, які знадобляться їм в майбутньому; розвинута культурна та наукова діяльність для ще більшого розвитку та набування нових навичок; максимальна підтримка адміністрації до всіх ідей та починань, як викладачів, так і студентів.

Усі ці складові формують цілісну систему зв'язків, що в подальшому дає змогу розвиватися освітньому закладу, відкривати нові можливості співпраці, вдосконалювати освітні програми та

компоненти, а також робити все більше і більше нових заходів, напрямлених на підтримку якості тієї освіти, яку вони надають.

Підсумовуючи все вище сказане, можна зазначити, що той чи інший навчальний заклад, який хоче створити якісну освіту, повинен створити ту систему зв'язків здобувачів освіти, керівництва закладу та педагогічного складу, які дадуть змогу не тільки просто створити умови навчання та матеріально-технічну базу, а й забезпечити моральну підтримку, підтримку у починаннях та ідеях, а насамперед забезпечити формування тих професійних навичок та практик, які знадобляться в подальшій роботі. Для цього потрібно сформувати це все разом із здобувачами освіти, постійно комунікувати, вносити правки, які хоче не тільки керівництво та викладачі, а й самі здобувачі. Всі ці дії приведуть до формування тієї якісної освіти, що буде задовольняти не лише зафіксовані норми, а й самих студентів, які отримують цю освіту та підтримувати її на високому рівні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Юзик О. Якісна освіта – одна із умов модернізації системи освіти в Україні в рамках Болонського процесу / О. Юзик // Нова педагогічна думка. – 2013. – № 1.1. – С. 50.
2. Студентське самоврядування URL: http://studgo.puet.edu.ua/

МЕТОДИ ТА ПРИЙОМИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ НА МАТЕРІАЛІ ПУБЛІЦИСТИЧНИХ ТЕКСТІВ

В. В. Детюк, *студентка спеціальності Філологія, група Філ б-31*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Переклад сучасних англійських абревіатур є важливим та складним завданням для перекладачів, особливо у контексті публіцистичних текстів, де точність і влучність поданої інформації є найголовнішою умовою перекладу. Під впливом соціальних змін у сучасному світі, перенасиченості інформаційного простору навіть у діловому стилі письма та мовлення нам доводиться користуватися скороченнями та абревіатурами, які все

частіше використовуються для економії мовного простору та максимально ефективного викладу інформації споживачу. Перекладачі, насамперед, приділяють особливу увагу абревіатурам, оскільки вони потребують додаткового вивчення та аналізу.

У роботі досліджено способи, що використовуються для перекладу англійських абревіатур українською мовою в публіцистичних текстах, з відповідними прикладами їх застосування.

Одним із найпоширеніших та найпростіших методів є переклад англійської абревіатури є прямий переклад. Як приклад можна навести абревіатуру *CEO (Chief Executive Officer)*, яка українською мовою зазвичай перекладається як *Головний виконавчий директор*. Такий спосіб зберігає оригінальне значення абревіатури, але робить її доступною та адаптованою до українського читача. Часто такий спосіб перекладу не задовольняє потребу до стислої передачі інформації, адже у багатьох випадках англомовні скорочення не мають відповідних абревіатур в іншій мові, що збільшує обсяг тексту. Наприклад, в онлайн статті «Espresso.tv» йдеться: *«Головний виконавчий директор Facebook Inc. Марк Цукерберг…»* [1], в той час як англійською це б звучало *«Chief Executive Officer of Facebook Inc. Mark Zuckerberg…»*.

Транслітерація передбачає представлення англійських абревіатур українським алфавітом. Цей метод зазвичай використовується для технічних термінів або абревіатур без прямого українського відповідника. Вдалим прикладом буде назва всесвітньо відомої британської телерадіокомпанії *BBC (British Broadcasting Corporation)*, з українським відповідником *БіБіСі*. Українські медіа користуються методом транслітерації для перекладу цієї абревіатури у своїх текстах: *«Бі-бі-сі витратила тисячі фунтів, аби навчити співробітників користуватись “смайликами”»* [3].

У випадках, коли прямий переклад або транслітерація неможливі, доречним буде використання описового перекладу. *DIY (Do It Yourself)* – фразеологізм який почав активно використовуватись на початку 2010 для опису власноруч створених речей. Перекладачі передають його словосполученням «зроби сам» або «своїми руками»: *«Враховуючи кількість пошкоджень житла, інфраструктури та й взагалі необхідність облаштування людей на новому місці, сегмент торгівлі DIY (від англ. Do It Yourself – зроби це сам) є дуже важливим для України та українців»* [4].

Створення акроніму як метод перекладу, передбачає утворення абревіатури українською мовою, що відповідає англійському оригіналу. Наведемо приклад найвідомішої міжнародної організації *UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)*. Можна зазначити, що цю абревіатуру завжди перекладають українським акронімом [5].

Також часто у публіцистичних текстах ми бачимо абревіатуру *NASA (National Aeronautics and Space Administration)* що має український акронім *НАСА*, проте часто автори залишають оригінальний англомовний варіант у своїх текстах – *«Білий дім доручив NASA створити стандарт часу для Місяця – Reuters»* [6].

Також, за можливості, перекладачі звертаються до контекстуальної адаптації абревіатур. Розуміння контексту абревіатури в публіцистичному тексті має вирішальне значення для точного перекладу. Перекладач повинен враховувати цільову аудиторію та мету тексту, щоб вибрати найбільш відповідний метод перекладу. При виборі такого способу перекладу, важливо зберегти значення оригінальної абревіатури та доречно використати український відповідник. Приклад: *CIA (Central Intelligence Agency) > ЦРУ (Центральне Розвідувальне Управління)* [7]. *«Ексглава ЦРУ: Трамп залишається некомпетентним у питаннях нацбезпеки»*.

Як ми бачимо, переклад англійських абревіатур українською мовою в публіцистичних текстах вимагає ретельного підбору та оцінки ефективності різних методів і прийомів під час перекладу, щоб забезпечити точність, ясність і релевантність цільовій аудиторії. Застосовуючи прямий переклад, транслітерацію, пояснення або розширення, створення акроніму та контекстну адаптацію, перекладачі можуть ефективно передати передбачуване значення скорочень, зберігаючи цілісність тексту.

Список використаних інформаційних джерел

1. https://espreso.tv/news/2014/10/14/cukerberh_i_yoho_druzhyna_zhertvuyut_25_mln_dol_na_borotbu_z_eboloy.
2. https://tsn.ua/tsikavinki/bi-bi-si-vitratila-tisyachi-funtiv-abi-navchiti-spivrobitnikiv-koristuvatis-smaylikami-419678.html.
3. https://ua-retail.com/2022/07/yak-pracyuye-segment-magaziniv-diy-v-ukraïni-pid-chas-vijni/
4. https://mfa.gov.ua/mizhnarodni-vidnosini/yunesko/pro-yunesko.

5. https://ua-retail.com/2022/07/yak-pracyuye-segment-magaziniv-diy-v-ukraïni-pid-chas-vijni/
6. https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3850901-eksglava-cru-tramp-zalisaetsa-nekompetentnim-u-pitannah-nacbezpeki.html.

QUALITY OF HIGHER TECHNICAL EDUCATION THROUGH THE EYES OF STUDENTS

A. V. Didenko, *a student of the specialty 181 Food Technologies, group KhTI-21*
Yu. G. Nakonechna, *Ph.D., associate professor, the Department of Technologies of Food Production and Restaurant Industry*
Poltava University of Economics and Trade

Changes in the political, social, and economic spheres, such as the temporary occupation of territories, the annexation of Crimea, and the internal displacement of the population, affected the educational space of Ukraine. These events caused serious challenges for higher education, including the need to adapt to new conditions and the loss of scientific and educational potential. However, the ability of the educational system to adapt to new conditions and solve emerging challenges is important [1]. The circumstances that have developed in our country undoubtedly lead to a negative impact on the educational process and results, increase the burden on available resources, and pose new challenges to education. An integral element of the effective implementation of management strategies and policies is the use of feedback, based on the data of which changes in the situation are determined, the information received about the progress of work is analyzed, corrective decisions are made, the work of executors is evaluated, etc. A classic mechanism for implementing the principle of feedback in management in general and higher education in particular is the study of the opinion of participants in the educational process [2].

From September to December 2023, an anonymous online survey was conducted, in which undergraduate students of the Poltava University of Economics and Trade, specialty 181 Food Technologies, OP “Food Technologies, and Engineering” participated.

The educational program “Food Technologies and Engineering” is the formation and development of general and professional competencies, aimed at the acquisition by the student of higher education at the “bachelor” level and the provision of education in

the field of food technologies with wide access to employment at food industry enterprises.

The purpose of the research is to identify and study the problems of higher technical education in Ukraine in modern conditions. The object of the study: undergraduate students of the Poltava University of Economics and Trade. The subject of the study is the quality of higher technical education at the Poltava University of Economics and Trade under the OP “Food Technologies and Engineering”.

With the help of the survey, the following was investigated:

− conditions that determined admission to the institution for obtaining higher education;

− general assessment of education in a higher education institution and assessment of individual components of the educational process (quality of teaching, study conditions, etc.);

− assessment of the quality of teaching of academic subjects, the level of communication with teachers, assessment of the organization and passing of industrial practice, employment, compliance of education with modern requirements of the labor market, and student mobility.

85 % of the total number of students studying under this educational program took part in the survey. A positive aspect of the survey is that more than 78 % of respondents chose the specialty 181 Food Technologies, both among 1st-year students and 2nd, 3rd, and 4th-year students. During the survey, questions were asked about the level, quality, and methods of teaching academic subjects. The majority of students note that in the educational process, teachers use the latest methods of electronic presentations, online services, Internet content, video conferences, etc. University teachers use various means of digital communication to organize training. However, about 15 % of students indicate that the material is outdated, and the content of academic disciplines is not interesting.

To the question “What skills (in your opinion) do you lack to work in the chosen profession or occupy the desired position?” almost half of the respondents answered that everything is enough, and about 30 % noted that there is a lack of practical classes in the specialty, 11 % – teamwork skills, and 5.6 % knowledge of foreign languages. Most likely, this is connected with the organization of a mostly distance form of education, and the absence of on-site classes at enterprises due to the situation that developed in our country during the period of martial law.

About 56 % of respondents note that the quality of providing educational services did not change during the war, and about 21 % believe that it even improved. Most students note that the latest teaching methods are used in the educational process and various means of digital communication are practiced. There is also a small percentage of students who note the deterioration of the provision of educational services in these conditions.

The survey shows that online classes are most commonly held using the PUET MEET platform, Zoom is less common, and communication between teachers and students often takes place in groups using the two most popular applications – Viber and Telegram. Students positively evaluate the conditions created at the university for studying, organization, and conducting of industrial practices and their involvement in scientific activities. This is why students are mostly satisfied with their studies at the Poltava University of Economics and Trade in the specialty 181 Food Technologies

References

1. Marchuk A. (2023). The quality of higher education in extraordinary conditions: educational losses and dysfunctions of digitalization of higher education and distance learning. *Socio-economic relations in the digital society*, 1(47), 80-89.
2. Sauch P. Y., Nabok M. V. & Kuzina I. I. (2022). The quality of higher education in Ukraine through the eyes of students. *Bulletin of the National Academy of Sciences of Ukraine*.

FOREIGN LANGUAGE FOR PROFESSIONAL COMMUNICATION AS AN ELEMENT OF MODERN PROFESSIONALS QUALITY TRAINING IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

В. С. Зубко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The development of the education system in Ukraine and its integration at the European level is impossible without increasing attention to the teaching of foreign languages. Proficiency in a foreign language as a means of communication is necessary for students to acquire the relevant skills and abilities [1, c. 8].

Knowledge of a foreign language is traditionally considered the fundamental basis necessary for the effective professional activity of a highly qualified specialist. A sufficient level of proficiency in a foreign language of hospitality industry employees, particularly in hotel, restaurant, and tourism businesses, leaves a favorable impression on international guests and business partners and also positively impacts their work productivity. The professionalism of personnel employed in the hospitality industry serves as an indicator of the organization's competitiveness [2, c. 251].

Owners and managers of hospitality establishments increasingly emphasize the importance of foreign languages and recognize the necessity of improving language policies, as inadequate language proficiency can lead to difficulties in dealing with foreign tourists [3, p. 91]. In particular, ignorance of foreign languages can lead to misunderstanding of the guests' needs and intercultural misunderstanding, which as a result leads to the loss of guests and negative advertising [3, p. 93].

Today, for representatives of various countries, the most unifying language is English, which has received the status of a global language of international communication, a lingua franca. In the modern world, it has become an integral part of every existing field. It serves as the international language of communication, business, science, information technology, tourism, entertainment, etc. [4, p. 72].

The level of proficiency in a foreign language of professionals in the hotel and restaurant business determines their ability to conduct professional activities in a foreign language. The professional aspect of education involves mastering specialized vocabulary, grammar within the context of the hotel and restaurant affairs, professional communication etiquette, acquiring skills in oral and written communication, listening comprehension, and appropriate response, developing translation skills, forming skills to conduct business-oriented conversations, ability to deliver public speeches, skills in analyzing professional documentation, conducting business correspondence, exchanging information over the phone, mastering self-education techniques, etc. [4, p. 74].

Professional communication in a foreign language in the hospitality industry has its peculiarities. Proficiency in oral communication is considered to be the most important skill for future hotel and restaurant managers. However, the success in working with foreign guests and partners today depends not only on a good command of a foreign language but also on the ability to work in an international

environment based on good knowlege and understanding of other cultures and positive attitude towards local traditions of other countries, recognizing the existance of intercultural problems and distinctive features in specific professional practice [2, p. 254].

Future hospitality professionals must be able not only to create psychological comfort during communication, establish and maintain interpersonal and business contacts, adjust relationships with interlocutors but also to have a good understanding of the peculiarities in foreign language communication, the cultural nuances, and norms of native speakers linguistic etiquette. Therefore, to achieve a high level of proficiency in foreign languages, in addition to conventional language training, it is necessary to pay attention to modern trends in foreign language education, which are particularly important and effective for future professional activity in the hotel and restaurant business [2, p. 255].

The main methodological principle of studying a foreign language is the principle of communicativeness, which involves simulating real communication situations in the educational process since, in acquiring a profession related to the service industry, future professionals must be prepared for daily communication. Focusing on the use of the specific communicative patterns allows to purposefully develop the skills and abilities needed for professional activities [4, p. 77].

Thus, in the modern world, a foreign language proves to be an integral component of training professionals in the hotel and restaurant business. Experience and research confirm that proficiency in a foreign language, particularly in English, contributes to successful communication and enhances the competitiveness of a professional in the international labor market. A foreign language becomes a key to understanding with partners, clients, and colleagues from around the world, and also opens doors to new career development opportunities. Therefore, including the study of foreign languages in educational programs for future professionals in the hotel and restaurant business is not only relevant but also a strategically important step in preparing qualified personnel for this industry.

References

1. Бондар Н. Міжкультурна комунікація як передумова іншомовної підготовки фахівців сфери туризму. Актуальні проблеми філології та методики викладання іноземних мов у сучасному мультилінгвальному просторі : матер. Всеукр. науково-теоретичної конф. Вінниця, 2019. С. 8–9.

2. Сарновська Н. Формування іншомовної комунікативної компетентності у майбутніх фахівців сфери туристичного бізнесу. Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. 2018. № 2(61). С. 251–256.
3. Tziora N., Giovanis N., Papacharalabous C. The role of foreign languages in hospitality management. International Journal of Language, Translation and Intercultural Communication. 2016. Vol. 4. P. 89–97.
4. Кудрик К. О. Англійська мова та міжнародний туризм: сучасні тенденції розвитку та взаємодії. Педагогічні науки : зб. наук. пр. 2015. Вип. 125. С. 71–82.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕСТОВОЇ ФОРМИ КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

***А. І. Клиба**, студент спеціальності Бізнес-економіки, група БіЕк-11*
***Ж. А. Кононенко**, доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Проведення тестової форми контролю знань здобувачів вищої освіти (ЗВО) є важливим і актуальним у сучасному освітньому середовищі. Причинами цього є ряд факторів, що виступають як виклики у даній сфері послуг. Така форма контролю знань дозволяє оцінити рівень засвоєння навчального матеріалу, виявити слабкі та сильні сторони ЗВО і визначити необхідність корекції навчального процесу. Наведемо деякі переваги проведення тестів у вищій школі:

1) об’єктивність оцінки дозволяє однаково оцінити всіх ЗВО за однією системою критеріїв, що робить процес більш об’єктивним;

2) ефективність може бути як елемент охоплення великої кількості матеріалу і прийнято в оцінюванні швидкого рівня знань ЗВО;

3) залучення різних типів питань, адже тести можуть містити різноманітні типи питань (об’єктивні, відкриті, клік-тестування тощо), що дозволяє оцінити різні аспекти засвоєння матеріалу;

4) можливість використання автоматизованих систем, що зменшує трудомісткість для викладачів та швидко надає результати студентам;

5) збір статистичних даних щодо рівня засвоєння навчального матеріалу та виявлення потреби у подальшій підготовці.

За допомогою тестів можна об'єктивно оцінити, наскільки ЗВО засвоїли навчальний матеріал та чи відповідають їхні знання вимогам програми або стандартам. Різні види тестувань дозволяють викладачам контролювати якість навчання, ідентифікувати слабкі місця та вживати заходів для їх виправлення. Використання комп'ютеризованих тестів, онлайн-платформ та інших цифрових інструментів дозволяє забезпечити ефективне проведення тестування навіть у віддалених форматах навчання.

Хоча тестовий контроль знань має свої переваги, він також має деякі негативні аспекти. Наприклад, одноманітність, що стає помітною у живому спілкуванні та обмежує можливість ЗВО вільно висловлювати свої думки та ідеї, оскільки вони змушені відповідати на конкретні запитання. Формування у молоді короткочасної пам'яті, не даючи можливості ЗВО проявити розуміння та аналітичні навички. Постійне використання тестів як основного засобу оцінки може обмежити можливості студентів для активного занурення в навчальний матеріал та глибокого розуміння предмету.

Можливість обману збоку ЗВО, використовуючи різні методи розв'язку тестів, такі як копіювання відповідей або використання «підказок» чи «готових тестів» з різних сучасних джерел.

У деяких випадках формулювання тестових питань може бути нечітким або спричиняти плутанину, що призводить до несправедливих результатів.

Таблиця 1 – Види та форми тестів

Вид	Опис	Приклади форми	Призначення тестів
Відкритий	Тест, де студент повинен самостійно формулювати відповіді без готових варіантів	Есе, коротка відповідь, рефлексивні завдання	Розвиток критичного мислення, аналізу, аргументації
Контекстний	Тест, де студентам пропонуються сценарії або контекстні ситуації для вирішення завдань	Створення сценаріїв, аналіз випадку, вирішення проблем	Оцінка здатності застосовувати знання в реальних ситуаціях
Практичний	Тест, де студентам потрібно демонструвати навички або виконувати конкретні завдання	Лабораторні роботи, вирішення кейсів, технічні завдання	Оцінка практичних навичок та умінь

Продовж. табл. 1

Вид	Опис	Приклади форми	Призначення тестів
Клік-тест	Тест, де студентам потрібно обирати правильну відповідь або виконувати дії, натискаючи на відповідні кнопки	Тести на платформах з електронними ресурсами, інтерактивні веб-тести	Оцінка швидкості реакції, здатності до прийняття рішень
Навчальний	Тест, який призначений для навчання та закріплення матеріалу під час процесу навчання	Вправи для самостійного опрацювання, повторення лекційних матеріалів	Закріплення знань, вивчення нового матеріалу
Контрольний	Тест, який призначений для перевірки знань після закінчення певного розділу чи теми	Тести в кінці тематичних блоків, семестрові екзамени	Оцінка загального рівня засвоєння матеріалу

Джерело: узагальнено за [1, 2].

У зв'язку з цим, проведення тестів для контролю знань вищих навчальних закладів залишається актуальним і необхідним компонентом освітнього процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Немченко С. Г., Крижко В. В. Педагогіка вищої школи : підручник. Бердянськ : БДПУ, 2020. 517 с.
2. Офіційний сайт Міністерства освіти і науки України. 2015. URL: www.mon.gov.ua.

ВПЛИВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ НА ПІДГОТОВКУ ФАХІВЦІВ ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ ТА ФОНДОВИЙ РИНОК»

***О. Корольова**, здобувачка вищої освіти спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКб-41*
***О. Яріш**, канд. екон. наук, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Підготовка фахівців зі спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок» в умовах активного

процесу цифровізації та технологізації фінансового сектору – надзвичайно значимий та складний процес. Сучасні інформаційні технології не лише змінюють способи і методи роботи у фінансовому секторі, але й вимагають від фахівців нових знань і навичок.

Перше, що слід відзначити – це активний рух до гіперавтоматизації у фінансах, який поєднує роботизовану автоматизацію процесів, AI та обробку природної мови для автоматизації бізнес-процесів [1]. Gartner прогнозує, що до 2024 року гіперавтоматізація знизить операційні витрати у фінансових установах на 30 %, а до 2025 року її ринок досягне 860 мільярдів доларів [2]. Тому фахівці повинні володіти навичками роботи з аналітичними інструментами та програмним забезпеченням.

По-друге, це зростання обсягів даних, які збираються у фінансових установах, що вимагає від фахівців з фінансів навичок у роботі з великими обсягами інформації.

Також, в контексті цифровізації, збільшується значення кібербезпеки, оскільки зростає кількість кіберзагроз та ризиків для фінансової безпеки.

Цифрові технології змінюють і способи комунікації у фінансових установах. Завдяки цьому збільшується значення навичок у використанні чатів, відеоконференцій та інших засобів комунікації. Фахівці також повинні мати розуміння цифрових платформ та мобільних додатків, які використовуються для ведення фінансової діяльності. Крім того, фахівці повинні володіти навичками управління проєктами та розумінням методологій розвитку програмного забезпечення, що є важливим для впровадження цифрових інновацій у фінансових установах.

Перспективним напрямком професійного розвитку у сфері фінансів є дата-аналітика. Дата-аналітик (Data Analyst) – це фахівець, який збирає, аналізує та візуалізує дані для виявлення закономірностей, тенденцій та отримання з них корисної інформації.

Дата-аналітик у сфері фінансів – це фахівець, який використовує статистичні методи, аналітичні інструменти та програмне забезпечення для збору, аналізу та візуалізації фінансових даних. Ці дані можуть включати ціни на акції, курси валют, дані про транзакції, фінансові звіти та інші пов’язані з фінансами показники. Наприклад, у банку він потрібен для підвищення рівня кібербезпеки, ухвалення інвестиційних рішень і оцінки платоспроможності позичальників.

Основні функції дата-аналітика у сфері фінансів узагальнено на рис. 1.

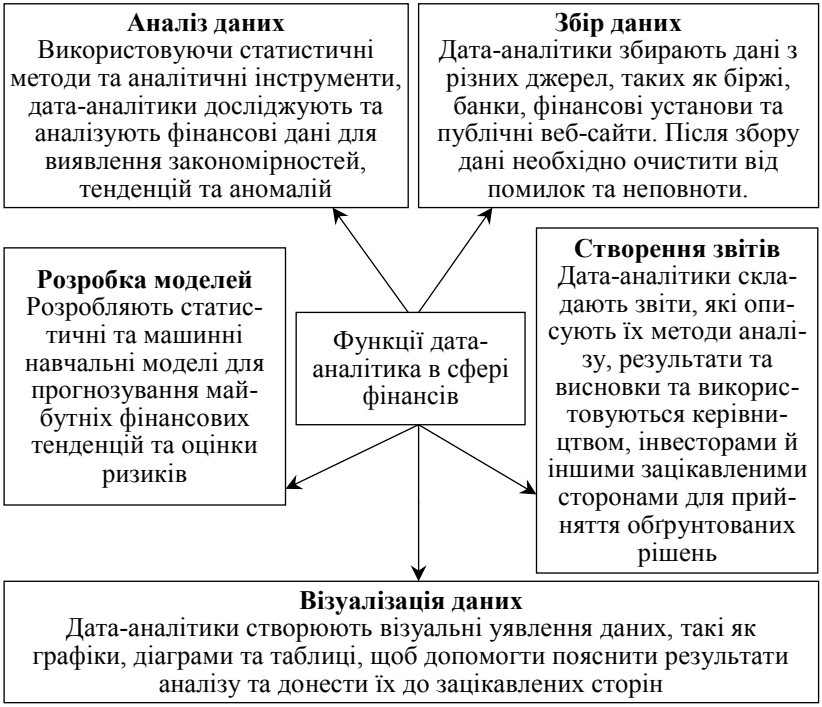

Рисунок 1 – Основні функції дата-аналітика у сфері фінансів (узагальнено автором на основі [3; 4])

Означене актуалізує необхідність постійного розвитку digital hard skills, базовий набір яких, в умовах формування і розвитку фінансової екосистеми, складається з Excel, SQL, Python і Business Intelligence системи (Tableau, Power BI, Looker тощо). На нашу думку, саме поєднання професійних компетентностей у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондового ринку із здатністю обробляти великі масиви даних, приймати на їх основі управлінські рішення, створювати нову інформацію і будувати на їх основі бізнес-моделі – це найактуальніший запит сучасного глобального ринку.

Отже, цифровізація має значний вплив на підготовку фахівців у сфері фінансів, банківської справи, страхування та фондо-

вого ринку, змінюючи як методи навчання, так і навички, необхідні для успішної кар'єри у цій галузі. Розуміння цифрових технологій та їх впливу на фінансовий сектор стає необхідним для майбутніх фахівців, і вони повинні бути готові до постійного навчання та адаптації до змін у цьому швидкозмінному середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Malashniak M., Lesniak O. Digitalization in financial services: top technologies and strategies. URL: https://www.n-ix.com/digitalization-in-financial-services/
2. Forecast Analysis: Hyperautomation Enablement Software, Worldwide. URL: https://www.gartner.com/en/documents/3999678.
3. Indeed. URL: https://www.indeed.com/q-financial-data-analyst-jobs.html.
4. Glassdoor. URL: https://www.glassdoor.com/Salaries/financial-data-analyst-salary-SRCH_KO0,22.htm.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ НАВЧАННЯ: ІННОВАЦІЙНІСТЬ У СУЧАСНІЙ ОСВІТІ

***А. С. Костик**, студентка спеціальності Комп'ютерні науки, 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

Штучний Інтелект (ШІ) вже давно перестав бути фантастичною технологією майбутнього. Він активно впроваджується в різні сфери життя, зокрема, у сферу освіти. За останні кілька років ШІ значно розширив можливості навчання, створюючи інноваційні методи та інструменти, які відкривають нові горизонти для учнів та педагогів. У цій роботі ми розглянемо, як використання ШІ змінює навчальні процеси та сприяє розвитку сучасної освіти.

Впровадження штучного інтелекту в освітній процес відкриває безліч перспектив та можливостей, але також породжує ряд проблем, які потребують уважного розгляду та вирішення. Однією з ключових проблем є баланс між автоматизацією та збереженням людського фактору в навчанні. Автоматизація навчальних процесів за допомогою штучного інтелекту може призвести до втрати людського контакту та індивідуального

підходу, що є ключовими аспектами ефективного навчання. Але з іншої сторони, використання ШІ дозволяє збільшити доступність освіти до всіх шарів суспільства.

Один із ключових аспектів досліджень полягає в аналізі ефективності використання штучного інтелекту в освіті. Дослідники звертають увагу на результативність інноваційних програм, що використовують штучний інтелект, порівнюючи їх з традиційними методами навчання. Вони досліджують показники успішності учнів, їх мотивацію та залученість у навчальний процес.

Другим важливим напрямком досліджень є аналіз впливу штучного інтелекту на персоналізацію навчання. Вчені досліджують можливості систем штучного інтелекту створювати індивідуалізовані програми навчання, що враховують індивідуальні потреби та здібності кожного учня. Аналізуються ефективність таких програм, їх вплив на успішність учнів та їхню мотивацію. Також важливим аспектом досліджень є аналіз етичних аспектів використання штучного інтелекту в освіті. Досліджується проблема конфіденційності та захисту даних учнів, справедливості та дискримінації у процесі навчання, а також впливу штучного інтелекту на моральні та етичні аспекти освітнього процесу.

Штучний інтелект (ШІ) швидко перетворюється на ключовий компонент у сфері освіти, вносячи значні інновації в навчальний процес. За допомогою передових технологій, що базуються на штучному інтелекті, освітні інституції можуть індивідуалізувати навчання, створювати зручне середовище для вивчення, а також підвищувати якість освіти. Давайте розглянемо, як саме використання штучного інтелекту змінює навчальний процес і чому це є настільки інноваційним у сучасній освіті.

1. *Індивідуалізоване навчання.* Одним з найважливіших аспектів використання ШІ в освіті є можливість створення індивідуалізованих навчальних програм. Алгоритми машинного навчання можуть аналізувати дані про кожного студента, враховуючи їхні сильні та слабкі сторони, темп навчання, індивідуальні потреби та інтереси. На основі цього аналізу системи ШІ можуть створювати персоналізовані навчальні програми, які оптимізують процес засвоєння знань для кожного студента.

2. *Зручність та доступність.* Завдяки розвитку ШІ, навчання стає більш доступним та зручним. Онлайн-платформи та додатки, що використовують інтелектуальні алгоритми, дозволяють студентам навчатися у будь-який час та в будь-якому місці. Це особливо важливо для студентів, які знаходяться в різних географічних регіонах або мають обмежений доступ до традиційних освітніх ресурсів.

3. *Застосування розширеної реальності та віртуальної реальності.* Ще одним інноваційним напрямком у використанні ШІ для навчання є застосування розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR). Ці технології дозволяють створювати іммерсивне навчальне середовище, в якому студенти можуть взаємодіяти з віртуальними об'єктами та сценаріями. Це допомагає зробити навчання більш захоплюючим та ефективним, стимулюючи активну участь та сприяючи кращому засвоєнню матеріалу.

Висновки. Використання Штучного Інтелекту в сучасній освіті відкриває безліч нових можливостей для покращення навчальних процесів та забезпечення індивідуалізованого підходу до кожного учня. Інноваційність та перспективи розвитку цієї технології підтверджують, що вона буде продовжувати трансформувати освітній ландшафт у майбутньому, роблячи навчання доступнішим, ефективнішим та захопливішим для всіх учасників освітнього процесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Куликов О. Інноваційні технології в освіті: використання штучного інтелекту для оптимізації навчальних процесів. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Педагогіка. 2019. 2(45). С. 81–87.
2. Гриньов І. Перспективи використання штучного інтелекту в сучасній освіті / І. Гриньов, О. Лисенко. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Педагогічні науки. 2020. 1(60). С. 122–126.
3. Савчук В. Використання штучного інтелекту в освітньому просторі / В. Савчук, Т. Петрова. Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. 2018. 8(78). С. 67–73.
4. Білецький В. Штучний інтелект як інструмент модернізації освітнього процесу в Україні / В. Білецький, М. Коваленко. Педагогічний процес: теорія і практика. 2019. 4(78). С. 31–38.

ПОРУШЕННЯ ПРИНЦИПІВ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ ЯК ЗАГРОЗА ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

***Ю. Ю. Луценко**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМКб-11*
***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість вищої освіти полягає у здатності навчальних закладів забезпечити такі знання та навички, яких здобувачі освіти потребують для їх становлення в якості ефективних професіоналів. Це охоплює не лише академічні знання, а й критичне мислення, комунікативні навички та здатність до самостійного аналізу.

Академічна доброчесність є важливим фундаментом для забезпечення якості освіти та підвищення рівня знань. Академічна доброчесність є невід'ємною складовою частиною університетського середовища, яка визначається відданістю високим стандартам чесності, інтелектуальної довіри та етичної поведінки серед усіх учасників освітнього процесу. Це важливий елемент будь-якої освітньої спільноти, який сприяє розвитку й набуттю знань, не лише з погляду освоєння навчальних програм, а й з погляду розвитку особистості.

Академічна доброчесність визначається набором принципів та цінностей, які регулюють поведінку та взаємодію учасників навчального процесу. Дотримання цих принципів має величезне значення для якісного навчання та професійної діяльності. Ось деякі ключові принципи академічної доброчесності та їх важливість.

Чесність. Це обов'язкова основа викладання, навчання, дослідження і трудової діяльності. Чесність розпочинається із окремих особистостей та розширюється на дедалі більшу спільноту. Чесність передбачає здійснення усіх академічних та наукових дій без будь-якої форми обману або підробки. Важливо розуміти, що відсутність чесності порушує довіру та підриває цілісність навчального процесу.

Довіра. Дотримання цього принципу між усіма учасниками освітнього процесу – студентами, викладачами, науковцями та адміністраторами – є основою ефективного функціонування навчального середовища. Це дозволяє співпрацювати, ділитися інформацією, вільно обмінюватися ідеями. Учасники освітнього

процесу повинні довіряти, що всі сторони дотримуються встановлених етичних норм та стандартів, таких як правила академічної доброчесності та визнані принципи етики досліджень.

Справедливість. Цей принцип означає рівні можливості для всіх учасників освітнього процесу та рівне застосування правил і стандартів. Забезпечення справедливості у всіх аспектах освітнього процесу допомагає створити навчальне середовище, де кожен відчуває себе поважним, визнаним та має можливість досягти успіху на основі власних зусиль та здібностей.

Повага. Поважання прав інших учасників навчальної спільноти, їхніх думок та ідей є ключовим аспектом академічної доброчесності. Різноманітність поглядів та відкритість до діалогу сприяють обміну знаннями та розвитку науки. Забезпечення поваги як принципу академічної доброчесності допомагає створити сприятливу атмосферу для навчання, досліджень та співпраці, де кожен учасник може відчути себе поважним та визнаним, а також мати можливість розвивати свої знання та навички.

Відповідальність. Це важливий принцип академічної доброчесності, який передбачає взяття на себе відповідальності за власні дії, вчинки та результати навчання або досліджень. Цей принцип охоплює не лише виконання обов'язків і завдань, але й ретельне дотримання правил, стандартів та етичних норм. Бути відповідальним означає протистояти порушенням академічної доброчесності та негативному тиску з боку інших, намагатись заохотити інших не порушувати правил та демонструвати свій позитивний приклад.

Відвага та мужність. Ці принципи академічної доброчесності, відображають сміливість у висловлюванні думок, рішучість у виявленні правди та готовність вступати у відкриті дискусії та діалоги. Це передбачає відстоювання принципів академічної доброчесності, здатність діяти згідно з власними переконаннями всупереч страху та ризику отримати негативні наслідки чи зазнати удару у відповідь.

Дотримання принципів академічної доброчесності має важливе значення як для навчання, так і для роботи у науковому або професійному середовищі. Це стимулює інтелектуальний розвиток, збереження інтелектуальної чесності та підвищує довіру до результатів досліджень і виробленої експертизи. Також це сприяє підготовці висококваліфікованих фахівців, які дотримуються найвищих стандартів професійної етики та відповідальності.

Список використаних інформаційних джерел

1. The Fundamental Values of Academic Integrity. 3-тє вид. International Center for Academic Integrity, 2021. 14 с. URL: https://academicintegrity.org/images/pdfs/20019_ICAI-Fundamental-Values_R12.pdf.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ПРИ НАПИСАННІ НАУКОВИХ РОБІТ В АСПЕКТІ АКАДЕМІЧНОЇ ДОБРОЧЕСНОСТІ

М. Д. Малтабар, *студентка спеціальність 181 Харчові технології, група ХТІ РТ-21*
О. М. Горобець, *канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Питання академічної доброчесності не втрачає своє актуальності тривалий проміжок часу. Проблема академічної доброчесності насамперед актуальна в колі наукової спільноти. В час активного розвитку інформаційних технологій дотримання принципів доброчесності постає дуже гостро. На сьогодні здобувачі вищої освіти не завжди розуміються на таких поняттях як академічний плагіат та компіляція. Під час виконання наукових робіт студенти часто застосовують плагіат та компіляцію робіт своїх попередників.

Доступність різноманітних джерел інформації, наявність готових текстів наукових робіт на теренах інтернету стає потужним викликом в боротьбі з академічною недоброчесністю.

Особливої уваги в цьому аспекті заслуговує використання штучного інтелекту.

Використання штучного інтелекту, а саме доступної його форми як ChatGPT дозволяє згенерувати або перефразувати будь-який текст [1]. Проте неможна бути цілком впевненим в достовірності згенерованої інформації, а також в її унікальності. Отриманий таким чином матеріал може містити неточності, перефразування або плагіат, за який тільки автор публікації нестиме відповідальність. Не слід забувати про такий аспект, що використання штучного інтелекту порушує питання самостійності виконання завдань, кваліфікаційних чи наукових робіт, що в свою чергу задекларовано в документах про академічну доброчесність усіх без винятку закладах вищої освіти [2].

Відомий прецедент, який створив стрімкий розвиток програм штучного інтелекту у США поруч з неготовністю до його фактичного впровадження призвів до випадків недоброчесності серед здобувачів освіти, через що ChatGPT був заборонений у державних школах Нью-Йорка та Сіетла [3].

Отже, реальним напрямком подолання цього ризику є використання методів, спрямованих на запобігання неналежному використанню штучного інтелекту в навчальному процесі, серед яких: розроблення програмного забезпечення, яке програмних продуктів, здатне ідентифікувати текст, створений штучним інтелектом, інформування, щодо важливості академічної доброчесності в освітньому середовищі та розробки нестандартних навчальних і наукових завдань, які розвивають креативність, критичне мислення та нові підходи до вирішення проблемних ситуацій.

Також, особливу увагу слід приділити підготовці викладачів та здобувачів освіти, щодо особливостей штучного інтелекту та його практичному застосуванню на рівні закладів вищої освіти, що зменшить ризики нецільового використання програмного забезпечення ChatGPT та інших продуктів.

Список використаних інформаційних джерел

1. ChatGPT – що це за технологія, її переваги та недоліки, подальші перспективи. URL: https://www.itbox.ua/ua/blog/ChatGPT--scho-ce-za- 56 tehnologiya-yiyi-perevagi-ta-nedoliki-podalshi-perspektivi/
2. Про вищу освіту : Закон України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18.
3. Cullen C. Artificial Intelligence: Friend, Foe, or Neither? URL: https://academicintegrity.org/resources/blog/110-2023/february-2023/422-artificial-intelligence-friend-foe-or-neither.

ЦИФРОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ОСВІТИ

***С. В. Мотрій**, магістр освітньої програми «Економіка підприємства», група Е ЕП_м_11*
***Ж. А. Кононенко**, доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Стрімкий розвиток цифрових технологій є наслідком науково-технічного прогресу в галузі комп’ютерної та програмної інженерії а також мережі інтернет. Інтеграція ІТ технологій у всі сфери людського життя є основною рушійною силою, яка буде

визначати подальші перспективи розвитку суспільства і конкурентну спроможність та захист інтересів країни в умовах транснаціональних економічних відносин. Впровадження цифрових технологій неодмінно призводить до зміни парадигми у сфері управління, комунікації та взаємодії людей і направлене на здійснення якісних змін соціально-економічного характеру. Саме тому проблематика цифрової трансформації є надзвичайно актуальним питанням, яке потребує ретельного дослідження та вивчення.

Аналізуючи роботи, проведені у напрямку цифровізації галузі освіти і освітнього процесу, не можна оминути дослідження, проведені дослідницькими інститутами та профільними інстанціями, а саме: Національним інститутом стратегічних досліджень, Міністерством цифрової трансформації України, Міністерством освіти і науки України, Українським інститутом розвитку освіти та деякими іншими інстанціями. Серед авторських робіт варто відзначити В. Ю. Бикова та колектив авторів і їх дослідження теоретичних основ інформатизації освіти, монографію за науковою редакцією Н. В. Морзе та Буйницької О. П., в якій було висвітлено шляхи впровадження інноваційних підходів і цифрових технологій в освітньому процесі, наукову статтю Бабаєва В. М., Стадника Г. В., Момота Т. В. «Цифрова трансформація в сфері вищої освіти в умовах глобалізації», збірник матеріалів «Цифрова трансформація освіти» 2-ї Міжнародної науково-практичної конференції в рамках Міжнародного освітнього форуму за редакцією Черній А. Л. де було розглянуто проблематику залучення інформаційно-комунікаційних технологій до проведення освітнього процесу вищої освіти в умовах глобалізації, та інших авторів, які в своїх роботах предметно розглянули суміжні з темою дослідження актуальні тенденції розвитку цифрової освіти і пов’язані трансформаційні процеси.

Термін «цифрова трансформація» пропонується трактувати, як зміну форми діяльності із перебудовою управлінської структури виведення взаємодії та обслуговування на новий рівень, завдяки комплексному впровадженню цифрових платформ та технологій у суспільний простір, з метою оптимізації економічних, соціальних та інших процесів, кінцевою метою якої є створення умов для інноваційного розвитку держави. Звідси випливає, що впровадження інформаційних технологій не може розглядатися як цифрова трансформація, а є виключно засобом

її досягнення [1]. Ключова роль, в даному випадку, відведена державі, яка створює правове поле для визначення, імплементації і регулювання всіх необхідних положень.

Завданням держави, через відповідні законодавчі ініціативи [2, 4, 45] є створення бази для цифрової трансформації України, яка буде сприяти необхідним змінам у всіх сферах діяльності людини в цілому і у сфері освіти зокрема.

Реалії сьогодення диктують нові вимоги до системи вищої освіти України. Це пов'язано із процесами глобалізації, збільшенням можливостей для академічної і трудової міграції, євроінтеграційними ініціативами, а також з війною, спричиненою вторгненням армії РФ.

Цифрова трансформація освіти має потенціал для радикального перетворення освітнього процесу з урахуванням вищезазначених факторів впливу, з метою зробити його більш ефективним, доступним, об'єктивним, інклюзивним та безпечним.

Цифрову трансформацію освітнього процесу не можна зводити виключно до перенесення інформаційних матеріалів в он-лайн площину і перехід на дистанційну форму навчання. Це комплекс заходів, що передбачає розробку і впровадження нової парадигми управління навчальним процесом, створення нової ціннісної системи навчання, формування принципово нових навчальних форматів та перебудови функціональної архітектури навчальних закладів.

У цілому питання цифрової трансформації освіти поділяється на дві складові: адаптація освітнього простору і освітнього процесу. Питання цифрової трансформації освітнього простору можна розділити на три основні частини (табл. 1).

Таблиця 1 – Складові цифрової трансформації освітнього простору

Трансформація робочого місця	Трансформація середовища	Трансформація методів викладання
Система оповіщення про небезпеку; наявність укриття з доступом до мережі інтернет; автономне живлення	Відеоконференції; цифрові навчальні платформи	Інтерактивні заняття; подача матеріалу

Цифрова трансформація освітнього процесу передбачає [6]:

– комплексну роботу над побудовою екосистеми цифрових рішень;

– створення безпечного електронного освітнього середовища;

– забезпечення необхідної цифрової інфраструктури закладів та установ освіти і науки;

– підвищення рівня цифрової компетентності;

– зміну підходів до ведення процесів та надання послуг;

– автоматизацію збору і аналізу даних.

Розглянемо ймовірні сценарії для кожної сторони, що приймає участь у освітньому процесі.

Для студентів прогнозованими наслідками зміни традиційних методів освіти на діджиталізовані є перехід до індивідуальної системи навчання замість масово-однотипної, де здобувач освіти матиме змогу адаптувати процес отримання знань відповідно до власних потреб, інтересів та можливостей; можливість самостійно формувати базу інформаційних джерел; творчий підхід до вирішення завдань замість механічного вивчення наданого матеріалу. Разом з цим студент формує чіткі навики до швидкого пошуку необхідної інформації, її перевірки і засвоєння в найкоротші терміни. Освіта стає більш доступною та інклюзивною.

Сценарій для викладача передбачає систематизацію і автоматизацію роботи по контролю якості знань студента; ефективність у плануванні та підготовці до заняття.

Для навчального закладу передбачається зменшення бюрократизації адміністративних процесів; зменшення витрат за рахунок економії ресурсів; зміцнення конкурентоспроможних позицій в освітньому просторі; покращення іміджевої складової.

Проблеми, які існують в площині теми дослідження, окреслені в проєкті концепції цифрової трансформації освіти і науки [3]. Ключовими з них є наступні:

– рівень цифрової грамотності учасників освітнього процесу;

– зміст освіти який не відповідає сучасним кваліфікаційним вимогам;

– недостатнє забезпечення матеріально-технічною базою;

– відсутність якісного цифрового освітнього контенту;

– застарілі підходи при веденні документообігу закладів освіти;

– незручність отримання послуг у системі освіти;

– обмежений доступ до інформаційних джерел, наукових ресурсів, інфраструктури тощо.

Отже цифрова трансформація виходить далеко за рамки простого впровадження нових цифрових рішень, адже вона потребує повного переосмислення діяльності організації. Актуальність подальших досліджень в даному напрямку обумовлена встановленням точних показників ефективності впровадження цифрової трансформації, а також проблематикою використання і ефекту від впровадження штучного інтелекту в освітньому процесі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Strutynska I. Definitions of digital transformation. *Black sea economic studies*. 2019. № 48. URL: https://doi.org/10.32843/bses.48-47.
2. Деякі питання цифрового розвитку : Постанова Каб. Міністрів України від 30.01.2019 р. № 56 : станом на 30 черв. 2023 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/56-2019-п#Text.
3. Концепція цифрової трансформації освіти і науки на період до 2026 року. URL: https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/2021/05/25/tsifrovizatsiigromadskeobgovorennya.docx.
4. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки : Постанова Каб. Міністрів України від 05.08.2020 р. № 695. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text.
5. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : Розпорядж. Каб. Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р : станом на 17 верес. 2020 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-р#Text.
6. Цифрова трансформація освіти і науки. URL: http://surl.li/sblag.

CONTINUOUS IMPROVEMENT OF ENGLISH LANGUAGE SKILLS AS ONE OF THE BASIC COMPETENCIES IN THE HOTEL AND RESTAURANT SPECIALITY

Л. М. Мусієць, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Recently, in Ukraine, the issue of learning English language as a basic component of professional competence in hotel and restaurant business has rapidly escalated and gained a considerable pace of

discussion. Nowadays, for students, knowledge of a foreign language has become an integral part of higher education. This issue is especially important for the hotel and restaurant specialist because the work in this field consists mainly of communication with guests of different nationalities, from different countries, travelling on different needs.

International practice shows that employers prefer to choose among a variety of those who are ready to learn and speak languages in order to freely give advice and communicate in this language. For such employees, the hotel and restaurant business opens up in a completely different way, with greater work opportunities. Thus, you will be able to discover dozens of new countries and get the opportunity to practice there, studying the mentality and characteristics of this country.

In order to increase popularity and recognition among other objects of the hotel and restaurant chain, the owners, even within the enterprise itself, are trying to implement various measures so that all employees quickly overcome the language barrier, starting with simple aspects of the work process. A common way to improve your language skills is to create language courses and trainings that focus on highly specialized aspects related to a specific job. Thanks to this practice, employees concentrate only on their language problems. You can also often come across a case when a person, for whom English is his native language, is invited to teach others by his own example, showing in practice which language is better to speak with a foreigner, so as not to stand out in the eyes of the guest and to be on the same wavelength with him.

For personal improvement, students of higher educational institutions of Ukraine are recommended to study a foreign language not only during scheduled classes, but also in their free time, because this way the result can be more noticeable and significant. Scientists working on this issue argue that listening comprehension, as well as reading and pronunciation skills cannot be separated from each other, since there is a common interaction between these processes and they must be studied together. For fluency, it is recommended to listen to the recordings of the native speaker, and then repeat the sentences, paying attention to the correct intonation and rhythm during this process. To practice speaking, students use the method of recording their voice in order to hear their mistakes and not to repeat them in the future. This feature is very important for an employee in this

field, because guests need to understand you correctly. Writing is also an important element of the entire hotel and restaurant business, since there is constant interaction with documentation in written or electronic form. To be trained in this direction as well, you should think about the meaning of the word or idea that you are trying to embody on paper, so the brain will transform a passive vocabulary of words into an active one. When studying or repeating a word, it is better to remember it with a phrase or a constant expression, so that it can be easily transformed into the right situation later. Improving your language level is only possible if you constantly repeat until the learning process is complete and the skills become automatic.

In order for the guest to feel comfortable in a new place for him and without any fears that he will be misunderstood, the staff must have a high level of English, because if the employees really communicate freely, then the guests express all their requests and gratitude in this language. The hotel and restaurant business consists of a large list of services, but accommodation and catering are among the main ones. To perform even these services for a foreign guest, the employee must know English, because booking a room, paying for accommodation, ordering food in a restaurant, providing information about various services will serve in the language the person speaks.

When a person shows the ability to quickly improve the language barrier, he will even be expected to increase his salary, and therefore such employees are highly valued all over the world. It even allows the hotel to compete with other hotels and restaurants that are very popular among guests and locals.

So, in conclusion, I can add that knowledge of the English language is an integral part of our everyday life, as it is the main language of communication in more than 50 countries, which usually overshadows the hotel and restaurant business as one of the most sought-after professional areas in terms of language aspects in general. Knowledge of this language opens up great opportunities for development among ambitious young students who want to connect their lives with the hotel and restaurant business in order to achieve great success in their careers.

References

1. Kyfyak V. F. Organization of tourism: Education manual. Chernivtsi : Books – XXI, 2008. 344 p.

2. How to Improve Your Speaking Skills in a Foreign Language. FSI Language Courses: website. URL: https://www.fsi-language-courses.org/ (date of application: 27.03.2024).
3. Exploring a World of Opportunities in the Hospitality Sector with Your Language Skills. Language Testing International: website. URL: https://www.languagetesting.com/blog/ (date of application: 27.03.2024).
4. Sokol T. G. Organization of service in hotels and tourist complexes: a textbook. Kyiv : Alterpress, 2009. 447 p.

МІЖНАРОДНІ СТАЖУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

О. А. Оливенко, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41*
О. О. Тараненко, *канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сфера туризму в Україні є важливою складовою економіки. Її вплив на соціально-економічні процеси не обмежується досягненням лише економічних результатів. Рівень використання потенціалу сфери туризму у значній мірі залежить від кадрового забезпечення. Тому для підготовки фахівців сфери туризму доцільно використовувати інструменти, що забезпечують можливість набуття вмінь і навичок міжнародного рівня.

Науковці виділяють 4 основні елементи моделі професійної підготовки [1, 2]:

− перший елемент передбачає формування системи розвинених, гнучких професійних умінь і мислення, що забезпечують успішне розв’язання нестандартних, ускладнених нових професійних завдань. Міжнародні стажування забезпечують реалізацію даного елемента шляхом апробації та адаптації набутих знань, вмінь і навичок студента в реальних практичних умовах, часто у непередбачуваних та нестандартних ситуаціях;

− другий елемент – це здатність самостійно вчитися, набувати професійних знань, навичок, умінь, оволодівати новими технологіями, удосконалювати кваліфікацію. Даний елемент забезпечується міжнародними стажуваннями шляхом перебування студента в практичному середовищі, де він самостійно під власну відповідальність виконуючи свої обов’язки професійно розвивається на основі самоосвіти;

– третій елемент базується на вимогах гуманізації та гуманітаризації освіти, тобто визнання особистості – унікальної, неповторної індивідуальності кожної людини, її життя і здоров'я – як пріоритетної домінанти соціальної вартості. Однією з особливостей сфери туризму є переважання людського чинника в процесі обслуговування клієнтів. Тому спілкування під час міжнародного стажування у середині колективу та з клієнтами в умовах мультикультурного середовища найкращим чином сприяє реалізації цього елемента;

– четвертим елементом є система професійних знань, навичок, умінь, які відповідають вимогам професійної діяльності, функціям і обов'язкам майбутнього фахівця, що закріплено в його кваліфікаційній характеристиці. Міжнародні стажування забезпечують реалізацію даного елемента на високому рівні шляхом набуття кваліфікаційних вмінь і навичок обслуговування міжнародного рівня. Таким чином, міжнародні стажування забезпечують реалізацію усіх чотирьох елементів моделі професійної підготовки формуючи висококваліфікованого фахівця, який конкурентоспроможний на міжнародному ринку праці.

У ПУЕТ при підготовці фахівців сфери туризму створені сприятливі умови для міжнародних стажувань. Студенти спеціальності 242 Туризм і рекреація мають можливість здобути міжнародний професійний досвід в низці країн, зокрема в Німеччині, Болгарії, Туреччині, Італії. Важливо, що дистанційні технології навчання, що використовуються в університеті дозволяють паралельно навчатися і проходити міжнародні стажування. Участь у міжнародних стажуваннях дає можливість покращувати та вдосконалювати знання та навички спілкування іноземними мовами, отримати досвід роботи у міжнародних туристичних компаніях з міжнародними стандартами якості, отримати знайомства, що в перспективі можуть бути корисними для відкриття власної справи, особисто знайомитися з туристичним потенціалом різних країн, накопичувати стартовий фінансовий капітал для відкриття власної справи. Студенти спеціальності 242 Туризм і рекреація на різних курсах користуються можливістю отримати міжнародний професійний досвід, яким з радістю діляться після повернення до України зі своїми одногрупниками та студентами своєї спеціальності з інших курсів. Такий досвід робить студентів більш самоорганізованими, спонукає встановлювати власні цілі кар'єрного зростання, додає впевнененості у своїй кваліфікації.

Таким чином, міжнародні стажування є важливим інструментом підготовки висококваліфікованих фахівців, що здатні організовувати надання туристичних послуг високого рівня якості за міжнародними стандартами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ляшенко І. В. Формування професійного зростання майбутніх фахівців у сфері права через міжнародні стажування / І. В. Ляшенко // Освітологічний дискурс. – 2011. – № 1 (3). – С. 59–67.
2. Чепурда Г. М. Роль міжнародних стажувань у процесі засвоєння дисциплін професійної підготовки здобувачами вищої освіти спеціальності «Туризм» / Г. М. Чепурда, О. Г. Шестель // Актуальні питання гуманітарних наук. – 2021. – Вип. 39. – Т. 3. – С. 270–273.

ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ ТОВАРОЗНАВЦІВ-ЕКСПЕРТІВ У МИТНІЙ СПРАВІ ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***О. В. Осадчук**, здобувач вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМСм-11*

***О. В. Кириченко**, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У рамках інтеграції з ЄС та на виконання планів з упровадження новітніх технологій необхідно переглядати підготовку товарознавців-експертів у митній справі. Перед органами виконавчої влади стоїть завдання з гармонізації законодавства, уніфікації освітніх та професійних стандартів. Повноцінна підготовка експертів у митній справі вимагає освоєння соціально-психологічних, гуманітарних, юридичних дисциплін і дисциплін, що фокусуються на зовнішньоекономічній діяльності. Автори [1] також зазначаються важливість підготовки до майбутньої професійної діяльності з використанням стандартів Всесвітньої митної організації, за можливості стандартизації й уніфікації освітнього процесу та наукової співпраці.

Реалізація набутих знань і вмінь товарознавців-експертів саме у митній справі відбувається через здатність здійснювати митно-брокерську діяльність та організовувати експертизу в

митній справі. На думку Мороз С. Е. [2] для успішного формування цих умінь здобувачі вищої освіти повинні знати як декларувати товари, а підготовка товарознавців-експертів до професійної діяльності на ринку митних послуг має бути максимально наближеною до реальної майбутньої професійної діяльності.

Згідно з Митним кодексом України, стаття 257 визначає, що «декларування здійснюється шляхом заявлення за встановленою формою (письмовою, усною, шляхом вчинення дій) точних відомостей про товари, мету їх переміщення через митний кордон України, а також відомостей, необхідних для здійснення їх митного контролю та митного оформлення» [3]. Основними вимогами для успішної діяльності після випуску є уміння класифікувати товари для митних цілей, визначати митну вартість товарів, заходи нетарифного регулювання, країну походження товару, розраховувати митні платежі, працювати зі спеціальним програмним забезпеченням.

Одним із компонентів підготовки товарознавців-експертів до професійної діяльності є проходження виробничих практик. Здобувачі вищої освіти, майбутні експерти, набувають професійних компетентностей експерта-товарознавця. Холодова О. Ю. [4] виділяє спеціальні компетентності, які можна об'єднати в групи:

− здатність виконувати завдання, що пов'язані з безпосередньою взаємодією з об'єктами дослідження (експертизи) – ідентифікація і класифікація товарів, систематизація асортименту, дослідження споживчих властивостей, визначення показників якості, оцінювання якості, виявлення причин виникнення дефектів тощо;

− здатність до аналітичної діяльності – оцінювання факторів, що є визначальними та впливають на якість, конкурентоспроможності, аналіз вимог чинного законодавства та нормативно-технічних документів, обґрунтування вибору методів та професійних інструментів;

− здатність до організаційної діяльності – критичне осмислення експертної та митної діяльності, застосування теорії на практиці, правил та алгоритмів роботи за спеціальністю, використання теорій та методології товарознавства, оприлюднення результатів діяльності.

Можна зробити висновок, що підготовка товарознавців-експертів у митній справі на сучасному етапі має зосереджу-

ватися на поєднанні теоретичної й практичної підготовки, врахуванні вектора розвитку України, євроінтеграції, формуванні спеціальних компетентностей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головай Н. М., Ясишена В. В., Бей С. О. Професійна підготовка студентів в галузі митної справи у вищих навчальних закладах. Mechanism of an Economic Regulation, 2022, 3–4 (97–98), С. 151–154. https://doi.org/10.32782/mer.2022.97-98.23.
2. Мороз С. Е. Формування готовності майбутніх товарознавців-експертів у митній справі до професійної діяльності як педагогічна проблема. Вісник Житомирського державного університету. Вип. 67. Педагогічні науки. 2013. С. 146–150.
3. Митний кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text.
4. Холодова О. Ю. Освіта як основа формування ключових компетентностей судового експерта-товарознавця. Актуальні проблеми товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 20 лютого 2024 року). Полтава : ПУЕТ, 2024. С. 338–341.

СУЧАСНА ВИЩА ОСВІТА ПІД ЧАС ВІЙНИ

Н. В. Островерха, *студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-31*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Український ринок освітніх послуг пережив значні трансформації, загалом закладам освіти вдалося вирішити ряд проблем та впоратися зі складними викликами, що виникли внаслідок пандемії COVID-19. Зокрема, заклади вищої освіти, маючи досвід роботи як у форматі онлайн, так і за змішаною системою (очно-дистанційно), успішно відреагували на виклики надзвичайних обставин, забезпечивши якісний освітній процес з урахуванням безпекової ситуації у регіоні та потреб учасників навчального процесу [1].

Освіта завжди відігравала ключову роль у розвитку та прогресі, надавала можливість розвивати культуру, економіку та розкривати людський потенціал. Проте сьогодні на її подальший розвиток впливають різні негативні чинники. Першою чергою,

це стосується вимушеного переміщення значної кількості населення України та руйнування та пошкодження закладів освіти внаслідок воєнних дій: понад 10 мільйонів людей змушені були змінити місце проживання у межах країни або виїхати за кордон. Понад 2 000 закладів освіти постраждали від бомбардувань та обстрілів, багато з них були повністю зруйновані. Деякі заклади вищої освіти були перенесені в більш безпечні області. Щотижня кількість постраждалих від війни зростає. Внаслідок війни багато здобувачів вищої освіти та викладачів опинилися у різних ситуаціях: деякі з них знаходяться на окупованих або неокупованих територіях, деякі втратили зв'язок, деякі переселилися в межах України, а деякі виїхали за кордон. Разом з цим необхідно розв'язувати проблеми освіти, які виникли ще до епідемії COVID-19 та воєнних дій і на деякий час залишаються актуальними в післявоєнний період [2].

Вектор розвитку освіти в Україні був визначений через нормативно-правові акти, такі як національна програма «Освіта», Закон України «Про вищу освіту», та Указ Президента України «Про основні напрями реформування вищої освіти в Україні». Політика держави спрямована на посилення розвитку освіти та досягнення її на рівень провідних країн світу, включаючи модернізацію змісту і програм, а також розробку нових, більш ефективних методів навчання.

Наразі, сучасна вища освіта в Україні переживає складні випробування через воєнні дії на території країни. Попри це, університети та інші заклади вищої освіти знаходять способи адаптуватися до нових умов і надавати якісну освіту своїм здобувачам вищої освіти.

Наприклад, заохочувати мобільність здобувачів вищої освіти та викладачів, оскільки воєнні дії можуть змушувати студентів та викладачів переселятися, шукати безпечніші місця проживання або навчання, університети намагаються забезпечити можливості для дистанційного навчання та роботи для тих, хто перебуває в складних умовах.

Університети прикладають максимум зусиль для заохочення здобувачів вищої освіти до навчання, тому, що в умовах війни освіта може стати ще більш важливою для молоді, яка шукає засоби для розвитку і можливостей для майбутнього. Університети пропонують різноманітні підходи до підтримки студентів, включаючи консультування, психологічну допомогу та фінансову підтримку.

Університети адаптують та переглядають свої навчальні програми для врахування потреб сучасного світу та викликів, які виникають через війну.

Умови війни можуть стимулювати наукові дослідження у сферах воєнної стратегії, гуманітарних наук або відновлення після війни. Університети сприяють цьому, забезпечуючи фінансування та інфраструктуру для досліджень.

Університети налагоджують співпрацю з міжнародними партнерами, встановлюють нові зв'язки з міжнародними установами та отримують підтримку, доступи до науково-метричних баз, експертні знання та можливості для здобувачів вищої освіти та викладачів в умовах воєнних дій.

Отже, складна ситуація, що склалася в нашій країні, викликає потребу в нових стратегіях та підходах до вищої освіти, але вона також повинна стимулювати інновації та розвиток, що спрямовані на покращення життя людей та побудову майбутнього.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гринюк С. П. Освітній процес у галузі вищої освіти України, ЄС та світу в умовах пандемії COVID-19. Вища освіта в умовах пандемії : монографія / під заг. ред. Н. В. Ладогубець, А. М. Кокарєвої. Київ : Талком, 2021. – С. 89–103.
2. Інформація про тимчасово переміщені заклади вищої освіти, що належать до сфери управління Міністерства освіти і науки України : Роз'яснення МОН України від 17 травня 2022. URL: https://mon.gov.ua/ua/ministerstvo/pro-ministerstvo/najposhirenishi-zapitannyavidpovidi-ta-aktualni-kontakti-mon-pid-chas-voyennogo-stanu/najposhirenishi-zapitannya-vidpovidi/fahova-peredvisha-visha-osvita.

ПРОФЕСІЙНІ ВИМОГИ ДЛЯ ЗАКУПІВЕЛЬНИКА: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

***В. В. Покров**, студент спеціальності Підприємництво та торгівля, освітня програма «Публічні закупівлі», група ПЗм-11*

***О. В. Манжура**, д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту, проректор з науково-педагогічної роботи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах постійних змін і вдосконалення сфери публічних закупівель в Україні, надзвичайно важливим є професійний ріст фахівців у цій галузі. Одним з аспектів постійних змін є дина-

мічність законодавчої бази, яка регламентує публічні закупівлі. Це пов'язано зі стратегічними цілями адаптації вітчизняного законодавства до європейських вимог і виконання директив Європейського Союзу.

Не виключення, в контексті європейської інтеграції, є і вимоги до закупівельників, які визначаються європейським законодавством. Професіоналізація сфери публічних закупівель має залишатися у постійному фокусі уваги та є важливою складовою успішних реформ [1].

Одним із ключових кроків у цьому напрямку стало оновлення Міністерством економіки України професійного стандарту «Фахівець з публічних закупівель», який вступив з дію у вересні 2023 року [2].

Оновлення професійного стандарту відбувалося у тісній співпраці з експертами сфери, представниками замовників, викладачами університетів та проєкту технічної допомоги «Підтримка реформи публічних закупівель в Україні» в рамках EU Project «Support to the Public Procurement Reform in Ukraine».

З ухваленням оновленого стандарту не лише запроваджено європейські підходи до професійної кваліфікації закупівельників, а й наближено вимоги до сучасних реалій і потреб сфери публічних закупівель, враховано найкращий міжнародний досвід.

У контексті забезпечення якості підготовки майбутніх фахівців для сфери публічних закупівель є важливим гармонізація вітчизняного стандарту з Європейською рамкою компетентності, яка охоплює багато тих компетентностей, які мають бути у фахівців-закупівельників.

Оновлений професійний стандарт визначає мету діяльності за професією, як планування та організація закупівельної діяльності для задоволення потреб у товарах, роботах і послугах на принципах прозорості, ефективності, запобігання проявам корупції, розвитку добросовісної конкуренції, розуміння аспектів участі та контролю в закупівлях відповідно до законодавства та підзаконних актів у сфері публічних закупівель.

Стандарт передбачає наступні типові посади: Провідний (фахівець) спеціаліст з публічних закупівель, Головний (фахівець) спеціаліст з публічних закупівель, Менеджер (фахівець) з публічних закупівель. Професійним стандартом передбачені наступні професійні кваліфікації відповідно до Національної рамки кваліфікацій (рис. 1).

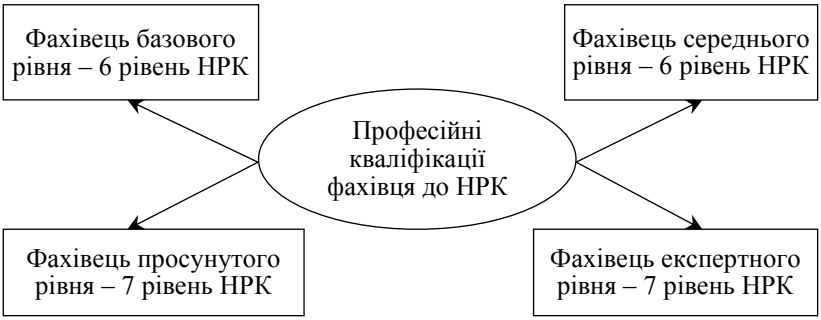

Рисунок 1 – Професійні кваліфікації фахівця з публічних закупівель відповідно до Національної рамки кваліфікацій [2]

Оновлений професійний стандарт дозволяє визначати рівень кваліфікації фахівців на чотири рівні професійної компетентності. Це відкриває можливості для кар'єрного росту, компенсації та мотивації, що враховує набутий досвід та здобуті знання, вміння, навички.

Аналіз трудових функцій та компетентностей за професійними кваліфікаціями відповідно стандарту можна представити наступним чином (табл. 1).

Таблиця 1 – Аналіз трудових функцій та компетентностей за професійними кваліфікаціями

Трудова функція	Рівень фахівця			
	базовий	середній	просунутий	експертний
Стратегія закупівель	–	–	+	+
Планування	+	+	+	+
Організація процесу закупівель/ участь у закупівлях	+	+	+	+
Договірна робота	+	+	+	+
Аналіз закупівельної діяльності	+	+	+	+
Вирішення конфліктів та спорів	+	+	+	+

Просунутий та експертний рівень фахівця з публічних закупівель передбачає наявність магістерського рівня освіти та знач-

ного стажу роботи в галузі, а також наявність компетентностей стратегічного планування та розвитку закупівель.

Отже, при підготовці фахівців магістерського рівня освітня програма має передбачати формування компетентностей з аналізу ринку, оцінки та зменшення ризиків закупівель, стратегічного планування, екологічних аспектів закупівель та інструментів і методів закупівель інновацій, оцінки та управління портфелем закупівель, розвитку закупівельної діяльності організації.

Список використаних джерел

1. Мішта Т. Нові професійні вимоги до закупівельника: профстандарт, тестування, навчання. URL: https://dz.expertus.com.ua/recommendations/23422.
2. Професійний стандарт «Фахівець з публічних закупівель» : Наказ Міністерства економіки України № 13580 від 13 вересня 2023 року. URL: https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=2561616f-819f-44b6-8e92-39a01b2024f8&title=ObgovorenniaProektuProfesiinogoStandartufakhivetsZPublichnikhZakupivel.

ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА – ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР МОДЕРНІЗАЦІЇ ЗВО В УКРАЇНІ

О. А. Пономаренко, *магістр освітньої програми «Економіка підприємства», група Е ЕП_м_11*

Ж. А. Кононенко, *доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний світ перебуває в системі постійних глобальних змін, перманентних викликів та глибинних перетворень. Відмічається все більш зростаюча роль інформаційно-комунікаційних технологій, товарів і послуг у політичному, соціально-економічному та культурному житті людини, їх проникнення та поширення у всі сфери людської діяльності. Світові тенденції переходу від індустріального до інформаційного суспільства, від індустріальної економіки до економіки інформаційної, економіки знань, корінні зміни соціально-економічної ситуації в Україні вимагають відповідного реагування з боку держави. В першу чергу, це стосується комплексу завдань з реформування освіти, як необхідного базису для просування на шляху модернізації та долучення до когорти світових лідируючих держав.

Українська освіта і наука мають бути націлені на підготовку фахівців, здатних забезпечити сталий розвиток країни, підтримувати баланс між природою і людиною, а головною місією науково-педагогічного співтовариства має стати не лише передача знань, а й розкриття творчого потенціалу кожної особистості.

У законодавчому полі України існує кілька форм здобуття вищої освіти. Поряд з очною, заочною, вечірньою та екстернатною стаття 42 Закону України «Про вищу освіту» передбачає і дистанційну форму навчання [1]. Вона являє собою таку форму організації навчального процесу, за якої її активні учасники (об'єкт і суб'єкт навчання) досягають цілей освітньої діяльності, здійснюючи навчальну взаємодію принципово й переважно екстериторіально, тобто на відстані, що не дозволяє і не передбачає безпосередню навчальну взаємодію учасників віч-на-віч. Основний її принцип полягає в отриманні освітніх послуг без відвідування вищого навчального закладу, а за допомогою сучасних інформаційно-освітніх технологій і систем телекомунікації, які забезпечують інтерактивну взаємодію викладачів та студентів на різних етапах навчання і самостійну роботу з матеріалами інформаційної мережі.

Коріння дистанційної освіти сягають Європи кінця 18 століття, коли поява доступного поштового зв'язку породила так зване «кореспондентське навчання». У 1840 році британський вчений-стенограф Ісаак Пітман запропонував англійським студентам вчитися «через пошту». Аналогічну форму навчання запровадили у Німеччині: студентам поштою надсилали навчальні матеріали, вони листувалися з викладачами та складали іспити довіреним особам, а як підсумок писали наукові роботи [4]. Подальший шлях дистанційної освіти пов'язаний з розвитком радіо та телебачення, а згодом – з появою персональних комп'ютерів у 1980-х роках та інтернет-бумом – у XXI столітті. Перший у світі університет дистанційної освіти – Відкритий університет, створила Королева Великої Британії у 1969 році. Навчання тут коштувало відносно небагато і не вимагало частого відвідування занять. Зараз дистанційне навчання пропонують найпопулярніші заклади світу, зокрема Університет Південної Африки, Відкритий університет Хаген (Німеччина), Массачусетський технологічний інститут (США), INTEC-коледж Кейптауна (ПАР), Іспанський національний університет дистанційного навчання,

Відкрита школа бізнесу Британського відкритого університету, Імперський коледж Лондона та Університет Атабаски (Канада), а також виші «Ліги плюща», наприклад Браунський університет, Єльський університет і Дартмутський коледж. Інтерес до дистанційної вищої освіти в Європі та в усьому світі стабільно зростає.

Перші кроки в розвитку дистанційної освіти в Україні були зроблені ще наприкінці 1990-х років. 4 лютого 1998 р. Верховна Рада приймає Закон України 74/98-ВР «Про національну програму інформатизації» [2], в якому формулюються завдання з інформатизації освіти та визначаються напрямки їх реалізації. Як форма освіти дистанційне навчання запроваджується з 2000 року і регулюється Концепцією розвитку дистанційної освіти в Україні і Положенням про дистанційну освіту МОН України. Саме в цьому документі наведено визначення поняття «дистанційне навчання» – це індивідуалізований процес передання і засвоєння знань, умінь, навичок і способів пізнавальної діяльності людини, який відбувається за опосередкованої взаємодії віддалених один від одного учасників навчання у спеціалізованому середовищі, яке створене на основі сучасних психолого-педагогічних та інформаційно-комунікаційних технологій [3]. Проте процес поширення он-лайн освіти відбувався досить повільними темпами. Лише окремі вищі навчальні заклади включали окремі елементи дистанційного навчання в освітній процес.

Потужним поштовхом розвитку дистанційної освіти стало запровадження карантинних заходів, пов’язаних з пандемією COVD-19, коли вищі навчальні заклади були вимушені перейти на формат навчання он-лайн. Майже всі вони здійснили заходи для прийняття нормативно – правових положень для функціонування дистанційної форми навчання у своїх закладах та забезпечення матеріально-технічної бази такого освітнього процесу. І хоча відмічалися певні труднощі, все ж дистанційне навчання твердо увійшло у практику діяльності вищих навчальних закладів України та забезпечило безперервність навчального процесу. Вимушений перехід на дистанційну освіту довів скептикам, що он-лайн навчання може бути дуже ефективним, а багато мінусів – всього лише стереотипи, не підтверджені практикою.

В умовах воєнного стану освіта в Україні зазнала багато викликів, постала перед численними проблемами, на її розвиток

впливають ряд негативних чинників. Перш за все це стосується вимушеного переміщення значної кількості населення України та руйнування й пошкодження закладів освіти внаслідок воєнних дій: понад 10 млн. людей під тиском обставин змінили місце проживання у межах країни і виїхали за кордон. Близько 2 тисяч закладів освіти постраждали від бомбардувань та обстрілів, багато з них повністю зруйновано. Деякі заклади вищої освіти перемістилися в більш безпечні області [6]. Дистанційне навчання в умовах сьогодення здатне вирішити багато проблем, адже при грамотній організації навчального процесу та за наявності грамотно складених навчальних матеріалів ефективність навчання на дистанційній формі цілком порівнянна з ефективністю денної форми.

Складність ситуації у сфері вищої освіти в умовах війни особливо актуалізують переваги дистанційної форми навчання, серед яких можна відзначити наступні:

− можливість навчатися у будь-який час, а саме студенти дистанційної форми навчання можуть самостійно вирішувати, коли і скільки часу упродовж семестру їм варто приділяти на вивчення матеріалу, вони формують для себе індивідуальний графік навчання.

− можливість навчатися в будь-якому місці, коли студенти можуть вчитися, не виходячи з дому чи офісу, перебуваючи у будь-якій точці планети. Зміна їх місця перебування чи передислокація навчального закладу, спричинені воєнними загрозами, не є підставою для припинення навчання чи його зупинки. Щоб приступити до навчання, необхідний лише комп’ютер з доступом в Інтернет. Дистанційне навчання розширює можливості українських студентів навчатися у зарубіжних навчальних закладах. У той же час для українських ВНЗ відкривається можливість продовжити навчання іноземних студентів, яке опинилося під загрозою з початком широкомасштабних воєнних дій. Відсутність необхідності щодня відвідувати навчальний заклад – безсумнівний плюс для людей з обмеженими можливостями здоров’я, для проживаючих у важкодоступних місцевостях, батьків з маленькими дітьми.

− навчання без відриву від основної діяльності, адже для навчання зовсім не обов’язково брати відпустку на основному місці роботи, виїжджати у відрядження. Також дистанційно можна навчатися на декількох курсах чи у декількох навчальних закладах одночасно.

− можливість навчатися у своєму темпі, тому що не обов’язково навчатися у тому ж темпі, що й інші студенти. Здобувачі освіти завжди можуть повернутися до вивчення більш складних питань, кілька разів подивитися відео-лекції, перечитати переписку з викладачем, а вже відомі їм теми можуть пропустити. Головне, успішно проходити проміжні та підсумкові атестації.

− доступність навчальних матеріалів, до всієї необхідної літератури відкривається студентам після реєстрації в системі дистанційного навчання, або вони отримують навчальні матеріали електронною поштою. Проблем з нестачею чи відсутністю підручників, навчальних посібників чи методичних розробок не виникає.

− мобільність, зв’язок з викладачами, репетиторами здійснюється різними способами: як on-line, так і off-line. Проконсультуватися з викладачем за допомогою електронної пошти іноді ефективніше та швидше, ніж призначити особисту зустріч при очному або заочному навчанні.

− навчання в спокійній обстановці, як соціальний аспект життя, наприклад знаходження в гуртожитку часто відволікає студентів від навчання, а дистанційна форма полегшує студентам завдання залишатися зосередженими. Проміжна атестація студентів дистанційних курсів проходить у формі он-лайн тестів. Тому в студентів менше причин для хвилювань. Виключається можливість суб'єктивної оцінки: на систему, яка перевіряє правильність відповідей на питання тесту, не вплине успішність студента з інших предметів, його соціальний статус та інші чинники.

− індивідуальний підхід – при традиційному навчанні викладачам досить важко приділити необхідну кількість уваги всім студентам групи, підлаштуватися під темп роботи кожного. Використання дистанційних технологій сприяють організації індивідуального підходу. До того ж студенти мають можливість отримувати відповіді у викладачів на виникаючі питання.

Разом з тим, дистанційне навчання не позбавлене і ряду недоліків, якими не слід нехтувати:

− необхідна сильна мотивація, адже практично весь навчальний матеріал студенти-дистанційники освоюють самостійно. Це вимагає від них достатньої сили волі, відповідальності і самоконтролю. Не всім вдається без впливу з боку підтримувати потрібний темп навчання.

– нестача практичних вмінь та навиків, при якій досить проблемно якісно організувати дистанційне навчання за напрямами підготовки та спеціальностями, на яких передбачена велика кількість практичних занять. Навіть найсучасніші комп'ютерні тренажери не замінять майбутнім менеджерам «живої» практики, а дистанційне навчання за певними спеціальностями, наприклад медичними, взагалі не передбачається.

– дистанційна освіта не підходить для розвитку комунікабельності. При дистанційному навчанні особистий контакт студентів один з одним і з викладачами мінімальний, а то і цілком відсутній. Тому така форма навчання не підходить для розвитку комунікабельності, впевненості, навичок роботи у команді.

– проблема ідентифікації студента, адже досить складно простежити за тим, чи студент, чи він самостійно здавав іспити чи заліки. Тому на підсумкову атестацію студентам доводиться особисто приїжджати до вузу або його філії.

Сучасні комп'ютерні телекомунікації здатні забезпечити передачу знань і доступ до різноманітної навчальної інформації нарівні, а іноді і набагато ефективніше, ніж традиційні засоби навчання. Практичний досвід підтверджує, що якість і структура навчальних курсів, так само як і якість викладання при дистанційному навчанні, набагато краща, ніж при традиційних формах навчання. Використання дистанційних платформ навчання (Moodle, Google Classroom, Edmodo), нових мультимедійних електронних технологій, доступних через глобальну мережу Інтернет за допомогою інтерфейсів WWW, можуть не тільки забезпечити активне залучення студентів у навчальний процес, але й дозволяють управляти цим процесом на відміну від більшості традиційних навчальних середовищ. Інтеграція звуку, руху, образу і тексту створює нове надзвичайно багате за своїми можливостями навчальне середовище, з розвитком якого збільшиться і ступінь залучення студентів у процес навчання. Інтерактивні можливості, що, використовуються в системі дистанційного навчання, програми та системи доставки інформації дозволяють налагодити і навіть стимулювати зворотний зв'язок, забезпечити діалог і постійну підтримку, які неможливі в більшості традиційних систем навчання.

Деякі скептики вважають, що дистанційне навчання – це дешеве і неякісне одержання освіти. Проте фахівці переконані у спроможності дистанційної освіти розв'язати проблему ефек-

тивності, під якою розуміється досягнення мети з урахуванням якості досягнутого результату, витраченого на це часу, матеріальних і трудових витрат. Дистанційна форма навчання здатна забезпечити якість освіти, тобто створити демократичну, доступну широким верствам населення, систему з необхідними умовами для повноцінної якісної освіти на всіх рівнях, підтримати індивідуалізацію освітнього процесу за рахунок різноманіття видів і форм освітніх установ і освітніх програм, що враховують інтереси і здібності особистості, а також конкурентоспроможний рівень освіти, як за змістом освітніх програм, так і за якістю освітніх послуг та рівнем формування професійних компетентностей. На підтвердження цього, уряд пропонує закладам вищої освіти фокусуватися на розвитку дистанційної форми навчання та ініціює з 2024 року заміну заочної та вечірньої форми на дистанційну [5]. На думку урядовців, дистанційне навчання показало себе ефективніше, а визначальною перевагою є його особлива відмінність, яка полягає у використанні синхронного режиму, при якому студенти працюють разом із викладачами закладу наживо, використовуючи засоби та технічні рішення зв'язку в реальному часі або в інший зручний час, дотримуючись встановленого закладом освіти розкладу занять або чітко визначених дедлайнів.

Дистанційна вища освіта є новим поколінням освітніх систем у вищій школі, це прямий наслідок впровадження інформаційних технологій в роботу вищих навчальних закладів України. Вітчизняна система вищої освіти розвивається в руслі світової тенденції розвитку електронної освіти, інтегрує засади Болонського процесу, запроваджує кращі зарубіжні практики дистанційного навчання, шукає нові методи та підходи його організації з урахуванням набутого досвіду та української специфіки. Перед нею стратегічна ціль – потреба у формуванні людини майбутнього тисячоліття. А це серйозний виклик для системи освіти. Наскільки ясно і адекватно вона зможе визначити і реалізувати нову дистанційну технологію навчання і розмаїття її прогресивних методів, що поліпшують якість і збільшують масовість освіти, настільки продуктивно вітчизняна школа освіти виконає це історичне замовлення – створення в нашій країні нового громадянського суспільства.

Подальшу перспективу і вдосконалення системи дистанційного навчання в Україні складає розширення освітніх можливос-

тей засобами комп'ютерної і аудіо-візуальної техніки, удосконалення регламентно-нормативної бази, координація зусиль вищих навчальних закладів та державних органів у процесі імплементації та впровадження досягнень дистанційної освіти у повсякденну педагогічну діяльність. У перспективі електронна освіта повинна зробити навчання не нудним і ретельно розпланованим зобов'язанням, а захоплюючим пізнавальним процесом, у формуванні якого студент сам бере участь. Вчитися скрізь, завжди і все життя із задоволенням – таке гасло ідеї дистанційної освіти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Відомості Верховної Ради (ВВР), 2014, № 37-38, ст. 2004.
2. Про Національну програму інформатизації: Закон України від 04.02.1998 р. № 74/98-ВР. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1998, № 27–28, ст.181.
3. Наказ МОН України від 25.04.2013 № 466 (Зареєстровано в Міністерстві юстиції України 30 квітня 2013 р. за № 703/23235) «Про затвердження Положення про дистанційне навчання».
4. Дистанційне навчання: сутність, особливості та технології: рек. покажч. / Херсонський держ. ун-т ; упоряд. : Н. А. Арустамова, О. М. Блінова, С. М. Соболь. Херсон : ХДУ, 2020. 47 с.
5. Дистанційне навчання замість заочного: зміни для якості. URL: http://osvita.ua/vnz/90312/ (дата звернення: 24.03.2024).
6. Сиченко В. В., Шевченко О. О., Рибкіна С. О. Проблеми системи вищої освіти в Україні та шляхи їх вирішення в післявоєнний період. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2022. Т. 33 (72). № 6. С. 149–155. URL: DOI https://doi.org/10.32782/TNU-2663-6468/2022.6/23 (дата звернення: 24.03.2024).

НЕФОРМАЛЬНА ОСВІТА, ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ЕФЕКТИВНОГО НАВЧАННЯ СТУДЕНТІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ ПУЕТ

А. В. Торопенко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанної справи, група ГРС б-31*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Неформальна освіта відіграє важливу роль для студентів у освітньому процесі.

Завдяки неформальній освіті є можливості для саморозвитку, розвитку індивідуальних властивостей, здобуття нових навичок, досвіду та самопізнання.

Визначальною характеристикою неформальної освіти є те, що вона є додатком, альтернативою та/або доповненням до формальної освіти в рамках процесу навчання людей протягом усього життя.

Для студентів, які в майбутньому стануть висококваліфікованими спеціалістами, фахівцями у готельно-ресторанному бізнесі неформальна освіта є важливою складовою їхнього розвитку. Адже готельно-ресторанний бізнес – це бізнес, який базується на взаємодії з великою кількістю гостей. А для того, щоб задовільнити потреби найвибагливішого споживача та надати якісно послугу, необхідно мати не тільки фахові знання, але і постійно набувати нових знань, навичок та вміти пристосовуватися до сучасних трансформацій суспільства. Саме в цьому допоможе неформальна освіта.

Неформальна освіта має певні переваги та недоліки, які ілюструє табл. 1.

Таблиця 1 – Переваги та недоліки неформальної освіти [1]

Переваги неформальної освіти	Недоліки неформальної освіти
Гнучкість (можливість адаптації до індивідуальних потреб і інтересів студента)	Невизначеність результатів (результати не завжди враховуються при атестації)
Взаємодія (обмін досвіду між учасниками, формування спільних ідей)	Відсутність стандартизації
Практичність (здобування нових знань та розвиток практичних навичок)	Розбіжна якість (якість освіти може відрізнятись залежно від викладача чи програм)
Інтерактивні форми навчання	

У Полтавському університеті економіки та торгівлі студенти всіх спеціальностей, в тому числі і готельно-ресторанної справи, мають можливості отримати неформальну освіту. Так у ПУЕТ неформальна освіта регламентується наступними документами: «Положенням про порядок визнання результатів навчання здобутих шляхом неформальної та інформальної освіти», «Положенням про організацію освітнього процесу».

Сам процес неформальної освіти в університеті реалізується через такі види діяльності:

− майстер-класи (щороку кафедрою готельно-ресторанної та курортної справи проводиться work-shop, на який запрошуються професіонали з готельно-ресторанного бізнесу та дотичних підприємств);

− дискусії на кураторських годинах (обговорення суперечливих питань, наведення аргументів та доведення власної думки);

− гуртки (на кафедрі готельно-ресторанної та курортної справи на сьогодні діє шість гуртків з різноманітною тематикою);

− волонтерство (на початку повномасштабного вторгнення більшість студентів почали допомагати внутрішньо переміщеним особам, які безкоштовно проживали в ПУЕТ та могли харчуватися в їдальні, таким чином студенти ГРС практикували свої навички та допомагали іншим);

− екскурсії (під час освітнього процесу студенти з викладачами відвідували готелі, ресторани та багато інших закладів індустрії гостинності, які допомогли студентам більше дізнатися про свою спеціальність);

− безкоштовні курси на різних платформах (студенти спеціальності готельно-ресторанна справа активно беруть участь у вивченні таких курсів. Зокрема, у 2023–2024 навчальному році студенти другого курсу Бакарджієва О., Клюєва Ю. та Пчелінцева А. у рамках неформальної освіти успішно закінчили курс «Культура та креативність» на он-лайн платформі «Культура і креативність» та отримали сертифікати, які дали змогу зарахувати викладачеві окремі теми навчального курсу. Студенти третього курсу: Зубко В., Мусієць Л. закінчили курс «Комунікація» на он-лайн платформі «Культура і креативність») [2].

Як бачимо із наведених прикладів, ПУЕТ формує фундамент неформальної освіти своїм студентам та мотивує на подальше самовдосконалення як професіоналів.

Отже, ПУЕТ відкрив можливості для здобуття неформальної освіти своїм студентам. Завдяки неформальній освіті здобувачі мають можливість отримати альтернативну освіту та удосконалити свої навички та знання, які отримують при формальній освіті, це сприятиме адаптації майбутніх фахівців на ринку праці та відкриватиме їм широкі можливості до удосконалення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Неформальна освіта в Україні: особливості, переваги та недоліки. URL: https://uain.press/blogs/neformalna-osvita-v-ukrayini-osoblyvosti-perevagy-nedoliky-1063599#google_vignette (дата звернення: 12.04.2024 р.).
2. Сторінка кафедри готельно-ресторанної та курортної справи на сайті ПУЕТ. URL: http://www.grks.puet.edu.ua/unformal.php (дата звернення: 12.04.2024 р.).

CHALLENGES OF MODERN HIGHER EDUCATION AND THEIR SOLUTIONS

В. Г. Філоненко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-31*
Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In the modern world, education plays an important role. Thanks to this, you develop as a person and acquire a certain level of professional skills and abilities. Education is also an indicator of the state – it reproduces the economic, spiritual and intellectual world of society. Professional teachers play an important role in the education and training of future specialists. The educational process is also influenced by such factors as feedback that should be between the teacher and the students, the competence of the teachers, and openness between students, teachers, and administration. Thus, students will be able to successfully realize their educational goals and achieve their results. Y. Zinkovskyi interpreted the quality of higher education as: “a set of qualities of a person with higher education that characterizes his/her professional competence, value orientation, social orientation and determines the ability to satisfy both personal spiritual and material needs and the needs of the society” [1]. The main goal of a higher education institution is to create a favorable educational environment and competitiveness with other institutions. It is also necessary to determine the main goal of the educational and professional program and formulate a personal trajectory of training and education that meets the standards of higher education in general.

The field of higher education, as it develops, is undergoing changes and faces problems that require awareness and solutions. The acquisition of knowledge is based on the qualifications and

experience of teachers. At the same time, it is necessary to promptly abandon old methods or the traditional organization of the learning process and be ready to make the necessary changes in the learning process. For example, as a result of the emergence of the Covid 19 virus and the beginning of a full-scale invasion of Ukraine, such a problem in the educational process as “distance learning” arose. Higher education institutions were forced to react quickly and quickly adapt to online learning. This required a corresponding change in the approach to teaching, its methodological and technical support. The main problem with organizing this type of training is that it is influenced by factors that prevent students from attending classes and teachers from conducting them in the usual format. Namely: lack of electricity; unstable Internet; threat of shelling.

Due to the current situation, a new challenge has arisen that requires immediate overcoming and response. Namely, the psycho-emotional state of teachers and students. Most of them show signs of stress, anxiety, or psychological trauma. Most often students lack motivation to study, become apathetic, inattentive and confused. Teachers, on the other hand, have experienced professional burnout, but despite this, they continue to teach students and motivate them to acquire knowledge and education. You should pay attention to this and seek help from a specialist and work through your traumas and concerns.

Regarding the prospects and quality of higher education, I believe that the sequence of education consists in obtaining educational qualification levels and relevant skills and abilities. Thanks to which you can solve certain problems and tasks according to your specialty. Higher education is divided into four levels. 1) Bachelor’s degree, which provides for the acquisition of theoretical and practical skills that are sufficient to use professional skills in their specialty. 2) Master’s level, at which a person is provided with an in-depth theoretical and practical part, skills and abilities sufficient to perform certain professional tasks. 3) Educational and scientific level, when students acquire professional skills and abilities sufficient to produce new ideas and implement them, solve problems in accordance with their professionalism. This level is also the time to master scientific and pedagogical activities and even conduct your own research. This level is also called doctorate and the Doctor of Philosophy degree is awarded to those who have successfully completed the higher level of the program and defended dissertation in a specialized academic

council. 4) Scientific level, involves the acquisition of competencies in the development and implementation of research methodology and techniques. This level is also called a doctor of science, and it allows you to conduct original research that has national or global significance for solving certain problems.

Studying this topic, we can come to the following conclusions: education is not only the level of acquired knowledge and personality development, but also an indicator of the state of society, its potential for progress and improvement, as well as the openness of education to the constant increase in the level of knowledge of students. Nowadays, in addition to higher education, you can take additional trainings, seminars, webinars, master classes, get advanced training, and obtain new educational degrees based on higher education, the main thing is the desire to grow further. So, a modern person is a person who studies all his life, especially since there are now many opportunities for this, and the main thing is his desire for knowledge.

References

1. Енциклопедія освіти / гол ред. В. Кремень. – Київ : Юрінком Інтер, 2008. С. 1016.
2. Сучасний погляд на якість вищої освіти в Україні / Л. В. Мовчан // Вісник Університету імені Альфреда Нобеля. Серія : Педагогіка і психологія. – 2017. – № 1. – С. 32–37. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vduep_2017_1_6.
3. Доповідь про якість вищої освіти в Україні, її відповідність завданням сталого інноваційного розвитку суспільства у 2022 році / за ред. А. Бутенка, О. Єременко, Н. Стукало. Київ : Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти, 2023. 59 с.

ВИКОРИСТАННЯ ТРЕНІНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ПІД ЧАС НАВЧАННЯ В БАНКІВСЬКІЙ СФЕРІ: ДОСВІД РАЙФФАЙЗЕН БАНК

***А. П. Авраменко**, здобувачка вищої освіти спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФР м-11*
***О. В. Яріш**, канд. екон. наук, завідувач кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Райффайзен Банк як частина банківської групи Райффайзен Банк Інтернаціональ здійснює системні інвестиції у навчання та розвиток персоналу. На базі відділу навчання та розвитку персоналу банку працює навчальний центр, який дає змогу кожному працівнику отримувати знання, що відповідають потребам бізнесу та індивідуального розвитку. Всі програми з навчання та розвитку персоналу в банку розробляються і впроваджуються у відповідності до стандартів материнської компанії Райффайзен Банк Інтернаціональ. Для навчання працівників за різними продуктовими напрямками у банківських установах.

Ще на початку коронавірусної хвороби більшість освітніх навчань, офлайн заходів та робочих процесів у діяльності банківських установ було переведено в онлайн формат. З початком воєнного стану дана тенденція набула ще більшого поширення.

В умовах, що склалися для тренерів та викладачів постали нові завдання – адаптувати наявні тренінгові методики засвоєння матеріалу для онлайн зустрічей та опанувати нові технології, які будуть підходити саме для такого формату навчання.

Технології навчання в банківській сфері використовуються з метою навчання, підвищення професійної компетентності та ефективності співробітників. Адже для ефективної діяльності компанії важливо мати співробітника з високим рівнем професійних знань і навичок, високими показниками роботи, а також стійким емоційним станом.

Я, як тренер з Райффайзен Банку, під час роботи з новими співробітниками використовую наступні технології: лекції і презентації, групова робота, практичні вправи і симуляції, гейміфікація. Надалі переглянемо основні результати 10 співробітників, які останніми проходили навчання.

Аналізуючи рівень засвоєння знань можна орієнтуватись на наступну діаграму (рис. 1), де показник 0–100 відображає результати тестування після тренінгів.

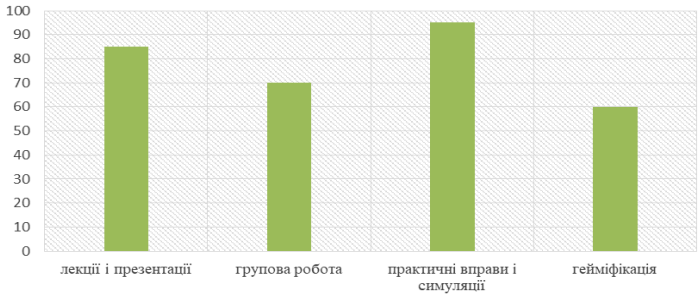

Рисунок 1 – Рівень тестування співробітників після використання різних тренінгових технологій

Можемо зробити висновок: для засвоєння інформації найкращим методом є практичні вправи і симуляції, а також лекції і презентації.

Під час аналізу показників роботи після тренінгів можна виділити наступну тенденцію, де показник 0–100 відображає відсоток коректності консультацій даних співробітників.

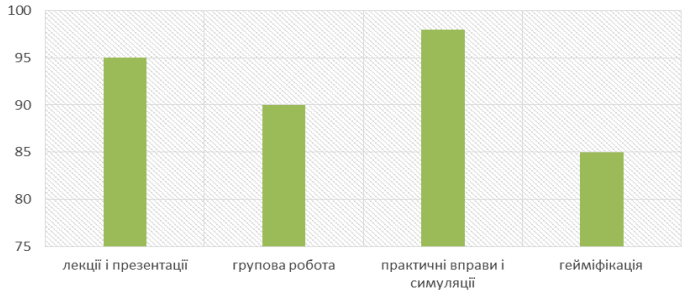

Рисунок 2 – Рівень коректності консультацій співробітниками після використання різних тренінгових технологій

Ураховуючи дані показники, можемо стверджувати, що практичні вправи і симуляції та лекції і презентації зможуть забезпечити найвищий результат.

Наступний показник – рівень емоційного стану співробітника після пройденого навчання (рис. 3), де показник 0–100 відображає оцінку задоволеності після навчання від співробітника.

З огляду на вищенаведене, можемо стверджувати, що гейміфікація та групова робота є найбільш ефективними для підвищення емоційної задоволеності. Проте, в даних технологіях додатково можуть міститись робочі питання з банківської діяльності.

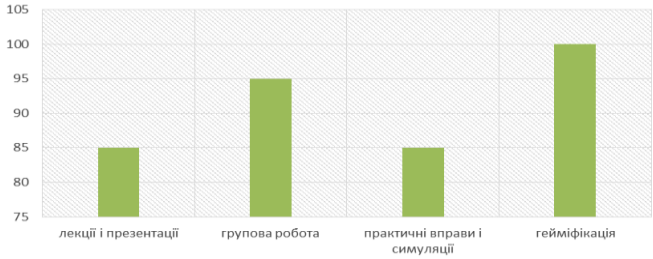

Рисунок 3 – Рівень емоційного стану співробітника після використання різних тренінгових технологій

Загалом, оскільки навчання було переведено в онлайн режим – це значно звужує коло тренінгових технологій, які можуть бути використані та в таких ситуаціях наставники мають адаптувати дані технології та аналізувати їх корисність. На основі цього аналізу підприємства та установи мають вирішувати, які завдання є першочерговими. Якщо пріоритетність полягає в якісних консультаціях, то найбільш придатними технологіями будуть практичні вправи та симуляції, а також лекції та презентації. Проте не слід забувати, що важливою складовою є також психологічний настрій працівника. Задля підвищення цього показника можна застосувати вже інші технології, такі як гейміфікація.

Список використаних інформаційних джерел

1. Звіт керівництва Окрема фінансова звітність за рік, що закінчився 31 грудня 2022 року зі Звітом незалежного аудитора (Звіт про управління) URL: https://raiffeisen.ua/storage/files/raiffeisen-bank-22fsu-separate-isa-with-signatures.pdf.

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF "FINANCIAL CONTROL"

K. V. Bilyak, *student of the speciality Accounting and Taxation, group OA m-11;*
Poltava University of Economics and Trade;
Guram Kakabadze, *PhD student at Sokhumi State University, Georgia, Tbilisi*
A. I. Milka, *supervisor, head of the Department of Accounting and Audit, PhD in Economics*
Poltava University of Economics and Trade

The formation and implementation of state policy is impossible without effective financial control, which is a tool for ensuring the rational management of state resources and property on the principles of economy, efficiency, effectiveness and transparency. The phenomenon of financial control is multifaceted. In view of the above, there are different points of view in the scientific literature regarding its purpose, goals, objectives and implementation mechanism.

Thus, Ukrainian scientist O. Shevchuk considers financial control "as the activity of state, regional, sectoral bodies, the public, self-regulatory organisations, business entities regulated by the current legislation and constituent documents to verify the correctness of financial planning, validity, completeness and timeliness of cash receipts, as well as the legality and efficiency of their use" [6, p. 20].

V. Pikhotskyi believes that "financial control is a system of active actions carried out by state authorities, local self-government bodies and citizens of Ukraine to monitor the functioning of any management object in terms of formation, distribution and use of financial resources in order to assess the economic efficiency of economic activity, identify and block deviations in it that impede the legal and efficient use of property and funds, expanded reproduction of production, satisfaction of state, collective and other interests".

Scientists L., Ivashova O., Gnezdilova N. Volyk argue that "financial control is a system of measures aimed at verifying the legality and expediency of a set of actions in the field of creation, distribution and consumption of financial resources by all participants of the control process in order to ensure effective socio-economic development of the country, regions and individual enterprises" [1, p. 15].

According to I. Tkachuk, financial control is "a set of actions, forms and methods of its organisation when checking the financial activities of business entities" [4, p. 420].

A. Khmelkov studies financial control from two sides: “on the one hand, it is a function of financial management, on the other – the activities of financial control bodies” [5, p. 10].

We support the opinion of Magurchak T. who believes that “financial control is a process of checking the financial and economic activities of the object of control, which makes it possible to examine its actual financial condition and assess its compliance with certain established indicators and norms” [2, p. 73].

Thus, the systematisation of existing views of scholars on the essence of financial control allows us to draw the following conclusions:

1) most consider financial control as a form of implementation of the control function of finance;

2) interpretations of the essence of “financial control” are given by scholars from certain worldview positions and, for the most part, are not operational. They do not have a clear idea of the system of basic principles, methods and tools that are necessary and sufficient to implement not only pragmatic, but also cognitive and educational activities on the real world object within the perspective;

3) in defining the essence of financial control, there are different approaches taken by representatives of scientific fields and researchers’ interest in this phenomenon, namely: political, legal, philosophical, economic, managerial, criminological, etc.

References

1. Ivashova L. M., Gnezdilova O. M., Volyk N. G. Financial control and audit: realities and prospects for development : a monograph. Zaporizhzhia : KPU Publishing House, 2012. 260 p. [in Ukrainian]
2. Magurchak T. P. Financial control as a function of the management system. *Young scientist*. 2014. №11. P. 70–75. [in Ukrainian]
3. The system of state financial control in Ukraine: conceptual foundations of theory and practice : monograph. Lviv : Lviv Polytechnic Publishing House, 2014. 336 p. [in Ukrainian]
4. Tkachuk I. G. Public finance : a textbook. Ivano-Frankivsk : V. Stefanyk Precarpathian National University, 2015. 510 p. [in Ukrainian]
5. Khmelkov A. V. State financial control : a textbook. Kharkiv : V. N. Karazin Kharkiv National University, 2013. 548 p. [in Ukrainian]
6. Shevchuk O. A. System of state financial control: formation and development in Ukraine : monograph. Irpin : University of the SFS of Ukraine, 2016. 378 p. [in Ukrainian]

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ

І. В. Бобеляк, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група 211*
Р. В. Бойко, *канд. екон. наук, сертифікований аудитор, доцент кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Ефективність розвитку малого бізнесу будь-якої країни характеризується її економічною ситуацією. В умовах сьогодення, наша держава знаходиться в складних і нестабільних умовах, тому важливим є питання зацікавленості вкладення коштів суб'єктами господарювання в розвиток власного бізнесу, а основним завданням з боку органів державної влади є створення умов для становлення та розвитку бізнесу, що служитиме розквіту підприємницької діяльності та наповненню бюджету держави [1].

Згідно із законодавством, в Україні є чотири групи платників єдиного податку, класифікація яких здійснюється на основі відповідних критеріїв. Право перебувати на загальній системі чи переходити на спрощену, вибравши одну із груп, залишається за платником податків.

Платники податків зі сфери малого та середнього бізнесу сплачують вагому частку до державного та місцевих бюджетів, вони збільшують спектр товарів та послуг, зміцнюють економічну складову, а також підтримують рівень конкурентного середовища. Незважаючи на те, що в нашій країні війна, суб'єкти малого та середнього бізнесу у визначені терміни сплачуть податки до бюджету, проте варто зазначити напрями удосконалення удосконалення спрощеної системи оподаткування (ССО) в Україні:

Перш за все, це підтримка малого та середнього бізнесу:

- **Зниження ставок податків:**

Для цього потрібно стимулювати розвитку малого та середнього бізнесу, особливо в постраждалих від війни регіонах, та тимчасово знизити ставки податків для платників ССО.

- **Збільшення граничного річного обсягу доходу:**

Це дозволить більше підприємств залишатися на ССО, і зменшити їх адміністративне навантаження.

- **Спрощення процедури реєстрації та ведення обліку:**

Полегшення ведення бізнесу для платників ССО звільнить їх час та ресурси для розвитку.

- **Надання податкових пільг** за створення нових робочих місць, інвестування в модернізацію виробництва, використання енергоефективних технологій.

Наступне це стимулювання економічної активності:

- **Введення податкових канікул** для нових підприємств, для підприємств, які розширюють свою діяльність, для підприємств, які інвестують у розвиток.

Також важливим моментом є боротьба з ухиленням від сплати податків:

- **Запровадження електронної системи податкового контролю** дозволить автоматизувати процес подання податкової звітності та зменшити можливості для ухилення від сплати податків.
- **Збільшення штрафних санкцій за ухилення від сплати податків.** Це буде мати стримуючий ефект і стимулюватиме платників ССО до чесної сплати податків.

Отже, удосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні в умовах глобалізаційних процесів має бути спрямоване на покращення вітчизняного законодавства відповідно до потреб малих підприємців. За умов цілісної підтримки з боку держави розвитку підприємництва не лише збільшаться обсяги надходжень до місцевих бюджетів, а й пришвидшиться розвиток економіки нашої держави в цілому. Тому спрощена система оподаткування відіграє важливу роль у розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. Вона дозволяє підприємцям спростити ведення обліку та зменшити адміністративні витрати, що стимулює їхню економічну активність. В умовах воєнного часу та повоєнної відбудови удосконалення ССО набуває ще більшої ваги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI [Електронний ресурс]. URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2755-vi.
2. Бобиль В. В., Топоркова О. А. Оподаткування малого бізнесу: нормативно-організаційний аспект. Review of transport economics and management. 2019. № 1.

РОЗРОБКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

***В. В. Бойко**, студент спеціальності Економіка та економічна політика, група ЕЕ-31*
***О. М. Нестеренко**, канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління – науковий керівник*
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Поняття стратегії діяльності підприємства набуло значення в економічній теорії внаслідок швидкого розвитку суспільства і науково-технічного прогресу. З урахуванням швидкого трансформування зовнішнього середовища бізнесу, компаніям стало потрібно не лише реагувати на зміни, а й розробляти моделі для свого розвитку.

Інвестиційна стратегія підприємства – це план дій щодо використання фінансових ресурсів для досягнення стратегічних цілей та максимізації прибутку на довгостроковому горизонті. Основні етапи розробки інвестиційної стратегії включають визначення цілей інвестування, аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів, вибір оптимальних інструментів і стратегій інвестування, розподіл фінансових ресурсів та контроль за результатами.

Створення інвестиційної стратегії підприємства в основному спрямоване на досягнення довгострокових цілей, але може включати окремі короткострокові елементи, які в подальшому впливають на формування конкретних управлінських рішень під час реалізації інвестиційних програм та проєктів. Оперативне керування виконанням інвестиційних програм та проєктів включає розробку заходів щодо їх виконання з урахуванням конкретних проєктів [1].

Важливо відзначити, що при формуванні інвестиційної стратегії проводиться пошук та оцінка альтернативних варіантів інвестиційних рішень, які найбільш відповідають іміджу фірми та її завданням щодо розвитку. Оскільки інвестиційна стратегія є динамічною, її постійно коригують з урахуванням змін у зовнішніх умовах та нових можливостей розвитку фірми. Передумовою формування інвестиційної стратегії є загальна стратегія економічного розвитку фірми, з якою інвестиційна стратегія узгоджується за цілями та етапами реалізації. Початковим кроком у розробці інвестиційної стратегії є визначення загального

періоду її формування, що залежить від різних умов. Однією з головних умов є передбачуваність розвитку економіки в цілому та інвестиційного ринку зокрема. У умовах нестабільного економічного середовища тривалість цього періоду не може бути дуже великою, і в середньому становить 3–5 років [2].

Процес розробки інвестиційної стратегії підприємства проходить такі етапи:

1. Визначення загального періоду формування інвестиційної стратегії, який залежить від:

− тривалості періоду, встановленого для розробки загальної стратегії розвитку підприємства, не може перевищувати терміну реалізації супровідних інвестиційних проєктів;

− передбачуваності розвитку економіки в цілому і кон'юнктури тих сегментів інвестиційного ринку, із якими пов'язана майбутня інвестиційна діяльність підприємства;

− його галузевої приналежності;

− розміру;

− стадії життєвого циклу тощо.

2. Дослідження чинників зовнішнього інвестиційного середовища і кон'юнктури інвестиційного ринку, що спрямоване на аналіз економічних та правових умов, що стосуються інвестиційної діяльності підприємства, а також можливих змін у них у майбутньому. Враховуються також зміни в кон'юнктурі інвестиційного ринку та фактори, що її визначають, і проводиться прогноз кон'юнктури на різних сегментах ринку.

3. Оцінка сильних і слабких сторін підприємства, що визначають особливості інвестиційної діяльності підприємства є ключовим для встановлення його потенціалу використання нових інвестиційних можливостей, а також для виявлення внутрішніх факторів, що можуть обмежувати ефективність цієї діяльності. Використовується метод управлінського аудиту підприємства, який базується на дослідженні різноманітних функціональних зон, які впливають на інвестиційний процес, серед яких: можливості маркетингу щодо розширення та диверсифікації операційної діяльності; фінансові ресурси для інвестування; кількість, кваліфікація та спеціалізація персоналу, що відповідає за розробку та реалізацію інвестиційної стратегії.

4. Формування стратегічних цілей інвестиційної діяльності з метою збільшення добробуту власників підприємства та максимізації його ринкової вартості, ця ціль конкретизується з огляду

на завдання та особливості майбутнього інвестиційного розвитку підприємства. Система стратегічних цілей має забезпечити вибір найбільш ефективних напрямків реального та фінансового інвестування, формування достатнього обсягу інвестиційних ресурсів та оптимізацію їхнього складу, прийнятність рівня інвестиційних ризиків у процесі майбутньої господарської діяльності та інші аспекти.

5. Аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегічних напрямків та форм інвестиційної діяльності – передбачає проведення пошуку альтернативних варіантів для досягнення встановлених стратегічних інвестиційних цілей, їх оцінку з урахуванням зовнішніх можливостей та загроз, а також реального внутрішнього потенціалу для інвестування; та вибір найбільш прийнятних з них.

6. Визначення стратегічних напрямків формування інвестиційних ресурсів – проводиться передбачення загального обсягу необхідних інвестиційних ресурсів відповідно до стратегічних напрямків та форм реального та фінансового інвестування, що розрізняються на різних етапах стратегічного періоду; здійснюється оптимізація структури джерел.

7. Формування інвестиційної політики по основних аспектах інвестиційної діяльності. Цей етап формування інвестиційної стратегії дозволяє здійснити інтеграцію цілей та напрямків інвестиційної діяльності з основними механізмами їх реалізації. Інвестиційна політика є конкретною формою реалізації інвестиційної ідеології та стратегії підприємства в контексті ключових аспектів інвестиційної діяльності на окремих її етапах.

8. Розробка комплексу заходів організаційно-економічного характеру для забезпечення реалізації інвестиційної стратегії передбачає створення нових управлінських структур для керування інвестиційною діяльністю, утворення різноманітних «інвестиційних центрів», впровадження нових принципів інвестиційної культури, створення ефективної системи стратегічного контролінгу в інвестиційній сфері тощо.

9. Оцінка ефективності розробленої інвестиційної стратегії є завершальним етапом її розробки. Ця оцінка проводиться з використанням спеціально визначених економічних та позаекономічних критеріїв, які встановлюються самим підприємством [3].

Отже, створення інвестиційної стратегії дозволяє приймати ефективні управлінські рішення, спрямовані на розвиток підприємства в умовах економічної нестабільності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Георгіаді Н. Г. Сутність і види механізмів залучення інвестицій на підприємство / Н. Г. Георгіаді, О. Є. Федорчак // Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 22. – С. 6–11.
2. Володькина М. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2002. – 149 с.
3. Правик Ю. М. Інвестиційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2007. – 431 с.

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

О. В. Браїлко, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, освітня програма «Публічні закупівлі» група ПЗ м лис-11*
М. О. Любимов, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Публічні закупівлі – це процес придбання товарів, робіт або послуг з використанням державних коштів. Вони можуть включати закупівлю товарів для державних установ, шкіл, лікарень тощо. Значення публічних закупівель полягає в забезпеченні ефективного використання грошей платників податків, забезпеченні конкурентного середовища для постачальників, а також у забезпеченні якості та доступності товарів та послуг для громадян. Цей процес має бути прозорим, демократичним та відкритим для всіх зацікавлених сторін.

У Законі України «Про публічні закупівлі» виписані принципи здійснення публічних закупівель: 1) добросовісна конкуренція серед учасників; 2) максимальна економія, ефективність та пропорційність; 3) відкритість та прозорість на всіх стадіях закупівель; 4) недискримінація учасників та рівне ставлення до них; 5) об’єктивне та неупереджене визначення переможця процедури закупівлі/спрощеної закупівлі; 6) запобігання корупційним діям і зловживанням [1].

У цілому дотримання цих принципів здатне забезпечити ефективне здійснення публічних закупівель.

У контексті теперішньої ситуацій в Україні (збройна агресія росії, необхідність відновлення зруйнованих об’єктів), надзвичайно важливим є подальші дії щодо досягнення компромісу між підвищенням відкритості і прозорості у процесі закупівель і національною безпекою під час військової агресії.

Особливої уваги потребують питання стимулювання конкуренції серед постачальників, удосконаленні критеріїв вибору постачальників, які базуються на якості продукту або послуги, ціні, технічних характеристиках та інших важливих факторах.

У той же час держава повинна забезпечити регулярний моніторинг та оцінку виконання угод з постачальниками, щоб переконатися, що вони виконують свої зобов'язання відповідно до умов контракту, сприяти залученню інноваційних рішень у публічні закупівлі та інвестувати у навчання та розвиток персоналу, який відповідає за проведення закупівельних процесів.

Важливим напрямом розвитку системи публічних закупівель є підвищення оперативної ефективності процесу закупівель, гармонізація нашого законодавства з директивами ЄС, підвищення професіоналізації закупівель, запровадження інструментів сталого розвитку. В контексті цього Кабінет Міністрів України схвалив Стратегію реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 роки та затвердив операційний плану її реалізації у 2024–2025 роках [2].

Документ визначає сім стратегічних цілей реформування системи публічних закупівель: гармонізація законодавства України у сфері публічних закупівель з відповідними Директивами ЄС; розвиток інституційної структури публічних закупівель; реалізація проєктів відбудови України; професіоналізація публічних закупівель; розвиток електронної системи закупівель; залучення громадянського суспільства до розвитку сфери публічних закупівель; міжнародне співробітництво у сфері публічних закупівель.

Отже забезпечення функціонування системи публічних закупівель у відповідності до принципів, прописаних у Законі України «Про публічні закупівлі» і подальше реформування її в цьому контексті дозволить значно підвищити ефективність публічних закупівель.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про публічні закупівлі [Електронний ресурс] : Закон України від 25.12.2015 р. № 922-VIII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/922-19#Text.
2. Про схвалення Стратегії реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 роки та затвердження операційного плану її реалізації у 2024–2025 роках : Розпорядження від 2 лютого 2024 р. № 76-р / Кабінет Міністрів України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/76-2024-%D1%80#Text.

ОЦІНКА ВАРТОСТІ НЕРУХОМОСТІ (КВАРТИРИ) ПОШКОДЖЕНОЇ/ЗРУЙНОВАНОЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

***В. В. Довгополий**, студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБССб-31*
***Г. М. Сидоренко-Мельник**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Оцінка вартості нерухомого майна є потужним інструментом супроводу операцій з капіталом, що дозволяє мінімізувати потенційні ризики. Традиційно – завдяки експертній оцінці отримується повна, об'єктивна та неупереджена інформація про об'єкт нерухомості: поточна ефективність його функціонування зумовлена різними видами зносу; теперішні та майбутні грошові потоки; порівняльна характеристика серед інших об'єктів на ринку, що у підсумку формує базу для прийняття ситуативних управлінських рішень. Здійснення правочинів, кредитування, оподаткування, страхування та багато інших ситуацій потребують здійснення експертної оцінки нерухомості.

Одним з наслідків повномасштабного вторгнення росії в Україну є пошкодження та/або знищення об'єктів цивільної інфраструктури, в тому числі нерухомого майна. Станом на осінь 2023 року найбільшу частину прямих збитків становить втрата житлового фонду в обсязі $55,9 млрд. Загалом було зруйновано чи пошкоджено 167,2 тис. об'єктів житлового фонду, з них 147,8 тис. приватних будинків, 19,1 тис. багатоквартирних будинків [1]. Отже проблема оцінювання пошкодженого та зруйнованого майна набула особливої актуальності, адже розмір компенсації визначається на основі оцінки вартості відновлення об'єкта нерухомого майна, враховуючи ступінь його пошкодження.

Весною 2023 року питання компенсації за шкоду об'єктам нерухомого майна внаслідок воєнних подій та агресії росії (диференціація на знищені та пошкоджені об'єкти нерухомого майна, які постраждали від бойових дій, терористичних актів, диверсій) були впорядковані Законом України № 2923-IX [2], а вже у січні 2024 року стартував процес реалізації житлових сертифікатів. Загалом на початок січня таких заяв укладено понад 8 тис. Відповідно, заяви опрацьовуватимуть комісії органів місцевого самоврядування, в повноваження яких входить визначення грошової суми компенсації і форматування сертифікату [3].

Розмір компенсації визначається за формулою, доступною для перевірки кожному громадянину України в постанові КМУ

№ 600 [4]. Алгоритм розрахунку суми компенсації для відшкодування за знищене під час війни житло можна представити наступним чином Спочатку обираємо тип нерухомості: для зруйнованих квартир, інших житлових приміщень в будівлі (квартира) та для будинку, будинку садибного типу, садового або дачного будинку (індивідуальний житловий будинок) [4]. Наступна послідовність дій – для квартири:

1) підбір вхідних параметрів до яких відносяться: показник вартості 1 м^2 житла на вторинному ринку в цілому по Україні; три коефіцієнти, а саме: регіональний коефіцієнт, що враховує географію розташування об'єкта; коефіцієнт, що призначений для внесення корегувань в залежності від кількості кімнат; наступний – уточнення відносно року забудови; площа об'єкта нерухомості, що було знищено (не > 150 м^2);

2) добуток вхідних параметрів.

На наступному кроці слід порівняти отриману суму з опосередкованою вартістю спорудження житла у відповідному регіоні України. Зазначимо, що розмір компенсації не має бути нижчим. Ускладнює роботу алгоритму той факт, що в розрахунку застосовуються змінні параметри, які актуалізуються (переглядаються) по мірі необхідності.

Отже, запровадження компенсаційного механізму через надання житлових сертифікатів слугує реалізації дієвої та цільової допомоги співвітчизникам, житло яких втрачене чи пошкоджене під час повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мамка Григорій. Житлові сертифікати в Україні: все про компенсацію за втрачене житло. PRAVO. 16.02.2024. URL: https://pravo.ua/zhytlovi-sertyfikaty-v-ukraini-vse-pro-kompensatsiiu-za-vtrachene-zhytlo/
2. Про компенсацію за пошкодження та знищення окремих категорій об'єктів нерухомого майна внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених збройною агресією Російської Федерації проти України, та Державний реєстр майна, пошкодженого та знищеного внаслідок бойових дій, терористичних актів, диверсій, спричинених збройною агресією Російської Федерації проти України. Закон України із змінами, внесеними згідно із Законом № 3410-IX від 05.10.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2923-20#Text.
3. Оніщук Ольга. Яку суму компенсації можна отримати за знищену оселю і як використати житловий сертифікат на ринку нерухомості? «Інтерфакс-Україна». 21.07.2023. URL: https://interfax.com.ua/news/blog/924294.html.

4. Порядок надання компенсації за знищені об'єкти нерухомого майна : Постанова КМУ від 30 травня 2023 р. № 600. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/600-2023-%D0%BF#Text.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

О. В. Ковалевич, *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

Оподаткування суб'єктів господарювання є об'єктивною необхідністю, що забезпечує дохідну частину бюджету України та фінансування державних потреб. При цьому можливі варіанти оподаткування з використанням загальної та спрощеної системи, що визначені Податковим кодексом України. Здавалося б, сама назва «спрощена система оподаткування» говорить про те, що на ній перебувати легше, ніж на загальній системі оподаткування. Але ця система оподаткування має як переваги, так і недоліки, які потребують усунення та доопрацювання на законодавчому рівні.

Особливості оподаткування суб'єктів господарювання висвітлені у працях науковців, серед яких М. П. Войнаренко, Л. І. Ірха, Г. Ю. Коблянська, Ю. М. Лисенко, Т. М. Мельник, О. О. Непочатенко, Л. М. Очеретько, Н. В. Федькевич, Р. Л. Цебень та інші.

Однією із перших переваг спрощеної системи оподаткування є простий облік і звітність, а саме відсутність податкового обліку витрат, не обов'язковість обчислення податкових різниць, відсутність обов'язку мати статус платника ПДВ. Тобто підприємство або підприємець має змогу самостійно обрати, чи бути платником ПДВ чи ні, залежно від обсягу оподаткованих операцій.

До речі, для ФОП першої групи платників єдиного податку існує ще така перевага, як свобода від РРО або КОРО і РК, оскільки єдиноплатники можуть бути вільними від РРО відповідно до законодавства.

ФОП на спрощеній системі оподаткування має більше можливостей розпоряджатися своїми доходами. Винагородою є прибуток від діяльності, оскільки заробітної плати він не отримує.

Наступною перевагою є значно менша кількість звітності суб'єктів господарювання, що сплачують єдиний податок, а також простіша процедура складання податкової звітності, тому легше вести облік, можна обійтися без послуг бухгалтера.

Ще однією перевагою є незначне податкове навантаження, оскільки суб'єкти господарювання не сплачують ПДВ при виборі ставки єдиного податку 5 %, а також податок на прибуток підприємств, податок на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку першої – четвертої групи (фізичної особи) та оподатковані, податок на майно (в частині земельного податку), рентну плату за спеціальне використання води платниками єдиного податку четвертої групи.

Але, як всім відомо, не буває чогось ідеального, тому в спрощеній системі оподаткування також є недоліки, деякі обмеження. Одне з яких – не всі види діяльності дозволені на спрощеній системі оподаткування. Для банків, кредитних спілок, ломбардів, страхових компаній, інвестиційних фондів, валютообмінників та інших підприємств і ФОП заборонено обирати спрощену систему оподаткування.

Незважаючи на те, що дохід для обчислення єдиного податку має визначатись легко і просто щодо надходження грошей та чітко визначених видів доходів у матеріальних та нематеріальних формах, зазначених у п. 292.3 Податкового кодексу України [1], на законодавчому рівні час від часу включають для оподаткування й бухгалтерські доходи. Тож, для визначення оподаткованого доходу у безпечному варіанті керуватися лише Податкового кодексу України мало, що ускладнює облік на спрощеній системі оподаткування.

Дохід суб'єктів господарювання у розрізі груп платників єдиного податку має вартісні обмеження, що залежать від прожиткового мінімуму та мінімальної заробітної плати. Підприємці з часом розвиваються, в них піднімається попит на деякі продукти/товари й послуги, тим самим росте дохід. Звісно, це добре, але потрібно розуміти, що якщо росте дохід суб'єкта господарювання, необхідно змінювати групу платника єдиного податку або перейти з спрощеної системи оподаткування на загальну, щоб не перевищувати встановлені ліміти. Так підприємство чи підприємець не буде платити штраф за перевищення встановленого ліміту й уникне зобов'язань перед бюджетом.

Таким чином, після розгляду переваг і недоліків, однозначної відповіді, яку систему оподаткування обрати, немає. Проте, кожен підприємець та підприємство повинні вдумливо обирати вид діяльності, зважувати свої сили, аналізувати отриманий дохід чи прибуток, розрахувати свої фінансові можливості, щоб досягти своєї мети. А головне – досягати бажаного результату за допомогою правильно оформлених документів і правильно обчислених податків задля запобігання штрафних санкцій в майбутньому.

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.

ЯКІСНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОРИСНОЇ ФІНАНСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПТУАЛЬНОЇ ОСНОВИ ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Ю. І. Кондратенко, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА м-11*
О. В. Артюх-Пасюта, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Для практичного застосування міжнародних стандартів бухгалтерського обліку суб'єктами господарювання важливе значення має Концептуальна основа фінансової звітності.

Концептуальна основа фінансової звітності охоплює: мету фінансової звітності загального призначення; якісні характеристики корисної фінансової інформації; визначення, визнання та оцінку елементів фінансової звітності; концепції капіталу та збереження капіталу [1].

Під час проведення дослідження розглянуто види якісних характеристик корисної фінансової інформації.

Відповідно до Концептуальної основи фінансової звітності «якісні характеристики корисної фінансової інформації застосовуються до фінансової інформації, наведеної у фінансовій звітності, а також до фінансової інформації, наданої в інший спосіб» [1, § 2.3], «визначають типи інформації, що, найімовірніше, є найбільш корисними для нинішніх та потенційних інвесторів,

позикодавців та інших кредиторів для прийняття рішень про суб'єкта господарювання, що звітує, на основі інформації у його фінансовій звітності (фінансовій інформації)» [1, § 2.1].

Для того, щоб фінансова інформація була корисною, вона повинна бути доречною та правдиво подавати те, що вона призначена подавати. Корисність фінансової інформації підсилюється, якщо вона є зіставною, її можна перевірити, є своєчасною та зрозумілою.

Якісні характеристики корисної фінансової інформації поділяються на основоположні та посилювальні.

Основоположними якісними характеристиками корисної фінансової інформації є доречність та правдиве подання (рис. 1).

Рисунок 1 – Основоположні якісні характеристики корисної фінансової інформації

Джерело: складено автором за [1, §§ 2.6–2.19; 2, с. 27].

Основоположні якісні характеристики корисної фінансової інформації дозволяють: «ідентифікувати економічне явище, яке потенційно може бути корисним для користувачів фінансової інформації суб'єкта господарювання, що звітує; ідентифікувати тип інформації про це явище, яка була б найдоречнішою, якщо вона доступна і якщо її можна правдиво подати; визначити, чи доступна така інформація та чи можна її правдиво подати» [1, § 2.21].

Посилювальними якісними характеристиками корисної фінансової інформації є зіставність, можливість перевірки, своєчасність та зрозумілість. Ці якісні характеристики корисної фінансової інформації підсилюють її корисність, яка є доречною та правдиво подає те, чого вона стосується (рис. 2).

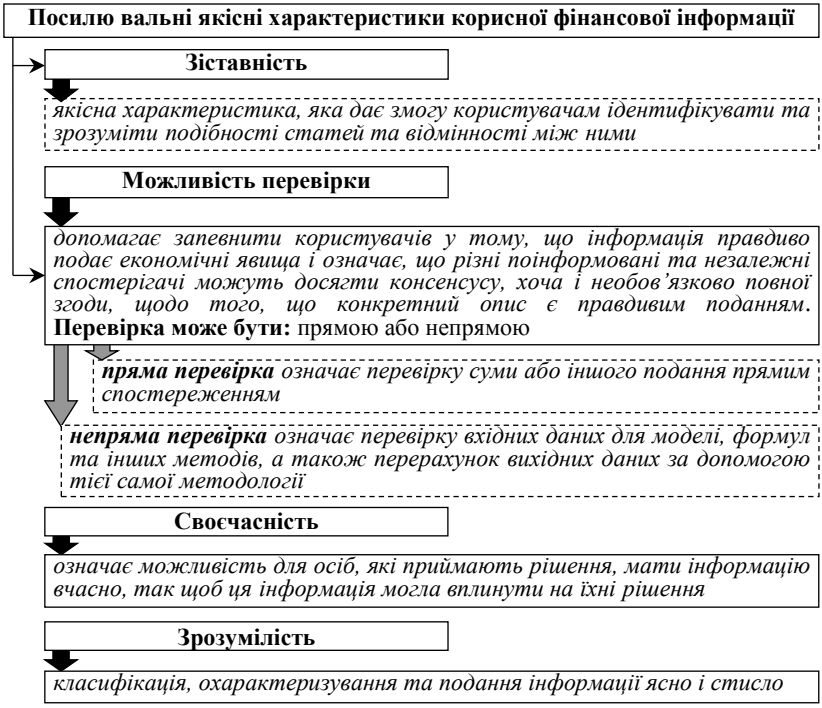

Рисунок 2 – Посилювальні якісні характеристики корисної фінансової інформації

Джерело: складено автором за [1, §§ 2.24–2.36; 2, с. 29].

Посилювальні якісні характеристики корисної фінансової інформації можуть допомогти визначити, який з двох способів слід використати для опису явища, якщо обидва вони вважаються рівною мірою доречними та такими, що правдиво подають це явище.

Застосування посилювальних якісних характеристик корисної фінансової інформації корисної фінансової інформації слід розглядати як «ітеративний процес, який не відбувається за наперед встановленим порядком. Іноді, можливо, необхідно зменшити одну посилювальну характеристику, щоб максимізувати іншу якісну характеристику» [1, § 2.38].

Слід мати на увазі, що на практиці збалансованість або компроміс між якісними характеристиками корисної фінансової інформації досить часто є необхідним. Загалом, мета полягає в досягненні відповідної збалансованості всіх якісних характеристик корисної фінансової інформації для забезпечення мети фінансових звітів. Відносна важливість якісних характеристик корисної фінансової інформації у різних випадках є справою професійних суджень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Концептуальна основа фінансової звітності. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/2019_RB_ConceptualFramework_ukr_AH.pdf (дата звернення: 08.04.2024).
2. Bochulia T. Accounting and Financial Reporting for IFRS : tutorial for self-study / T. Bochulia, O. Artyukh-Pasyuta, N. Kovalevska, S. Gaidar, I. Korobkina. Kharkiv : Publishing house I. Ivanchenka, 2019. 317 p.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ ПОЛОЖЕННЯМ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

***А. В. Копил**, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФКм-11*

***Г. М. Сидоренко-Мельник**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах війни більшість економічних процесів, так само як і механізмів та інструментів їх регулювання, зазнають трансформацій [1]. Необхідність суттєвого корегування програм управ-

ління фінансовим станом українських підприємств зумовлена наступними чинниками. Гостро стоїть потреба у формуванні механізму адаптивного та гнучкого менеджменту як відповіді на критичні зміни у зовнішньому середовищі, а саме форс-мажорні умови та надкритичні ризики. Безпека та захист співробітників, логістика та транспорт, відсутність клієнтів та замовлень наголошуються представниками бізнесу як ТОП-3 найбільші виклики. Серед інших – експортно-імпортні операції, релокація та пошкоджені активи та майно [2].

Про забезпечення стійкого розвитку в умовах воєнного стану не йдеться, актуальним є вирішення проблеми виживання: окреслення меж припустимого ризику зниження фінансової стійкості, дотримання вимог платіжної дисципліни та недопущення касових розривів, дефіциту грошових коштів в якості платіжних засобів, збереження підприємницької діяльності на достатньому для забезпечення нормативного функціонування рівні. Як зазначають сучасні науковці: «Фактично війна створює форс-мажорні обставини, які передбачають не тільки скорочення обсягів активної діяльності підприємства, але й можливу повну його зупинку і навіть безповоротну втрату майна чи ресурсів» [3].

Внаслідок цього маємо трансформації зі зміни акцентів з контролю минулих подій на передбачення перспективи. Формування «подушок безпеки», розробка стратегічних антикризових програм, альтернативний підхід до розробки можливих сценаріїв розвитку з фокусом на ризикозахищеності. Управління фінансовим станом підприємства стає значною мірою ситуативним та потребує стандартів рішень по виходу із конкретних ситуацій, нормування критичних меж фінансових показників.

В умовах інформаційної перенасиченості формується потреба відстеження релевантної інформації про фінансовий стан підприємства в режимі реального часу. В свою чергу, «трактування результатів аналізу мають зазнати певних змін, оскільки стан підприємств зазнав кардинальних змін, коли 31 % підприємств отримали ушкодження, третина з яких є невиправними» [4].

Фінансовим менеджерам необхідно сформувати принципово нові підходи до побудови політики ліквідності, фінансової стійкості, підтримки ділової активності та забезпечення прийнятної

результативності бізнесу. У цьому зв'язку пропонується система елементів, за якими можна, на наш погляд, виділити функціональні напрями управління фінансовим станом підприємства в умовах воєнного стану: майновий потенціал, фінансовий потенціал, фінансова безпека. Суть цієї пропозиції полягає в тому, щоб за допомогою цілеспрямованих дій спрямовувати функціонування і розвиток об'єкта фінансового управління відповідно до програми, заданої суб'єктом, що управляє, не допускаючи істотних відхилень від неї, або, навпаки, забезпечувати зміну об'єкту, його стану, положення, будь-яких ключових параметрів відповідно до управлінської програми.

Удосконалення концептуальних засад і уточнення принципів з врахуванням вимог воєнного стану сприяють реалізації оперативних (синхронізація грошових потоків, їх стабілізація та уникнення дефіцитності), координаційних (ув'язування потреби в ресурсах з наявним та реально можливим до залучення капіталом, оптимізація структури джерел фінансування) та контрольних (мінімізація середньозваженої вартості капіталу, реалізація операційного та фінансового левериджу, нормативна платоспроможність та фінансова стійкість, раціональність та результативність витрачання грошових коштів) функцій управління фінансовим станом підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нєізвєстна О. В., Григорук А. А., Литвин Л. М. Сучасні інструменти підтримки фінансової стійкості України в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство.* 2022. Вип. 39. URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/26285/1/ertyui.pdf.
2. ACC. Ведення бізнесу під час війни в Україні. 2022. URL: https://chamber.ua/ua/news/rezultaty-ostannohoopytuvannia-palaty-87-kompaniy-chleniv-hotovi-aktyvno-doluchatysia-do-vidbudovy-ekonomiky-ukrainy-pisliaviyny.
3. Костенко Ю., Короленко О., Гузь М. Аналіз фінансової стійкості підприємства в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1758/1694.
4. Бегун С. Особливості аналізу фінансового стану підприємства в умовах воєнного стану. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки.* 2023. Т. 4 (32). С. 36–42.

ПОТРЕБИ У ЗАЛУЧЕННІ ІНВЕСТИЦІЙ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВА: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ

***О. Ю. Кравець**, студент спеціальності Економіка та економічна політика, група ЕЕ-31*
***О. М. Нестеренко**, канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління – науковий керівник*
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Залучення інвесторів у бізнес – одне з найважливіших рішень для будь-якого власника бізнесу. Хоча це рішення може прийматися на різних етапах розвитку бізнесу залежно від стратегії, перспектив зростання та поточних потреб акціонерів, успіх як залучення інвесторів, так і подальшого використання їхніх інвестицій значною мірою залежить від фактичної готовності як компанії, так і її акціонерів.

Перш ніж розпочати процес пошуку та залучення інвесторів, необхідно визначити, навіщо бізнесу потрібні інвестори і чи потрібні вони взагалі. Тому пропоную розглянути, які можуть бути причини для залучення інвестора [1]:

1. Отримання фінансування для розширення і розвитку – у деяких випадках додатковий акціонерний капітал може бути єдиною формою довгострокового фінансування бізнесу.
2. Підвищення кредитоспроможності – додатковий акціонерний капітал зменшує основний борговий тягар і автоматично підвищує кредитоспроможність бізнесу.
3. Доступ до нових знань і досвіду – інвестори часто володіють цінним діловим досвідом і знаннями, які можуть бути використані для підвищення операційної ефективності компаній.
4. Розширення бізнес-мережі – інвестори часто мають широку мережу контактів у діловому світі, які вони можуть використовувати для залучення нових клієнтів, партнерів і т. д.
5. Розподіл ризиків – залучаючи інвестиції, фінансові та нефінансові ризики можна розподілити між засновниками та інвесторами.
6. Стимул для інновацій та розвитку – інвестори часто прагнуть впроваджувати нові інноваційні технології, що спонукає компанії розробляти та досліджувати нові рішення, щоб залишатися конкурентоспроможними та відповідати сучасним ринковим тенденціям.

Коли ми визначили причину, нам потрібно встановити мету, якої ми хочемо досягти. Також одним з пунктів аналізу має стати доречність залучення саме акціонерного, а не боргового капіталу, адже в довгостроковій перспективі саме акціонерний капітал є найбільш дорогим.

Наступним кроком має бути залучення фінансового консультанта: зазвичай, компетенція із залучення інвестицій є специфічною і більшість компаній нею не володіє в повній мірі. Професійний фінансовий консультант зможе надати цілий перелік послуг, що дозволить отримати найкращий результат. Наприклад, оцінка готовності компанії до залучення інвестицій та надання рекомендацій щодо поліпшення наявного стану справ або розробка стратегії залучення додаткового капіталу, пошук потенційних інвесторів і супроводження процесу укладання угоди тощо.

Співпраця з фінансовим консультантом не лише забезпечує спеціалізовану експертизу, але й створює конкуренцію в процесі, розділяючи комунікацію між акціонерами та потенційними інвесторами, що може призвести до кращих результатів для існуючих власників [2].

Після визначення базової структури угоди, найважливішим етапом є узгодження умов залучення інвестицій. Як правило, ці умови включають в себе [3]:

- ✓ Оцінка бізнесу, частка інвестора і обсяг інвестицій, термін реалізації угоди.
- ✓ Напрями інвестування, інші джерела залучення капіталу.
- ✓ Горизонт інвестування, планова доходність, обов'язки по спільному виходу або викупу портфельного інвестора.
- ✓ Участь інвестора в управлінні бізнесом, доступ до інформації, захист прав інвестора.
- ✓ Права початкових власників бізнесу (якщо вони залишаються міноритарним акціонером разом зі стратегічним інвестором).

У завершенні, хочеться наголосити, що залучення інвесторів у бізнес – важлива стратегічна мета для власників підприємств. Це рішення має бути обґрунтованим, враховуючи потреби компанії та її стратегію розвитку. Важливо проаналізувати потреби та визначити цілі залучення інвестора. Співпраця з фінансовим консультантом може допомогти в цьому процесі, забезпечуючи експертну підтримку та конкуренцію в укладанні угоди.

Список використаних інформаційних джерел

1. Георгіаді Н. Г., Федорчак О. Є. Сутність і види механізмів залучення інвестицій на підприємство. Електронний журнал «Інвестиції практика та досвід». 2013. № 22. С. 6–9. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/22_2013/3.pdf.
2. LIGA ZAKON. Андрій Боренков. Стаття: Як і навіщо залучати інвесторі у бізнес? 2024. URL: https://biz.ligazakon.net/analitycs/225477_yak--navshcho-zaluchati-nvestora-v-bznes#:~:text=.
3. Мойсенко І., Ревак І., Миськів Г., Чапляк Н. Інвестиційний аналіз : навч. посіб. 2019. Тема 1. Теоретичні основи інвестиційного аналізу. 1.1. Сутність і методологічні основи інвестиційного аналізу. С. 9 URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/2844/1/%D0%86%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_10-03_2020.pdf.

ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНИЙ РОЗВИТОК ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

***К. О. Лактіонова**, студент спеціальності Економіка та економічна політика, група ЕЕ-31*

***О. М. Нестеренко**, канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління – науковий керівник*

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Успішний розвиток ринкових відносин в Україні визначається взаємодією підприємств та умовами їх операцій. Для збереження конкурентних позицій на ринку підприємствам необхідно правильно та доречно визначати свої стратегії та тактику дій, а також систематично управляти своєю діяльністю з метою підвищення ефективності та досягнення прибутковості.

У сучасних економічних умовах основна мета бізнесу полягає в нарощуванні багатства власника. Ця ціль є актуальною як для власників підприємств, так і для менеджерів. Тому важливо, щоб ключові стратегії управління підприємством, включаючи управління фінансами, спрямовувалися на досягнення цієї мети.

Фінансові ресурси підприємства включають в себе всі доступні кошти, які використовуються для функціонування та розвитку підприємства. Це можуть бути: 1) грошові кошти на рахунках; 2) цінні папери; 3) кредити та позики; 4) інвестиції; 5) прибуток, отриманий від діяльності підприємства, а також інші фінансові активи [1].

Фінансові ресурси грають ключову роль у забезпеченні стабільності та розвитку підприємства. Вони використовуються для покриття різних витрат, інвестування в нові проєкти, розширення бізнесу, погашення зобов'язань та проведення інших фінансових операцій, які сприяють досягненню мети підприємства. Тому ефективне управління фінансовими ресурсами є важливою складовою успішного функціонування будь-якого підприємства [2].

Фінанси підприємства відіграють ключову роль у процесі відтворення, формування власних фондів і централізації фінансових ресурсів. Тому вони потребують постійного контролю і належної уваги зі сторони керівництва. Невід'ємною та важливою частиною функціонування корпоративного підприємства є проведення всебічного моніторингу та подальшого аналізу показників, таких як рівень фінансової стійкості, ліквідність, ділова активність та рентабельність [3].

Необхідно активно залучати позикові ресурси для забезпечення ефективної фінансової діяльності підприємства. Використання цих коштів дозволить розширити обсяг господарської діяльності, оптимізувати використання власного капіталу та підвищити ринкову вартість підприємства. Тому крайньо важливо приділяти належну увагу заходам, спрямованим на оптимізацію використання фінансових ресурсів на підприємстві [4].

Проблеми, пов'язані з використанням фінансових ресурсів, стають актуальними через постійні зміни у податковому законодавстві України, нестабільність фінансового ринку та структурні перетворення капіталу. Ці зміни обумовлені коливаннями банківських відсотків та курсів валют, а також продовжуючою інфляцією. Додатково виникають проблеми через зменшення централізованого фінансування та зростаючу складність інформаційного забезпечення [5].

Отже, можна зробити висновок, що фінансові ресурси підприємства становлять одну з ключових складових фінансової системи держави. Це важлива та особлива галузь фінансів, що має свої власні принципи та організаційну специфіку. З метою забезпечення стабільного розвитку важливо забезпечити підприємство необхідними фінансовими ресурсами з різних джерел. Контроль за цим процесом передбачає проведення аналізу основних фінансових показників діяльності корпоративних підприємств, включаючи оцінку рівня фінансової стійкості, ліквідності, ділової активності та рентабельності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Білик М. Д. Фінанси підприємств : [навч. посіб.] / М. Д. Білик. – Київ : Знання, 2005.
2. Василик О. Д. Теорія фінансів : [підручник] / О. Д. Василик. – Київ : НІОС, 2000.
3. Вовк В. М. Методика та організація аналізу формування і використання фінансових ресурсів підприємства : автореф. дис. … канд. екон. наук. / В. М. Вовк. – Т., 2004.
4. Хачатурян С. Сутність фінансових ресурсів та їх класифікація / С. Хачатурян // Фінанси України. – 2010. – № 4.
5. Бойко Є. М. Сучасний стан та проблеми процесу формування фінансових ресурсів підприємства в Україні / Є. М. Бойко // Молодий вчений. – 2016. – № 5.

ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

***Р. Г. Лебедин**, студент спеціальності Підприємництво та торгівля, освітня програма «Публічні закупівлі» група ПЗ м лис-11*

***М. О. Любимов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах воєнного стану публічні закупівлі набувають особливого значення, оскільки потреби країни в різних товарах і послугах можуть змінюватися дуже швидко, а також виникають додаткові вимоги до безпеки, оборони і реагування на кризові ситуації. Ми спробували виділити ключові, на нашу думку, аспекти, в контексті яких повинні здійснюватися публічні закупівлі в умовах воєнного стану:

1. *Стратегічне планування*. Наявність стратегічного планування є критично важливою для визначення пріоритетів у закупівлях та забезпечення потреб оборони та безпеки країни. Важливо враховувати не лише поточні потреби, а й можливі перспективи розвитку ситуації.

2. *Реагування на зміни*. Умови воєнного стану можуть змінюватися дуже швидко, тому важливо мати гнучкість і можливість швидко реагувати на зміни в обставинах. Це означає, що процеси публічних закупівель повинні бути готові до адаптації та змін при необхідності.

3. *Швидкість та ефективність*. У воєнний час часто потрібно реагувати на непередбачувані ситуації дуже швидко. Тому

процеси публічних закупівель повинні бути максимально ефективними та швидкими, щоб забезпечити необхідні товари та послуги найшвидшим шляхом.

4. *Прозорість та відкритість*. Незважаючи на те, що воєнний стан може призводити до певних обмежень у відкритості і прозорості, важливо забезпечити максимальний рівень прозорості в публічних закупівлях. Це сприятиме підвищенню довіри до владних структур та запобіганню корупції.

5. *Управління ризиками*. Умови воєнного стану можуть призвести до збільшення ризиків, пов'язаних з логістикою поставок, збільшенням цін або навіть можливістю маніпуляції з боку недобросовісних постачальників. Управління ризиками в процесі публічних закупівель має включати аналіз ризиків та розробку стратегій їх мінімізації.

6. *Координація з іншими галузями*. У воєнний час публічні закупівлі часто пов'язані з потребами оборони та безпеки країни. Тому важливо забезпечити ефективну координацію з іншими галузями, такими як військові, правоохоронні органи та інші, для забезпечення взаємодії та вирішення спільних завдань.

7. *Контроль за витратами*. У воєнний час може бути обмежена фінансова можливість країни, тому контроль за витратами у публічних закупівлях має велике значення. Важливо забезпечити ефективне використання ресурсів і мінімізувати витрати там, де це можливо.

У цілому, управління публічними закупівлями у воєнний час вимагає спеціального підходу, який поєднує ефективність, безпеку, стратегічне планування та відкритість.

Ці аспекти є ключовими управлінськими вказівками для публічних закупівель у воєнний час. Розуміння цих факторів допоможе забезпечити ефективне управління закупівлями та відповідне задоволення потреб у разі виникнення кризових ситуацій.

В Україні після запровадження воєнного стану 28 лютого 2022 року Кабінет Міністрів України Постановою № 169 «Деякі питання здійснення оборонних закупівель та публічних закупівель товарів, робіт і послуг в умовах воєнного стану» постановив порядок здійснення публічних закупівель для кожної категорії замовників. Після цього Постановою Кабінету Міністрів України від 12.10.2022 р. № 1178 «Про затвердження особливостей здійснення публічних закупівель товарів, робіт і послуг для замовників, передбачених Законом України «Про публічні

закупівлі», на період дії правового режиму воєнного стану в Україні та протягом 90 днів з дня його припинення або скасування» затверджено особливості здійснення публічних закупівель товарів, робіт і послуг для замовників. Отже, така реакція держави є позитивною в контексті того, що процедури публічних закупівель мають бути чіткими, контрольованими і відповідати інтересам суспільства і вселяє надію на подальше реформування системи публічних закупівель.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пантелеймоненко А., Мілька А. & Павленко О. (2023). Публічні закупівлі в Україні в умовах воєнного стану. Економіка та суспільство, (51). URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2476/2395.
2. Деякі питання здійснення оборонних закупівель та публічних закупівель товарів, робіт і послуг в умовах воєнного стану : Постанова від 28 лютого 2022 р. № 169 / Кабінет Міністрів України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/169-2022-%D0%BF#Text.

ОСНОВНІ ЗАСОБИ: ВІД ЗАРОДЖЕННЯ ПОНЯТТЯ ДО СИСТЕМИ АВТОМАТИЗАЦІЇ ОБЛІКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

А. Д. Лісняк, *студент спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-21*
В. Я. Плаксієнко, *д-р екон. наук, професор. професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Поняття «основні засоби» виникло в результаті історичного розвитку економічної діяльності та бухгалтерського обліку. Слід зазначити, що в економічній та управлінській практиці, людство завжди ставило собі в пріоритет такі завдання, як контролювати та обліковувати свої матеріальні ресурси, зокрема, майно та інші активи, які відповідним чином забезпечують виробництво та функціонування організацій.

В античних цивілізаціях, таких як давньо-римська та давньогрецька, існували системи обліку та контролю за майном, включаючи землю, будівлі, обладнання тощо. Проте, поняття «основні засоби» у сучасному розумінні з’явилося значно пізніше, у зв’язку з розвитком промисловості та виробництва в епоху промислової революції в XVIII–XIX століттях [1].

З часом, з розвитком бухгалтерського обліку та стандартизації бухгалтерської звітності, поняття «основні засоби» стало фіксованою категорією, що являє собою матеріальні активи, які підприємство утримує з метою використання їх у виробничому процесі, поставки товарів, надання альтернативних видів послуг, здачі в оренду іншим особам або для виконання адміністративних чи соціально-культурних функцій, очікуваний термін корисного використання (експлуатації) яких більше одного року, або операційного циклу, якщо він довший за рік (п. 4 НП(С)БО 7) [4].

До основних засобів можна включати будівлі, обладнання, транспортні засоби, меблі та інші матеріальні активи.

Бухгалтерський облік основних засобів (ОЗ) охоплює період від придбання до вибуття цих активів. Існують відмінності між бухгалтерським та податковим визначенням ОЗ.

✓ Малоцінні необоротні матеріальні активи (МНМА) з об'єктами первісною вартості не більше 20 000 гривень: за Податковим кодексом України (пп. 14.1.138 ПКУ) не є ОЗ, тоді як для бухгалтерського обліку вони утворюють окрему групу ОЗ (п. 5 НП(С)БО 7);

✓ Бібліотечні фонди: за ПКУ не є ОЗ, а для бухгалтерського обліку вони утворюють одну з груп ОЗ (п. 5 НП(С)БО 7);

✓ Земля: за ПКУ не вважається ОЗ (прямий виняток у пп. 14.1.138). Проте, для бухгалтерського обліку земля вважається ОЗ, хоча на неї не нараховується амортизація;

✓ Негосподарські (невиробничі) ОЗ: для платників податку на прибуток, які використовують різниці з розділу III ПКУ, такі об'єкти не вважаються ОЗ, і на них не нараховується податкова амортизація. Проте, для бухгалтерського обліку вони є повноцінними ОЗ, навіть якщо мають лише соціально-культурну функцію та не створюють доходу [5].

Як вже кожному з нас відомо, що підприємство – це організаційно відокремлена й економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг. Головне завдання кожного підприємства полягає в задоволенні потреб ринку в його продукції або видах послуг з метою одержання прибутку [3].

Однак зі зростанням рівня цифровізації та сучасних інформаційних технологій у бухгалтерському обліку відповідно зростає попит на автоматизоване оброблення даних.

Якщо з'являється такий потенційний та вагомий попит на автоматизацію обліку на підприємствах, тож відповідно, що і є потенційні вади, які примушують аби процес автоматизації якнайшвидше був впроваджений в застосування ледь не на кожному підприємстві.

Отже, пропоную розглянути основні завдання обліку основних засобів на підприємстві в умовах автоматизації обробки даних:

− облік наявності основних засобів, нематеріальних активів та малоцінних швидкозношуваних предметів (далі – МШП) вести за місцями їх зберігання й використання;

− пооб'єктний облік взятих в оренду основних засобів, наявності дорогоцінних металів і коштовних каменів вести у складі основних засобів;

− своєчасне відображення в обліку надходження, вибуття і переміщення основних засобів, нематеріальних активів та МШП здійснювати в розрізі видів і груп;

− облік зносу й амортизації основних засобів, зносу нематеріальних активів, МШП вести за укрупненими групами;

− посилити контроль над правильністю використання основних засобів і МШП, облік витрат на їх ремонт і ліквідацію;

− підготовка деталізованих даних, якими користуються для складання встановленої поточної, періодичної та річної звітності [2].

Впровадження автоматизації систем даних та документообігу на підприємстві значно підвищує ефективність роботи бухгалтера. Це дозволяє оперативно накопичувати та використовувати інформацію про наслідки господарської діяльності для формування звітності та надання інформаційних послуг з наявності та використання ОЗ. Розвиток сучасних комп'ютерних систем бухгалтерського обліку потребує мінімізації впливу негативних факторів для постійного удосконалення. Автоматизація облікової роботи тісно пов'язана з формуванням стратегічних напрямків діяльності та підвищенням ефективності управління підприємством, що робить можливим підвищення рівня управлінської ефективності на більш постіндустріальному рівні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бутинець Ф. Ф. Історія бухгалтерського обліку : [навч. посіб.] : у 2-х ч. / Ф. Ф. Бутинець. – Житомир : Рута, 2001. 1024 с.

2. Костюнік О. В., Маламуж А. А. Автоматизація основних засобів. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки. 2017. Вип. 26. Ч. 2. С. 128–130.
3. Нікіфорова Л. О. Економіка підприємства : курс лекцій. URL: підприємство і підприємництво. URL: https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/24nikiforova_ekonomika_pidpriyemstva/p2.html (дата звернення: 06.04.2024).
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» : Наказ Міністерства фінансів України від 27.04.2000 № 92. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text (дата звернення: 06.04.2024).
5. Савченко О. Бухгалтерський облік основних засобів: від придбання до вибуття. URL: http://surl.li/niqch.(дата звернення: 06.04.2024).

ФІНАНСОВА ІНКЛЮЗІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

***Н. О. Ляшкова**, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБССб-41*
***А. М. Соколова**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Цифровізація є однією з найбільш визначних та впливових тенденцій у сучасному світі. Вона охоплює практично всі аспекти життя та господарювання, включаючи економіку, освіту, організацію робочих процесів, комунікації, медицину, транспорт та інше. Цифрові технології продовжують змінювати наше життя та впливати на всі сфери діяльності. Вона відкриває нові можливості для розвитку, інновацій та покращення якості життя, що для України, чітко простежується у період пандемії COVID-19 та вторгнення рф.

Ефективне функціонування фінансової системи неможливе без активного використання фінансових послуг населенням. Ця ідея має загальне значення як для депозитної політики держави, так і для кредитної та інвестиційної. Очевидно, що користувачі фінансових послуг повинні мати фінансову грамотність та фінансовий доступ, оскільки це є ключовим чинником для стабільності фінансової системи. Важливим завданням індустрії 4.0 щодо соціальної сфери є фінансова інклюзія, яку *Національний банк України окреслив однією зі стратегічних цілей розвитку цифрової економіки в Україні. «Фінансова інклюзія – створення умов для залучення усіх сегментів населення та бізнесу до ко-*

ристування різноманітними фінансовими послугами, які доступні за інфраструктурою та ціною, офіційно урегульовані та відповідають потребам населення з метою стимулювання економічного зростання країни та зменшення соціальної нерівності у суспільстві» [1].

Цифрова трансформація може стати важливим інструментом для забезпечення фінансової інклюзії, проте вона також потребує ретельного аналізу і розуміння її впливу на різні сегменти населення. Перевагами взаємодоповнення процесів фінансової інклюзії і впровадження цифрових технологій є:

1) доступність до фінансових послуг, оскільки онлайн фінансовий доступ надає можливості їх використання широким колом населення. Наприклад, мобільні додатки банків та інші цифрові рішення можуть забезпечити доступ до банківських рахунків і платіжних послуг, навіть для тих, хто раніше мав обмежений доступ до традиційних фінансових установ;

2) відповідність потребам попиту, так як цифрові рішення можуть бути налаштовані для відповідності конкретним потребам різних груп населення. Наприклад, додатки з функціями адаптації для осіб з обмеженими можливостями можуть полегшити їх доступ до фінансових послуг;

3) інноваційність та зручність у користуванні за допомогою розроблених нових, зручних та ефективних цифрових фінансових послуг. Наприклад, мобільні платежі, онлайн-кредитування та інші інноваційні рішення можуть полегшити життя споживачів і покращити їх фінансову поведінку;

4) підвищення фінансової грамотності через онлайн-курси, інтерактивні навчальні платформи та інші цифрові ресурси, що базуються на цифрових технологіях (безкоштовна он-лайн платформа з фінансової грамотності «Гаразд» [2]);

5) включеність через можливість всім громадянам використовувати фінансові послуги для свого благополуччя, розвитку та захисту від фінансових ризиків;

6) регулятивна підтримка, яка сприяє створенню сприятливого середовища для розвитку фінансових послуг та забезпечує захист прав споживачів.

Однак процеси цифрової трансформації та фінансової інклюзії також спричиняють виклики та ризики, такі як доступність до інтернету, кібербезпека, конфіденційність даних та розриви в цифровій нерівності. Деякі групи населення можуть залишатися відсталими від цього процесу через технологічні бар'єри або відсутність доступу до цифрових засобів.

Загалом, якщо оцінювати ситуацію в Україні на національному рівні щодо користування фінансовими продуктами, то обізнаність громадян щодо фінансових послуг щорічно зростає і є досить високою, з кращим результатом, чим низка європейських країн [3].

Таким чином, високий рівень цифровізації, а також фінансова інклюзія як процес широкого доступу до фінансових послуг, разом із захистом прав споживачів фінансових послуг, є ключовими для розвитку фінансових можливостей громадян та сприяють стабільності фінансової системи. Тому, при формуванні державної політики важливо враховувати, наскільки громадяни мають доступ до фінансових послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фінансова інклюзія як драйвер економічного зростання: що потрібно робити державі, бізнесу та громаді. Офіційний інтернет-сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansova-inklyuziya-yak-drayver-ekonomichnogo-zrostannya-scho-potribno-robiti-derjavi-biznesu-ta-gromadi.
2. Гаразд. Он-лайн платформа з фінансової грамотності. Офіційний інтернет-сайт Національного банку України. URL: https://harazd.bank.gov.ua.
3. Фінансова грамотність, фінансова інклюзія та фінансовий добробут в Уукраїні у 2021. Звіт за результатами дослідження. Офіційний інтернет-сайт Національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Research_Financial_Literacy_Inclusion_Welfare_2021.pdf?v=4.

БЕНЧМАРКІНГ ЯК НАПРЯМ ПОГЛИБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Ю. О. Нестуля, *аспірант спеціальності Економіка;*
О. А. Лапечук, *студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, групи ФБСС-11м*
Н. С. Педченко, *д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів та банківської справи, перший проректор – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сьогодні окремі суб’єкти господарювання особливо гостро відчувають потребу у порівняльному аналізі методик та інструментів здійснення господарської діяльності для своєчасного

реагування на тенденції ринку та формування конкурентних стратегій. На нашу думку, особливо актуально це при побудові ефективної стратегії забезпечення фінансової безпеки, де найважливішим завданням керівництва є підвищення її рівня, від якого залежить ефективність всієї системи фінансового менеджменту товариства. Для цього кожен суб'єкт господарювання повинен сформувати таку систему показників, які б характеризували максимально детально стан його фінансової безпеки. Це дасть змогу проводити порівняльний аналіз параметрів окремих товариств. Під такими методами розуміють не лише оптимальні показники фінансової діяльності, а й використовувані технології, системи організації торгівлі, методи управління, здатність швидко реагувати на мінливий попит споживачів. Такий дослідницько-аналітичний вид діяльності, який полягає у всебічному співставленні фінансової та операційної діяльності підприємств, називається бенчмаркінгом. Термін «бенчмаркінг» прийшов в економіку з геодезії та походить від англійського «benchmark», що означає позначку на фіксованому об'єкті [1].

У найбільш широкому розумінні бенчмаркінг – це дещо, що володіє певною кількістю та якістю і здатне бути стандартом або еталоном стосовно інших предметів або сфер діяльності. Під бенчмаркінгом частково розуміють систематичну діяльність, спрямовану на пошук та оцінку найкращих прикладів бізнес-практики та навчання на цих прикладах. На межі 70-років під бенчмаркінгом почали розуміти збір та аналіз інформації про діяльність найкращих підприємств партнерів та конкурентів, про використовувані ними методи управління, в основу якої покладена порівняльна характеристика. Мета бенчмаркінгу – підвищення ефективності власної діяльності та завоювання переваг у конкурентній боротьбі. Предмет – технологія, виробничі процеси, методи організації виробництва та збуту продукції. Результати бенчмаркінгу поряд з результатами маркетингових досліджень використовуються при опрацюванні цілей та стратегій діяльності підприємств. Ефективність використання бенчмаркінгу є доцільною передумовою застосування даного методу для підприємств з однаковими видами діяльності. Але у ході проведення бенчмаркінгу більшість підприємств може зіткнутися з проблемами, пов'язаними з відсутністю маркетингової політики, менеджменту та здійснення стратегічного планування та управління [1–3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що існує безліч понять бенчмаркінгу [1–3]. Одні дослідники вважають його продуктом еволюційного розвитку концепції конкурентоспроможності, інші – одним із засобів управління якістю, більшість відносять його до інструментів маркетингових досліджень та стратегічного планування. На практиці він вперше з'явився в Японії наприкінці 50-х років та використовувався для розробки програми з підвищення якості продукції. Достатньо давно та успішно він використовується і в американських, західноєвропейських та скандинавських країнах. Так, у повному розумінні термін «бенчмаркінг» було визначено у 1972 р. в Інституті стратегічного планування Кембриджа (США). У 1979 р. великий успіх приніс підприємству Rank Xerox досвід з проекту «Бенчмаркінг конкурентоздатності» для аналізу витрат та якості власних продуктів у порівнянні з японськими. Згодом філософія бенчмаркінгу стала використовуватись у багатьох фірмах – «Dupont», «Motorola». Нині бенчмаркінг вважається найефективнішим напрямком консалтингу.

Бенчмаркінг забезпечує наступні переваги, а саме:

– ідентифікує недоліки у діяльності товариства, що надасть можливість розробити напрями їх подолання;

– вивчає кращі практики підприємств-флагманів, що дозволить використати досвід та переформатувати стратегічні орієнтири для завоювання конкурентних переваг;

– надихає на розробку нових перспективних ідей у сфері реалізації та збуту;

– корегує власну діяльність товариства на основі аналізу діяльності конкурентів [3, 4].

Таким чином, для отримання максимального ефекту від застосування бенчмаркінгу та недопущення втрат часу й коштів, варто проводити ретельну підготовчу роботу до процесу проведення бенчмаркінгу на основі порівняння, визначення мети та зосередитися на обов'язковому досягненні бажаних завдань. При цьому слід не забувати про реальні обмеження, що виникатимуть під час застосування бенчмаркінгу у практичній діяльність товариства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стецько М. Фінанси акціонерних товариств: проблеми і перспективи / М. Стецько, С. Юрій // Фінанси України. – 2009. – № 4. – С. 54–58.

2. Навольська Н. В. Бенчмаркінг як інструмент підвищення ефективності діяльності підприємства. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/10143/1/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F%20%D0%B1%D0%B5%D0%BD%D1%87%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%BD%D0%B3.pdf/.
3. Лютенко Д. Д., Хомич О. В., Лободзинська Т. П. Проблеми та перспективи бенчмаркінгу на підприємствах України. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/13_ukr/97.pdf.
4. Бублик М. І. Бенчмаркінг як спосіб одержання конкурентних переваг / М. І. Бублик, М. М. Хім'як, М. В. Лібер // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вип. 19.5. – С. 136–139.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ В КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

М. В. Пархоменко, *студент спеціальності Підприємництво та торгівля, освітня програма «Публічні закупівлі», група ПЗм-11*
О. В. Манжура, *д-р екон. наук, професор кафедри бухгалтерського обліку і аудиту, проректор з науково-педагогічної роботи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Отримання Україною статус країни-кандидата на шляху до членства в Європейському Союзі відкриває нові горизонти для розвитку національної економіки. Статус кандидата у майбутньому скоріш за все позитивно вплине на залучення додаткових інвестицій в українську економіку, на інтеграційні проєкти та ініціативи різного рівня та масштабу. Однак, інтеграційні процеси на шляху до членства в Європейському Союзі вимагають імплементації європейських політик до вітчизняного законодавства та проведення системних реформ, зокрема у сфері публічних закупівель.

Наближення українського законодавства про публічні закупівлі до ЄС є лише частиною шляху. У реформах цієї сфери необхідно зосереджуватись на кращих практиках, рекомендованих в рамках ЄС, які варто впроваджувати в першу чергу на рівні замовників, від яких більшою мірою залежить ефективність закупівлі.

У 2017 році Єврокомісія визначила шість пріоритетів стратегічної політики державних закупівель [1]:

1. Забезпечення більш широкого впровадження стратегічних закупівель. Тут маються на увазі інноваційні, зелені та соціальні закупівлі, оскільки важливо відходити від практики, що виключно найнижча ціна за будь-яких обставин має значення для присудження державного контракту.

2. Професіоналізація публічних покупців, як відображення загального вдосконалення всього спектру професійних навичок і компетенцій, знань і досвіду людей, які виконують або беруть участь у завданнях, пов'язаних із закупівлями.

3. Розширення доступу до ринків закупівель. ЄС виступає за відкритість міжнародних ринків публічних закупівель і співпраці з країнами-кандидатами на членство в ЄС та сусідніми країнами.

4. Підвищення прозорості, цілісності даних. Дані повинні бути доступними, оскільки це відкриває широкий спектр можливостей для кращої оцінки ефективності політики закупівель.

5. Прискорення цифрової трансформації. Переваги електронних закупівель можна буде отримати, лише якщо весь процес державних закупівель піддасться цифровій трансформації.

6. Співпраця для спільних закупівель. Працюючи разом і об'єднуючи свої ресурси централізовані закупівельні організації та інші великі публічні замовники можуть вплив на ринок, отримувати кращі цін, вищу якості товарів і послуг, допомагати замовникам обмінюватися ноу-хау у сфері публічних закупівель.

Необхідність реформ у сфері публічних закупівель обумовила ухвалення Кабінетом Міністрів України Стратегії реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 роки та затвердження операційного плану її реалізації у 2024–2025 роках [2].

Метою розробки Стратегії є забезпечення подальшого розвитку та удосконалення існуючої в Україні системи публічних закупівель з урахуванням потреби у відновленні (відбудові) України, а також забезпечення проведення ефективних публічних закупівель, розвиток конкурентного середовища у сфері публічних закупівель в Україні, забезпечення виконання міжнародних зобов'язань України у сфері публічних закупівель та послідовної адаптації законодавства України до стандартів ЄС протягом 2024–2026 років.

Стратегія передбачає наступні цілі:

− гармонізація законодавства України у сфері публічних закупівель з відповідними директивами ЄС;

– розвиток інституційної структури публічних закупівель;
– реалізація проєктів відбудови України;
– професіоналізація публічних закупівель;
– розвиток електронної системи закупівель;
– залучення громадянського суспільства до розвитку сфери публічних закупівель;
– міжнародне співробітництво у сфері публічних закупівель [2].

Попередня стратегія реформування публічних закупівель, яка діяла до 2022 року, передбачала подібні стратегічні цілі, які набули логічного продовження в Стратегії 2024–2026 років з врахуванням нових обставин, інструментів та механізмів розвитку сфери публічних закупівель.

Особливу увагу в оновленій Стратегії слід звернути на таку ціль, як «реалізація проєктів відбудови України». Основними завданнями з реалізації цієї стратегічної цілі є: забезпечення прозорого витрачання коштів, передбачених на проєкти, що пов'язані з відбудовою України; запровадження ефективних міжнародних практик та інструментів закупівель робіт/послуг.

Результатами та показниками здійснення цих реформ має стати:

– інтеграція електронної системи закупівель з інформаційно-аналітичною системою управління процесом відбудови об'єктів нерухомого майна, будівництва та інфраструктури «Dream» у 2024 році;
– реалізація в електронній системі закупівель можливості здійснювати закупівлю за кошти міжнародних фінансових організацій або інших організацій, які надаються на умовах грантів, кредитів;
– розроблення, затвердження та доведення до суб'єктів сфери публічних закупівель примірних форм договір про закупівлю робіт/послуг, пов'язаних з роботами (адаптація окремих договорів міжнародних фінансових інституцій).

Заплановані стратегічні реформи мають забезпечити ефективне використання коштів міжнародних донорів та організацій, які надаються для відбудови України, підвищать інституційну спроможність сфери публічних закупівель, позитивно вплинуть на цифрову трансформацію сфери, залучення громадянського суспільства до розвитку закупівель, посилять міжнародне співробітництво на шляху інтеграції до ЄС.

Список використаних джерел

1. Михайлик Р. Публічні закупівлі у світлі європейської інтеграції України. URL: https://news.zakupki.com.ua/publichni-zakupivli-u-svitli-yevropejskoyi-integratsiyi-ukrayiny.html.
2. Стратегія реформування системи публічних закупівель на 2024–2026 роки : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 2 лютого 2024 р. № 76-р. URL: https://ips.ligazakon.net/document/kr240076?an=17.

ФІНАНСОВО-БЮДЖЕТНИЙ МЕХАНІЗМ У СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КРАЇНИ

***І. Ю. Пилипенко**, ФК м-21*

***Т. П. Гудзь**, д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Перерозподіл внутрішнього валового продукту через видаткову частину бюджету та його структура змінюється та адаптується до принципів макроекономічного розвитку країни. Бюджетна політика має сприяти всебічному розвитку людського потенціалу та створювати найкращі умови для довгострокового економічного зростання.

Фінансово-бюджетні механізми підтримки галузей суспільного виробництва повинні гнучко адаптуватись до змін у стратегіях соціально-економічного розвитку та забезпечувати структурні перетворення в економіці та соціальній сфері [1]. Значним є узгодження пріоритетів соціального захисту суспільства та бюджетних можливостей держави, інституційних вдосконалень систем пенсійного та інших видів загальнообов’язкового державного соціального страхування. Потрібно забезпечувати ефективні зміни механізму розподілу фінансових ресурсів між державним та місцевими бюджетами для підтримки фінансової спроможності місцевого самоврядування, зміцнення податкового потенціалу територій та вдосконалення системи адміністрування податків і зборів [2].

Збільшення бюджетних видатків має супроводжуватися досягненням належного рівня бюджетної ефективності, який можна охарактеризувати шляхом комплексної оцінки показників бюджетних програм. Важливо проводити виважену, послі-

довну та системну фінансову політику з використанням бюджетних, податкових, грошово-кредитних, страхових інструментів і важелів. У сучасних умовах держава виступає як найбільший замовник і споживач товарів і послуг, що дає змогу перетворити державний попит на ефективний інструмент регулювання економіки країни. Доцільно підвищити ступінь узгодженості між складовими фінансової політики у сфері підтримки розвитку реального сектору економіки та забезпечення фінансової стабільності. Використання інструментів та важелів фінансової політики з метою стимулювання розвитку людського капіталу має бути комплексним, з урахуванням впливу комплексу соціальних, економічних та інституційних факторів. Система фінансового забезпечення людського потенціалу має адаптуватися до структурних змін бюджетної, податкової, соціальної політики, інституційної макроекономічної динаміки. Використовуючи відповідні фінансово-бюджетні механізми, держава має сприяти розширеному відтворенню суспільства, стимулюванню розвитку людського капіталу як потужного ендогенного інструменту забезпечення економічного зростання. Формування ефективної системи фінансового забезпечення соціального захисту населення є важливою складовою розвитку суспільства, яка передбачає застосування комплексу дієвих інноваційних механізмів формування фінансових ресурсів та дасть можливість забезпечити соціальну відповідальність, гарантія, справедливість соціально-економічних відносин.

Для підвищення рівня бюджетної ефективності фінансування соціальної сфери необхідно впорядкувати переліки та кількість соціальних виплат, використовувати інструментарій надання адресної соціальної допомоги, оптимізувати соціальну інфраструктуру відповідно до характеристик і потреби територіальних громад. Ефективна реалізація бюджетних програм соціального захисту населення дасть можливість підвищити якість та доступність соціальних послуг, сприятиме досягненню належного рівня добробуту громадян. Поступове зростання видатків на соціальний захист зумовлене необхідністю посилення соціальної спрямованості бюджетної політики, підвищення рівня доходу малозабезпечених верств населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Коровій В. В. Фінансово-бюджетний механізм у системі економічного розвитку. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL:

http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8469 (дата звернення: 15.04.2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.123
2. Чугунов В. І. Бюджетна політика економічного зростання. Агросвіт. 2022. № 1. С. 88–94. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.1.88.
1. Koroviy, V. (2020), "Financial and budgetary mechanism in the system of economic development", Efektyvna ekonomika, [Online]. Vol. 12. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8469 (Accessed 15 Apr 2024). DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.123.
2. Chugunov V. (2022), "Budget policy of economic growth", Agrosvit, Vol. 1. P. 88–94. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.1.88.

РОЗКРИТТЯ ІНФОРМАЦІЇ З ОБЛІКУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ В НАЦІОНАЛЬНИХ ТА МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТАХ ОБЛІКУ

В. В. Плахотня, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА м-11*
О. В. Артюх-Пасюта, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Умовою співпраці із країнами ЄС, розширення зовнішньоекономічних зв'язків вітчизняних підприємств з іноземними інвесторами та партнерами є приведення у відповідність національних стандартів обліку до міжнародних. Особливо це стосується розкриття у фінансовій звітності інформації про фінансові результати діяльності.

Відповідно до Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності «інформація про фінансові результати розкривається у формах фінансової звітності підприємства, зокрема: Балансі (Звіті про фінансовий стан) – р. 1420 «Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)»; Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) – р. 2090 (2095) «Валовий прибуток (збиток)», р. 2190 (2195) Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток або збиток), р. 2290 (2295) «Фінансовий результат до оподаткування (прибуток або збиток), р. 2350 (2355) «Чистий фінансовий результат (прибуток або збиток); Звіті про рух грошових коштів (за непрямим методом) – р. 3500 «Прибуток (збиток) від звичайної діяльності до оподаткування»; Звіті про власний капітал – р. 4100 «Чистий прибуток (збиток) за звітний період» [1].

МСБО 1 «Подання фінансової звітності» визначено, що «суб'єкт господарювання повинен подавати усі статті доходу та витрат, визнані за період у єдиному звіті про прибутки та збитки або у двох звітах: звіті, що відображає компоненти прибутку або збитку (окремий звіт про прибутки та збитки) та другому звіті, що починається з прибутку або збитку та відображає компоненти іншого сукупного прибутку (звіт про сукупні доходи)» [2, § 81].

Інформацію про витрати суб'єкт господарювання повинен подавати із застосуванням класифікації, яка базується на характері витрат або на їхній функції у суб'єкта господарювання, залежно від того, який аналіз забезпечує обґрунтовану та більш доречну інформацію. У зв'язки з цим витрати поділяють на підкласи з метою виділення компонентів фінансових результатів діяльності, які можуть різнитися за періодичністю, потенціалом прибутку або збитку та передбачуваністю. Цей аналіз подають в одній з двох форм.

Перша форма аналізу – це метод «характеру витрат». Суб'єкт господарювання об'єднує «витрати у прибутку або збитку згідно з їх характером (наприклад, амортизація, придбання матеріалів, транспортні витрати, виплати працівникам, витрати на рекламу) і не перерозподіляє їх за функціями в межах суб'єкта господарювання. Цей метод може бути простим у застосуванні, оскільки немає потреби розподіляти операційні витрати відповідно до класифікації функцій» [2, § 102; 3, с. 63] (табл. 1).

Таблиця 1 – Форма Звіту про прибутки і збитки для аналізу методом характеру витрат

Дохід від продажу	X
Інший дохід	X
Зміни запасів готової продукції та незавершеного виробництва	X
Сировина та витратні матеріали	X
Витрати на виплати працівникам	X
Витрати на амортизацію	X
Інші витрати	X
Витрати, всього	(X)
Прибуток до оподаткування	

Джерело: складено авторами за [2, § 102; 3, с. 63].

Друга форма аналізу – це метод «функції витрат» або «собівартості реалізації», згідно з яким «витрати класифікують відпо-

відно до їх функцій як частини собівартості чи, наприклад, витрат на збут або адміністративну діяльність» [2, § 102; 3, с. 63]. Згідно з цим методом, суб'єкт господарювання розкриває, як мінімум, інформацію про собівартість реалізації окремо від інших витрат. Цей метод може надавати більш «доречну інформацію користувачам, ніж класифікація витрат за характером, але розподіл витрат на функції може вимагати довільного розподілу та значного судження» [3, с. 63] (табл. 2).

Таблиця 2 – Форма Звіту про прибутки і збитки для аналізу методом функції витрат або собівартості реалізації

Дохід від продажу	X
Собівартість реалізації	(X)
Валовий прибуток	X
Інший дохід	X
Витрати на збут	(X)
Адміністративні витрати	(X)
Інші витрати	(X)
Прибуток до оподаткування	X

Джерело: складено авторами за [2, § 103; 3, с. 63].

Розкриття інформації про сукупний дохід суб'єкта господарювання передбачається в Звіті про сукупний дохід.

Звіт про сукупні доходи має включати, рядки: «а) дохід: аа) прибутки та збитки, що виникають внаслідок припинення визнання фінансових активів, оцінених за амортизованою собівартістю; б) фінансові витрати; в) частку прибутку або збитку асоційованих та спільних підприємств, що обліковуються за методом участі в капіталі: ва) якщо фінансовий актив перекласифікований так, що він оцінюється за справедливою вартістю, будь-який прибуток або збиток, що виникає внаслідок різниці між попередньою балансовою вартістю та його справедливою вартістю на дату перекласифікації; г) податкові витрати; ґ) одна сума, що складається з підсумку: і) прибутку або збитку від припинених видів діяльності після сплати податків та іі) прибутку або збитку після сплати податків, визнаного після оцінки до справедливої вартості за вирахуванням витрат на продаж або після вибуття активів чи вибуття ліквідаційної групи (груп), що

становить припинену діяльність; д) прибуток або збиток; е) кожний компонент іншого сукупного прибутку, класифікований за своїм характером; є) частку іншого сукупного прибутку асоційованих та спільних підприємств, що обліковуються за методом участі в капіталі; ж) загальний сукупний прибуток» [2, § 82].

Крім того, у «Звіті про сукупні доходи суб'єкт господарювання повинен розкривати статті у вигляді їх розподілу за період: а) прибуток або збиток за період, що відноситься до і) неконтрольованих часток та іі) власників материнської компанії; б) загальний сукупний прибуток за період, що відноситься до і) неконтрольованих часток та іі) власників материнської компанії» [2, § 83].

У § 84 МСБО 1 «Подання фінансової звітності» зазначено, що «суб'єкт господарювання може подавати в окремому Звіті про прибутки та збитки рядки § 82 а)–д) та рядки § 83 а» [2].

Враховуючи вимоги § 85 МСБО 1 «Подання фінансової звітності» «суб'єкт господарювання повинен подавати додаткові рядки, заголовки та проміжні підсумки у звіті про сукупні доходи та в окремому звіті про прибутки та збитки (якщо він подається), коли таке подання є доречним для розуміння фінансових результатів діяльності суб'єкта господарювання» [2].

Узагальнюючи вищенаведене, можна зробити висновок, що основними відмінностями між національними та міжнародними стандартами щодо розкриття інформації про фінансові результати у фінансовій звітності стосуються складу фінансової звітності, ступеня деталізації статей, порядку відображення доходів і витрат.

Список використаних інформаційних джерел

1. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності : Наказ Міністерства фінансів України № 433 від 28.03.2013 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13#Text (дата звернення: 08.04.2024).
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Подання фінансової звітності». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013#Text (дата звернення: 08.04.2024).
3. Bochulia T. Accounting and Financial Reporting for IFRS : tutorial for self-study / T. Bochulia, O. Artyukh-Pasyuta, N. Kovalevska, S. Gaidar, I. Korobkina. Kharkiv, Publishing house I. Ivanchenka, 2019. 317 p.

ДОКУМЕНТАЛЬНЕ ОФОРМЛЕННЯ РУХУ ТОВАРІВ: ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

С. А. Пономаренко, *студентка спеціальності Облік і оподаткування, група ОА б-41*
Н. В. Прохар, *канд. екон. наук, доцент кафедри бухгалтерського обліку і аудиту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Первинна документація є важливою для ведення точного обліку та складання звітності, а також для вирішення спорів та контролю показників діяльності підприємства. Вона допомагає забезпечити достовірність та об'єктивність інформації, що є ключовим для ефективного управління бізнесом. Правильне оформлення первинної документації є попередженням можливих проблем, які можуть виникнути під час перевірки контролюючими органами.

Важливість документального оформлення операцій і актуальність переходу підприємств на електронний документооборот досліджували Бутинець Ф. Ф., Верига Ю. А., Жиглей І. В., Завгородній В. П., Замула І. В., Івахненков С. В., Коцупатрий М. М., Кропивко М. Ф., Куцик П. О., Озеран В. О., Осадчий І. Ю. Деякі питання, пов'язані з проблематикою такого дослідження, розкриті у періодичній літературі.

До документів, що підтверджують рух товарів, відносять: накладні (вхідні і вихідні), товарно-транспортні накладні (ТТН), електронні податкові накладні, акти приймання-передачі, рахунки-фактури, комерційні акти або акти загальної форми, коносаменти тощо.

Незалежно від виду документу, всі первинні документи повинні мати такі обов'язкові реквізити: назву документа (форми); дату складання; назву підприємства, від імені якого складено документ; зміст та обсяг господарської операції, одиницю виміру господарської операції; посади і прізвища осіб, відповідальних за здійснення господарської операції і правильність її оформлення; особистий підпис або інші дані, що дають змогу ідентифікувати особу, яка брала участь у здійсненні господарської операції [1].

На нашу думку, в умовах автоматизованого ведення бухгалтерського обліку реквізити первинних документів доречніше фіксувати у вигляді кодів.

Загалом, основними проблемами якісного оформлення первинних документів є забезпечення таких інформаційних потреб користувачів:

- планування потреб у товарах;
- закупівля товарів;
- підтвердження надходження товарів;
- контроль своєчасності розрахунків з постачальниками;
- контроль правильності нарахування податків і зборів (ПДВ, податок на прибуток).

Це є можливим з використанням сучасних інформаційних систем, серед яких BAS Документообіг КОРП, FREDO ДокМен, FREDO Звіт, M.E.Doc., Вчасно, FlyDoc, E-zayava та інших, дані з яких повинні швидко та без помилок переноситися в інформаційну систему, що використовується на підприємстві.

При цьому проблематичним є відслідковування змін та доповнень документів. Ці реквізити є дуже важливими для юридичного підтвердження електронних документів, оскільки візуально довести зміни в електронному документі набагато складніше, ніж у паперовому документі. Для цього спочатку потрібно раціонально сформувати рівні доступу до документів і розподілити їх між користувачами облікової інформації.

Зручним є використання електронного підпису документа. Функціонально електронний підпис є аналогом звичайного рукописного підпису з його основними перевагами: засвідчує, що підписаний документ виходить від імені того, хто поставив підпис; не дає особі, яка підписала документ, можливості відмовитися від зобов'язань, зв'язаних з підписаним документом; гарантує цілісність підписаного документа.

Повсякденним повинен бути контроль за правами доступу. По-перше, це контроль прав доступу до документів. По-друге, це захист електронного документа і його реквізитів від випадкових чи навмисних змін у документі після його формування і набрання юридичної сили, а також захист електронного документа під час його зберігання в електронному архіві.

Підсумовуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що більшість з розглянутих проблем документального оформлення руху товарів в умовах електронного обміну інформацією можливо вирішити на рівні підприємства за рахунок раціональної побудови електронного документообігу як в межах підприємства, так і між контрагентами, а саме: навчання облікового персоналу, використання потужнішого устаткування та удосконаленого програмного і технічного забезпечення тощо. Проте, проб-

лему юридичного підтвердження електронних облікових документів можна розв'язати лише за наявності відповідної законодавчої бази вже на державному рівні. А тому є необхідність в розробці чіткого переліку рекомендацій щодо юридичного підтвердження електронних документів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні [Електронний ресурс] : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text.

МІСЦЕВІ ПОДАТКИ ТА ЗБОРИ ЯК ДЖЕРЕЛО НАПОВНЕННЯ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

М. В. Романенко, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФБССФРм-11*
Ю. А. Глущенко, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Не зважаючи на позитивні аспекти фінансової децентралізації в Україні, риторичним залишається питання посилення фінансової спроможності місцевих бюджетів в частині власних доходів, зокрема за рахунок місцевих податків та зборів. Неефективність системи адміністрування, що здійснюється за залишковим принципом, призводить до втрат місцевих бюджетів за вказаними податками. Так, в 2021 році громадами втрачено близько 15 млрд грн [3].

Незначні повноваження органів місцевого самоврядування зменшують градус їх впливу щодо результативних показників (рис. 1).

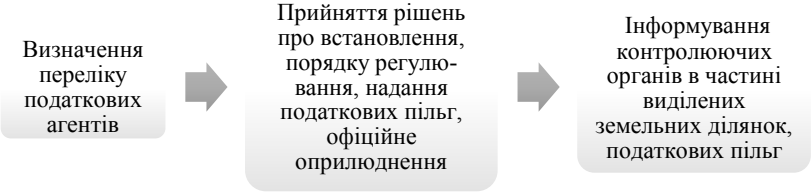

Рисунок 1 – Повноваження сільських, селищних, міських рад у реалізації процесу місцевого оподаткування

Громади не наділені контрольними повноваженнями щодо юридичних осіб – власників чи орендарів земельних ділянок та не впливають на процес стягнення заборгованості зі сплати місцевих податків [1].

Частка місцевих податків в загальному обсязі доходів місцевих бюджетів України становить близько 15 %, тоді як зарубіжних країнах сягає 60–70 % [2]. У структурі місцевих податків переважають єдиний та майнові податки (понад 90 % загальної суми), а місцеві збори не мають суттєвого фіскального значення (рис. 2).

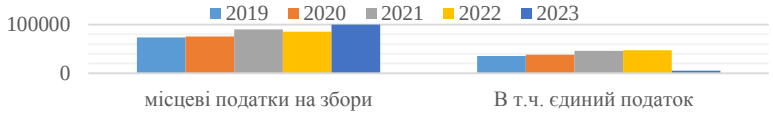

Рисунок 2 – Динаміка фактичних надходжень місцевих податків та зборів до зведеного бюджету України за 2019–2023 роки [3]

Тимчасові зміни в оподаткуванні в умовах військового конфлікту (запровадження пільгового режиму, розширення спрощеної системи) спричинили скорочення податкових надходжень та негативно позначились на стані наповнення місцевих бюджетів.

Виникла необхідність подання Міністерством фінансів проєкту Закону щодо надання додаткових повноважень ОМС в частині адміністрування місцевих податків і зборів. Документ викликав шквал дискусій в колі фахівців. ОМС зацікавлені отримати додаткові повноваження в частині адміністрування, проте існують певні ризики. Представники асоціації органів місцевого самоврядування вважають надані права без адміністративного впливу – формальною паперовою роботою щодо «…вручення податкових повідомлень-рішень». Оскільки адміністрування та контроль визначає сукупність рішень та процедур податкових і митних органів. Натомість вбачають сенс у доступі до баз даних фіскальних реєстрів.

Вважаємо необхідним консолідації діяльності податкових та органів місцевого самоврядування в частині адміністрування місцевих податків за умов функціонування існуючої системи адміністрування обов’язкових платежів, що перспективі сприятиме поставленим цілям детінізації капіталу та реалізації посиленого людського потенціалу [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Податковий кодекс : Закон України від 02.10.2010 № 2755-VI. URL: https://zakon.rada.gov.ua (дата звернення: 13.04.2024 р).
2. Адміністрування місцевих податків і зборів ОМС – наступний крок фінансової децентралізації? Тези другого діалогу «Децентралізація на зв'язку». URL: romady.org/administruvannya-miscevix-podatkiv-i-zboriv-oms-nastupnij-krok-finansovoї-decentralizacії-tezi-drugogo-dialogu-decentralizaciya-na-zvyazku/
3. Доходи зведеного бюджету за 2019–2023 роки. URL: https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget.
4. Україна – 2030. Стратегія зміни майбутнього. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-12/ukraine-2030-1.pdf (дата звернення: 13.04.2024 р).

ДЕЯКІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

В. В. Сідун, *здобувачка спеціальності Менеджмент, група 22-0911-606*

І. З. Саврас, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*

Львівський торговельно-економічний університет

Контроль відіграє важливу роль в успішній діяльності підприємства, оскільки дозволяє виявити відхилення від запланованих показників та своєчасно внести корективи, визначити помилки та причини їх виникнення, перспективні напрямки розвитку підприємства. З метою досягнення високих результатів контроль повинен охоплювати всі рівні діяльності підприємства, відповідати певним правилам, процедурам та технічним прийомам.

На багатьох підприємствах організація системи контролю не є оптимальною для умов сучасного динамічного середовища, не відповідає основним положенням та стандартам щодо реалізації даної функції.

Це, зокрема, зумовлено такими проблемами як: перекладання відповідальності на функціональні підрозділи підприємства; недоцільність та недостатній рівень розробки цільових показників; низький рівень професійних та кваліфікаційних навичок працівників, що виконують контрольну діяльність; ототожнення змісту системи контролю з наглядовою роботою та спостереженням; недостатня розробка методичного апарату щодо

проведення аналітичної контрольної діяльності; невідповідність бухгалтерського обліку сучасним потребам бізнесу; різноплановість, непрограмованість та несистематичність контролю з боку керівників і спеціалістів структурних підрозділів підприємства; неефективна система внутрішнього аудиту підприємства; застосування неефективних методів контролю та недостатній рівень автоматизації системи контролю; невідповідність використовуваних підприємством концепцій менеджменту для можливостей ефективного контролю на індивідуальному рівні та загалом, що пригнічує ініціативність та креативність працівників [1–3].

У багатьох випадках контроль для підлеглих має негативний відтінок та асоціюється з утисками, примусом, обмеженням самостійності. Тому для забезпечення позитивного сприйняття підлеглими контролю керівникам потрібно дотримуватися наступного:

– встановлювати розсудливі та обґрунтовані норми, які зрозуміло сприймаються підлеглими;

– проводити двосторонній діалог з підлеглими для обговорення можливих проблем, що можуть виникнути під час контролю;

– уникати надмірного контролю, щоб не відволікти увагу підлеглих від концентрації над виконанням основних завдань та здійсненню ними невиправданих дій;

– встановлювати досяжні стандарти, оскільки нереалістичні завдання знижують мотивацію працівників;

– запровадити ефективну систему мотивації працівників за досягнення стандартів, оскільки це стимулюватиме їх на подальші успіхи.

Важливою складовою управлінської діяльності є удосконалення способів та методів контролю з метою виявлення проблем та помилок, підвищення продуктивності та забезпечення високих результатів від контролювання. Підвищення якості контролю та удосконалення системи контролю можна досягти шляхом реалізації наступних заходів [1–3]:

1. Автоматизація контролю за рахунок використання програмних засобів, зокрема спеціалізованих програмних платформ чи розробки власних інструментів зменшить ймовірність помилок.

2. Запровадження системи контролю якості, зокрема стандартизація процесів, чітко визначені вимоги до якості і про-

цедури випробувань забезпечить створення структурованих процесів оцінки якості товарів або послуг.

3. Використання основних показників ефективності дозволить порівнювати фактичні показники діяльності з попередніми або стандартами, а також визначити прогалини, які потребують коригування чи удосконалення.

4. Підвищення ефективності внутрішнього контролю сприятиме забезпеченню ефективності управління ризиками та виявленню шахрайства.

5. Удосконалення механізму зворотного зв'язку дозволить активізувати генерацію нових ідей, думок та пропозиції щодо удосконалення виробничо-господарських процесів.

6. Інвестування в розвиток та підвищення кваліфікації менеджерського персоналу забезпечить підвищення якості виконання ними контрольних функцій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воронко Р. М. Місце внутрішнього контролю та внутрішнього аудиту в системі управління підприємством. *Підприємництво і торгівля*. 2019. № 24. С. 171–180.
2. Капліна А. Контролінг як інструмент управління підприємством. *Економіка та суспільство*. 2021. № 23. С. 12–17.
3. Швидка О. П. Види контролінгу на підприємстві та їх взаємозв'язок. Ефективна економіка. 2013. № 12. URL: https://core.ac.uk/download/pdf/197268293.pdf.

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ МЕТОДУ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

С. С. Стешенко, *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

Дослідження основних тенденцій розвитку сучасного суспільства неможливе без розгляду впливу на нього сучасних інформаційних технологій. В економіці інформаційні технології найбільш стрімко розвинулися з появою Інтернету та його використанням бізнесом. Бухгалтерський облік – це сервісна економіка, основною метою якої є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації для прийняття рішень,

що гарантують подальше функціонування суб'єктів господарювання та розвиток економіки в цілому.

Виходячи з вище зазначеного, можна стверджувати, що теоретичні засади бухгалтерського обліку також змінюються в умовах повної автоматизації соціально-економічних процесів.

До елементів методу бухгалтерського обліку належать:

1) первинне спостереження (документація та інвентаризація);

2) вартісне вимірювання (оцінка і калькуляція);

3) поточне групування (рахунки та подвійний запис);

4) узагальнення (баланс і звітність) [1].

Документування є початковим етапом системи трансформації інформації в бухгалтерському обліку, а документація – носієм цієї інформації.

Тому беззаперечним є той факт, що в електронному середовищі документація, як елемент бухгалтерського обліку, змінює свою форму існування. Зокрема, первинні документи можуть створюватися на «безпаперових» носіях інформації; зазнає змін формат первинних документів та перелік їх реквізитів; окремі реквізити бухгалтерських документів змінюються під впливом способу подання та обробки облікової інформації; деякі бухгалтерські документи (наприклад облікові регістри та звіти) формуються автоматично в умовах автоматизованих форм обробки облікових даних.

Досліджуючи особливості проведення інвентаризацій в умовах повної комп’ютеризації бухгалтерського обліку, варто зазначити, що не створено програмних продуктів, здатних визначати стан та якісні характеристики підконтрольних об’єктів без втручання людини. Ефективність інвентаризації в комп’ютерному середовищі значною мірою залежить від виду об’єктів бухгалтерського обліку, що підлягають інвентаризації, їх визнання та уточнення їх оцінки.

Законодавство визначає необхідність оцінки в бухгалтерському обліку та підтвердження її достовірності в умовах діючого підприємства, а також передбачає необхідність проведення оцінки майна підприємства у разі припинення діяльності. Згідно з чинним законодавством пріоритетною є оцінка за вартістю придбання.

Водночас вимоги користувачів до облікової інформації, що виникають у процесі функціонування суб’єктів господарювання в умовах інформаційної економіки, вказують на необхідність

застосування альтернативних методів оцінки до різних об'єктів обліку. Результатом застосування оцінки є калькуляція.

До перспектив розвитку системи рахунків бухгалтерського обліку в контексті економічних змін (інформатизації суспільства, зростання значення соціального, клієнтського та екологічного капіталів) належить необхідність поглиблення предметного наповнення рахунків бухгалтерського обліку, передбачаючи важливість облікового відображення на них об’єктів частин зовнішнього середовища.

Використання подвійного запису в бухгалтерському обліку зумовлює існування елементу методу бухгалтерського обліку, як баланс. Особливістю балансового узагальнення як елемента методу бухгалтерського обліку для підприємств, що працюють в інформаційній економіці є збільшення видів активів і зобов’язань, що включаються в основний балансове рівняння.

З огляду на вищезазначене, методологічні основи бухгалтерського обліку потребують перегляду в умовах його повної автоматизації. Особливо це стосується побудови облікових систем на підприємствах, де всі управлінські процеси повністю автоматизовані.

Список використаних інформаційних джерел

1. Любимов М. О., Педченко Н. С., Артюх-Пасюта О. В., Мілька А. І., Прохар Н. В. Розвиток організації бухгалтерського обліку в Україні в сучасних умовах. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2022. № 2 (106). С. 42–47.

ФІСКАЛЬНА ПОЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ МАКРОЕКОНОМІЧНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

***В. А. Товма**, студентка спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБССб-21*
***Ю. А. Глущенко**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних реаліях розвитку України в умовах військового конфлікту, особливості формування фіскальної політики та наслідки її реалізації мають безпосередній вплив на стан економічного розвитку держави.

Враховуючи сучасні економічні виклики, зростання дефіциту бюджету, збільшення потреби у соціальних видатках та зміни на міжнародних фінансових ринках, важливо з'ясувати проблемні аспекти та запропонувати шляхи вдосконалення формування фіскальної політики для забезпечення сталого економічного розвитку нашої країни.

Детального дослідження потребують теоретичні аспекти, сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи реалізації фіскальної політики держави.

Розглядаючи теоретичні основи сутності терміну фіскальна політика, враховуючи різні наукові підходи щодо його визначення, нам вдалося сформувати власне трактування цієї категорії (табл. 1).

Таблиця 1 – Аналіз дефініції «Фіскальна політика»

Автори	Сутність категорії
Ю. Глущенко, В. Товма	Забезпечує реалізацію фінансової політики держави шляхом мобілізації та ефективного перерозподілу бюджетних ресурсів на основі цільових орієнтирів та європейського підходу у бюджетному процесі
М. Ібрахім [1]	Урядові заходи підтримки економічної стабільності шляхом зміни обсягів витрат або збільшення надходжень бюджету
Ю. Мискін, В. Мартиненко, О. Мискіна [2]	Фінансові відносини, що виникають у процесі розподілу бюджетного фонду
О. Січняк [3]	Здійснення оподаткування органами публічного управління

Реалізація ефективної фіскальної політики полягає у досягненні макроекономічної стабільності, збалансованого розвитку та скороченні економічних нерівностей. Для цього необхідним є застосування фіскального механізму, що включає основні принципи та інструменти. До принципів відносять збалансування бюджету, ефективність використання ресурсів, розвиток інфраструктури та соціального захисту.

До інструментів належать податки, державні витрати та боргове фінансування. Податки використовуються для наповнення бюджету та регулювання економічної активності. Державні витрати спрямовані на соціальні програми, інвестиції у розвиток інфраструктури та інші цілі. Боргове фінансування може вико-

ристовуватися у разі нестачі бюджетних коштів, але потребує обережного керування, оскільки може призвести до зростання державного боргу та витрат на його обслуговування.

Ці інструменти мають значний вплив на макроекономічні показники, такі як ВВП, інфляцію, безробіття та інші. Зміни в податковій політиці можуть впливати на споживчу активність та інвестиції підприємств. Збільшення державних витрат може стимулювати економічне зростання та зменшення безробіття, але може також призвести до інфляції. Боргове фінансування може забезпечити додаткові ресурси для інвестицій, але може створити проблеми зі стійкістю економіки у майбутньому.

Історичний аналіз фіскальної політики України показує, що країна стикалася з різними викликами та проблемами у цій сфері. Зокрема, реформи податкової системи, введення податкового кодексу, здійснення бюджетного планування, зокрема на середньо та довгострокову перспективу, а також управління державними фінансами були важливими етапами розвитку фіскальної політики в Україні [4].

На сучасному етапі Україна стикається з рядом викликів у сфері фіскальної політики, включаючи високий рівень інфляції, тіньової економіки, недостатність бюджетних доходів та корупцію, а також адаптивність бізнесу та населення до воєнних умов [5].

Для вирішення цих проблем необхідно здійснити реформи у сфері податкової політики, зокрема зміцнення фіскальної ролі держави та адаптація до стандартів Європейського Союзу податкового і митного законодавства, оптимізувати державні витрати та підвищити ефективність управління державними фінансами [6].

Потенційні перспективи мають передбачати стимулювання економічного зростання та підвищення соціального добробуту шляхом раціонального застосування фіскальних правил. Зокрема, регулювання граничних розмірів частки державного боргу, бюджетних доходів та видатків у ВВП.

Дослідження проблем ведення фіскальної політики в Україні показує, що вона є важливим інструментом економічного розвитку та соціального зростання, а отже потребує застосування прозорих фіскальних інструментів сталого економічного зростання та зменшення соціальних нерівностей, що сприятиме підвищенню рівня довіри до влади та детінізації економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ибрахим М. А. Аспекты фискальной политики государства. *Вестник университета*. 2016. № 7–8. С. 142–145.
2. Мискін Ю. І., Мартиненко В. В., Мискіна О. О. Сутність фіскальної політики. *Гроші, фінанси і кредит*. 2022. Вип. № 2(88). URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/2_88_2022_ukr/13.pdf/
3. Січняк О. О. Категоріальний аналіз сутності бюджетно-податкової політики в сучасній фінансовій теорії. *Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка.* 2016. Т. 21. Вип. 6. С. 8–10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vonu_econ_2016_21_6_3.
4. Ракул О. В. Генеза державної фіскальної політики в Україні. *Юридичний часопис Національної академії внутрішніх справ.* 2016. № 2 (12). URL: https://elar.naiau.kiev.ua/server/api/core/bitstreams/0a5135a8-89f6-4bbc-9773-ba9b29faf637/content.
5. Боязке відновлення економіки: чи заживемо краще у 2024-му. URL: https://www.unian.ua/economics/finance/boyazke-vidnovlennya-ekonomiki-chi-zazhivemo-krashche-u-2024-mu-12495630.html.
6. Національна стратегія доходів на 2024–2030 роки. URL: https://www.mof.gov.ua/storage/files/National%20Revenue%20Strategy.pdf.

ВИДИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***Ю. Д. Харківський**, студент спеціальності Економіка та економічна політика, група ЕЕ-31*
***О. М. Нестеренко**, канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління – науковий керівник*
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

У сучасній економічній дійсності інвестування стає важливою стратегією для розвитку підприємств і економіки загалом. Інвестиції сприяють економічному зростанню, розвитку виробництва, впровадженню новітніх технологій та сталому розвитку. Розуміння різних типів інвестиційної діяльності є важливим для ефективного фінансового управління та прийняття обґрунтованих рішень щодо інвестицій.

Тому, хочемо розглянути види інвестиційної діяльності, а саме: агресивну, консервативну, та помірну, їх особливості та характеристики. Це допоможе краще зрозуміти принципи та механізми функціонування ринку інвестицій та визначити найбільш ефективні інвестиційні стратегії для конкретних умов.

Для початку, агресивна інвестиційна стратегія полягає в тому, щоб максимізувати потенційний прибуток, навіть за раху-

нок підвищеного ризику втрат. Цей підхід передбачає значні інвестиції у високоризикові активи з метою отримання високого рівня прибутку у майбутньому. Часто цю стратегію обирають молоді інвестори з довгостроковими інвестиційними планами, які можуть витримати коливання на ринку.

Щоб виокремити цю стратегію серед інших, ми би виділили такі риси:

1. Значні інвестиції спрямовані на придбання акцій компаній, зокрема в перспективних секторах, де існує потенціал для значного зростання вартості акцій.

2. Інвестори, що вибирають агресивну стратегію, часто активно управляють своїм портфелем, систематично перебалансовуючи та розподіляючи активи з метою максимізації потенційного доходу.

3. Цей метод зазвичай ґрунтується на довгостроковій інвестиційній перспективі, оскільки втрати на короткостроковому горизонті часу можуть бути відновлені протягом тривалого періоду [1].

Тому, агресивна інвестиційна стратегія передбачає максимізацію потенційного доходу через значні інвестиції у високоризикові активи, активне управління портфелем та довгострокову перспективу. Консервативна інвестиційна стратегія ґрунтується на зменшенні ризику та збереженні капіталу, а не на максимізації потенційного доходу. Цей підхід спрямований на вибір стабільних та надійних фінансових інструментів, які мають менший ризик втрат.

Однією з основних характеристик консервативної стратегії є велика увага до облігацій, зокрема державного довгострокового боргу або корпоративних облігацій відомих та стабільних компаній. Ці інструменти відомі своєю низькою ризикованістю та забезпечують стабільний потік доходу для інвесторів. Крім того, консервативні інвестори можуть обирати високоякісні акції великих та відомих компаній, які відзначаються стабільністю та надійністю. Такі акції мають меншу схильність до великих коливань цін порівняно з акціями менших компаній або нових індустрій.

Зокрема, консервативні інвестори ставлять перед собою мету збереження капіталу та зменшення можливих втрат. Вони уникають ризикованих інвестицій та віддають перевагу стабільним

та надійним активам з метою забезпечення стабільного та надійного потоку доходу.

Основним фокусом консервативної стратегії на відміну від двох інших є зниження ризику та забезпечення стабільності. Це може означати обмеження ризикованих інвестицій та підтримку стабільних та надійних активів, що забезпечують стабільний та надійний потік доходу для інвесторів.

Помірна інвестиційна стратегія зазвичай орієнтується на збалансований підхід між розглянутими вище стратегіями, підхід спрямований на забезпечення стабільності капіталу та мінімізацію можливих втрат. Він прагне досягти помірного рівня доходності при прийнятному ризику.

Існує декілька характеристик, що виокремлюють помірну стратегію серед інших, хоча і на перший погляд вона ніби складається з двох інших.

Інвестори, що обирають помірну стратегію, надають перевагу активам з низьким ризиком, таким як облігації високої якості, дивідендні акції великих та відомих компаній, а також нерухомість з високим потенціалом орендних доходів. Помірні інвестори активно застосовують методи управління ризиком, такі як періодичне коригування складу портфеля та використання захисних інструментів, для зменшення можливих негативних наслідків на їхні інвестиції [2].

Крім того, хочемо зазначити деякі особливості помірної стратегії, а саме:

1. Те, що даний підхід зазвичай передбачає довгостроковий інвестиційний горизонт, оскільки помірні інвестори віддають перевагу стабільному та постійному зростанню капіталу протягом тривалого періоду часу.

2. І, на відміну від інших, помірні інвестори зазвичай використовують диверсифікацію як основний інструмент для розподілу ризику. Інвестори розподіляють свої кошти між різними видами активів, такими як акції, облігації, нерухомість та готівка, з метою зменшення залежності від будь-якого одного джерела ризику [3].

Отже, можна зробити висновок, що три основні інвестиційні стратегії, агресивна, помірна, і консервативна відрізняються за підходом до рівня ризику та доходності. Агресивна стратегія спрямована на максимізацію потенційного доходу, навіть за рахунок високого ризику. Помірна стратегія орієнтована на зба-

лансований підхід між ризиком і доходністю. Консервативна стратегія, навпаки, спрямована на зменшення ризику та збереження капіталу, надаючи перевагу стабільним та надійним інвестиціям.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кривов'язюк І. В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності // Науковий вісник Херсонського державного університету. Економічні науки. 2018. Вип. 31. – С. 85–90.
2. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства / І. Спільник, Л. Шупа // Економічний аналіз : зб. наук. пр. каф. екон. аналізу і статистики. 2012. Вип. 10, ч. 4. – С. 374–376.
3. Гуторов О. І. Інвестиційна стратегія підприємства: принципи, методи та етапи розробки // Харківський національний аграрний університет ім. В. В. Докучаєва. Серія «Економічні науки». 2021. № 2. Т. 2. – С. 213–223.

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РЕГУЛЮВАННЯ ВАЛЮТНИХ КУРСІВ В УКРАЇНІ

М. М. Шорніков, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБССб-31*
С. П. Прасолова, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливість аналізу сучасної політики валютного регулювання в Україні пов'язана з ймовірними дисбалансами в системі регулювання, обумовленими воєнним станом, який триває у країні більше двох років. За таких умов формуються чинники для спекулятивних процесів на валютному ринку, які спричиняють значний тиск на коливання валютних курсів. Відповідно, для досягнення рівноваги і відновлення фінансової стабільності у країні національний регулятор використовує валютний канал трансмісійного механізму для урівноваження валютного ринку.

Дослідження вітчизняних науковців свідчать, що у довоєнний час позитивний вплив валютного каналу на фінансовий сектор забезпечується переважно дією економічних інструментів: перш за все, запровадженням вільного курсоутворення за максимальної лібералізації умов функціонування валютного ринку

[3, с. 24]. Зокрема, введення в дію Закону України «Про валюту і валютні операції» дозволило у 2019 році скасувати більшість валютних обмежень, а також перейти до ліберальної моделі валютного регулювання, спрямованої на інтеграцію до ЄС [1].

Але вторгнення росії в Україну та початок активних бойових дій змусили НБУ як регулятора перейти до більш жорсткого стабілізаційного валютного регулювання, у тому числі із застосуванням інструментів адміністративного впливу. Зокрема, у лютому 2022 року відповідною постановою НБУ було запроваджено обмеження більшості операцій із транскордонного руху капіталу НБУ (пізніше деякі обмеження було послаблено) [2]. Зокрема, було запроваджено мораторій на здійснення транскордонних валютних платежів (за окремими виключеннями), призупинення роботи валютного ринку України (крім операцій продажу іноземної валюти клієнтами), здійснення обслуговуючими банками видаткових операцій за рахунками резидентів держави, що здійснила збройну агресію проти України тощо. Такі обмеження на рух капіталу знизили тиск на валютний ринок, але не дозволили у повній мірі компенсувати дефіцит валютних надходжень передусім через скорочення експорту [4].

У подальшому, статистичні дані НБУ засвідчили відновлення економіки впродовж усього 2023 року завдяки високій адаптивності бізнесу та населення до умов війни та пом’якшеній фіскальній політиці, що підтримувалася масштабним міжнародним фінансуванням. За прогнозними даними НБУ, економічне зростання триватиме й надалі. Зокрема, прогнозується, що у 2024 році реальний ВВП зросте на 3,6 % передусім завдяки збереженню високих бюджетних витрат на тлі очікуваних обсягів міжнародної допомоги на достатньому рівні [4]. На нашу думку, міжнародна фінансова підтримка України зберігатиметься, хоча й у менших обсягах. Це дасть змогу утримувати міжнародні резерви на високому рівні та забезпечуватиме курсову стійкість завдяки зовнішній підтримці та послідовній політиці НБУ. Зокрема, достатня міжнародна підтримка дозволила стабілізувати курсові коливання у 2023 році та обумовила відповідне зростання міжнародних резервів країни на 42 % за рік, – до 40,5 млрд дол. США [4]. Враховуючи, що воєнні дії продовжуються, міжнародна допомога залишатиметься основним джерелом припливу капіталу в країну й надалі. Незважаючи на затримки з надходженням міжнародної допомоги на початку року, очікується, що її

ритмічність буде відновлена в найближчі місяці. За базовим сценарієм прогнозу НБУ, Україна у 2024 році отримає близько 37 млрд дол. США у вигляді зовнішніх кредитів і грантів. Обсяг резервів коливатиметься в межах 37–42 млрд дол. і буде достатнім для забезпечення курсової стійкості оскільки вони базуються на платоспроможності людини.

Тому, на нашу думку, у повоєнний період виваженим має стати перехід до політики експансії, орієнтованої на загальну лібералізацію умов функціонування фінансового ринку країни та його базових сегментів, перш за все валютного ринку для спрощення доступу економічних агентів до фінансових ресурсів грошового ринку та стимулювання їх економічної активності. Як наслідок, це дозволить досягти валютної стабільності у країні на довгострокову перспективу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про валюту і валютні операції : Закон України № 2473-VIII. 2023. Офіційне представництво Верховної Ради України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2473-19.
2. Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану : Постанова Правління НБУ від 24.02.2022 р. № 18. Київ : Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України: URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution 24022022 18.
3. 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.
4. Статистика. Київ : Офіційне Інтернет-представництво Національного банку України. 2024. URL: https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial.

АНАЛІЗ ВИЗНАЧЕННЯ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМОГОСПОДАРСТВ

***Д. В. Явтушок**, студент спеціальності Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок, група ФКм-21*
***Т. П. Гудзь**, д-р екон. наук, професор, професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На рівень інвестиційного потенціалу домогосподарств впливає низка факторів. Наприклад, до основних факторів науковці відносять такі, як державна політика, спрямована на забезпе-

чення політичної стабільності та сталого розвитку національної економіки, запобігання кризовим ситуаціям, сприяння розвитку підприємництва; доходи населення, відсоткова ставка, рівень інфляції, рівень монетизації економіки, безробіття, з економічним розвитком регіонів, їх інфраструктури; рівень довіри та розвитку банківської системи, пенсійної системи, тривалість життя, статевовікова структура населення [1].

Найсуттєвіший вплив на формування інвестиційного потенціалу домогосподарств мають соціально-економічні фактори. Базовим фактором формування заощаджень населення, як основи формування інвестиційного потенціалу домогосподарств, є доходи населення.

Показники, що характеризують структуру грошових доходів за джерелами їх формування, походженням, розподілом доходів між різними соціальними верствами населення, цільовим витрачанням коштів на різноманітні споживчі потреби, розподілом грошових доходів між поточним і майбутнім споживанням, між окремими видами особистого також мають важливе значення для інвестицій [2].

Ще одним важливим фактором, що впливає на формування інвестиційного потенціалу домогосподарств, є споживання населення та його характеристики. З одного боку, чим менша частка споживання в доході, тим більша сума заощаджень, а з іншого боку, чим більше в структурі споживання відносно дорогих товарів (переважно товарів тривалого користування), тим більші заощадження, оскільки ці товари не можна придбати, попередньо не накопичивши певну суму коштів.

Інфляція також є дуже складним і неоднозначним фактором впливу на інвестиційний потенціал домогосподарств. Зменшення рівня інфляції призводить до поступового обмеження прибутковості фінансового ринку, що не сприяє інтересу до цих заощаджень.

Оподаткування впливає на формування інвестиційного потенціалу домогосподарств, насамперед, через механізм оподаткування доходів населення у таких сферах, як заробітна плата та пенсії: чим вище податкове навантаження, тим менші доходи та, відповідно, інвестиції.

Монетарна політика є суттєвим фактором впливу на інвестиційний потенціал домогосподарств. Підвищення процентних ставок стимулює населення вкладати вільні кошти на банківські

рахунки, а їх зниження – до зростання попиту на банківські кредити.

Погіршення соціально-економічної ситуації в країні призводить як до зниження інвестиційного потенціалу домогосподарств за рахунок прискореного витрачання заощаджень на раніше заплановані потреби, так і до зростання у разі потенційних небезпек; загроза втрати роботи, погіршення здоров'я, досягнення старості, старіння житла чи транспорту.

Серед соціальних факторів: структура сім'ї, її кількісний і якісний склад, умови життя, місце проживання, умови праці людей, залежно від складності і небезпеки цих умов зростає потреба в грошовому запасі на непередбачені випадки.

Саме зараз участь країни у війні, особливо на власній території, масове порушення встановленого порядку негативно впливає на економіку України, погіршуючи умови суспільного відтворення, рівень життя людей та інвестиційний клімат загалом.

Таким чином, виокремити та чітко визначити вплив окремих факторів на формування інвестиційного потенціалу домогосподарств надто складно, оскільки більшість із них тісно взаємопов'язані.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ватаманюк О. З. Визначення особистих заощаджень в економіці України. *Фінанси України*. 2007. № 1. С. 75–83.
2. Ольшанська О. В. Методологічні засади визначення чинників формування інвестиційного потенціалу домогосподарств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 2. С. 5–9.

ВПЛИВ КРЕДИТОРСЬКОЇ ТА ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ФІНАНСОВИЙ РЕЗУЛЬТАТ ПІДПРИЄМСТВА

І. О. Борисенко, *студент спеціальності Фінанси, банківська справа та страхування, група ФБСС-11м;*
Д. І. Шибковський, *аспірант, спеціальність Економіка*
Н. С. Педченко, *д-р екон. наук, професор, перший проректор, професор кафедри фінансів та банківської справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Станом на сьогодні для сучасних підприємств та організацій характерно продаж товарів, робіт та послуг за фактом попередньої оплати, що призводить до ситуації, коли товари відван-

тажені, роботи й послуги виконані, при цьому оборотні фонди зменшуються, а дебіторська й кредиторська заборгованість зростає. А саме кредиторська та дебіторська заборгованість має значний вплив на фінансову стійкість та ліквідність підприємства, з чим нас знайомлять вітчизняні наукові праці [1–3]. Завдяки кредиторській та дебіторській заборгованості підприємство з легкістю може визначити відповідальність контрагента перед підприємством та зі своєї сторони відповідальність підприємства перед контрагентом. Кредиторська заборгованість є важливим елементом зобов'язань підприємства і має вплив на його фінансовий стан та ліквідність. Дебіторська заборгованість є важливим елементом оборотних активів підприємства і має суттєвий вплив на його фінансовий стан.

Перелік аспектів впливу кредиторської та дебіторської заборгованості на фінансовий стан підприємства за допомогою:

1. Управління ліквідністю, коли значна дебіторська заборгованість може стати перешкодою для грошових потоків, особливо якщо клієнти не виплачують заборгованість вчасно. Кредиторська заборгованість може, навпаки, створювати можливість для розвитку, оскільки саме вона може дозволити підприємству використовувати ресурси без витрат на формування власного капіталу.

2. Управління фінансовою стійкістю, коли суттєва дебіторська заборгованість може створити ризик неплатоспроможності, особливо якщо клієнти не можуть або не хочуть її сплачувати. З іншого боку, значна за обсягами кредиторська заборгованість може вказувати на можливості її використання в обігу підприємства.

3. Ефективне управління ресурсами у вигляді оптимального управління дебіторською та кредиторською заборгованістю, що дозволяє оптимізувати грошові потоки та наростити рентабельність. Неефективне управління може призвести до збитків та фінансових втрат.

4. Забезпечення бездоганної репутація, умовою якої є недопущення втрати платоспроможності через значні обсяги дебіторської заборгованості або систематичними несвоєчасними платежами. Це може вплинути на стосунки з партнерами по бізнесу та зниження перспектив отримання кредитів у майбутньому.

Пропонуються основні напрями, що сприяють поліпшенню політики управління дебіторською та кредиторською заборгованістю:

− моніторинг стану та динаміки розрахунків з дебіторами, в тому числі за відстроченими (простроченими) заборгованостями за умови деталізації бухгалтерської звітності з метою недопущення її пролонгації;

− розширення переліку дебіторів, нарощення їх кількісного та якісного складу з метою хеджування ризику несплати такої заборгованості великими дебіторами;

− контроль за співвідношенням дебіторської й кредиторської заборгованості з метою дотримання її оптимальності та забезпечення фінансовій стійкості підприємства без додаткового залучення джерел фінансування;

− стимулювання наданням знижок за умови дострокової сплати, що є передовим досвідом та кращою практикою ведення бізнесу;

− розробка заходів спрямованих на недопущення трансформації відстрочених (прострочених) платежів з дебіторської заборгованості в комерційний кредит.

Отже, ефективне управління кредиторською та дебіторською заборгованістю є важливою умовою для забезпечення фінансової стійкості та успішної діяльності для сучасних підприємств та організацій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гудзь О. Є. Вплив дебіторської та кредиторської заборгованості на забезпечення фінансовими ресурсами сільськогосподарських підприємств // Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства: Економічні науки. Вип. 49. – Харків : ХНТУСГ, 2007. – 382 с. – С. 120–129.
2. Педченко Н. С., Стрілець В. Ю., Франко Л. С., Опанасюк А. О. Інтегральна оцінка ефективності та результативності управління фінансовими ресурсами підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 3 (99). С. 39–47.
3. Педченко Н. С., Руденко А. А. Теоретико-прикладний аспект забезпечення результативності стратегії фінансування оборотного капіталу підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. 2020. № 4. С. 6–14. URL: DOI: 10.37734/2409-6873-2020-4.

ЗМІСТОВНЕ НАПОВНЕННЯ ПРАВОМІРНОЇ ПОВЕДІНКИ ЯК РІЗНОВИД ПРАВОВОЇ ПОВЕДІНКИ

А. О. Нос, *спеціальність Право, група ПР б-11*
Г. В. Лаврик, *д-р юрид. наук, професор, завідувач кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Людська поведінка завжди є свідомим волевиявленням, на відміну від інших видів поведінки, які мають інстинктивний або рефлексивний характер. Людина, яка перебуває під впливом закону, повинна співвідносити свої дії з законом і відповідно підкорятися його розпорядженням. Конкретні дії в правовому полі мають значення залежно від ступеня активності. Правові норми проявляються в певних ситуаціях як здатність ухилятися від будь-яких дій і вчиняти дії (виконувати конкретні правові норми). До нього можуть також входити вказівки, які надають суб'єкту право вибору тієї чи іншої дії (це дискреційне використання правових норм). Вони надають людині можливість самостійно приймати рішення та відповідно створюють відповідні права та обов'язки.

Правомірні дії людини неоднорідні за змістом, вимагаючи різного ступеня дії з точки зору кожного конкретного прояву, самого свого існування, своєї діяльності.

Правомірна поведінка – це такий вид правової поведінки, який на відміну від протиправної є суспільно корисним, відповідає встановленим у правових нормах зразкам поведінки та має позитивні правові наслідки. Тому в основі поняття «правова поведінка» лежить категорія «правова поведінка».

О. Ф. Скакун дає таке визначення поняттю правової поведінки – це суспільна поведінка особи (дія або бездіяльність) свідомо вольового характеру, яка регламентується нормами права і тягне за собою правові наслідки [1, с. 414].

Важливо враховувати, що правомірна поведінка містить у собі елементи суспільно корисних дій. Правомірна поведінка ґрунтується на розумінні справедливості та користі правових норм, а також на відповідальності за свої дії перед суспільством

і владою. Це свідчить про соціальну зрілість і правові знання особи. Закон діє лише тоді, коли люди дотримуються законної поведінки; інакше він застаріває. Вид і міра правомірної поведінки визначаються положеннями, викладеними в правових нормах. Крім того, вкрай важливо визнати, що правомірна поведінка є основним засобом здійснення суб'єктивних юридичних прав і виконання суб'єктивних юридичних обов'язків. Він втілює саму суть суспільства, керованого верховенством права. Через правомірну поведінку здійснюється ефективне управління суспільством і здійснюється його діяльність. Більшість правовідносин, що виникають і функціонують у суспільстві, ґрунтуються на засадах правомірної поведінки.

Тонкощі правомірної поведінки багатогранні. Зокрема, це стосується не тільки правовідносин як простого юридичного факту. Коли ми говоримо про правові відносини, ми маємо на увазі соціальні взаємодії, які регулюються правовими нормами. У цьому контексті правомірна поведінка виступає соціальною сутністю цих відносин, виступаючи механізмом реалізації суб'єктивних прав і виконання обов'язків. Отже, це дає змогу більш детально розглянути співвідношення між правомірною поведінкою та виконанням правових норм і правовим регулюванням у цілому. Правомірна поведінка є універсальним засобом для реалізації суб'єктивних прав і обов'язків, виконання юридичних повноважень і сприяння перетворенню правових можливостей і потреб суспільства [2, с. 309].

На думку переважної більшості вчених, правомірна поведінка характеризується такими ознаками:

– відповідність цієї поведінки вимогам закону (формально-правовий критерій);

– суспільна корисність даної поведінки, тобто вона бажана або необхідна для функціонування суспільства. Необхідність правомірної поведінки міститься в загальнообов'язкових і заборонних нормах права, а бажаність цієї поведінки для суспільства залежить від волі уповноваженої особи, є її правом, а не обов'язком, і закріплюється в диспозитивних нормах;

– ця поведінка має суб'єктивну сторону, яка виражається в таких складових факторах, як: мотив (спрямованість поведінки); міра усвідомлення можливих наслідків дії; внутрішнє ставлення особистості до спричинених наслідків;

– об’єктивна необхідність правомірних дій для функціонування та розвитку суспільства. Ці дії закріплюються в імперативних нормах через обов’язки, виконання яких забезпечується примусовою силою держави;

– форми реалізації правомірної поведінки пов’язані з формами реалізації права (дотримання, виконання, використання та застосування права). Усі форми правомірної поведінки мають задовольняти вимоги правової держави для досягнення певного позитивного результату. Форма правомірної поведінки в кожному конкретному випадку індивідуальна і пов’язана з конкретними мотивами і цілями, які ставить перед собою суб’єкт;

– соціальна прийнятність поведінки, тобто можлива легальна поведінка, забезпечена державними коштами.

З огляду на ці ознаки правомірна поведінка включає два аспекти:

– інформаційний, що передбачає широкий доступ до правової інформації, усвідомлення своїх прав та обов’язків, їх активне використання та дотримання;

– поведінкові, що передбачають правові способи реалізації суб’єктивних прав і юридичних обов’язків [3, с. 238–239].

На процес формування вольового рішення особи, що втілюється в правовій поведінці, істотно впливають правові оцінки, емоції, почуття і т. д. Мотиви – спонукання, за допомогою яких людина обґрунтовує необхідність і доцільність реалізації відповідно неї поведінки. Людина ніби пояснює собі, чому вона повинна діяти саме так, а не по-іншому. Мотивами можуть бути будь-які обставини: емоції та почуття, моральні вимоги, бажання досягти поставлених цілей, недостатньо активна або, навпаки, активна діяльність правоохоронних органів держави, гарантований успіх у виконанні рішення.

Психологічний фактор є головним визначальним елементом цього механізму. Крім того, важливим фактором, що визначає поведінку людини в суспільстві, є її ставлення до права та правової дійсності. Вважаємо, що однією з малодосліджених сторін правової поведінки, яка, тим не менш, відіграє значущу роль у її характері, є мотиви, якими керується особа при вчиненні певної юридично значимої дії. Мотивами правової поведінки є: внутрішнє переконання у правильності й справедливості вимог правових норм; власна потреба особистості виконувати закони; усвідомлення суспільної необхідності дотримання законів;

свідоме підкорення вимогам закону; усвідомлення власних прав; свідомий захист групових інтересів; боязнь юридичної відповідальності; традиції; прагнення до пасивного підпорядкування державі та її вимогам [4, с. 43].

На мою думку, слід погодитися з А. М. Денісовою, яка основним засобом правового впливу на свідому поведінку особи вважає правовий стимул, який має переважно нормативний характер і діє на свідомість людини шляхом спонукання до суспільно корисної активної та позитивної діяльності. поведінки, в результаті якої досягається головна мета правового стимулу – задоволення бажаних інтересів суб'єктів [5, с. 208]. Метою стимулювання є саме стимулювання соціально активної, доцільної чи послідовної поведінки і, як наслідок, створення сприятливих умов для задоволення інтересів. Місце стимулів у механізмі правомірної поведінки пояснюється необхідністю допоміжного впливу на особистість з метою вибору нею конкретно правомірного варіанту діяльності.

У теорії права серед основних ознак правового стимулу як правової категорії виділяють:

– правові стимули, пов'язані з позитивними умовами реалізації інтересів суб'єкта;

– вони дають можливість розширити обсяг прав і свобод суб'єкта;

– забезпечують можливість формування у суб'єкта позитивної правової мотивації;

– передбачити підвищення позитивної активності у досліджуваного;

– спрямовані на впорядкування суспільних відносин, виконують функцію розвитку соціальних зв'язків [6, с. 91].

Отже, вважаємо правомірним визначення мотивації як етапу механізму правової поведінки, що характеризує особливий стан свідомості суб'єкта, за якого особа під впливом власних правових потреб та інтересів визначає можливу модель правової поведінки суб'єкта. поведінка, метою якої є досягнення визначеної мети. Одним із видів правової поведінки є юридичних фактів, тих конкретних життєвих обставин, з якими норми права пов'язують виникнення, зміну чи припинення правових відносин. Правова поведінка за своєю внутрішньою структурою складається з певних дій, в яких зовні виявляється ставленням суб'єктів права.

Список використаних інформаційних джерел

1. Скакун О. Ф. Теорія держави і права (Енциклопедичний курс) : підручник. Харків : Еспада, 2006. 776 с.
2. Гіда Є. О. Теорія держави та права : підручник. Київ : ФОП О. С. Ліпкан, 2011. 576 с.
3. Зайчук О. В. Теорія держави і права. Академічний курс. Київ : Юрінком Інтер, 2006. 685 с.
4. Колодій А. М. Принципи права: генеза, поняття, класифікація та реалізація. Альманах права : науково-практичний юридичний журнал. Київ, 2012. Вип. 3. С. 40–44.
5. Денисова А. М. Механізм і засоби правового впливу (теоретико-правове дослідження) : дис. … канд. юрид. наук : 12.00.01. Київ, 2013. 230 с.
6. Бобровник С. В. Проблеми теорії держави і права : курс лекцій. Бобровник С. В. Київ : Вид-во Київського ун-ту права, 2004. 122 с.

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

О. О. Таран, *студент спеціальності Право, група ПР б-41*
О. В. Солдатенко, *д-р юрид. наук, професор кафедри правознавства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Закономірним та необхідним атрибутом кожної країни є наявність бюджету держави. Саме через бюджет відбувається узгодження економіки та політики країни, інтересів населення, держави та суб’єктів господарювання [1].

Державний бюджет України – це основний фінансовий документ, у якому визначено обсяги і напрями як надходження, так і використання фінансових ресурсів. Він відіграє важливу роль у забезпеченні економічного та соціального розвитку країни.

Формування державного бюджету є складним процесом, який залежить від багатьох чинників, зокрема, від стану економіки, геополітичної ситуації, пріоритетів державної політики тощо.

Державний бюджет України спрямований на виконання ключових завдань держави, таких як забезпечення соціальної стабільності, фінансування галузей освіти, охорони здоров’я, фінансування заходів, пов’язаних із підтриманням правопорядку і

збереження конституційного ладу, здійснення судочинства й управління.

Залучаючи фінансові ресурси через бюджет та розподіляючи їх, стимулюється рівномірний розвиток всіх регіонів держави, забезпечується однаковий підхід до національних, демографічних, екологічних процесів.

На сьогодні (в умовах дії в Україні воєнного стану) можна виокремити такі основні проблемні аспекти формування державного бюджету:

1) прогноз доходів держави не завжди є точним з огляду на його залежність від таких факторів як економічне становище країни, яке прямо пропорційно залежить від дій країни-агресора, зокрема станом на 1 квітня 2024 року із 15 теплоелекторстанцій (які є важливим джерелом енергії для всіх галузей економіки) 10 знищені унаслідок російських ракетних атак або є такими, що розташовані на окупованій території, 2 пошкоджені і тільки 3 працюють у шатному режимі. Унаслідок ворожих ударів по енергосистемі України в березні 2024 року пошкоджено або зруйновано повністю 80 % теплової генерувальної потужності ДТЕК [2], що закономірно вплине на економічну ситуацію країни в цілому;

2) прогнозовані доходи держави не покривають витрати: граничний обсяг дефіциту Державного бюджету України, передбачений на 2024 рік, встановлено у сумі 1 571 486 858 тис. гривень [3], що майже дорівнює загальній сумі річних доходів (1 768 451 156,3 тис. гривень). Такий бюджетний дефіцит необхідно покривати за рахунок зовнішніх запозичень, що створює загрозу для фінансової незалежності держави;

3) нерідко бюджетні кошти використовуються неефективно, що призводить до суттєвих втрат для держави.

Крім того, недостатньо ефективною в Україні є і система бюджетного контролю, унаслідок чого ускладняється виявлення і запобігання бюджетним правопорушенням, а ті, які виявляються не мають наслідком відшкодування винними особами втрат бюджету, спричинених їх злочинними діяннями.

Для вирішення проблемних аспектів формування державного бюджету України вважаємо за доцільне, по-перше, забезпечити розвиток економіки та підвищення рівня життя населення через сприятливі умови ведення бізнесу і зменшення ставок оподаткування і, по-друге, удосконалити механізми бюджетного конт-

ролю, зокрема, передбачити для Рахункової палати України повноваження щодо притягнення до відповідальності винних осіб та через посилення відповідальність таких осіб за бюджетні правопорушення, що вимагає внесення відповідних змін і доповнень до Бюджетного кодексу України.

Регулярне дослідження проблемних аспектів формування державного бюджету України є необхідним для забезпечення ефективного управління бюджетними ресурсами та досягнення національних економічних і соціальних цілей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Швед Ю. В. Проблеми формування Державного бюджету та шляхи їх подолання. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/34265/1/316.pdf.
2. Після ворожих атак у березні пошкоджено або зруйновано 80 % потужності ТЕС, – ДТЕК. *Бізнес цензор*. 30.03.24. URL: https://biz.censor.net/n3481574.
3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2024 рік» від 9 листопада 2023 року № 3460-IX. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-20#Text.

SLANG IN THE ENGLISH LANGUAGE

А. А. Алексашенко, *студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-41*
О. А. Кононенко, *асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Slang is defined as the use of informal words and expressions that are not considered standard in the speaker's dialect or language. Slang is often found in parts of the vocabulary that refer to things that are considered taboo.

Historical evolution of slang: A study following the historical development of slang in the English language, analyzing its roots, influential periods, and changes in usage over time.

Gender and slang: Exploring gender differences in the use of slang, how language reflects and reproduces gender stereotypes, and the role of slang in the construction of gender identity.

Slang in digital communication: Exploring the role of slang in online platforms and social networks, researching how digital technologies have influenced the creation, spread, and evolution of slang.

Slang and youth culture: Exploring the relationship between slang and youth culture, looking at how young people create, take on, and update slang to construct their identity and cultural value.

Slang in popular culture: Analyzing the representation and popularization of slang in mass media, including music, film, television, and literature, and studying its influence on the common language.

Slang and globalization: An exploration of the impact of globalization on slang, examining how cultural exchange, migration, and media influence the acceptance and accommodation of slang in different linguistic and cultural contexts.

English slang is classified depending on the sphere of communication: regional, social, and professional. The first one depends on

the region where it was formed. Social slang is formed based on the social group to which a person belongs. Professional slang will be clear to representatives of one type of activity.

Here are some examples of slang terms in the English language:

1. **No cap** – a way of saying “no lie” or “seriously”.
2. **Woke** – being socially and politically aware, often used in discussions about social justice and equality.
3. **In the loop** – to be aware of something.
4. **Touch grass** – a new version of the phrase “pull yourself together”.
5. **Cringe** – a state that fluctuates somewhere between embarrassment and humiliation.
6. **Sup** – an abbreviation of “what’s up?”.
7. **Pull an all-nighter** – to stay up all night, especially if you work or study.
8. **Flaky** – a word that describes an unreliable person who does not fulfill his or her promises.

However, it is important to note that since slang is always evolving and changing, the best way to learn it is to take an interest in the modern culture and listen to the way people around you speak.

References

1. https://en.wikipedia.org/wiki/British_slang.
2. https://englishprime.ua/uk/anglijskij-sleng/

WHAT MAKES ENGLISH A UNIVERSAL LANGUAGE?

П. С. Банкова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-11*
С. О. Горбуньова, *асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Modern English is the universal language of communication for people all over the world. Everyone has heard at least once in their lives that English is an international and universal language so the purpose of these theses is to briefly analyze the reasons and preconditions for why English is so important in the world and highlight the difference between British and American English, in order to avoid misunderstandings between peoplewho speak English.

So why was English chosen as the universal language? The explanation is rooted in historical context. Britain had the most powerful

navy in the world, and with its help, new countries on different continents were conquered, colonies were formed, and the English language was increasingly spread around the world. Britain established intensive trade relations, contributing to the rise of the world economy and the development of relations between nations. British ships controlled most trade routes. This conditioned the choice of language in which trade was conducted. The discovery and conquest of the new American continent played a role in establishing English as an international language. After the First World War the influence of English as a diplomatic languagedramatically increased. English has become firmly embedded in world culture, science, diplomacy and information technology. This has made English a widespread language in a wide variety of fields, and it is used by millions of people. Today, English is used in all financial exchanges and international companies. In schools around the world, English is considered the most popular foreign language. In the UK and the USA there are prestigious universities such as Harvard, Cambridge and Oxford. As per international agreements, English serves as the designated language for aeronautical and maritime communications and it holds official status within the United Nations, the International Olympic Committee, and numerous other international bodies.

In every country, there is always English speaking staff in restaurants, hotels and airports. Through cultural exchanges such as movies and music, English has created many slang words and modern youth "languages" that have spread around the world.

In the second half of the 20th century, while much of the world was in post-war decline, the United States made a huge economic leap. The process of spreading English from the US was facilitated by the invention of the computer and the Internet. Information began to spread faster, and the most important news could now be read in English first.

Modern languages are increasingly borrowing words from English and American. Ukrainian is also full of borrowed words. It can even make it easier to learn English. The words rally ("авторалі"), business ("бізнес"), image ("імідж"), computer ("комп'ютер"), marketing ("маркетинг"), producer ("продюсер") etc. are borrowings that are used in our everyday lives.

While English serves as a universal language, it is crucial to acknowledge the distinctions between British English and American English. Anyone who has ever learned English has probably noticed

the differences in pronunciation in movies, music videos, and instructional videos. It is worth mentioning that even seemingly simple words can have different spellings in British and American variationsas if they are taken from different sources. While both variants are mutually intelligible, understanding these distinctive differences can enhance language proficiency and cultural awareness for learners aiming to communicate effectively in diverse English-speaking contexts.

Despite the apparent similarity of origins between British and American English, there are significant differences. The reason is quite simple: thousands of miles across the ocean from Great Britain and with an underdeveloped communications system, the natural evolution of American English began to digress from the development of British English due to many settlers from different countries, effectively creating the linguistic differences we recognize today. Grammatically, American English tends to have more simplified forms. British English tends to have long vowels, while American English tends to have short vowels.For example: -our (British) vs. -or (American) endings of words, doubling the L in a verb conjugation (British) vs. keeping the single L (American), -re (British) vs. -er (American) endings of the words etc.

The differences between British and American English are well illustrated by examples of lexical units with completely different sounds, pronunciations, and spellings that express common concepts. For example: cotton candy (American) vs. candyfloss (British), garbage (American) vs. rubbish (British), parking lot (American) vs. car park (British), cookie (American) vs. biscuit (British) etc.. American English has been shaped by speakers from different countries, many of whom learned English as soon as they arrived in America and therefore tried to learn it as quickly as possible. As a consequence, they neglected the rules of classical English pronunciation to a great extent.

In conclusion, while there are notable differences among the varieties of English, such distinctions should not overshadow the universality of the language. At its core, the essence of communication lies not solely in adhering to specific dialectical norms, but rather in the ability to effectively convey thoughts and ideas while understanding the nuances of others' speech styles. English's status as a universal language stems from its adaptability, versatility, and widespread use across diverse cultures and contexts.

Список використаних інформаційних джерел

1. British English and American English. https://learnenglish.britishcouncil.org. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org/grammar/b1-b2-grammar/british-english-american-english (дата звернення: 13.04.2024).
2. Mazurek D. British English vs. American English: Words, Spelling, And Pronunciation. *Dictionary.com*. URL: https://www.dictionary.com/e/british-english-vs-american-english/ (дата звернення: 13.04.2024).
3. The Anglosphere and its Others: The 'English-speaking Peoples' in a Changing World Order. *The British Academy*. URL: https://www.thebritishacademy.ac.uk/events/anglosphere-and-its-others-english-speaking-peoples-changing-world-order/ (датазвернення: 13.04.2024).

THE IMPORTANCE OF TRANSLATION SKILLS FOR A SPECIALIST IN THE FIELD OF COMPUTER SCIENCE

В. І. Бородач, *студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-11*
С. О. Горбуньова, *асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In today's interconnected world, communication knows no boundaries. People from different parts of the world communicate, collaborate, and exchange information like never before. This phenomenon has underscored the importance of translation services, making them indispensable for businesses, individuals, and organizations aiming to reach a wider audience. Among the myriad of languages people seek translation from, translation from English to Ukrainian stands out as a key player.

Translation is the process of transferring the content of a text from one language to another while preserving its meaning and tone. It is a complex linguistic activity that requires understanding not only the dictionary meaning of words but also the context, cultural nuances, and language expressiveness.

Translation plays a critical role for the field of "Computer Science" for several reasons. The field of Computer science and IT-technologies intersects with such areas as:

✓ Business Expansion: When companies enter international markets, they often need to adapt their materials, websites, and mar-

keting content for the Ukrainian-speaking audience. Translation from English to Ukrainian is crucial for ensuring the compliance of products and services with the local culture and language.

✓ Cultural Sensitivity: Accurate translation is not just about words; it involves conveying the meaning while adhering to cultural nuances. English to Ukrainian translators possess skills not only in translating words but also in preserving cultural context, ensuring that the message will be understood and appreciated by the target audience.

✓ Education and Science: Scholars, researchers, and students benefit significantly from translation services from English to Ukrainian, gaining access to international literature, scholarly works, and educational materials. These translations facilitate knowledge exchange across borders, enriching the Ukrainian academic community.

In the modern IT-sphere, a significant portion of key literature, scientific articles, and documentation are available primarily in foreign languages, predominantly in English. A programmer in their work often encounters the necessity to read professional literature. Whether it is an article from the internet, a reputable publication, or a textbook, most often it will be in English. Translation of such materials into Ukrainian allows students and professionals to have access to these essential knowledge sources more quickly. Furthermore, computer science is a global field that requires constant information exchange and collaboration among experts worldwide. Well-executed translation facilitates this knowledge exchange and contributes to the development of international communities in the field, providing the opportunity to study necessary information without unnecessary burden.

Additionally, many terms and concepts in computer science have unique definitions that may vary across different languages. Proper translation helps students better understand these concepts and use them effectively. It also happens that the words used in Computing do not have a translation. For example, the word “Gate”. In computer science, it means “a circuit with an output that depends on a combination of several inputs.” Another example can be found in the development environment. For simple projects and the easiest tasks, knowledge of the native language may suffice, but if you plan to seriously engage in programming, English is essential. The interface of the environment where code is written is usually in English. On

thematic forums where you want to get an answer to any question, people will also use English terms. Also, explanations for code errors are described in English. Translation significantly facilitates orientation in the tools and interface options you typically work with.

And perhaps the most crucial reason why translation is necessary for programmers is that it opens up opportunities for communication or working with foreign clients. Such interactions serve as catalysts for growth, fostering mutual understanding and global connections in an increasingly interconnected world.

Knowledge of foreign languages and translation skills can become significant advantages in the job market for professionals in the field of computer science. This opens up opportunities to work in international companies, participate in international projects, and collaborate with colleagues from different countries. Therefore, translation plays an important role in the development and professional growth in the field of computer science, providing access to knowledge, facilitating international information exchange, and expanding opportunities for international collaboration.

Список використаних інформаційних джерел

1. Albir A. H. (2015). The acquisition of translation competence. Competences, tasks, and assessment in translator training. Meta, 60(2), 256–280.
2. Daems J., Vandepitte S., Hartsuiker R. J. & Macken L. (2017). Translation methods and experience: A comparative analysis of human translation and post-editing with students and professional translators. Meta, 62(2), 245–270.

ФОРМУВАННЯ НАВИЧОК МІЖКУЛЬТУРНОГО ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ СТУДЕНТІВ НЕМОВНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

***Н. І. Гавришко**, студентка спеціальності 275 Транспортні технології (на автомобільному транспорті), група ТТ-311*
***К. П. Олендер**, викладач англійської мови – науковий керівник*
Відокремлений структурний підрозділ «Тернопільський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»

Орієнтація на розвиток міжнародної співпраці, формування готовності до здійснення ефективної міжкультурної комунікації, підвищення якості підготовки майбутніх фахівців є пріоритет-

ними для закладів фахової передвищої та вищої освіти. Володіючи навичками міжкультурного ділового спілкування, студенти будуть готовими до викликів та можливостей глобалізованого світу.

Вивченню теми присвятили свої дослідження О. Андрусь, М. Бабинець, І. Бахов, Ф. Бацевич, І. Бех, О. Биконя, Р. Гришкова, Л. Мацепура, І. Ярощук, C. Kramch, H. Seelye. Актуальність формування навичок міжкультурного спілкування зростає завдяки збільшенню торгово-економічних зв'язків між державами, досягненням в науці та техніці, а отже, потребує детальнішого вивчення.

Термін «міжкультурна комунікація» ввели Г. Трейгер та Е. Холл. Вона передбачає вербальне та невербальне спілкування людей різних національних та лінгвокультурних спільнот [1].

Одним з найкращих способів удосконалення навичок міжкультурного спілкування є участь у програмах обміну. Навчаючись за кордоном, студенти мають змогу вдосконалювати рівень володіння іноземною мовою, спілкуватися з представниками різних країн, пізнавати іншу культуру, побут, спосіб життя і мислення інших людей. У вільний від навчання час, залежно від програми, можна ще й працювати. Досвід роботи у міжнародних компаніях є особливо цінним, адже дає можливість поглибити знання ділового етикету, удосконалити навички ведення перемовин, писемного ділового спілкування, навички роботи в команді, розвиває здатність адаптовуватись до нових норм і стандартів. Наприклад, програма «Ініціатива місцевих коледжів» (Community Colleges Initiative) спрямована на сприяння взаєморозумінню між громадянами США та України.

Іншим способом пізнавати культуру інших країн є перегляд фільмів. Для тих студентів, які не мають можливості подорожувати, іноземні фільми можуть стати унікальним вікном, крізь яке можна спостерігати поведінку людей з різним культурним або мовним походженням. На сайті Reflective Teaching Journal [3] запропоновано добірку з 12 фільмів для навчання міжкультурної комунікації.

Використання кейс-методу дозволяє змоделювати життєві ситуації, у які в майбутньому можуть потрапити студенти, проаналізувати їх та знайти найкращий варіант вирішення. Цінність цього методу полягає у тому, що він актуалізує попередньо здобуті знання, необхідні для вирішення проблеми, удоскона-

лює навички роботи у групі, сприяє розвитку креативності та критичного мислення. На сайті Університету Луґано або Університету італійської Швейцарії (італ. Università della Svizzera Italiana (USI) [2] можна знайти готові 50 case studies, які варто використати на занятті.

Доцільно використовувати автентичні матеріали, які є джерелами лінгвістичної та екстралінгвістичної інформації, показують колорит та особливості народу. Це можуть бути телевізійні програми, газети, журнали, блоги, подкасти, вивіски, буклети, меню, книги, пісні.

Отже, формування навичок міжкультурного ділового спілкування є важливим аспектом підготовки студентів немовних спеціальностей. Розуміючи та орієнтуючись на культурні відмінності, студенти зможуть ефективно спілкуватися в міжнародних бізнес-середовищах. Без засвоєння значного обсягу немовної інформації неможливо отримати якісну мовну освіту та досягти взаєморозуміння між співрозмовниками, які мають різний менталітет, цінності, соціальні норми поведінки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Міжкультурна комунікація. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Міжкультурна_комунікація (дата звернення: 31.03.2024).
2. 50 Case Studies in Intercultural Communication. Università della Svizzera Italiana: вебсайт. URL: https://www.mic.usi.ch/case-studies-intercultural-communication (дата звернення: 02.04.2024).
3. 12 Films for Teaching Intercultural Communication. Reflective Teaching Journal: вебсайт. URL: https://reflectiveteachingjournal.com/films-for-teaching-intercultural-communication/ (дата звернення: 01.04.2024).

IDENTIFICATION OF SHORTCOMINGS IN THE HOSPITALITY FIELD WORK AND IMPROVEMENT OF SERVICE ACCORDING TO EUROPEAN STANDARDS

***В. О. Гирман**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
***Н. С. Руденко**, старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Disadvantages in the field of hospitality are a very widespread phenomenon and they occur even at the simplest stages of service. The main part of hospitality is service, which in turn consists of

certain stages that are important for its construction. Many mistakes at these stages are not noticeable at first, but later can become the cause of many problems. To prevent this, there is a certain procedure: for example, a gradual adjustment of the direction of work at the very beginning of service development, consideration of possible errors in the operation of the service or its shortcomings, forecasting an action plan in case of possible unsuccessful situations directly during the activity. Good service is the presence of an action plan when something does not go according to the plan. Hospitality is a system of events and procedures for their implementation in order to satisfy the most diverse requests of guests. In its turn, the provision of the service and its design has the ultimate goal of receiving the guest. After all, the guest is the most important figure for hospitality enterprises. Wherever a mistake is made or a complaint is made, the guest's negative impression cannot be ignored, then at this stage the main thing is not to lead this situation into a dead end, but to solve the problem as soon as possible. The staff must be competent and know what to do in case of a complaint and be able to find reasonable solutions. In any case, you should not use excuses or defensive reactions to resolve an unfortunate situation. The guest never wants to hear excuses and explanations, because when presenting a problem, he expects a quick and reasonable solution and help. It is also inappropriate to immediately reassure the guest, he may be in a difficult emotional state, so the situation may escalate and a conflict may arise that will be very difficult to resolve, the situation may worsen and it will be impossible to convince the guest Trying to blame the guest and convince him that you are wrong is also a bad decision. In the hospitality industry, this is a gross and unacceptable mistake, based on the rule that the guest is always right. Therefore, one should not question the correctness of this postulate and condemn the client or even interrogate him.

One of the important points is a psychologically comfortable atmosphere towards the guest – friendliness and willingness to help with any questions. Operating with adequate information is mandatory for qualified service – it is unacceptable to refuse a guest.

Therefore, the company must pay attention to the guest and take steps to meet his needs and take measures to change his experience in a positive way. It is necessary to analyze all the factors that negatively affect the guest's experience when receiving hotel services.

Particular attention should be paid to communication. There are several points here: the staff's willingness to provide the service at

the moment when the guest needs it, and not when it is convenient for the employee; show respect, demonstrate a positive attitude towards the client, conduct the conversation in an impeccably polite, friendly tone and in no case show your dissatisfaction with anything, maintain positive eye contact.

There are also several rules at the reservation stage when talking by phone: the guest should not wait for information for more than 45 seconds, it is not advisable to forward calls, if it takes more time to answer, then you should ask the client if he agrees to wait. Attention is also paid to the pace of speech. Too fast a pace is perceived by the client as impatience of the hotel employee, his desire to end the conversation. Too slow a pace is perceived as an indicator of fatigue or indifference and lack of interest.

It is equally important for employees to be competent and fully informed about the hotel, its services, their location, assortment of additional services to answer the guest's questions. In the hospitality industry, certain rules of restriction must be followed: never show personal hostility towards the guest, talk to him on extraneous topics, ask the guest about his personal life, talk with colleagues in the presence of the guest.

The area of communication with the guest and staff is important. The workplace is not a personal area; clients should not see enabled. Television, clothes, handbags, coffee cups and other personal items, psychologically indicate capturing the space and giving it a personal character. It is impossible to create an atmosphere in the working area intensive interaction of employees, so that the customer seems to be distracted people busy with extremely important matters. A special problem is invisibility, unobtrusive service. In fact, the guest does not need to see how the rather complex mechanism of his service works. Personnel should be visible when needed.

So, from all this you can understand that the main thing here is quality service.

Hospitality services are provided at the same time when the consumer uses the product. Service quality is defined as the customer's perception of the extent to which the service meets or exceeds guests' expectations. Therefore, it requires high quality of services provided by the hospitality business. Since it is the customer who is the judge of service quality, the onus is on the organization to ensure that the customer continues to return again and again.

Thus, according to European standards, functional quality is of great importance, which is assessed as the ability of staff to efficiently perform their duties in accordance with service standards and embodies the useful properties of hotel services and the characteristic features of the process of their provision, and ethical (social) quality is determined by specific indicators, the results of sociological and marketing research, and public opinion, which becomes the basis for the attractiveness of the enterprise and its services among consumers.

Therefore, it is very important to monitor the service, identify shortcomings and find ways to improve it according to standards. Control is an important condition for maintaining a consistently high level of service quality. To do this, in accordance with European standards, complex end-to-end quality groups must be created at hotel enterprises, the main tasks of which are: preparation and implementation of proposals to improve quality, participation in the development of regulatory requirements for the quality of basic types of services; improving the technology of the service process and labor organization; study and implementation of advanced foreign experience, new forms of tourism services; control over the quality of service.

References

1. Управління якістю обслуговування. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/1506091360364/turizm/upravlinnya_yakistyu_obslugovuvannya#google_vignette (дата звернення: 16.04.2024).
2. Оцінка якості послуг у готелях і ресторанах. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/ryabenka2.htm (дата звернення: 16.04.2024).

HOW TO ACHIVE SUCCESS: THE LIFE STORY OFMADS MIKKELSEN

***А. О. Жовнір**, студентка спеціальності Менеджмент та бізнес-адміністрування, група МЕН БА,б-11*
***В. Л. Іщенко**, канд. філол. наук, доцент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Mads Mikkelsen is a Dutch actor who before his acting career, devoted nearly ten years to dancing, a background that influences the manner in which his roles are performed. His portrayals of jittery

drug dealers, sweaty butchers, old warriors of paganism, and sophisticated people with an eye for the unusual, all have a unique energy that speaks to the viewer.

In Thomas Vinterberg's Another Round, Mikkelsen has one of the few straight-up dancing scenes in his resume. His portrayal of Martin has the languid gait of a guy experiencing a midlife crisis. His buddies keep pushing him to bust out some dances for nostalgia's sake throughout the movie, but he refuses until the last scene, which is a joyful dance explosion that pops like Champagne on the sea. Mikkelsen is a Hollywood actor best known for his roles as franchise villains in films like Casino Royale and Doctor Strange, yet he may be too entertaining and fast to be reduced to a mere stock character. His characters take on honeyed tones of dark when they go closer to his home Denmark, where he is a household name. He exudes a certain kind of stardom, as if he lives in his own happy-go-lucky universe. Chain-smoking from his Mallorcan home while wearing a green tracksuit, he declares, "Maybe because what I'm doing has never been a dream of mine."

Even though mainstream cinema dominated the film industry, Mads Mikkelsen's notoriety skyrocketed after he appeared in Brian Fuller's beloved television series "Hannibal". Mikkelsen's iconic performance in the title role makes the show an exceptional piece of art. He was obviously a good fit for the role, but NBC purposefully tried to keep him off the project. For many years, Anthony Hopkins' portrayal of Hannibal "The Cannibal" Lecter was considered one of the scariest acting performances ever, in addition to being the classic interpretation of the role. Without a doubt, Hopkins makes a lasting impression on the serial killer genre, going beyond the conventional portrayal of a frightening individual. He won an Oscar for his portrayal of Hannibal Lecter. However, recently, another interpretation of the iconic character has emerged as a preferred choice among audiences.

In Bryan Fuller's television adaptation of the Thomas Harris novels, Mads Mikkelsen played Hannibal Lecter. Over the course of three seasons, he gave a superb performance that captured the complexities of the character. Mikkelsen pulls off a performance that beyond description, deftly conveying the absolute fear that is Hannibal. In a similar vein, he can express his equally significant reserved and creative side. Mikkelsen's deft use of small movements and deliberate delivery of Hannibal makes him seem so formidable that Hopkins' acting almost seems like a parody in comparison.

Although NBC strongly objected to Mikkelsen being the star of their new Hannibal series, Fuller chose him, and his work has been hailed for its subtlety.

Luckily, Fuller remained enduring in his feelings and stood up to NBC's weights. From the start, Fuller enthusiastically upheld Mads Mikkelsen, and when he eventually won, it managed the arrangement more noteworthy imaginative freedom. Fuller uncovered that NBC's requests for the appear lessened once Mikkelsen was chosen for the lead part. In case Cusack or Grant was Hannibal, they would have made a more prominent thrust for standard sensibilities that would likely have made Fuller's account vision inconceivable. Mikkelsen's casting permitted the weight to drop and the arrangement to seek after edgier domain and do its claim thing. This is often fair more prove of why Mads Mikkelsen's casting in Hannibal is one of the finest things to ever happen to the source material. Without him, the series would likely never have achieved this level of ubiquity, as Mikkelsen's portrayal of the famous character is generally cited as one of the highlights and most valid points of view in the series.

To date, Mads Mikkelsen has 24 awards and another 33 nominations, remaining without victory, in the field of cinema. His road to success has been hard but he did it.

References

1. Jung E. A. Mads Mikkelsen Takes Everything and Nothing Seriously. *Vulture*. URL: https://www.vulture.com/article/mads-mikkelsen-in-conversation.html (date of access: 15.04.2024).
2. Why Mads Mikkelsen Is The Perfect Hannibal Lecter (Despite What NBC Said). *Screenrant*. URL: https://screenrant.com/hannibal-tv-show-nbc-against-mads-mikkelsen-casting/ (date of access: 15.04.2024).

LANGUAGE LEARNING IN THE DIGITAL ERA

***Anatoliy Katrenko**, student, speciality Computer Sciences, group DS-2010*
***Liudmyla Potapenko**, supervisor, associate professor of the Department of Foreign Languages*
and International Communication, Ph in Philology
Cherkasy State Technological University

In the modern world, proficiency in the English language holds significant importance. Whether for academic, professional, or personal reasons, mastering English opens doors to opportunities and facilitates communication on a global scale. With the rapid advancement

of technology, language learning has transitioned into the digital realm, offering learners unprecedented access to resources and tools for enhancing their skills.

Language learning has undergone a profound transformation with the advent of digital technology. Traditional methods of language instruction, such as textbooks and classroom-based learning, have been supplemented and, in many cases, replaced by innovative IT tools designed to enhance the learning experience. These tools encompass a wide range of platforms, apps, and online resources, each offering unique features and benefits for language learners [1, p. 25].

One of the most prominent developments in digital language learning is the proliferation of online courses and platforms dedicated to English language instruction. These platforms offer a diverse array of courses tailored to learners of all proficiency levels, from beginners to advanced speakers [2, p. 74]. Through a combination of multimedia elements such as videos, audio recordings, and interactive exercises, learners can engage with the language in dynamic and immersive ways. Real-time feedback mechanisms and progress tracking features further enhance the learning experience, allowing learners to monitor their development and identify areas for improvement [3, p. 112].

Mobile apps have become invaluable tools for language learners seeking to improve their English proficiency. With a plethora of language learning apps available on smartphones and tablets, learners can conveniently practice English anytime, anywhere. Many apps employ gamification techniques to make learning enjoyable and addictive, incorporating elements such as language games, challenges, and rewards systems. Additionally, mobile apps often utilize spaced repetition algorithms to optimize learning retention, ensuring that learners retain and reinforce their language skills over time [4, p. 89].

Language exchange platforms provide an opportunity for language learners to engage in real-life conversation practice with native speakers. These platforms connect learners with speakers of the target language for language exchange sessions via text, voice, or video chat. By interacting with native speakers, learners not only improve their speaking and listening skills but also gain insight into the cultural nuances of the English language. Language exchange platforms foster cross-cultural communication and collaboration, enriching the language learning experience [5, p. 57].

Virtual tutoring services offer personalized instruction and support for language learners seeking to improve their English proficiency. Through video conferencing platforms, learners can connect with qualified instructors or tutors for one-on-one tutoring sessions tailored to their specific needs and learning objectives. Whether seeking assistance with grammar concepts, pronunciation practice, or conversation skills, learners can benefit from individualized guidance and feedback from experienced educators. Virtual tutoring services supplement traditional language instruction, providing learners with additional support and resources to accelerate their language-learning journey.

Consuming digital content in English is an effective way for language learners to immerse themselves in the language and culture. From watching movies and TV shows to listening to podcasts and music, digital media offers abundant opportunities for language immersion and exposure. By engaging with authentic content in English, learners can improve their language skills while also gaining insight into the cultural nuances and context of the language. Digital content consumption complements formal language instruction, providing learners with opportunities for independent study and exploration [6, p. 188].

Thus, the digital era has revolutionized language learning, offering learners unprecedented access to resources and tools for improving their English proficiency. From online courses and language learning apps to language exchange platforms and virtual tutoring services, IT tools provide diverse opportunities for language learners to engage with the language and achieve their learning goals. By leveraging technology, learners can enhance their language skills in dynamic and interactive ways, unlocking new opportunities for communication, collaboration, and cultural exchange on a global scale.

References

1. Belanger P. (2018). Language Learning and Technology: A Conceptual Framework. The Modern Language Journal, 102(1), 19–35. https://doi.org/10.1111/modl.12437
2. Chapelle C. A. (2001). Computer Applications in Second Language Acquisition: Foundations for Teaching, Testing, and Research. Cambridge University Press.
3. Godwin-Jones R. (2018). Language Learning and Teaching in the Digital Age: Making the Connection. Routledge.

4. Hubbard P. (2018). Computer-Assisted Language Learning: Critical Concepts in Linguistics. Routledge.
5. Stockwell G. (2018). Computer-Assisted Language Learning: Diversity in Research and Practice. Cambridge University Press.
6. Потапенко Л. В. Використання цифрових технологій у процесі навчання іншомовному спілкуванню. Креативні підходи та методи активізації навчальної діяльності здобувачів вищої освіти : матер. всеукр. науково-педагогічного підвищення кваліфікації, 2 жовтня – 12 листопада 2023 року. – Львів – Торунь : Liha-Pres, 2023. – 252 с., С. 187–189.

FOSTERING OF NATIONAL IDENTITY AND CITIZENSHIP DURING ENGLISH CLASSES

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

Education of youth is a complex systematic and purposeful activity of state authorities, educational institutions, non-governmental organizations, the family and other social institutions in order to form in the young generation a high sense of patriotism, a sense of loyalty, love for the homeland, concern for the well-being of one's people, readiness to fulfill the civil and constitutional duty to protect the national interests, integrity, and independence of Ukraine, and to promote its establishment as a legal, democratic, and social state.

The goal of patriotic education is specified through a system of the following educational tasks: 1) confirmation of patriotic values, beliefs and respect for the cultural and historical past of Ukraine in the consciousness and feelings of the individual; 2) fostering respect for the Constitution of Ukraine, Laws of Ukraine, state symbols; 3) increasing the prestige of military service, and hence cultivating an attitude towards the soldier as a defender of the homeland, a hero; 4) awareness of the relationship between individual freedom, human rights and patriotic responsibility; 5) promoting the acquisition of patriotic experience by children and youth on the basis of readiness to participate in state-building processes, the ability to determine the forms and methods of their participation in the life of civil society, to communicate with social institutions, authorities, the ability to comply with laws and protect human rights, the readiness to take

responsibility, the ability to resolve conflicts in accordance with democratic principles; 6) formation of a tolerant attitude towards other peoples, cultures and traditions; 7) affirmation of humanistic morality as the basic foundation of civil society; 8) cultivation of the best features of the Ukrainian mentality; 9) industriousness, freedom, justice, kindness, honesty, a careful attitude towards nature; 10) formation of speech culture; 11) encouraging a growing personality to actively oppose immorality, separatism, fascism.

Among the many educational courses, English language occupies a special place. Its uniqueness lies in the fact that in the course of learning a foreign language, students do not acquire knowledge of the basics of science, but the ability and skills to use a foreign language as a means of communication, a means of obtaining new useful information. Learning English enables students to think creatively. At the same time, at the current stage, the English language is really in demand by the state, society, and the individual. This is due to many factors, including the expansion of international relations, the creation of conditions for the entry of Ukrainian education into the European space.

Learning a foreign language, like any modern subject, is a system of imparting knowledge to students and managing their activities aimed at developing certain skills and abilities. When learning a foreign language, there is an appropriate change in the physical and mental activity of students based on their own experience in the native language.

Learning a foreign language is impossible without learning the native culture and language. Awareness of universal human values is an integral part of the development of a sense of national identity. Studying a native language of other countries, students compare the received information with the life of their native country. Thanks to such a comparison, they learn to see the successes of their country and its problems, to respect and appreciate the traditions and customs of their people. The sense of national dignity is strengthened when students can freely tell foreign guests about their home, family, country, their region, its history, about interesting geographical routes, about scientific achievements, about works of art, about traditions and customs.

Special attention should be paid to the coordination of the local history material. It is advisable to focus on patriotic topics that contribute to the education of honor, dignity and other important spiritual qualities of defenders and builders of national statehood.

The dialogue of cultures is understood not only as an acquaintance with the culture of all English-speaking countries, but also as an understanding of the peculiarities of the life, lifestyle and mentality of Ukrainians, the spiritual heritage of Ukraine, its contribution to world culture.

Thus, the use of various techniques and means of patriotic education in learning a foreign language certainly increases the effectiveness of the learning process. Students learn grammatical and lexical material better, the degree of interest in the material being studied increases, because everything that students hear about in class are already well-known, familiar and understandable facts.

To conclude, the essence of such a system is that it provides ample opportunities for solving the tasks of modern education: socialization of students and the development of socially significant individual and personal qualities in them, identification of the personal content of English-language education and educational needs.

RESTAURANT INDUSTRY IN THE USA: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

У. Ю. Клюєва, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-21*
С. О. Горбуньова, *асистент кафедриділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The restaurant business in the United States is one of the most dynamic and competitive industries. Every year it continues to grow and evolve, and continues to play a key role in shaping the country's cultural and financial landscape.

The purpose of the article is to analyze the development of the restaurant business to determine the advantages and disadvantages of starting and managing such a business.

In the United States, 48 % of people eat out regularly, and 63 % prefer to visit restaurants rather than buy food for cooking at home. Therefore, it is important to highlight both the advantages and disadvantages of this industry.

The advantages that can be identified in the restaurant business in America are as follows:

✓ Extensive consumer market: Americans like to go to different places for lunch or dinner. Moreover, the diversity of consumers

allows entrepreneurs to experiment with menus and establishment concepts;

✓ Innovative medium: innovations in the cooking process are crucial for attracting customers and improving the quality of service. Innovations in the restaurant business are manifested not only at the level of cooking, but also in the service provided to visitors. Nowadays, the food delivery service is very popular. Restaurants are using various new technologies to facilitate the ordering and delivery process;

✓ Access to high quality ingredients: access to high-quality and rare products allows to create exquisite dishes and satisfy any visitor;

✓ Franchising opportunities: Franchising is a type of partnership where one party (franchisor) transfers to the other party (franchisee) for a fee (lump sum) the right to a certain type of business, using a developed business model for its conduct: to act on its own behalf, using the technology, raw materials, trademarks and/or brands of the franchisor. The main advantage of franchising is the ability to develop a business quickly with minimal costs and risks. For a start-up entrepreneur, this business model will be the most profitable and successful, as it requires minimal advertising costs and allows you to save on investments in general;

Disadvantages also require due attention, as their analysis can help to avoid possible problems and risks associated with this type of business activity:

✓ High level of competitiveness: the restaurant business in the United States is very developed and saturated. The number of restaurants is increasing every year.

✓ Strict regulations: every entrepreneur should understand that the restaurant business has strict requirements for compliance and needs to comply with them.

✓ The necessity of significant initial investments: if an entrepreneur starts a business on his or her own, he or she needs a substantial investment.

✓ Dependence on economic fluctuations: Every country experiences economic changes, and the United States is no exception. The restaurant business is very dependent on this, because the demand for services directly depends on the economic circumstances of citizens.

✓ Different state regulatory requirements: the fact that each state has its own laws and requirements makes it more difficult to do business.

✓ Careful examination of all relevant aspects: any field of activity requires a thorough study of all related matters, and the restaurant business is no exception.

In conclusion, the restaurant industry in the USA presents a complex landscape of advantages and disadvantages. However, it is crucial to recognize that despite these drawbacks, the industry continues to thrive due to its resilience, adaptability, and capacity for innovation. Taking all of the abovementioned into consideration, one can conclude that although there may be more disadvantages in the restaurant business than advantages, this should not be a reason to abandon one's business plans. Despite the existing challenges and limitations that can become an obstacle to success in this field, the advantages are still more significant. Entrepreneurship always requires courage and a willingness to take risks. Therefore, it is important not to be afraid to try your hand at it and pursue your goal knowing that the benefits of this business outweigh the drawbacks.

Список використаних інформаційних джерел

1. What is a Franchise? International Franchise Association. URL: https://www.franchise.org/faqs/basics/what-is-a-franchise (дата звернення: 13.04.2024).
2. Malovychko S. V., Karabaza I. A. Restaurant service market: features of consumer's behaviour and development trends in the USA, EU and Ukraine. Visnyk of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhailo Tugan-Baranovsky. 2020. № 1 (72) 2020. С. 83–90. URL: https://doi.org/10.33274/2079-4819-2020-72-1-83-90 (дата звернення: 13.04.2024).
3. Consumer expenditures-2022-2022 A01 Results. U.S. Bureau of labor statistics. URL: https://www.bls.gov/news.release/cesan.nr0.htm (дата звернення: 13.04.2024).

UKRAINIAN SUPERFOODS

***К. Ю. Коценко**, студент спеціальності Харчові технології та інженерія, група ХТІ б лис-11*
***В. Л. Іщенко**, канд. філол. наук, доцент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

The concept of "superfood" appeared not so long ago, although people have been using these products for a long time. This is a successful marketing move to sell this or that product faster and more expensively, so to speak, in a new wrapper. "Superfoods" mean

a high concentration of useful substances in a small volume of the product. It turns out that there are quite a few of these products available to us. And the greatest benefit can be found in those that have been familiar to us since childhood.

But for starters, what's wrong with the term "superfood"?

Unlike other defined food categories (such as "organic foods"), the concept of "superfoods" is not regulated and generally has a marketing rather than a scientific origin. However, the term has taken root in our vocabulary as a definition of foods "with high levels of nutrients, biologically active and health-promoting substances".

The word "superfood" is often associated with something particularly "foreign or brought from overseas", such as goji berries, chia seeds or quinoa. Such products cost a lot, and can reinforce the prejudice that supposedly healthy food is expensive and sometimes even pathetic. But no – our Ukrainian cuisine and traditional crops are quite surprising with a variety of tastes and nutrient richness.

Which Ukrainian local products can be considered as "superfoods"?

✓ Buckwheat.

At the same time, it contains a large amount of proteins, slow carbohydrates, fiber, B vitamins. This cereal is also rich in copper, iron, magnesium, manganese, phosphorus, selenium and zinc. Buckwheat porridge or soup is essentially a fairly balanced meal, rich in valuable components for the body.

✓ Beetroot.

Beets are a good source of slow carbohydrates and fiber, folate and manganese. And this root crop contains a number of components that have a biologically active effect. Among them are nitrate compounds that help lower blood pressure, and betalain pigments. The latter have anti-inflammatory activity and are especially valuable components of the diet for various chronic diseases or conditions that are accompanied by inflammatory processes.

Numerous beet dishes - borscht, salads, as well as beet kvass – fill the diet with useful nutrients.

✓ Pumpkin.

The orange miracle provides a real boost of vitamin A, as well as vitamin C and potassium. Pumpkin seeds contain a lot of protein, unsaturated fatty acids, iron, magnesium, manganese, phosphorus

and zinc. Pumpkin keeps well until late spring and is surprisingly versatile. You can use it to cook almost anything – from soups and salads to baking and even drinks. The seeds taste good in salads. It is also a great option for a balanced snack that does not require special storage conditions.

✓ Sauerkraut.

It contains not only a lot of vitamin C and K, like fresh cabbage, but also lactic acid bacteria. Sauerkraut is the best illustration of the value of fermented foods and a good example of biopreservation. In the process of fermentation, lactic acid bacteria consume the sugars contained in it, forming lactic acid. It acts as a natural biopreservative, because it suppresses the development of putrefactive microbiota and allows the product to be stored for a long time. At the same time, fermentation of cabbage produces other valuable microbial metabolites in particular, B vitamins and short-chain fatty acids.

Sauerkraut is a great option for a quick salad for any meal. And adding it to borscht will give the dish a special pleasant taste.

✓ Walnuts.

It is a good source of protein, fiber, polyunsaturated fatty acids, folic acid, vitamins B1 and B6, iron, magnesium, manganese, phosphorus and zinc. A large amount of polyunsaturated fatty acids makes walnuts a valuable component of the diet to prevent heart disease. Add walnuts to salads and sauces, desserts and snacks. Experiment!

There are many superfoods growing in Ukraine, but they are not much advertised. The properties of dried rose hips are no worse than the mega-popular Goji. Ukrainian berries contain a lot of vitamin C, as well as B1, B2, K, P, E, in addition, potassium, manganese, phosphorus, calcium, magnesium and iron. Rosehip improves metabolism, strengthens immunity and removes heavy metals, impurities and toxins from our body.

Black currants are the same as Acai berries. Currant helps with vitamin deficiency, gastritis and increases immunity. Regular intake of berries can improve memory.

There are so many other foods that can be added to Ukrainian superfoods like sea buckthorn, cranberries, buckwheat, beets, nuts, greens and all black berries to. Pumpkin and watermelon seeds are also very useful.

So, look for your own variant of superfoods and choose those that are grown locally. In our opinion they are one of the best for our health.

ФОРМУВАННЯ АНГЛОМОВНОЇ ПРОФЕСІЙНО ОРІЄНТОВАНОЇ ЛЕКСИЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ В МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З ЛОГІСТИКИ

С. І. Кучма, *студентка спеціальності 275 Транспортні технології (на автомобільному транспорті), група ТТ-311*
К. П. Олендер, *науковий керівник, викладач англійської мови Відокремлений структурний підрозділ «Тернопільський фаховий коледж Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя»*

Загальновідомо, що англійська мова важлива для кожного в сучасних сферах, а особливо в логістиці. Важливість її для перевізників зростає в геометричній прогресії. Без достатнього рівня англійської потенційні роботодавці навряд чи розглянуть вашу заявку. Ділова англійська – один із найпопулярніших напрямків вивчення іноземної мови для роботи. Це пов'язано з тим, що важливу роль у цій сфері відіграє ефективна комунікація. Володіння діловою англійською мовою є необхідним для спілкування та ефективної роботи зі співробітниками, складання ділової документації, підписання великих контрактів, узгодження доставки, координації бізнес – процесів [1].

Наталія Шандра уточнила сутність і структуру англомовної лексичної компетентності в професійно орієнтованому писемному спілкуванні майбутніх фахівців з інформаційних технологій, визначила етапи формування компетентності, представила підсистему вправ, запропонувала алгоритм колективної підготовки власного писемного продукту. Чередніченко Г. А. вивчала способи покращення англомовної професійно орієнтованої лексичної компетентності студентів за допомогою Moodle.

Важливість англійської мови для логістів зростає з кожним днем все більше. Це підтверджує кількість нових словників, книг, публікацій і спостережень. Однак для того, щоб вивчення вузькоспеціалізованої мови принесло хороші результати, потрібно докладати зусиль та використовувати різноманітні джерела. Ця інформація буде далі.

Одним зі способів збагачення словникового запасу є читання книг англійською мовою з логістики. На вебсайті SCMDOJO [3] можна знайти добірку із 10 книг англійською мовою про управління ланцюгами постачання, міжнародну логістику, складування, операційний менеджмент.

Онлайн-словники є незамінними помічниками під час вивчення англійської мови, які дають змогу прослухати вимову слів, ознайомитись із особливостями їх вживання у реченнях. Прикладами одномовних онлайн-словників, які допоможуть зрозуміти значення термінів з логістики англійською мовою, є Glossary of Supply Chain and Logistics Terms, Logistics Terminology: The ABCs of Supply Chain, Logistics Terms Glossary, Glossary of Transportation & Logistics Terms, Logistics Glossary.

Такі YouTube канали, як Daily Logistics, Logistics Boost, Logistics YouTuber, Real Logistics, MVC Logistics Academy дають змогу ознайомитись із автентичними матеріалами, збагатити словниковий запас, сприяють розширенню кругозору, індивідуалізації навчання, роблять процес вивчення мови цікавішим.

Прослуховування подкастів дає змогу не тільки розширити словниковий запас, але й сприяє покращенню вимови, розумінню на слух, зануренню у мовне середовище, ознайомленню із різними акцентами.

Онлайн-симуляції та ігри (Logistics Expert Game, Supply Chain Game, Truck and Logistics Simulator, LogiTycoon) створюють нові можливості для захопливого опанування професійної лексики.

Онлайн-курси на Coursera дають змогу здобути знання від найкращих викладачів та університетів (Supply Chain Management від Rutgers, the State University of New Jersey, Global Supply Chain Management від University of Colorado Boulder, Issues in Supply Chain Management від University of Illinois).

Майбутнім логістам потрібно володіти термінологією англійською мовою з таких тем: типи транспортних систем, види професій, посадові обов’язки, основні види товарів і послуг, канали вантажоперевезень і транспортних мереж, управління закупівлями, транспортні перевезення, транспортно-складська логістика, документація [2].

Формування англомовної професійно орієнтованої лексичної компетенції у майбутніх фахівців з логістики є надзвичайно важливим. Логістика є сферою, яка вимагає широкого розуміння. Люди, які хочуть потрапити у це середовище, повинні мати запас слів і термінології для ефективного спілкування в цій галузі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Англійська для логістів. Business English Academy: вебсайт. URL: https://ua.be-english.com.ua/english-for-logisticians/ (дата звернення: 31.03.2024).
2. Особливості англійської для логістів. Yappi: вебсайт. URL: https://yappi.com.ua/posts/read/osoblyvosti-anhliiskoi-dlia-lohistiv (дата звернення: 03.04.2024).
3. 10 Best Logistics Management Books You Should Read. SCMDOJO: вебсайт. URL: https://www.scmdojo.com/10-best-logistics-management-books-read/ (дата звернення: 02.04.2024).

MODERN WAYS TO LEARN ENGLISH: THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA

***В. М. Писаренко**, студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН-11*
***С. О. Горбуньова**, асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

In recent years, the landscape of English language learning has been significantly transformed by the pervasive influence of social media. In this article, we will analyze the role and contribution of short videos on Instagram and TikTok and social media posts by English-speaking users to English language learning. The aim of the work is to prove the effectiveness of this modern language learning method which allows learners to improve their skills with a minimum of resources and about a quarter of an hour a day. In this article, we will try to offer a set of basic techniques and derive an effective formula that will help you learn and master English easily.

One of the main ideas is the preference for short content in todays quickening pace of life. The form of such content is quite widespread in different networks, so users get used to a variety of succinct information that they can get in a relatively short time. For example, Reels on Instagram allows you to watch more than 10 short videos on various topics in 15 minutes. This way, by devoting a small amount of time a day, we can significantly enrich our English vocabulary just by watching such material.

It should be noted that regular repetition and gradual acquisition of the material has a positive effect on improving language skills. There are three types of memory: long-term, short-term, and imme-

diate. To succeed in exams, focus on storing information in long-term memory, which requires time and organization. Meaningful, engaging, and humorous content aids retention – humor alone can improve memory by 30 %. Without active efforts, people typically forget 46 % of text after a day, 79 % after 14 days, and 81 % after 28 days. The content on social media allows you to repeat information without significant effort and stress, which often occurs when you have to study material in preparation for tests or exams.

To organize the learning process, it is also worth referring to studies on the perception of information at different times of the day. Taking into account the research of scientists from the University of Adelaide in Australia on the most productive time of day, we can say that perception and memorization of information is most effective in the evening. An example is a scientific experiment conducted in 2012. During the experiment, one group of people studied words in the morning and another group in the evening. Then, 12 and 24 hours later, the memory of the first and second groups was tested. As a result, it turned out that the group that studied the words in the evening, before going to bed, remembered the words better than the group that studied the same words in the morning. Consider the example of Instagram. Users are most active on this social network from 7 to 9 a.m. and from 6 to 9 p.m. So, by studying something in the evening and having enough sleep we increase the chances of memorizing the material we have learned during the day.

Without a doubt, the biggest advantage of learning a foreign language through social media is the abundance of English-language content. This can be short instructional videos from Instagram or TikTok, small conversational videos of English-speaking users from YouTube, or posts on X (formerly known as Twitter), Tumblr, Facebook, etc. It is worth noting that in each of the aforementioned social networks, you can choose the content on the topic you are interested in.

Thus, when viewing any content in English, we can memorize words, expressions, modern abbreviations, accents, and pronunciation. All this will complement the skills and knowledge of English acquired separately during university classes, which can then be easily used in the detailed study of specific topics, because there will be examples from real-life situations of English-speaking users on the Internet.

To summarize, the integration of social media into English language learning has radically changed traditional approaches. The

abundance of English-language content on platforms such as YouTube, Instagram, and TikTok offers learners diverse and interesting opportunities to practice their language skills. The analysis leads to the general conclusion that systematically watching short videos and reading posts by English-speaking users on social media, especially in the evening, can be a quick and effortless way to learn English.

Список використаних інформаційних джерел

1. Brem A. K., Ran K., Pascual-Leone A. Learning and memory. Handb Clin Neurol. 2013;116:693-737. doi: 10.1016/B978-0-444-53497-2.00055-3. PMID: 24112934; PMCID: PMC4248571.
2. Brains learn better at night. The University of Adelaide. URL: https://www.adelaide.edu.au/news/news20641.html (дата звернення: 13.04.2024).
3. Using our social media channels to improve your English. https://learnenglish.britishcouncil.org. URL: https://learnenglish.britishcouncil.org/english-levels/improve-your-english-level/using-social-media-channels-improve-your-english (дата звернення: 13.04.2024).

ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF CREATING A RESTAURANT BUSINESS IN KRYVYI RIH

А. О. Пономаренко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
Н. С. Руденко, *старший викладач кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Starting a restaurant business in Kryvyi Rih does not differ much from starting it in any other city in Ukraine but there are features that deserve special attention and analysis.

To date, it is not clear whether it is possible to create a restaurant business in the city of Kryvyi Rih that will bring profit to the owner, operate successfully, and satisfy all customer needs. In order to give an accurate answer to this question, you need to analyze all the pros and cons that exist in the restaurant business, as well as analyze the advantages and disadvantages of the city itself, where the business will be built.

Owning your own business can influence cultural and culinary traditions in the local environment and provide an opportunity to introduce customers to new cuisines (from different countries) and cooking styles.

A restaurant can become the center of a community, bringing people of different professions together at the same table to enjoy food and socialize with each other which is important for Kryvyi Rih as well. Among the advantages and benefits of starting your own business it should be noted that the restaurant business provides an opportunity to express your individuality – your culinary creativity by creating a unique menu, interior, and atmosphere of the establishment.

Also, it should be noted that in any business profit is important, which is one of the main goals for a restaurant or any other business. To be successful, a business can be improved by opening new branches, expanding the range of products and services, which will lead to increased profits. With a successful and proper approach, a restaurant can generate significant profit due to the high margin of the business on the restaurant market.

Among the disadvantages of starting your own business in Kryvyi Rih, it is necessary to note that opening and running a restaurant involves high costs for renting premises, equipment, food, and staff. According to statistics, most restaurants close in the first year of operation due to non-profitability and mismanagement of the institution. Also, the restaurant industry is highly competitive, which makes it difficult to attract new customers and retain regular ones. Business owners often need to work on weekends and in the evenings to ensure and maintain the workflow.

The seasons and weather can directly affect a restaurant's profit, with dishes that are in higher demand, for example, on warm summer days, and lower demand in the cold season. The polluted air in Kryvyi Rih is another issue. Due to the large number of factories, there are emissions of pollutants into the environment. Therefore, it is imperative to have the maximum number of trees and flowers near the restaurant. The more vegetation, the better not only for customers but also for the city as a whole.

Before starting a business, you need to learn all the facts about the city in which you are going to develop and operate your business. So, Kryvyi Rih has a well-developed infrastructure, which includes parks, restaurants, many shops, cinemas and entertainment centers. There are industrial enterprises that offer employment and various available vacancies. It is also necessary to highlight the transportation infrastructure, which allows you to easily and relatively quickly get to your final destination.

But not everything is as good as it seems on the surface. It should be borne in mind that in the central areas of the city there is a constant crowd of people and vehicles, which leads to excessive “noise” that interferes with concentration and distracts from doing things. And a large number of cars create traffic jams, especially during rush hour, which makes it difficult to get to your destination on time.

Summing up, we can say that in Kryvyi Rih the mission to create a restaurant business that will generate income is absolutely real, but before starting a business, you need to be sure that all the negative features of the city will not critically affect its ability to function normally, and all the positive aspects should be used to your advantage, find an opportunity to earn more money with their help, and give the end consumer of the product everything necessary to make the one not only satisfied, but also happy after visiting your restaurant.

References

1. Smart Cafe website. Access to the site: URL: https://smartcafe.com.ua/uk/infocentr/kak-otkrit-restoran.
2. Wikipedia website. Access to the site. URL: https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B8%D0%B2%D0%B8%D0%B9_%D0%A0%D1%96%D0%B3.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN SCIENCE

***Д. А. Сенатор**, студент спеціальності Комп’ютерні науки, група КН б-11*
***С. О. Горбуньова**, асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

An introduction to machine learning is the key to the future of science, as it opens the door to understanding complex data models, automating processes, and developing new technologies that stimulate progress in many areas of life.

Machine learning (ML) is an advanced branch of artificial intelligence (AI) that allows computers to learn from data and make predictions or decisions without explicit programming. Adopted by major companies such as Google and Amazon, ML is becoming a cornerstone of modern technology, accelerating scientific discovery

and innovation. However, despite its great potential, ML has certain limitations that may restrain its widespread implementation in scientific research.

Despite significant breakthroughs, AI faces a number of challenges, such as the need for large amounts of data for training, difficulties with data annotation, and providing information in a format that is easy to process. These limitations are particularly evident in specialized scientific fields where data is sparse or difficult to interpret. These difficulties lead to the so-called “black box” dilemma, where the results of AI activities are difficult to verify and understand.

The emergence of the “Black Box Dilemma” stems from our growing dependence on AI technology, posing a fundamental ethical challenge.

The majority of today’s AI functions as a black box, accomplishing tasks successfully but not providing insight or explanation for its actions. This creates obstacles for scientific research, where transparency and verifiability of results are essential, and is even more acute when AI demonstrates bias in its findings.

Bias is a serious AI problem caused by training data that reflects human preconceptions. This can lead to misleading conclusions and undesirable effects, especially in sensitive areas such as healthcare and justice. Awareness of these risks emphasizes the importance of understanding how AI operates differently from human thinking and how to better configure its functioning.

Modern statistical AI differs significantly from human thinking. Unlike AI, humans don’t need to be exposed to millions of examples to learn or understand new concepts. For example, humans don't need to drive millions of miles to learn how to drive a car or understand the consequences of dangerous behavior on the road. Understanding these differences between human intelligence and AI helps to identify which techniques, such as symbolic regression, can be effective in overcoming the limitations of AI.

Overlearning is when an AI becomes too specialized on training data, losing its ability to generalize. Symbolic regression and approaches using systems like GPT-3 try to overcome these limitations by offering more flexible learning and knowledge representation models. This emphasizes the need for AI development that can effectively use the human approach to processing and analyzing information.

To conclude, the need for a human approach in the field of artificial intelligence (AI) is noted as a key factor in ensuring ethics, taking into account the social and cultural contexts, and building trust in the development and application of innovative technologies. A distinctive feature of human intelligence is the ability to extract generalized knowledge from a limited set of data and apply it to understand complex phenomena. To achieve similar flexibility in scientific research, AI needs to develop abstraction, generalization, and mental modeling abilities similar to humans. Only then will AI be able to fully realize its potential in scientific discovery and make a real contribution to the development of knowledge.

Список використаних інформаційних джерел

1. Automating Sciences: Philosophical and Social Dimensions / R. D. King et al. *IEEE Technology and Society Magazine*. 2018. Т. 37, № 1. С. 40–46. URL: https://doi.org/10.1109/mts.2018.2795097 (дата звернення: 14.04.2024).
2. King R. та Zenil H. (2023). “Artificial Intelligence in Scientific Discovery: Challenges and Opportunities”, у OECD (ред.), Artificial Intelligence in Science: Challenges, Opportunities and the Future of Research. С. 181–187. OECD Publishing, Paris. URL: https://doi.org/10.1787/a8d820bd-en (дата звернення: 14.04.2024).

THE IMPORTANCE OF FOOD TECHNOLOGY FOR HEALTH

***Ю. В. Смаровоз**, студентка спеціальності Харчові технології та інженерія, група ХТІ РТ б-11*
***В. Л. Іщенко**, канд. філол. наук, доцент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

After air and water, food is the third most essential element for the growth, maintenance, and provision of energy to living things. It is actually one of the most intricate combinations of substances. In order to promote health and avoid disease, food is crucial.

It can consist of vital elements that an organism needs to maintain health, such as proteins, lipids, carbohydrates, minerals, and vitamins. These nutrients are swallowed by the organism and absorbed by its cells. These wholesome foods can be found in grains, legumes, fruits, vegetables, oils, and other foods.

It is important to note that while the terms “food” and “nutrition” are commonly used interchangeably, this is not entirely accurate. Food is an amalgam of many components that is eaten for nourish-

ment. However, nutrition refers to a dynamic process whereby the body uses food that has been swallowed to provide nourishment. Our bodies receive nourishment from the food we eat. Inadequate consumption of protein, energy, or carbohydrates frequently results in disease or infection.

Most people believe that raw foods are superior to processed foods. The phrase might imply that a food item that is packaged includes a lot of components, possibly even artificial flavors, colors, or other chemical additions. Processed foods, sometimes known as convenience or pre-prepared foods, have been linked to the obesity epidemic and the increased incidence of chronic illnesses including diabetes and heart disease.

Without a doubt, the kitchens of the majority of individuals contain at least some processed goods. Both advantages and disadvantages exist.

Advantages:

✓ Solidified, pre-chopped, and canned fixings can be time-savers within the kitchen.

✓ A few prepared and invigorated foods provide imperative supplements that will not something else be obtained in a active family or one that incorporates a constrained nourishment budget.

✓ All through history, nourishments invigorated with particular supplements have avoided insufficiencies and their related wellbeing issues in certain populaces. Cases incorporate newborn child cereals invigorated with press and B vitamins to anticipate frailty, drain braced with vitamin D to anticipate rickets, wheat flour invigorated with folic corrosive to avoid birth surrenders and iodine included to salt to avoid goiter.

✓ Preparing by certain strategies like pasteurization, cooking, and drying can annihilate or repress the development of hurtful microbes. Added substances such as emulsifiers protect the surface of nourishments, such as anticipating shelled nut butter from isolating into strong and fluid parts.

✓ Subsequently, the vital part of nourishment preparing empowers us to have a steady and unsurprising nourishment supply and keeps up nourishment and supplement security.

Disadvantages:

✓ Depending on the degree of preparing, supplements can be crushed or evacuated. Peeling external layers of natural products, vegetables, and entirety grains may evacuate plant supplements (phytochemicals) and fiber. Warming or drying nourishments can

annihilate certain vitamins and minerals. In spite of the fact that nourishment producers can include back a few of the supplements misplaced, it is outlandish to reproduce the nourishment in its unique shape.

✓ Right now, bread and solidified suppers are a few of the foremost consumed ultra-processed nourishments within the U.S. Whereas these items can be great sources of entirety grains, fiber, vitamins, and minerals, they can have too much sodium, included sugars, and soaked fats. Given the assortment of ultra-processed nourishments, it may be supportive to recognize those with lower dietary esteem from the broader category.

✓ Nourishment handling could be a exceptionally wide range that ranges from essential innovations like solidifying or processing, to the joining of added substances that advance rack soundness or increment agreeability. As a common rule, emphasizing natural or negligibly prepared nourishments is ideal.

Investigation is still clarifying on the off chance that any destructive wellbeing impacts from ultra-processed nourishments emerge from the higher degree of handling or essentially from the poorer wholesome quality frequently going with these sorts of nourishments. There's a developing run of prepared and ultra-processed nourishments accessible, and a few items may be a valuable expansion to a invigorating count calories.

References

1. Monteiro C. A. Nutrition and health. The issue is not food, nor nutrients, so much as processing. *Public health nutrition*. 2009 May;12(5):729-31.
2. Marino M., Puppo F., Del Bo' C., Vinelli V., Riso P., Porrini M., Martini D. A systematic review of worldwide consumption of ultra-processed foods: findings and criticisms. Nutrients. 2021 Aug 13;13(8):2778.

DEVELOPING TIME MANAGEMENT SKILLS AS AN ESSENTIAL PART OF SUCCESSFUL ENTREPRENEUR'S TRAINING

***Б. А. Шевчук**, студент спеціальності Підприємництво, торгівля і логістика, група ПТЛ б-41*
***С. О. Горбуньова**, асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Effective time management is essential for future entrepreneurs and commerce professionals for many reasons. To begin with, it

allows them to maximize the use of a limited resource of time to achieve specific strategic goals and objectives. Furthermore, it ensures a balanced distribution of attention and energy to the most important tasks, which contributes to the student's productivity and learning efficiency. Without effective time management, a student may face problems such as procrastination, stress, overload, and unsatisfactory academic performance.

Time management is a systematic approach to time planning and control aimed at efficient use of time resources in order to achieve goals and objectives. The main components of time management include planning, prioritizing, delegating, managing breaks, and using tools to track and control time.

Studies show that effective time management has a direct impact on business productivity and profitability, which is critical for future entrepreneurs and commerce professionals. Properly organized working time helps to increase the efficiency of tasks, reduce time spent on unproductive activities, and allow for more efficient use of resources. Businesses that implement time management strategies and practices tend to achieve better results, increasing their competitiveness and ensuring sustainable development.

Time planning is a key element of effective time management. In order to achieve business goals, it is necessary to define tasks and set clear deadlines for their completion. This can be done using various methods, such as the SMART method (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, and Timely) or the Covey textbook method, which is based on the principles of priorities and urgency. A variety of tools exist to keep track of and schedule tasks, such as paper and electronic diaries, calendars, and smartphone and computer applications.

Task prioritization is all about determining which tasks are the most important and most effective in achieving your objectives. Some of the most common strategies include the Eisenhower Matrix method, which categorizes tasks by importance and urgency, and the ABCDE method, which prioritizes tasks based on their impact on business goals and strategies.

Delegation of tasks is a key aspect of time management for businesses, as it allows you to distribute responsibilities among team members and focus on the most important tasks. Effective delegation

involves clearly defining tasks, selecting the right person to perform them, and providing the necessary resources and support.

Managing breaks is an important part of time management, as it allows the student to restore energy and maintain high productivity throughout the day. Regular short breaks, physical activity, and the practice of relaxation techniques can improve focus and concentration, reduce stress, and increase performance.

Time management software and apps play an important role in planning, tracking, and managing a student's working time. These tools allow users to create task lists, schedules, reminders of important events, and analyze time spent. They can also provide opportunities for team collaboration and communication, making it easier to delegate tasks and plan projects together. Some popular time management programs and apps include Asana, Trello, Todoist, Google Calendar, and Microsoft Outlook.

The integration of technology in time management helps to increase efficiency and productivity, facilitates time organization and planning, and promotes teamwork and communication. Integrating tools and technologies into daily activities of a student can ensure more efficient use of resources and greater success in a competitive environment.

Therefore, time management is an integral part of the training of a successful student majoring in Entrepreneurship. Properly organized time allows students to achieve better results in a shorter period of time, reduces the risk of stress and overload, and helps to improve team performance. To succeed in modern business, it is important not only to have a clear strategy and an innovative product, but also to manage your time effectively.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ayim-Aboagye, Desmond & Badan Tamme, Richard. (2023). Time Management: An Effective Tool for the Survival of a Business Organization. 1-9. DOI: 10.23880/jqhe-16000326.
2. SMART Goals. Corporate Finance Institute. URL: https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/smart-goal (дата звернення: 13.04.2024).
3. Eisenhower Matrix. Corporate Finance Institute. URL: https://corporatefinanceinstitute.com/resources/management/eisenhower-matrix/ (дата звернення: 13.04.2024).

WAYS TO LEARN ENGLISH USING INTERNET RESOURCES

***Є. В. Шестопал**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС Б-11*
***О. А. Кононенко**, асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Nowadays, great importance is attached to the knowledge of the English language. English always does not lose its relevance, being key for career growth, travel and other. It always remains in the top, because it is the language spoken by the whole world. Even when choosing for the employer, there is a more valuable worker who speaks English. Many people would like to learn English, but some have no money for tutors, others have busy work schedules and don't have enough free time. With the advent of the Internet and technology – learning English has become much easier.

The Internet is not only the best source for learning English, but also the easiest way to learn at home at any time. You donot even need to stay at home all the time to study. The best thing is that you will be able to study at a pace convenient for you, which will be much more effective in learning the language. Also, the advantage will be that online communication makes it possible to hear live spoken language, and not to focus on formulaic and often outdated language turns in dialogues. Moreover, the need to buy a huge number of textbooks will disappear.

The disadvantage of learning English online is that there is no personal control. Self-study on the Internet is not a requirement for teacher supervision or correction. This can lead to incorrect assimilation of the material or even to the development of incorrect pronunciations and grammatical errors. Also, the oversaturation of information on the Internet can be a problem. The Internet is a source of unlimited information that can cause confusion and loss of focus. It is important to be able to choose quality resources and structure your learning process.

There are many ways to learn English and below we will describe the most popular and effective of them.

First of all, watching movies and TV shows in English. It can improve the level of speaking and language understanding. You will be able to hear how people talk to each other using the most modern forms of English. This will help you learn frequently used slang

terms, English idioms and phrases, which will significantly expand your vocabulary. [2] Also, watching English video lessons on platforms such as YouTube or Coursera, or listen to English podcasts that specialize in speaking practice will allow you to hear different accents, learn new expressions and improve listening comprehension. [1]

Secondly, learning English can be made easier by using social networks as a powerful tool. Communicating with native speakers online can help you learn English in practice. From simple daily dialogues to in-depth discussions on current topics, social networks provide us with a unique chance to immerse ourselves in the English-speaking environment without leaving our own home [4].

Thirdly, there are many different websites, mobile applications and platforms for studying English. The variety of educational materials available from these resources, which include video tutorials, audio tutorials, texts, exercises, and tests, makes it easy to select the one that best suits your learning style. For example, “Learn English Today”, “engVId”, “Memrise”, “Duolingo”, “Tandem” and others.

In addition, listening to songs can help you learn using the correct grammar in everyday speech. Music also affects our emotions, as a result of which it is better remembered. Furthermore, the vocabulary in songs is always modern and lively, so you can learn the language that native speakers actually speak. [3]

Last but not least, learning English is often accompanied by the need for access to reading materials, because this is one of the key needs for the development of reading skills. Fortunately, the network has many resources where you can download or read books online for free to learn English. [5] Apart from books on the Internet, you can find many articles in English. In everyday life, instead of reading the news translated into native languages, you can find them in English.

In conclusion, we would like to say that if you are willing to learn, improve, and growthere will always be a chance to achieve your goal. In the modern world, everyone has access to the Internet and together with hard work, everyone can learn English. We believe that learning can be comfortable and interesting. Learning English using online resources you choose where to study, how much time to spend and how much you need English.

Список використаних інформаційних джерел

1. URL: https://allright.com/en/blog/useful-tips-1/an-english-speaking-environment-at-home-is-an-incentive-to-learn-the-language.
2. URL: https://english-online.org.ua/articles/tips-for-self-study-english.
3. URL: https://leaduptraining.com/yak-muzyka-vplyvaie-na-vyvchennia-anhliyskoi-movy/
4. URL: https://speak-up.com.ua/news/vykorystovuyemo-soczialni-merezhi-dlya-vyvchennya-anglijskoyi/
5. URL: https://speakwell.ua/blog/de-pochitati-ta-zavantazhiti-knigi-angliyskoyu.

ENGLISH AS THE LANGUAGE OF INTERNATIONAL COMMUNICATION IN UKRAINE

***Т. Р. Явтушенко**, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-41*
***О. А. Кононенко**, асистент кафедри ділової іноземної мови – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Modern English as the universal language of world communication is successfully used for better understanding by millions of people from different parts of our planet. Knowledge of English allows you to quickly find a common language with foreign business partners, feel comfortable when traveling and communicate freely with representatives of different countries and cultures.

Therefore, the language of international communication in Ukraine should be English. The mastery of the English language by a wide range of Ukrainian citizens will stimulate the implementation of world achievements in economics, political, legal and moral culture which is absolutely necessary for the modernization of social life of people in Ukraine.

Knowledge of the English language is necessary for gaining international experience and expanding students' horizons. It enables participation in exchange programs, internships and other international projects. This gives students the opportunity to get to know other cultures, enrich their knowledge and gain valuable intercultural experience. Learning English open the door to global education and training, which is increasingly important in a globalized society. The Erasmus program provides an opportunity for students to gain educa-

tion and experience in various European countries and beyond. Knowledge of English opens up many opportunities for participation, as English is one of the main languages of communication within this educational program. Knowing English makes you more competitive in such programs and opens up opportunities for international experience.

In addition, English is the main language in the field of scientific research and academic exchange of information. Knowledge of English language allows scientists from all over the world to communicate, exchange ideas and collaborate in an international scientific environment. Most academic publications and scientific articles, materials of scientific conferences are published in English.

The Cabinet of Ministers is preparing a draft law that will enshrine this project. In the draft law, Volodymyr Zelenskyy proposes to increase the level of English proficiency of Ukrainian citizens by integrating the language into everyday life and increasing the level of its study in educational institutions.

1. Mandatory use of the English language in the educational process for preschool children in preschool education institutions.

2. Mandatory study of English as a first or second foreign language in general education institutions, vocational schools and universities.

3. In all types of passenger transport: at railway stations, bus stations, airports, sea and river ports, all information is offered in national and foreign languages.

4. Application of English in the cultural sphere. In particular, during cultural and artistic events, in museums and cinemas, they offer to duplicate informative materials and audiovisual information in English.

“After the victory, we will start a large-scale project to restore Ukraine. We expect the arrival of number of foreign companies and investors who will develop their businesses here and create a lot of jobs. English language opens wide access to the big volume of knowledge, labor markets, informational and cultural projects and higher wages. Ukrainians should also receive these benefits, which will help to establish Ukraine as a regional leader,” Shmyhal noted.

In conclusion, English is the language of international communication, so the appropriate status should be given to the language of international communication in Ukraine.

References

1. https://vikna.tv/dlia-tebe/novyny-ukrayiny/zakonoproekt-9432-anglijska-stane-movoyu-mizhnarodnogo-spilkuvannya-v-ukrayini/
2. https://itc.ua/ua/novini/anglijska-mova-v-ukrayini-odna-z-mov-mizhnarodnogo-spilkuvannya-zelenskyj-vnis-u-radu-zakonoproyekt/
3. https://allright.com/uk/blog/korisni-poradi/anglijska-mova-u-suchasnomu-sviti-vpliv-na-osvitu-ta-profesijnij-shlyah-ditini?src=undefined&utm_source=cityads&utm_medium=cpa&utm_campaign=5zcW&clickid=8UhZ1SuBxgZ9AVk.
4. https://24tv.ua/education/angliyska-mova-ukrayini-otrimaye-noviy-status-dlya-kogo-vona_n2343324.

ПРИСЛІВ'Я З ГЕНДЕРНИМ КОМПОНЕНТОМ У СУЧАСНІЙ АНГЛІЙСЬКІЙ МОВІ

***Л. М. Говорун**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*
***Н. С. Сухачова**, канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Поняття прислів'я в англійській мові мають малу ступінь вивченості з лінгвістичної точки зору та мають досить широкий спектр для дослідження. Цим обумовлюється актуальність обраної мною теми. Тематика прислів'їв різноманітна, вони – скринька мудрих і корисних порад.

Лінгвістичний компонент прислів'їв охоплює всі сфери життя і діяльності людини: науку, культуру, здоров'я, досвід, працю, мораль, вдачу, знання, природу, вчинки. Вони збагачують і прикрашають мови народів світу, роблять їх милозвучними.

Особливу увагу англійські прислів'я присвячують розкриттю поняття гендерної рівності. Також актуальність зумовлюється пізнанням інформації про корені гендерної «дискримінації» в прислів'ях.

Тези присвячено образу жінки та чоловіка в англійських прислів'ях.

Метою роботи є висвітлення проблем стереотипізації образу жінки та чоловіка в англійських прислів'ях.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: проаналізувати англійські прислів'я з гендерним компонентом; розкрити причини виникнення гендерних стереотипів в англійських прислів'ях; ідентифікувати стереотипну характеристику чоловіків і жінок у прислів'ях.

Прислів'я – це коротка загальновідома пропозиція народу, яка містить мудрість, істину, мораль і традиційні погляди в метафоричній, фіксованій і легкій для запам'ятовування формі, яка передається з покоління до покоління. Прислів'я є короткою сентенцією народної літератури [1].

Феномен гендерних стереотипів у мові є справжнім уявленням про соціальний сексизм, який не вкорінений у самій мові, але має глибоке історичне, культурне та соціальне коріння.

Історичне коріння про те, що жінки в англійському суспільстві й під час правління королеви Єлизавети, де було патріархальне суспільство, знаходилися під повним контролем чоловіків, оскільки не могли самостійно принести багатство в сім'ю. Проблема пошуку належного чоловіка для доньки була великою проблемою тоді і часто зображувалася в літературі того часу. В історії Сполученого Королівства жінки мали менше можливостей отримати офіційну освіту, ніж чоловіки. До вікторіанської епохи (1837–1901) невелику кількість дівчат приймали до кількох університетів.

Культурні корені англійських прислів'їв включають: грецьку міфологію та більш впливові літературні твори, такі як п'єси Шекспіра. З п'єс Шекспіра *Frailty, thy name is woman* – це англійське прислів'я, яке означає, що жінки слабші за чоловіків. На думку Гамлета, жінка символізує слабкість, і вони ламкі та делікатні за своєю природою. Герой також називає свою матір духовно, морально і фізично слабкою жінкою. Вона морально слабка і безсильна, тому що її кровозмішна непостійність змушує її вийти заміж вдруге відразу після смерті чоловіка.

Прислів'я широко використовуються в усіх аспектах суспільного життя, а зміст гендерних стереотипів є повсюдно. Оскільки чоловікам потрібно виходити на роботу і підтримувати сім'ю, багато слів наповнені кольором маскулінізму. Наприклад, англійське слово *history* можна розуміти як *his-story*.

У маленькій сім'ї, якщо порівнювати положення чоловіка та дружини, дискримінація більш помітна в прислів'ях на кшталт *If the husband be not at home, there is nobody*. Крім того, прислів'я *Men make houses, women make homes* і *In the husband wisdom, in the wife gentleness* говорять про те, що чоловік є володарем у світі, а місія жінки – служити йому.

Отже, з порівняльного вивчення прислів'їв із гендерними компонентами було виявлено, що «чоловік» і «жінка» представлені в прислів'ях неоднозначно. Прислів'я стереотипізують образи обох статей і постійно суперечать одне одному. В англійських прислів'ях жінки зображені негативно красивими, слабкими і тендітними, надмірно говірливими, впертими, маніпулятивними та владними. Їх зображують як принижені та аморальні

об'єкти задоволення, оскільки вони ненадійні. За англійськими прислів'ями жінки не вміють правильно керувати машиною; у міру дорослішання жінок негативні якості характеру стають все більш помітними; жінка – мати, дружина, господиня на кухні, і це одна з її найважливіших робіт. Порівняно з жіночими, прислів'їв, які просто зачіпають чоловіків, небагато, і здебільшого вони показані в порівнянні з жінками. Чоловіки описуються як правляча стать; обговорюється їхня сила. Однак серед суто чоловічих вад особливе місце займає пияцтво.

Існують культурні, історичні та соціальні корені гендерних стереотипів. Історичні витоки лінгвістичного сексизму в англійських прислів'ях є обширними. Вони є основою формування гендерних стереотипів. Культурні корені існують через типізоване зображення статей в англійському фольклорі. Не менш вагомими у формуванні стереотипів є соціальні витоки, які посилаються на різні суспільні поділи праці та патріархальну ідеологію.

Список використаних інформаційних джерел

1. Cordy V. H. The Multicultural Dictionary of Proverbs. London, GB: McFarland & Company Inc. Publishers. Fergusson R., & Law J. 2001. P. 126–236.
2. Kirsanova M. Androcentrism of English proverbs and Anti-Proverbs with Gender Components. Journal of Language and Education. 2018, 4(2), P. 68–77.
3. Shıjaku F. Glimpses on Proverbs About Women in English and Albanian Language. Turkophone. 2017, 4(2), 13–32. URL: https://dergipark.org.tr/en/pub/turkophone/issue/31631/347560.
4. Simpson J. & Speake J. Concise Oxford Dictionary of Proverbs. Oxford : Oxford University Press, 1994. 409 p.

САМОБУТНІ НІМЕЦЬКІ ТРАДИЦІЇ ТА ЗВИЧАЇ

***Л. М. Говорун**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*
***С. І. Переломов**, старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кожна країна має свою культурну спадщину, звичаї та традиції. Культурні традиції допомагають поглибити зв'язок із країною, історією та сім'єю. Яскравим прикладом неординарних

традицій є Німеччина. Німецькі традиції, створюючись століттями і передаючись від покоління до покоління, становлять багатий культурний спадок країни.

Особливу увагу німецькі традиції приділяють розкриттю поняття взаємин між людьми, особливостей проведення значущих дат, відпочинку, розваг тощо. Також актуальність зумовлюється потребою в пізнанні інформації про корені зародження особливих німецьких традицій.

Метою даної роботи є висвітлення екстраординарних німецьких звичаїв і традицій німецької культури, які можуть здатися дивними, нам, українцям.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: проаналізувати німецькі традиції з культурним компонентом; дослідити причини походження та розвитку звичаїв; ідентифікувати їх прояви в міжкультурному спілкуванні.

Традиція (від лат. *traditio* «переказ, звичай») – це елемент культури, що передається від покоління до покоління, зберігається тривалий час і слугує регулятором суспільних стосунків. Традиції тією чи іншою мірою і в тих чи інших формах наявні в будь-якому суспільстві і практично в усіх сферах культури. Традицію можуть утілювати певні суспільні інституції, норми поведінки, цінності, ідеї, звичаї, обряди.

Німецький народ дуже ощадливий та обачливий. Пунктуальність і порядок у всьому – його відмітна риса. Любов до подорожей – у цього народу в крові. Німці прискіпливо ставляться до якості своїх доріг, а також дбають про довкілля, намагаючись здебільшого використовувати транспорт, який під час експлуатації не виділяє шкідливих газів. Сортування сміття та вторинне використання перероблених матеріалів дозволяє німцям економити природні ресурси. Не залишаються поза увагою люди з особливими потребами. В німецькій культурі прийняті формальні правила етикету. Німці потискують одне одному руки за кожної нагоди, рукостискання – обов’язковий елемент їхнього життя. Ставляться вони до життя з неймовірною серйозністю, тому дуже несхвально відзначають будь-які прояви легковажності, різні випадковості і несподіванки. Німецький характер істотно впливає на поведінку під час дозвілля, а також на вибір його виду. Німці цінують звичаї і дотримуються їх чітко. Цьому народу приписують надмірну любов до пива, без якого не може обійтися проведення жодного свята.

Найпоширенішими є проведення пивних фестів, які супроводжуються розвагами для дітей, а також куштуванням баварських сосисок на грилі. Мені пощастило відвідати один із таких фестів, а саме *Nurnberger Volksfest*.

Провівши аналіз наукової літератури та детально вивчивши відповідні інтернет-сторінки, було виявлено, що Німеччина має надзвичайно різноманітну кухню, а величезна кількість свят, традицій та звичаїв Німеччини свідчить про багатство культурної спадщини німецького народу.

На мою думку, традиціями, які найдивніші для нас, українців, можна назвати сприйняття німцями своїх колег як найкращих друзів, що для моїх батьків спочатку було доволі великим шоком під час нашого перебування в Німеччині. Та для багатьох німців розмежування між приватним та професійним – звичне явище. Також винятковим було те, що взагалі-то, тиждень у Німеччині має лише шість днів. Неділі хоч і можна знайти в календарі, й вони в будь-якому разі настають після субот, але загалом я справді задумуюся про те, чи вони існують. Адже в цей день усі крамниці, крім кафе й ресторанів, зачинені, громадський транспорт їздить рідше, і навіть у столиці країни Берліні, за відчуттям, усе відбувається набагато повільніше, ніж зазвичай. І це, схоже, нікого не бентежить.

Для багатьох жінок німецькі чоловіки – велика загадка, мати справу з пересічним німцем непросто, незалежно від побачень. Їхні форми спілкування – дивні. Соцмереж на кшталт *WhatsApp* чи *Facebook* вони уникають, та й узагалі проходить чимало часу, поки вони нарешті визнають, що йдеться про серйозні стосунки. Я навчалася в німецькій школі три місяці і зрозуміла, що прив'язаність до соцмереж школярами дорівнює нулю, підлітки зовсім не використовують їх у повсякденному житті, на відміну від нас, українців. Винятковим є і традиційний німецький ритуал Шультюте (*Schultüte*), який супроводжує перший день дитини в школі. Це великий картонний конус, прикрашений яскравими малюнками або орнаментами, який наповнюється солодощами, іграшками, канцелярськими приладдями та іншими дрібними подарунками. Ідея полягає в тому, щоб зробити перший день у школі радісним і незабутнім моментом для дитини. Шультюте символізує перехід дитини в новий етап життя – навчання. Наповнюючи шультюте солодощами та подарунками, батьки та близькі показують підтримку та любов до дитини, а

також намагаються зменшити стрес та тривожність, пов'язані з початком шкільного життя. Хоча основна ідея залишилася незмінною, сучасні конуси можуть бути різноманітними у своєму оформленні та вмісті. Вони часто відображають інтереси та захоплення дитини, включаючи в себе тематичні іграшки або матеріали. Ця традиція є дуже популярною в Німеччині та деяких інших німецькомовних регіонах, і вона є важливою частиною культурного та освітнього досвіду в цих країнах.

Не можу не відзначити надмірну любов німців до усього живого, особливо тваринок, комашок, плазунів тощо. Зберегти все живе – це в крові у німців. Якщо ненароком, керуючи автомобілем, водій задавить на трасі маленьких жабеняток, то йому доведеться сплатити офіційний штраф у розмірі 25–250 євро. Ми з родиною під час вихідного дня стали свідками події, коли німець зупинив авто і почав збирати маленьких жабенят, які повискакували на трасу з озера побіч дороги. Ось такі екстраординарні традиції, з власного досвіду, є найнезвичнішими для українців.

Таким чином, наведений опис культурних звичаїв та особливостей Німеччини у спробі дослідження лінгвокраїнознавчих традицій німецького народу приводить нас до таких висновків: німецький характер істотно впливає на поведінку під час дозвілля, а також на вибір його виду; німці цінують звичаї і суворо їх дотримуються. Після проведення аналізу наукової літератури та докладного вивчення інтернет-сторінок було виявлено, що Німеччина має надзвичайно різноманітні традиції, а величезна кількість свят, заходів, подій та звичаїв свідчить про багатство культурної спадщини німецького народу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гусєва П. Т. Гоголєва Г. В. Streiflichter aus Deutschland. Стисло про Німеччину. Харків : Ранок, 2009. С. 80.
2. Шеферс Р. Німецько-українські стосунки на міцному фундаменті, налаштовані на майбутнє / Р. Шеферс // Україна дипломатична : науковий щорічник, 2007. Вип. 8. С. 591–592.
3. Тетеріна-Блохин Д. Україна–Німеччина: торговельні, політичні, науково-культурні та релігійні зв'язки / Д. Тетеріна-Блохин // Українознавство. 2010. № 4. С. 304–308.
4. Дубов І. Г. Феномен менталітету: психологічний аналіз // Питання психології, 1993. № 5

5. Альпер Р. С. Революційні традиції німецького народу. Ч. 1. Від великої селянської війни XVI. 1959. Вип. 1. С. 148.
6. Шульце Г. Історія Німеччини. Київ, 2010. С. 274.

МЕТОДИ ТА СТРАТЕГІЇ ПЕРЕКЛАДУ ПОЕТИЧНИХ ТВОРІВ

Б. А. Грушицький, *студент спеціальності Філологія, група Філ б-41*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Переклад поетичних текстів – це виклик, що стоїть перед перекладачем, який має передати не лише сенс, але й емоційну й поетичну наповненість оригіналу. Мистецтво перекладу поезії вимагає глибокого розуміння культурних, лінгвістичних і літературних контекстів, а також вміння передати ці контексти у мові перекладу, зберігаючи унікальність та виразність оригіналу. Розглянемо різні методи та стратегії перекладу поетичних творів, спробуємо з'ясувати їхню ефективність та обговоримо важливість цієї теми в контексті збереження та передачі культурної спадщини через літературні шедеври.

Переклад поетичних творів відіграє важливу роль у збереженні та передачі культурних цінностей, мистецтва та ідентичності мовної спільноти, що обумовлює актуальність теми. Поезія як мистецтво мови вимагає від перекладача не лише передачі смислу, але й збереження поетичності, ритму, образності та емоційного забарвлення оригіналу. Ось чому методи та стратегії перекладу поетичних текстів постійно вивчаються та обговорюються в літературознавчій галузі.

Метою наукової розвідки є дослідження різних методів та стратегій перекладу поетичних творів, виявлення їх ефективності та адаптованість до різних жанрів та стилів поезії.

При перекладі поезії важливо враховувати ритмічні особливості оригіналу для збереження музикальності та художньої цінності тексту. Наприклад, у віршах англійською мовою може бути використана метрика п'ятислівного ямбу, тоді як українська мова має свої віршовані розміри, наприклад, чотирислівний ямб. При перекладі можна адаптувати метрику, вибираючи відповідні ритмічні схеми. У вірші Stopping by Woods on a Snowy Evening Роберта Фроста, який має метрику англійського

ямбу, перекладач може використовувати ямб української мови для збереження ритму та музичності оригіналу. Розглянемо оригінальний текст вірша та переклад Івана Світлицького. Обидва тексти мають аналогічну структуру та ритм, який можна визначити як ямб (двоскладовий ямб). У кожному рядку вірша по чотири ямби. Це створює однаковий музичний ритм, що забезпечує плинність та художню цінність обох віршів.

Розглянемо форми віршів та стилістичні прийоми, які використовуються при їх написанні.

Створення атмосфери та передача емоцій в поезії часто пов'язані з віршовою формою та стилістичними прийомами, такими як рима, алітерація, асонанс тощо. Перекладач повинен виявити способи передачі цих елементів у перекладі, зберігаючи стиль та художню цінність оригіналу. У перекладі вірша Шекспіра Shall I compare thee to a summer's day?, перекладач може використовувати риму та алітерацію для передачі звукової краси та стилістичної виразності оригіналу. Оригінал та текст перекладу Дмитра Паламарчука мають схожість у римі та алітерації, що вказує на збереження певного художнього стилю та ритму мовлення в перекладі.

Shall I compare thee to a summer's day?
Thou art more lovely and more temperate:
Rough winds do shake the darling buds of May,
And summer's lease hath all too short a date. [3]

Рівнять тебе до літньої пори?
Ти сталіший, чарівніший від неї.
Весняний цвіт зірвуть лихі вітри,
І літа мить мигне лиш над землею. [1]

Розглянемо трансформації образності та метафор. Метафори та образи в поезії можуть мати унікальні культурні та лінгвістичні відтінки, які не завжди просто передати в іншій мові. Перекладач повинен знайти ефективні способи передачі образності, враховуючи контекст та специфіку мови перекладу.

У перекладі поезії Федеріка Гарсіа Лорки Romance de la Luna, перекладач повинен передати метафори та образи таким чином, щоб вони були зрозумілі та виразні для читачів українською мовою, зберігаючи при цьому емоційне забарвлення оригіналу вірша.

Розглянемо лексичні та семантичні аспекти перекладу. Перекладачу слід ретельно підбирати слова та вирази для передачі точності та виразності оригінального тексту, враховуючи семантичні та конотативні особливості. У перекладі вірша Пабло Неруди Soneto XVII, перекладач повинен вибрати слова, які точно відтворюють поетичну красу та емоційну силу оригіналу, зберігаючи семантичну цілісність.

Одним із першочергових завдань перекладача є враховування культурних, історичних та соціальних аспектів народу, з мови якого він перекладає поетичний твір.

У перекладі поезії Тараса Шевченка, що містить глибокі національні та історичні конотації, перекладач повинен ураховувати ці аспекти, щоб передати автентичність та виразність оригіналу.

Отже, дослідження методів та стратегій перекладу поетичних творів, виявлення найефективніших з них, допомагає не лише розширити розуміння можливостей перекладацької діяльності, але й сприяє збереженню та поширенню культурного спадку народу. Удосконалення та адаптації методів перекладу літературних та культурних умов, які постійно змінюються також є першочерговим завданням перекладача.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бібліотека української літератури. URL: https://www.ukrlib.com.ua/world/printit.php?tid=590\
2. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця : Нова книга, 2001. 446 с.
3. Шпак В. К. Основи перекладу: граматичні та лексичні аспекти. Київ : Знання, 2007. 310 с.
4. Sonnet 18. URL: https://www.poetryfoundation.org/poems/45087/sonnet-18-shall-i-compare-thee-to-a-summers-day.

НАЦІОНАЛЬНІ ТРАДИЦІЇ ТА ЗВИЧАЇ НІМЕЧЧИНИ

К. О. Дажук, *студентка спеціальності Германські мови та літератури (перша англійська) переклад включно, група Філ б-21*

С. І. Переломов, *старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Німеччина – це велика і розвинена країна, яка вважається лідером та центром Європи, вона відома завдяки своїм досягненням у різних галузях: науці, технологіях, мистецтві та освіті.

Особливо вражає стабільність економіки, ВВП якої становить близько 5–7 трильйонів доларів США станом на 2024 рік. Також країна-лідер Європи вражає своїм багатством культурних традицій, які успішно поєднуються з сучасними тенденціями. Німеччина не лише відома своєю великою кількістю традиційних свят і обрядів, але й славиться барвистими легендами та фольклором, які зберігаються протягом багатьох століть і є важливим складником життя німецького народу.

Одна з найпопулярніших традицій – святкування Різдва, саме це свято, на думку німців, працює на зближення сімейного кола та шанування сімейних цінностей. Відтоді навіть на вулицях міст панує казкова атмосфера: потроху з'являються різдвяні ярмарки з подарунками та стравами, де є можливість скуштувати різноманітні традиційні страви, спробувати глінтвейн, або зробити чудову сімейну світлину на спогад.

Неможливо не згадати про найголовнішу та найбільш улюблену традицію німців – святкування Октоберфесту, так званого «Свята жовтня», яке щороку залучає мільйони людей з усього світу. Вперше такий фестиваль було проведено в жовтні 1810 року з нагоди одруження кронпринца Людвіга. Це є найбільший пивний фестиваль, де можна скуштувати найсмачніше німецьке пиво та насолодитися національною кухнею. Найбільше в цей день німці полюбляють улаштовувати парад броварень, де можна побачити відомих мюнхенців і послухати народні пісні. Цікавий факт: у загальному підрахунку на фестивалі щорічно випивають приблизно 7 мільйонів літрів пива.

Також німці не забувають про найдавніші обряди під час Великого Посту, наприклад, Фастнахт (Fastnacht) – європейський карнавал перед початком Посту, який проводиться за 40 днів перед Великоднем та поєднує елементи захоплення та релігійних процесій. Фастнахт традиційно відзначається з вугрями, напоями та народними гуляннями, зокрема в Рейнській області. Одним із головних елементів святкування є феєрверк, який виконується в ніч перед початком Великого Посту. Цей феєрверк називається «Фогельгрюн» (Fogelgrün).

Але на сьогодні не всі традиції справляють за старими звичаями, як і в будь-якій іншій культурі, вони можуть змінюватися з часом. До цієї категорії можна віднести святкування весілля. Порівнюючи весільні обряди XX століття із сучасними та загальновідомими, можна виокремити такі відмінності: у XX сто-

річчі святкування весілля в Німеччині зазвичай включало кілька формальних церемоній та обрядів. Воно починалося з весільного миру (Breitkopf), де наречений та наречена зустрічались у церкві або цивільному районі, а також із весільного бенкету (Trauung), де гості збиралися разом, щоб святкувати щастя подружжя. Це також могло включати танці та співи, а іноді навіть театральні вистави. Нині ж сучасні німці пережили певні технологічні зміни, що значно вплинуло на стиль і формат святкування. Молодята більше фокусуються на екологічних та етнічних елементах, а також залучають сучасні технології. На щастя, деяка частина обрядів із минулого збереглася. Наприклад, *Polterabend* – вечірка перед весіллям, яка відбувається за два дні до події. Наречена повинна розбити глиняний посуд у своїй оселі, щоб відігнати злих духів, які хочуть порушити майбутній мирний союз молодят. Окрім цього, є ще одна популярна практика – спільне висадження молодятами куща або дерева, яке символізує їхній нерозривний зв'язок.

Отже, сучасне життя німців – це гармонійне поєднання минулого та сучасності, де традиції збереглися та активно використовуються дотепер, поєднуючи колоритну кухню, гарне традиційне вбрання, старовинні обряди та звичаї, а також неймовірну культуру.

Список використаних інформаційних джерел

1. URL: https://www.familysearch.org/de/blog/deutsche-kultur-traditionen-ѕund-werte.
2. URL: https://www.vivat.de/magazin/jahreskreis/weihnachten/
3. URL: https://ukr-dim.de/nimietski-rizdviani-traditsiyi-chastina-ii/
4. URL: https://www.familysearch.org/uk/blog/german-holidays-uk.

АРХІТЕКТУРНІ ПАМ'ЯТКИ НІМЕЧЧИНИ

А. Є. Жалій, *студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*
С. І. Переломов, *старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Німеччина має довгу, багату і різноманітну історію, відповідно архітектура цієї країни досить особлива, стародавня та цікава. Вона включає зразки архітектури Каролінгів, романсько-

го і готичного стилів, архітектури Ренесансу, бароко, класицизму і модернізму.

Стародавня архітектура. «Античні ворота» у місті Трір – це римська архітектурна спадщина, відома також як «Порт Нероніус» або «Порта Нігра». Ці ворота є найбільшими римськими міськими воротами, які збереглися поза Італією. Вони були побудовані близько 180 року н. е. і є частиною оборонної системи античного Тріра. «Античні ворота» в Трірі внесено до списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. У 15 році до н. е. римський імператор Октавіан Август заснував на березі річки Мозель місто Трір, яке є найстарішим містом Німеччини. Тут збереглися давні міські ворота. З античних часів походять також термальні джерела, Римський міст і базиліка Костянтина (реконструкція).

Готика. Кельнський собор – це один із найвизначніших готичних кафедральних храмів у світі. Розташований у місті Кельн цей собор є величезним символом та важливим центром релігійного і культурного життя. Побудований у XIII–XV століттях Кельнський собор відомий своєю величною архітектурою, величезними вітражами та вражаючою внутрішньою оздобою. Це єдина готична вежа в Німеччині, що була збудована в час Середньовіччя (1330) і пережила бомбардування 1944, які зруйнували всі будинки в західному і північному районах Фрайбурга. Його будівництво розпочалося в 1248 році й велося з перервами до 1880 року, впродовж понад 600 років.

Романський період. Шпаєрський собор – це ще один видатний приклад готичної архітектури у Німеччині. Розташований у місті Шпаєр цей собор є одним із найстаріших і найбільших у Німеччині. Він відомий своєю величною архітектурою, а також унікальними елементами, такими як крипта зі скульптурними пам’ятниками римських імператорів.

Ренесанс. Каплиця Фуггерів – це величний шедевр ренесансної архітектури у німецькому місті Аугсбург. Побудована у XVI столітті на замовлення відомої банкірської родини Фуггерів. У той час Німеччина була роздроблена на безліч князівств, які вели збройні конфлікти. У деяких князівствах, зокрема в Торгау, Ашаффенбурзі й Ландсгуті, зароджувалася ренесансна архітектура. Прикладом є внутрішній двір замку Траузніц і резиденція (палац) у центрі Ландсгута, побудовані майстрами італійського Відродження.

Бароко. Цвінгер у Дрездені – це величезний комплекс історичних будівель і садів, який служив як резиденція королів і великих курфюрстів Саксонії. Це одна з найбільш визначних архітектурних і культурних пам'яток міста. Створений у стилі бароко Цвінгер вражає своєю красою і розкішшю. Він включає палацові будівлі, музеї, фонтани та сади, які роблять його популярним туристичним місцем. Бароко було прямо пов'язане з Контрреформацією – рухом за реформування католицької церкви, у відповідь на Протестантську реформацію. Стиль бароко поширився в Німеччині після Тридцятилітньої війни. За зразок брали французький стиль Людовика XIV у Версалі.

Історизм. Будівля опери в Дрездені, відома як Семперопера, є однією з найвидатніших оперних театральних будівель у світі. Розташована на березі річки Ельби вона вирізняється архітектурною красою, спроєктованою в стилі ренесансу. Перша будівля театру була споруджена у 1841 році, але згоріла у великій пожежі 1869 року. Після цього відновлена архітектором Готфрідом Земпером та відкрита знову 1878 року. Семперопера відома не лише своєю архітектурою, але й високоякісними оперними виставами.

Баугауз – це видатна школа мистецтва й дизайну, що існувала в Німеччині в період між Першою і Другою світовими війнами. Заснована у 1919 році архітектором Вальтером Гропіусом у місті Веймар, школа стала центром експериментів у сфері мистецтва, архітектури та дизайну. Її підхід був орієнтований на функціональність, масове виробництво та поєднання мистецтва з технологіями. Баугауз закрили нацисти у 1933 році, але його вплив на мистецтво та дизайн продовжується й до сьогодні. Стиль в архітектурі наслідує гасло Адольфа Лооса: «орнамент – це злочин». Форма слідує за функцією, будинки – лише «машини для житла».

Список використаних інформаційних джерел

1. URL: https://www.turpravda.ua/places/de/keln/Kelnskij_sobor-s2330/
2. Перекладач. URL: https://www.deepl.com/uk/translator-mobile/l/uk/de.
3. Пам'ятки Німеччини. URL: http://mklub.com.ua/?p=10668.
4. Будівля опери. URL: https://artsandculture.google.com/entity/m02y8rz?hl=uk.
5. Античні ворота у Трірі. URL: https://www.unian.ua/tourism/wheretogo/nebanalni-podorozhi-po-yevropi-starovinne-misto-trir-v-nimechchini-gid-unian-amp-11021549.html.

ФУНКЦІОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧНІ ГРУПИ КРИЛАТИХ ЛАТИНСЬКИХ ВИСЛОВІВ

***А. І. Іванюк**, 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

Латинська мова належить до літературно-історичних мов, її називають «мертвою», бо зараз немає народу, який би спілкувався нею. Але знання азів латинської мови завжди вважалось ознакою високої культури людини, її освіченості. Латинські пам'ятки словесного мистецтва, історії, науки та культури виникли в античному Римі й дотепер вражають своєю досконалістю. Сконденсована в латинських висловах народна мудрість передає багатогранність людських взаємин.

Латинські прислів'я, вислови, афоризми римських письменників і державних діячів, видатних світочів вітчизняної та світової культури й донині захоплюють, хвилюють, впливають на свідомість людей, не втрачають своєї актуальності, оскільки утверджують високі моральні принципи, стисло висловлюють глибокі думки [4, с. 7].

Питанням латинської мови присвячені наукові праці Ворони І. І., Кітури Г. Я. [1], Копилової Л., Литовської О. [2], Корж Н. Г., Луцької Ф. Й. [3], Лучканина С. М. [4], Патлатої Г. [5] та ін.

Римська імперія і Стародавня Греція залишили нам цілий пласт людської мудрості, що знайшло своє відображення в афоризмах. І сьогодні латинські крилаті вислови збагачують морально, етично, інтелектуально.

Мета нашої розвідки – схарактеризувати найбільш поширені функціонально-семантичні групи крилатих латинських висловів.

Виокремлюють такі функціонально-семантичні групи крилатих латинських висловів: навчання й освіта; праця; війна і мир; держава, влада, закон; життя і смерть; людина, життєві поради; кохання, дружба та ін. [3].

Значна кількість крилатих латинських висловів присвячена питанням навчання й освіти: *Non scholae, sed vitae discimus* (Не

для школи, а для життя вчимося); *Nulla aetas ad discendum* (Учитися ніколи не пізно); *Radices litterarum amarae sunt, fructus dulces* (Корені науки гіркі, плоди – солодкі); *Repetitio est mater studiorum* (Повторення – мати навчання); *alma mater* (мати-годувальниця) – так називають студенти навчальний заклад.

Продуктивною є також функціонально-семантична група, до якої належать крилаті вислови про працю. Приміром: *Labor callum obducit dolori* (Праця пом'якшує горе); *Labor est etiam ipse voluptas* (Праця вже сама собою насолода); *Labores pariunt honores* (Праця породжує пошану); *Qui non laborat, non manducet* (Хто не працює, той не їсть) – послання апостола Павла до фессалонікійців [6].

Наразі, коли в нашій країні продовжується повномасштабне вторгнення, особливо актуальною є тема війни і миру. Влучними є такі вислови: *Fortes fortuna adiuvat* (Сміливим доля допомагає); *Inter arma musae silent* (Серед зброї музи мовчать); *Si vis pacem, para bellum* (Хочеш миру – готуйся до війни); *Cédant arma togae* (Нехай зброя поступиться місцем тозі); *Aut cum scuto, aut in scuto* (Зі щитом або на щиті) – цими словами спартанка Горго проводжала свого сина на війну з такою настановою – або повернутися переможцем («зі щитом»), або загинути геройськи («на щиті») [4, с. 15]. Під час розробки нової символіки Збройних Сил України частина з військових формувань використала цей вислів як девіз.

Коли ми говоримо про тему війни і миру, неможливо не згадати вислови, дотичні до тематичної групи «держава, влада, закон». Наведемо декілька прикладів: *Dura lex, sed lex* (Закон суворий, але закон), *Principes mortales, respublica aeterna* (Правителі смертні, держава – вічна); *Legalitas regnorum fundamentum* (Законність – це основа держави); *Cuius regio, eius religio* (Чия влада, того й віра); *Prima lex historiae, ne quid falsi dicat* (Перший закон історії – не говорити неправди) – це гасло, сформульоване Цицероном, визначало підхід до написання історичних творів [4, с. 96].

Не менш важливою та філософською є тема життя і смерті, яка буде актуальною завжди. До цієї групи зараховуємо такі крилаті вислови: *Dum spiro, spero* (Поки дихаю, сподіваюсь); *Historia magistra vitae est* (Історія – вчителька життя); *Vita brevis, ars longa* (Життя коротке, мистецтво вічне); *Ave, Caesar, moritūri te salūtant!* (Здрастуй, Цезаре, ті, що йдуть на смерть, вітають

тебе!) – цими словами гладіатори, йдучи на бій, вітали імператора [4, с. 102].

Поширеною також є фунціонально-семантична група «людина, життєві поради», оскільки кожному іноді потрібна порада й підтримка: *Errare humanum est* (Людині властиво помилятися); *Audi multa, loquĕre pauca* (Слухай багато, говори мало); *Homo sum et nihil humani a me alienum puto* (Я є людина і вважаю, що ніщо людське мені не чуже); *Festina lente* (Поспішай повільно); *De gustĭbus et colorĭbus non est disputandum* (Про смаки й кольори не сперечаються) – Середньовічне схоластичне прислів'я, яке швидко поширилося по всій Європі й була перекладено багатьма європейськими мовами [4, с. 103].

Продуктивними є також крилаті вислови, які належать до фунціонально-семантичної групи «кохання і дружба», адже зазвичай ми не можемо жити без цих почуттів: *Amor tussisque non celatur* (Любов і кашель не приховаєш); *Maximum bonum est amicitia* (Дружба – найбільше благо); *Amor caecus* (Любов сліпа); *Amor non est medicabilis herbis* (Немає ліків від любові); *Levis est labor omnis amanti* (Закоханому всяка праця легка); *Et tu, autem, Brute contra me?* (І ти, Бруте, проти мене?) – Гай Юлій Цезар з цими словами звернувся до свого друга й вихованця [4, с. 19].

Крилаті латинські афоризми використовуються до цього часу в 198 мовах світу. Багато латинських сталих висловів увійшло до лексичного складу української мови. Деякі з них українізовано та записано ще й кирилицею. Знання крилатих висловів розвивають пам'ять, привчають до самостійного мислення, свідомого відбору лексичних одиниць.

До нашого часу актуальні слова римського оратора, філософа й письменника Цицерона: *«Non tam praeclare est scire Latine, quam turpe nescire»* (Не так похвально знати латинську мову, як ганебно не знати її).

Список використаних інформаційних джерел

1. Ворона І. І., Кітура Г. Я. Латинські крилаті вислови як джерело формування професійно-комунікативної культури у фахівців медичної галузі. *Медична освіта*. 2022. № 2. С. 82–87.
2. Копилова І. В., Ратомська Л. В. Латинські афоризми у житті сучасної людини. *Актуальні проблеми навчання іноземних студентів :* матер. XXIV Всеукр. наук.-практ. конф. Дніпро, 2022. С. 131–135.

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. Патлата Г. Функціонування елементів латинської мови у сучасному культурному середовищі України та світу. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2020. Вип. 34 (4). С. 101–107.
6. Словник латинських фраз та висловів. URL: https://gufo.me/dict/latin_phrases.

ЛАТИНСЬКІ НОМІНАЦІЇ АСТРОНОМІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

Н. В. Калюжна, *студентка спеціальності Філологія «Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська», група Філ б-11*
Н. М. Бобух, *д-р філол. наук, завідувач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Мова має важливе значення в розвитку освіти, науки та культури, оскільки не тільки передає інформацію, відображає культурні й соціальні особливості нації, а й зберігає історію та здобутки попередніх поколінь.

Латинську мову часто розглядають як «мертву», бо на сучасному етапі вона не виконує комунікативні функції. Однак латинська мова й сьогодні залишається джерелом творення міжнародних номенклатур, нової наукової лексики. Адже жодна галузь науки не може обійтися без знання основ термінології, сформованої на підґрунті латинської мови [1, с. 182].

Однією з цікавих сфер поширення латинської мови є астрономія. Використання латинських назв астрономічних тіл сприяє науковому й міжнародному спілкуванню. Латинські номінації небесних тіл є найпоширенішими в астрономічних дослідженнях. Це об'єднує міжнародну астрономічну спільноту, адже всі, незалежно від рідної мови, їх розуміють і використовують.

Найменування астрономічних об'єктів латинського походження є не тільки чіткими назвами, але й репрезентаторами їхньої історії. Багато латинських астрономічних назв беруть свій початок у класичній міфології чи стародавній історії. Зірки, планети й галактики мають власні назви латинською мовою, які

приписуються їм через давнину, традиції та науку. Здебільшого астрономічні назви є перекладами з латинської або грецької мов.

Мета нашої розвідки – характеристика латинських номінацій астрономічних об'єктів.

Назви сузір'їв і планет зазвичай пов'язані зі стародавніми історіями та міфами. Із-поміж номінацій сузір'їв продуктивними є ті, які пов'язані зі стародавніми міфами, зокрема Андромеда (*лат. Andromeda*), Близнюки (*лат. Gemini*), Терези (*лат. Libra*), Скорпіон (*лат. Scorpius*), Козеріг (*лат. Capricornius*), Риби (*лат. Pisces*) та інші.

Приміром, Андромеда – сузір'я, назване, згідно з давньогрецькою міфологією, на честь доньки ефіопського царя Цефея та цариці Кассіопеї. За міфом, одного разу Кассіопея надумала похвалитися перед морськими німфами своєю красою. Розгнівані німфи поскаржилися богу морів Посейдону, який вирішив покарати горду царицю, наславши на ефіопську землю потоп і морське жахіття Кита (*лат. Cetus*) – потвору, яка пожирала людей та тварин. Жерці бога Зевса передбачили рятування від Кита приношенням Андромеди в жертву морському чудовиську. Син Зевса, вражений красою прикутої до скелі Андромеди, звільнив її, вбивши Кита мечем [3].

Цікавою є історія походження назви сузір'я Рак (*лат. Cancer*). Древні греки пов'язували це сузір'я з подвигом міфічного героя Геракла, а саме з битвою з Гідрою і Раком. За міфом, виконуючи наказ аргоського царя Еврістея, Геракл повинен був убити Лернейську гідру, яка вселяла жах у людей і спустошувала околиці. За порадою богині Афіни, Гідру вигнали з підземного лігва палаючими стрілами. Гера послала на допомогу гідрі величезного рака, який поранив Геракла в п'яту, але сам був розтоптаний. На подяку ракові Гера помістила його сузір'я на небі [2].

Із міфологією пов'язані також назви таких астрономічних об'єктів, як планет: Венера (*лат. Vinus*), Марс (*лат. Mars*), Юпітер (*лат. Jupiter*), Сатурн (*лат. Saturn*), Уран (*лат. Uran*), Нептун (*лат. Neptun*) [3] та інші.

Цікавим, на нашу думку, є міф про Гею – богиню Землі (*лат. Earth*). У давньогрецькій міфології Гея вважалася доолімпійським божеством, яке відіграло найважливішу роль у процесі створення світу. Усе виникло з безмежного Хаосу – весь світ і безсмертні боги, зокрема богиня Землі – Гея. Гея не жила, як

інші боги, на Олімпі й не брала активної участі в житті олімпійських богів, проте вона стежила за всім, що відбувалося, даючи мудрі поради тим, хто їх потребував. З часом Гея перетворилася на хранительку древньої мудрості [4].

Отже, латинська мова в астрономічних назвах одночасно забезпечує наукову інформацію й міжнародне спілкування, оскільки бере свій початок у міфології та історії. Ці назви не лише описують небесні тіла, але й об'єднують людей у процесі дослідження нескінченного Всесвіту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Решетар Д. А., Бобух Н. М. Lingua Latīna на сучасному етапі. Актуальні питання розвитку науки та забезпечення якості освіти у XXI столітті : тези доп. XLVI Міжнар. наук. студентської конф. за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2022 рік (м. Полтава, 25 квітня 2023р.). Полтава : ПУЕТ, 2023. С. 182–184.
2. Арістова А. В. Гідра Лернейська // Велика українська енциклопедія. URL: https://vue.gov.ua/Гідра Лернейська.
3. Астрологічний календар. URL: https://www.mao.kiev.ua/calendar/constellations.
4. Міфологія народів світу. Міфи Стародавньої Греції про богів. URL: https://mythology.net.ua/myth/greece/mify-starodavnoi-grecii-pro-bogiv.

ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛІЙСЬКИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

***Н. В. Калюжна**, студентка спеціальності Філологія, група ФІЛ б-11*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

На сучасному етапі розвитку суспільства вивчення іноземних мов, особливо англійської, є особливо важливим. Знання англійської мови дає змогу більше дізнатися про історію, культуру, звичаї та традиції англомовних країн. Вагомою частиною будь-якої мови є фразеологічні вислови [2].

Вони відіграють важливу роль у створенні мовного стилю, відображають особливості культурного сприйняття світу, прикрашають мову, вносять особливий шарм та роблять культуру мовлення неповторною.

Фразеологічні одиниці є одними з найпоширеніших конструкцій у художній літературі, засобах масової інформації та повсякденному спілкуванні, але водночас одними із найскладніших для перекладу. Фразеологічною одиницею зазвичай називають лексико-граматичну єдність двох і більше нарізно оформлених компонентів, граматично організованих за моделлю словосполучення чи речення, яка, маючи цілісне значення, відтворюється у мові за традицією, автоматично. Актуальність теми полягає у тому, що питання перекладу фразеологічних одиниць доволі складне та різнобічне, а в своїй діяльності перекладач повинен передати повний основний зміст, контекст та первинне значення фразеологізмів, при цьому зберігаючи авторський оригінальний стиль. Проблема полягає в тому, що для перекладу фразеологізмів з англійської мови на українську, не існує певних норм та правил, що викликають труднощі для перекладача під час роботи.

Метою даного дослідження є аналіз особливостей та труднощів, які виникають при перекладі фразеологічних одиниць з англійської мови на українську.

Вивчення способів відтворення фразеологізмів при перекладі з однієї мови на іншу дозволяє зрозуміти відмінності між культурами та побутом різних народів, а також простежити художній стиль та образне мислення, характерне для того чи іншого автора. Лінгвісти та мовознавці постійно досліджують способи перекладу фразеологічних одиниць та встановлення формальних і концептуальних відповідностей фразеологізмів однієї мови іншій.

Традиційно науковці виділяють три типи фразеологічних одиниць відповідно семантичним категоріям. Залежно від того, наскільки сильним є переносне значення компонентів фразеологізму, їх поділяють на три типи: 1) фразеологічні зрощення; 2) фразеологічні єдності; 3) фразеологічні сполуки [4, с. 125].

Перший тип – фразеологічні зрощення – абсолютно неподільні, стійкі, нерозкладні, немотивовані фразеологічні одиниці, у значенні яких немає зв'язку зі значенням їх складових слів. Вони виникли на основі переносного значення їх компонентів, що вже перестали розумітися. Образність фразеологічних зрощень розкривається лише історично. Наприклад, вираз *to be all thumbs* є тотожним виразу *one's fingers are all thumbs*, яке зазнало історичних змін. Складність перекладу тут полягає у тому,

що такі фразеологічні одиниці містять некротизми (слова, які не вживаються поза межами фразеологічного зрощення) та архаїзми. Перекладач повинен достовірно розуміти значення сталого виразу та, за можливості, підібрати український відповідник.

Другий тип – фразеологічні єдності – стійкі поєднання слів, в яких за наявності переносного значення зберігаються ознаки семантичної нарізності компонентів. Їхнє цілісне значення умотивоване значенням компонентів. Вони певною мірою схожі з фразеологічними зрощеннями через їх образність та метафоричність. Для влучного перекладу звороту, його частини потрібно розкривати у переносному значенні *to make a mountain out of a molehill (робити з мухи слона [5]).*

Третій тип – фразеологічні сполуки (поєднання) – стійкі звороти, до складу яких входять слова з фразеологічно пов'язаним і вільним значенням. Їхніми характерними ознаками є допущення варіантності одного з компонентів – *a bossom friend/ a bossom buddy*; можливість синонімічної заміни стрижневого слова – *get out of hand/get out of control*; можливість перестановки компонентів – *a Sisyphean labor/a labor of Sisyphus.*

Окрім цього також виділяють ще один тип фразеологічних одиниць – фразеологічні вирази – звороти з буквальним значенням. Вони включають англійські приказки та прислів'я: ***make yourself at home; give the green light; earn a living; to make a long story short;*** *live and learn; repetition is the mother of skill. Цей тип фразеологічних виразів можна вважати одним із найлегших для перекладу, адже вони мають постійний лексичний склад, певне семантичне значення й легко відтворюються способом прямого перекладу частин звороту.*

Отже, ця класифікація фразеологічних одиниць за семантичними ознаками показує, що особливості перекладу англійських фразеологізмів українською мовою зумовлені багатьма факторами, такими як складність семантичних структур мов, їх відмінності в будові, національно-культурними чинники тощо. Перекладачу необхідно бути обізнаним з різними способами та особливостями перекладу фразеологізмів з однієї мови на іншу, шукати часткові або повні еквіваленти в мові перекладу, а в разі їх відсутності використовувати описовий переклад або калькування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Баранцев К. Т. Англо-український фразеологічний словник. 3-тє вид., стер. Київ : Т-во «Знання», КОО, 2006. 1056 с.
2. Венжинович Н. Ф. Особливості перекладу фразеологізмів з української мови англійською : навч.-метод. посіб. для студентів філологічного факультету. Ужгород : ПП Данило С. І., 2021. 104 с.
3. Скрипник Л. Г. Фразеологія української мови. Київ : Наук. Думка, 1973. 280 с.
4. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія № 9. Сучасні тенденції розвитку мов. – Вип. 5 : зб. наук. пр. / за ред. В. І. Гончарова. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. 292 с.

НІМЕЦЬКА КУЛЬТУРА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ СИНТЕЗУ РІЗНИХ ТРАДИЦІЙ І ВПЛИВІВ

***О. С. Кислюк**, спеціальність Філологія, германські мови та літератури, група ФІЛ М 11*
***С. І. Переломов**, старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Німецька культура є яскравим прикладом того, як історичний розвиток і зіткнення з різними культурами можуть сприяти формуванню унікальної культурної ідентичності. Від давньоримських часів до сучасної ери глобалізації Німеччина поглинала різні культурні впливи, що зробило її культуру однією з найбільш різноманітних і багатих у світі.

Історичний розвиток німецької культури являє собою чарівну подорож через століття, яка істотно вплинула не тільки на сучасний культурний ландшафт Німеччини, а й на весь світ.

Підвалини німецької культури заклали середньовічні університети та гільдії. Ці інституції стали колискою знань та оберегами ремесел і мистецтва, творячи основу для інтелектуального та культурного зростання.

Ренесанс як доба відродження класичних ідеалів проклав шлях до нових горизонтів у німецькому мистецтві, архітектурі та філософії. Він був часом, коли стародавнє знання відновило свою актуальність, впливаючи на розвиток культури.

У добу Реформації Мартін Лютер не просто змінив релігійний ландшафт Європи, а й поклав початок розвитку сучасної німецької мови та літератури. Його переклад Біблії зробив свя-

щенні тексти доступними для широкого кола читачів, сприяючи поширенню грамотності та національної ідентичності.

Доба Просвітництва відкрила двері до критичного мислення та наукового підходу. Такі постаті, як Еммануїл Кант і Готгольд Ефраїм Лессінг, внесли неоціненний вклад у філософію та літературу, формуючи основи для сучасного світосприйняття.

Доба романтизму підкреслила значення глибоких емоційних переживань у мистецтві та музиці, відкриваючи нові шляхи для вираження індивідуальності та творчості.

Сучасна німецька культура – це втілення багатовікового розвитку, який об'єднує історичне коріння з новітніми тенденціями. Від культурних фестивалів до мистецьких виставок, від технологічних інновацій до екологічної політики Німеччина залишається на передовій культурного та суспільного прогресу.

Важливість розуміння історичного розвитку німецької культури полягає у здатності оцінити її вплив на сучасний світ, підкреслюючи необхідність збереження культурної спадщини та водночас адаптації до нових викликів.

Один із найцікавіших аспектів німецької культури – це традиція різдвяних ринків, відомих як *Weihnachtsmarkt*. Походження цієї традиції можна відстежити до пізнього середньовіччя, з першими згадками, що датуються XIV століттям. Різдвяні ринки відбуваються по всій Німеччині в переддень Різдва, перетворюючи міські площі на чарівні зимові чудеса, наповнені світлом, прикрасами та ароматами сезонних ласощів.

Ці ринки пропонують велику різноманітність товарів: від різдвяних прикрас і рукоділля до традиційних їжі та напоїв, якот глінтвейн (гаряче вино зі спеціями) та лебкухен (пряник). Вони не просто місце для покупок, але й символ спільноти та святкового духу, що єднає людей.

Різдвяні ринки відіграють важливу роль у німецькій культурній традиції, демонструючи багатство та різноманітність місцевих звичаїв і кулінарії. Вони – живий приклад того, як історичні традиції продовжують формувати сучасні культурні практики, пропонуючи унікальний досвід, що зберігається від покоління до покоління.

Отже, розвиток німецької культури засвідчує, як глибоко історичні події, міжкультурні зустрічі та соціальні зміни можуть упливати на формування унікальної культурної ідентичності. Цей багатогранний процес не лише відбиває минуле, але й вказує на шляхи майбутнього розвитку, демонструючи відкри-

тість, адаптивність та інноваційність німецької культури. Один із визначальних елементів, що роблять німецьку культуру особливо привабливою для дослідників і туристів зі всього світу, – це її здатність зберігати традиції, водночас інтегруючи нові впливи та ідеї. Різдвяні ринки як символ громадського єднання та святковості є лише однією з багатьох традицій, що продовжують розвиватися, збагачуючи сучасне культурне життя. Іншим важливим аспектом є вплив Німеччини на світову культуру через музику, літературу, філософію та мистецтво. Від Бетховена до Гете, від Канта до Баугауса – німецькі митці та мислителі залишили незгладимий слід у світовій культурній спадщині.

Німеччина також служить прикладом того, як культура може відігравати роль у подоланні сучасних викликів, таких як інтеграція іммігрантів і боротьба з кліматичними змінами. Через культурні ініціативи та політики Німеччина демонструє, як культурне розмаїття та екологічна свідомість можуть стати основою для будівництва більш відкритого та сталого суспільства.

Таким чином, німецька культура є яскравим прикладом того, як історія та сучасність переплітаються, формуючи унікальний культурний пейзаж, що продовжує надихати та вражати людей по всьому світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Schulze H. (1998). Germany: A New History. Harvard University Press.
2. Fulbrook M. (2004). A Concise History of Germany. Cambridge University Press.
3. Kitchen M. (2006). A History of Modern Germany, 1800–2000. Blackwell Publishing.

РОЛЬ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ В МІЖНАРОДНОМУ СПІЛКУВАННІ В КОНТЕКСТІ ВІЙСЬКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

***О. С. Кислюк**, студентка спеціальності Філологія, група Філ М-11*

***Д. С. Помазан**, асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Англійська мова є одним з найважливіших інструментів міжнародного спілкування в сучасному світі. Вона виступає не тільки як засіб спілкування між людьми з різних країн у бізнесі,

науці, освіті та культурі, але й грає ключову роль у військовій сфері. В контексті глобалізації та міжнародної безпеки, володіння англійською мовою стає невід'ємною частиною військової підготовки та міжнародної військової взаємодії [1].

Мета роботи – проаналізувати роль англійської мови як засобу міжнародного спілкування у військовій сфері, розкрити її значення для ефективної міжнародної взаємодії та співпраці між військовослужбовцями різних країн, а також дослідити проблеми, пов'язані з навчанням англійської мови серед військових, запропонувати шляхи їх вирішення.

Професор Джонатан Холл з Оксфордського університету опублікував низку статей, в яких він аналізує використання англійської мови в міжнародних військових операціях та її роль у стандартизації військової комунікації. Доктор Лінда Кім з Національного оборонного університету США провела дослідження про вплив англійської мови на міжнародну військову співпрацю, особливо в контексті навчальних програм для іноземних військовослужбовців. Професор Ахмед Рашид з Університету оборони в Індії досліджував розвиток специфічної військової лексики англійської мови та її значення для оперативної сумісності між різними країнами.

Англійська мова сприяє стандартизації комунікації в міжнародних військових операціях та навчаннях. Це дозволяє уникнути непорозумінь і забезпечити ефективну координацію між військовими підрозділами різних країн. Наприклад, в міжнародних миротворчих місіях або спільних навчаннях використання єдиної мови є ключовим для успішного виконання завдань [2].

Специфічна військова лексика англійської мови розвивається з метою задовольнити потреби сучасної військової діяльності. Така лексика включає термінологію, що охоплює різні аспекти військової справи – від тактики та стратегії до озброєння та військової техніки. Оволодіння цією лексикою є важливим для міжнародної військової співпраці [3].

Одним з викликів є необхідність забезпечити високий рівень володіння англійською мовою серед військовослужбовців різних країн. Для цього використовуються спеціалізовані мовні курси та програми обміну [4].

Отже, англійська мова відіграє вирішальну роль у міжнародному військовому спілкуванні, сприяючи ефективній взаємодії та співпраці між країнами. Вона є засобом для уніфікації ко-

мунікації, розвитку військової лексики та забезпечення безпеки міжнародних операцій. Оволодіння англійською мовою стає обов'язковим аспектом військової підготовки, відкриваючи шлях до міцної міжнародної співпраці у сфері оборони та безпеки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Crystal D. English as a Global Language. Cambridge University Press. 2023.
2. NATO Standardization Agency (NSA). STANAG 6001: Language Proficiency Levels. NATO. 2006.
3. Edwards J. Multilingualism: Understanding Linguistic Diversity. Continuum. 2014.
4. Military English Tactical and Peacekeeping Operations Course Book. Defense Language Institute Foreign Language Center. 2018.

ЛІТЕРАТУРА НІМЕЧЧИНИ: НАЙВИДАТНІШІ ТВОРИ ТА ЇХ АВТОРИ

***В. В. Кльокта**, спеціальність Філологія, група ФІЛ б-11*
***С. І. Переломов**, старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Література є культурним віддзеркаленням кожної нації, відтворюючи її дух, історію та світосприйняття через слово. Серед багатьох літературних традицій, які здобули світове визнання, німецька література займає особливе місце. З її багатою історією та виразними творами вона відтворює широкий спектр емоцій, ідей та концепцій, які стали не тільки основою німецької культури, але й мають глибокий вплив на світову літературну та філософську думку. Німецька література віддавна привертала увагу світової спільноти своєю глибиною, різноманіттям і величчю. Вона відбиває дух нації, розкриває її історію, культуру та філософію через витончені літературні твори та видатних авторів. Метою цієї розвідки є огляд найвидатніших творів та авторів німецької літератури, які не лише сягають коренів культурної традиції, а й залишають свій слід у світовій літературній спадщині. Від Гете до Манна, від філософських творів до шедеврів художньої прози – німецька література безсумнівно заслуговує на наше захоплення та вивчення.

1. Йоганн Вольфганг фон Гете

«Фауст» – це шедевр німецької літератури, найвідоміший твір Йоганна Вольфганга фон Гете, який прославився як один із найбільших поетів, драматургів і філософів свого часу. Спочатку опублікований у 1808 році, цей епічний поематичний твір став візитною карткою німецької культури та визначальним внеском у світову літературу.

Головний герой твору Фауст – універсальна фігура, що втілює в собі багато важливих тем і суперечностей. Він – учений, який відчуває велику нудьгу від обмеженості свого розуму і марить про великі досягнення та набуття всевладдя над світом. Заради цього Фауст укладає угоду з дияволом Мефістофелем. Ця угода, яка передбачала обмін душі Фауста на втілення його прагнень, стала відправною точкою для розгортання низки подій, що відображають душевну боротьбу, моральні випробування та пошуки сенсу життя.

Фауст не лише вражає читача глибокими філософськими роздумами, а й майстерністю мови та поетичними образами. Гете вдало поєднав у творі драматичність, романтику, філософію та гуманізм, створивши шедевр, який залишається актуальним і вражаючим навіть у сучасному світі. «Фауст» не лише відображає глибину людської душі та невичерпну силу людського духу, але й став символом вічних прагнень та пошуків, які характеризують всю людську історію.

2. Франц Кафка

«Процес» – інший визначний твір німецької літератури, написаний чеським письменником Францем Кафкою. Опублікований посмертно в 1925 році, цей роман став важливим внеском у літературний канон та здобув визнання як один із найвпливовіших та найбільш неповторних творів XX століття.

«Процес» розповідає історію Йосифа К., звичайного чоловіка, що раптом опиняється у вирі таємничого судового процесу, про який він навіть не знає. Усі його спроби з’ясувати причини цього процесу та врятувати себе від нього зводяться нанівець, а його життя поступово перетворюється на кошмар.

Роман «Процес» став символом абсурдності бюрократичних систем та байдужості влади до індивідуальних прав людини. Кафка майстерно передає почуття відчуженості, безпорадності та паніки головного героя перед безглуздістю світу, що його оточує. Цей твір знаменується своєю неповторністю та актуаль-

ністю, особливо в контексті сучасного світу, де бюрократія та система часто стають бар'єрами перед свободою та справедливістю. «Процес» залишає читача з численними питаннями про природу влади, індивідуальність та справедливість, роблячи його одним із найважливіших творів не лише німецької, але й світової літератури.

3. Герман Гессе

Герман Гессе – німецький письменник, який здобув всесвітню славу завдяки своїм філософським та духовним творам. «Степовий вовк» і «Сіддхартха» – це два з його найвідоміших романів, що здобули популярність як у Німеччині, так і в усьому світі.

«Степовий вовк» – це історія Гаррі Голла, молодого художника, який шукає сенс життя в мандрівці по різних культурах і філософіях. Ця романтична й витончена проза розкриває внутрішній світ головного героя, його прагнення до самовизначення та пошуки власної ідентичності. «Степовий вовк» дарує читачеві глибокі роздуми про природу творчості, любові та духовної свободи.

«Сіддхартха» являє собою історію індійського юнака, який залишає своє багатство та розкоші, щоб знайти справжнє щастя та духовну істину. Він багато мандрує, зустрічаючи різних мудреців і вчителів, доки нарешті не знаходить просвітлення в самому собі. «Сіддхартха» є витонченим філософським романом, який допомагає читачеві розуміти сутність людської душі та духовного розвитку.

Обидва ці романи Германа Гессе вражають своєю проникливістю, глибиною і красою мови. Вони залишають читача з незабутніми враженнями та стимулюють до власних роздумів про життя, кохання і духовний розвиток.

4. Томас Манн

Творчість Томаса Манна відзначається величезним впливом на німецьку та світову літературу. «Будденброки» та «Зачарована гора» – це два з його найвидатніших романів, що прославили Манна як майстра психологічної прози та майстра слова.

«Будденброки» розповідають історію родини Будденброків, представників німецької верхівки суспільства в Любеку. Роман відображає розквіт і падіння родини протягом кількох поколінь, демонструючи вплив суспільних та історичних змін на їхнє життя. Роман вражає своєю реалістичністю, витонченою прозою

та глибоким аналізом німецького суспільства кінця XIX – початку XX століть.

«Зачарована гора» – це історія Адріана Леверкюна, обдарованого музиканта, який поступово втрачає своє творче начало та занурюється у світ зваб і гріхів. Роман досліджує теми мистецтва, генія, сексуальності та моралі, розкриваючи глибини людської душі та психологічні суперечності.

Обидва ці романи Томаса Манна вражають своєю складністю та глибиною, а також витонченою прозою, яка проникає в саму глибину людських почуттів та емоцій. Вони залишають невимовне враження на читача і залишають його з численними роздумами про сутність життя, сім'ї, мистецтва та моралі.

5. Готфрід Вільгельм Лейбніц

«Монадологія» – це фундаментальна філософська праця німецького філософа і математика Готфріда Вільгельма Лейбніца, опублікована в 1714 році. У цьому трактаті Лейбніц висвітлює свою метафізичну концепцію «монади», яка стала однією з основних ідей у його філософській системі.

Монади, за Лейбніцем, є найпростішими індивідуальними субстанціями, що складають світ. Кожна монада є незалежною, замкненою на себе, неподільною та внутрішньо розвиненою. Вони відображають всесвіт у своїй внутрішній реальності, і кожна монада відображає всю всесвітню історію у своєму внутрішньому способі. Лейбніц розглядає монади як душі чи суб'єкти, що створюють індивідуальність і свободу в людей і світі.

«Монадологія» є ключовим твором для розуміння філософських поглядів Лейбніца та його внеску у філософію раціоналізму. Цей твір вплинув на подальший розвиток філософії, математики та наукових досліджень і залишається важливим об'єктом дослідження для філософів та вчених до сьогодні.

Німецька література вражає своєю розмаїтістю, глибиною та величчю. Від «Фауста» Гете до «Процесу» Кафки, від «Степового вовка» та «Сіддхартхи» Гессе до «Будденброків» і «Зачарованої гори» Манна ці твори та їхні автори відтворюють найрізноманітніші аспекти людського життя, проникаючи в глибини душі та розкриваючи найважливіші філософські проблеми свого часу.

Німецька література стала не лише відображенням культурної спадщини, а й каталізатором для нових ідей та світоглядних трансформацій. Її вплив переступає межі національних кордо-

нів, створюючи міжнародний діалог і збагачуючи світову літературну спадщину. Таким чином, німецька література залишається важливим джерелом інтелектуальної та естетичної насолоди, надихаючи і вражаючи своїми творами читачів усього світу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Найвизначніші німецькомовні романи XX століття. URL: https://web.archive.org/web/20010607003313/http://www.literaturhaus.at/headlines/1999/01/142/
2. Процес (роман). URL: https://www.dla-marbach.de/find/opac/id/AK00032987/?tx_find_find%5Baction%5D=index&tx_find_find%5Bcontroller%5D=Search&tx_find_find%5BqParam%5D=1&cHash=9535c02da2551a5625bee10a8710c66d.
3. Степовий вовк (роман). URL: https://web.archive.org/web/20051216222000/http://gator.dt.uh.edu/~hassanm4/steppenwolf.htm.
4. Сіддхартха (роман). URL: https://wayback.archive-it.org/all/20060221132521/http://www.gutenberg.org/etext/2499.
5. Будденброки. URL: https://web.archive.org/web/20190430113025/
6. Зачарована гора. URL: https://openlibrary.org/works/OL14866824W/Der_Zauberberg.
7. Монадологія. URL: https://web.archive.org/web/20151117200947/http://www.rbjones.com/rbjpub/philos/classics/leibniz/monad.htm.
8. «Фауст» Гете. URL: https://archive.org/details/favsttragediia01goet.

ВПЛИВ БІЛІНГВІЧНОГО СУСПІЛЬСТВА НА СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ

***Ю. В. Колеснік**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-21*

***Д. С. Помазан**, асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*

Полтавського університету економіки і торгівлі

Скількома мовами володієш – настільки відкритий світ для тебе. Але що, як зростання і становлення особистості відбувається в білінгвічному суспільстві. Антрополог Едвард Сепіа та лінгвіст Бенджамін Лі Уорф запропонували гіпотезу лінгвістичної відповідності. Згідно з гіпотезою Сепіа-Уорфа, розумова діяльність і бажання пізнавати світ безпосередньо залежать від мовних знань [1].

Поняття «білінгвізм» походить від латинського слова bilingua, що означає подвійну мову. Білінгвізм трактується як здатність оперувати більш ніж однією мовою, а білінгвом уважається людина, яка володіє щонайменше двома мовами. Розрізняють два види білінгвізму: державні мови (коли певна соціальна група використовує більше однієї мови) та індивідуальні мови (коли окрема людина використовує більше однієї мови, кожну з яких обирає для певної мовленнєвої ситуації).

Мозок поліглота працює більш повноцінно, ніж мозок людини, навченої правилам лише однієї мови. При переході з однієї мови на іншу мозок повністю перезавантажується. Це створює численні нейронні зв'язки в мозку. Загалом, люди, які володіють декількома мовами, мають різносторонньо багатшу особистість, здатність краще вчитися новому, вільніше і впевненіше спілкуються з іншими. Зростання в багатомовному середовищі дає дітям можливість збагатити не лише свою мову, а й карту вражень, урізноманітнити свій життєвий досвід і отримати ширший погляд на світ. Наприклад, в ескімоській мові слово «сніг» має більше 20 слів, оскільки сніг має дуже важливе значення для цього народу. Вивчення цих 20 слів назавжди змінить уявлення про сніг. Те саме стосується всього іншого. Зростання в багатомовному суспільстві робить людей більш обізнаними і більш розуміючими.

Ще одне досить цікаве спостереження: люди, які розмовляють більш ніж однією мовою (мультилінгви), зазвичай мають здатність дуже легко переключатися між певними проблемами і вирішувати в голові кілька завдань одночасно. Такі люди можуть відносно швидко і легко адаптуватися до раптових змін обставин.

Такі висновки були зроблені в результаті досліджень. Вчені тестували людей різних вікових груп, які розмовляли однією мовою (монолінгви) і тих, хто володів двома і більше мовами (білінгви і поліглоти).

Результати показали, що молодші люди, які очікувалося, краще вирішують логічні задачі, ніж ті, кому 45 років і більше. Однак важливо зазначити, що люди у віці більше 45 років, які володіють двома або більше іноземними мовами, показали дуже хороші результати. Причиною цього є те, що білінгви та мультилінгви не втратили здатність вирішувати складні завдання паралельно зі своїм віком.

Білінгви та мультилінгви здатні концентруватися на головних питаннях і приділяти значну увагу деталям. Тому носії двох і більше мов можуть легко адаптуватися в новому колективі. Це пояснюється тим, що білінгвам і мультилінгвам легше зрозуміти мікроклімат у колективі і, відповідно, взаємовідносини в середині колективу [2].

Численні експерименти та дослідження підтвердили, що люди, які аналізують ситуацію та висловлюють думки про неї іноземною мовою, приймають більш логічні та обґрунтовані рішення. Однак тут є важливий момент, на який слід звернути увагу. Вивчення іноземної мови під впливом зростання особистості в багатомовному середовищі повинне починатися з дитинства.

Список використаних інформаційних джерел

1 Ковалів Ю. І. Гіпотеза Сепіра – Ворфа. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Київ : ВЦ «Академія», 2007. Т. 1 : А–Л. С. 229.

2 Іноземні мови і розвиток мозку людини: вражаючі факти. URL: https://osvita.in/ua/inozemni-movi-i-rozvitok-mozku-ljudini-vrazhajuchi-fakti/

НІМЕЦЬКІ ЗАПОЗИЧЕННЯ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

***В. О. Миколенко**, спеціальність Філологія, група ФІЛ б-21*
***С. І. Переломов**, старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Українська мова протягом століть збагачувалася словами іншомовного походження, серед яких німецькі лексеми посідають одне з провідних місць. У сучасному українському розмовному дискурсі існує понад 1 000 німецьких запозичень, повністю асимільованих українською мовою. Історичне вивчення іншомовних слів у сучасній українській літературній мові залишається одним із найважливіших завдань у галузі українського мовознавства.

Наша мова завжди відкрита до нових слів та адаптування чужомовної лексики. Зростання українсько-німецьких зв’язків у

сфері бізнесу, туризму та в освітніх програмах створює потребу в знанні німецької мови, а також розумінні власне германізмів. Це допомагає покращенню комунікації, сприяє культурному розумінню, а також успішній взаємодії між народами двох країн.

Варто зазначити, що багато німецьких запозичень було виявлено ще до існування Київської Русі. Проте значною мірою германізми потрапили до нашої мови в XIV–XVI століттях через польську мову, оскільки в той час українські землі перебували під владою польсько-литовських господарів. Серед таких слів виділяють: лантух (*das Landtuch*), плуг (*der Pflug*), ратуша (*das Rathaus*), смак (*der Geschmack*) тощо. Вже за часів Петра I до Російської імперії, якій належали українські землі, активно переїжджали німецькі фахівці та створювали так звані германські осередки. Такі колонії існували навіть у Полтаві, тож через те, що в той час там функціонувала досить прибуткова сукновальня, лексика, яка починала приживатися, стосувалася безпосередньо цього ремесла, наприклад: верстак (*die Werkstatt*), шнур (*die Schnur*) тощо.

Оскільки українська література упродовж тривалого часу відчувала значний тиск із боку російської, джерелом німецьких запозичень ставали як твори самих німецьких авторів, які читати могли лише представники освіченої інтелігенції та дворяни, так і переклади художніх творів, здійснені українськими поетами та письменниками (М. Старицьким, І. Франком, Лесею Українкою, П. Грабовським). Перш за все це були роботи німецьких класиків: Шиллера, Гейне, Гете та ін. Саме до цих часів в українській мові відносять появу слів «ландшафт» (*die Landschaft*) і «брудершафт» (*die Bruderschaft*). Основоположник української літературної мови Іван Котляревський, публікуючи своє перше видання «Енеїди», додав до книжки словник чужомовних слів, серед яких 45 було позначено як «німецькі слова», наприклад: краватка (*die Krawatt*), крейда (*die Kreide*), мусити (*müssen*), ваги (*die Waage*) та ін.

Згодом збагачення української мови германізмами стало залежним від упливу економічного розвитку Німеччини на тогочасну Україну. Разом із поширенням промислових зв’язків до нашої лексики потрапили нові слова: бутерброд (*das Butterbrot*), шпроти (*die Sproten*), шніцель (*der Schnitzel*), вагон (*der Wagen*).

У часи Першої та Другої світових воєн до української мови ввійшли слова «кітель» (*der Kittel*), «шпиталь» (*der Spital*), «бункер» (*der Bunker*), «камін» (*das Kamin*), «шприц» (*die Spritze*) тощо.

Словник іншомовних слів за редакцією О. Мельничука містить у собі 1005 слів німецького походження. Серед них є досить поширені, такі як: бухгалтер (походить від нім. *das Buch* «книга» і *halten* «тримати»); вундеркінд (походить від нім. *das Wunderkind*: *das Wunder* «диво», *das Kind* «дитина»); курорт (походить від нім. *der Kurort*: *die Kur* «лікування» й *der Ort* «місце»); мольберт (походить від нім. *das Malbrett*: *das Mal* «пляма, знак», *das Brett* «дошка»); рюкзак (походить від нім. *der Rucksack*: *der Rücken* «спина» і *der Sack* «мішок»); поштамт (походить від нім. *das Postamt*: *die Post* «пошта», *das Amt* «установа»); фельдмаршал (походить від нім. *der Feldmarschall*: *das Feld* «поле», *der Marschall* «маршал»); циферблат (походить від нім. *das Zifferblatt*: *die Ziffer* «цифра», *das Blatt* «лист, аркуш»); шлагбаум (походить від нім. *der Schlagbaum*: *der Schlag* «удар» і *der Baum* «дерево»).

Загалом виділяють основні чотири види запозичень:

1) запозичення, які відносно зберегли вимову етимонів та їхню структуру (*Papier* – папір, *Stempel* – штемпель);

2) запозичення, що зазнали часткової субституції без структурних змін (*Flügel* – флігель, *Feldwebel* – фельдфебель);

3) запозичення, що здебільшого зберегли вимову етимонів, але зазнали структурних змін (*Strafe* – штраф, *Patronentasche* – патронташ);

4) запозичення, що зазнали змін у фонемному складі та графічному зображенні, а також змінили структурні додатки або дістали нові (*Kugel* – куля, *Zucker* – цукор).

Завдяки перевагам, які надавало у свій час магдебурзьке право (регламентація діяльності купецьких об'єднань та цехів, регулювання торгівлі, опіки, спадкування), українські міста торгували з іноземними купцями й мали контакти з ремісниками, тож наразі немає жодної промислової галузі, де б не вживались німецькі терміни.

Германізми можна поділити на такі групи:

1. Військова лексика: гетьман – [*Hetman*], комісар – [*Kommissar*], варта – [*Warte*], спис – [*Spieß*];

2. Виробнича лексика: будівництво: кошт – [*Koste*], майстер – [*Meister*]; столярство: ґвинт – [*Gewinde*], рама – [*Rahmen*];

слюсарство: триб – [*Trieb*], шина – [*Schiene*]; лісорубство: гонги – [*Gang*], филюнок – [*Fällung*], шпера – [*Sperre*];

3. Політичні поняття: герб – [*Erbe*].

4. Суспільні поняття: ґвалт – [*Gewalt*], ладунок – [*Ladung*], маршрут – [*Marschroute*].

5. Побутова лексика: дах – [*Dach*], кухоль – [*Küefel*], ліхтар – [*Leuchter*], друшляк – [*Durchschlag*], фляшка – [*Flasche*], шухляда – [*Schublade*], шнурки – [*Schnur*].

6. Назви якостей: барва – [*Varwe*], гарт – [*Hart*], фраєр – [*Freier*], шваґер – [*Schwager*].

7. Назви одягу: бюстгальтер – [*Brusthalter*], брусля – [*Brustlatz*], камаші – [*Gamaschen*], масля – [*Masche*], фартух – [*Vortuch*], шарф – [*Schärpe*].

8. Кулінарія: вафлі – [*Waffel*], гуляш – [*Gulasch*], крендель – [*Kringel*], картопля – [*Kartoffel*], смалець – [*Smalz*], шкварка – [*Schwarte*].

9. Торгівля: борг – [*Borg*], бурштин – [*Bernstein*].

10. Медичні назви: інфекція – [*Infektion*], діагноз – [*Diagnose*], бронхіт – [*Bronche*], аспірин – [*Aspirin*].

11. Сільське господарство: апшлаг – [*Abschlag*], бендуг – [*Bindwagen*], компост – [*Kompost*], дишель – [*Dichsel*], мандебурка – [*Magdeburger*], ташка – [*Tasche*].

Список використаних інформаційних джерел

1. Дмитренко О. В. Полуніна Ю. І. Німецькі лексичні запозичення в українському розмовному дискурсі. Імідж сучасного педагога. 2020. № 2 (191). Полтава. С. 63–67. URL: http://isp.poippo.pl.ua/article/view/199556.
2. Тарас Пиц. До історії дослідження німецьких запозичених слів в українській мові. Українська мова. 2013, № 2. С. 84–99. URL: https://shron1.chtyvo.org.ua/Pyts_Taras/Do_istorii_doslidzhennia_nimetskykh_zapozychenykh_sliv_v_ukrainskii_movi.pdf.
3. Рябініна І. М., Лисенко Н. В., Іванілова А. В. Германізми в українській мові: багаторівневий процес та їх значення. Vectors of the development of science and education in the modern world : collective monograph / Compiled by V. Shpak ; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services, 2023. С. 201–205. URL: https://www.eo.kiev.ua/resources/zmist/mono_2023_14/mono_2023_14.pdf.

СЛЕНГ У ПІСЕННИХ ТЕКСТАХ МУЗИЧНОГО ДУЕТУ TWENTY ONE PILOTS

***А. П. Нємченко**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*
***Д. С. Помазан**, асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавського університету економіки і торгівлі

Twenty One Pilots – американський гурт із Колумбуса. Групу заснували в 2009 році. На 59-й церемонії «Ґреммі» Twenty One Pilots здобули нагороду у номінації «Найкраще поп-виконання дуетом або гуртом».

Гурт, що утворився 2009 року, складався з трьох учасників: Тайлера Джозефа, Кріса Саліха та Ніка Томаса. Twenty One Pilots почали швидко завойовувати популярність, репетиції та поїздки з концертами штатом Огайо вимагали все більше часу. Врешті решт, коли поєднувати музику і навчання стало надто складно, Кріс та Нік покинули гурт.

Це відбулося 2011 року, досить скоро Джозеф зустрів барабанщика Джоша Дана, і Twenty One Pilots перетворилися на дует [1].

Світового визнання гурт досяг у 2015 році, представивши свій четвертий студійний альбом Blurryface, який став першим альбомом в історії, кожна пісня з якого отримала як мінімум «золоту» сертифікацію від RIAA.

Найвідоміші пісні гурту: сингли Stressed Out, Ride та Heathens [2].

Twenty One Pilots відомий своїм складним неочікуваним сюжетом в кожному альбомі, починаючи з Blurryface закінчуючи Clancy.

Відео на пісню Nico And The Niners музиканти зняли у будівлі факультету кібернетики університету ім. Тараса Шевченка. Більша частину дії у кліпі відбувається біля корпусу КНУ ім. Шевченка або у його стінах [1].

Метою даного дослідження являється виявлення та розбір сленгу в піснях гурту Twenty One Pilots, а також ознайомлення з важливими нюансами в їхньому перекладі.

Нами проаналізовано тексти п’яти популярних пісень гурту Twenty One Pilots – *Heavydirtysoul, Doubt, Overcompensate, Stressed out, Chlorie.*

***Heavydirtysoul* (2015)** – перший трек із альбому Blurryface [5]. У тексті цієї пісні нами виявлені такі сленгові вирази:

✓ *Smoking them out*- виганяти когось з якогось місця. *«**Smoking them out** the basement»*.

✓ *Mindless zombies* – називають безтурботну людину, або яка втратила індивідуальність. *«**Mindless zombies** walking around with a limp»* [7].

***Doubt* (2015)** – трек із альбому Blurryface [4]. Маємо такі сленгові значення:

✓ *Shaking hands with the dark past of my thoughts* – вираз про боротьбу з внутрішніми демонами;

✓ *Claw our way up their system* – про вибірковість та боротьбу зі стереотипами. *«Gnawing on the bishops, **claw our way up their system**»*.

***Overcompensate* (2024)** – трек із альбому Clancy [6]. Знайдено сленги:

✓ *Earned my stripes* – вказує на досягнення, навички або досвід. *«**Earned my stripes**, 300 tracks in my Adidas track jacket»*;

✓ *Acting gobsmacked* – діяти вражено (*gobsmacked*- британський сленг, що означає велике здивування). *«**Acting gobsmacked** don't hesitate to maybe overcompensate»*.

***Stressed out* (2015)** – трек із альбому Blurryface [8]. Знайдено сленги:

✓ *Play pretend* – прикидатися, імітувати. *«We used to **play pretend**, give each other different names»*

✓ *Blurryface* – вигадана особистість або внутрішній демон, що може виникати в певних психологічних станах, які призводять до невпевненості або страхів. *«My name's **Blurryface** and I care what you think»*.

***Chlorie* (2018)** – трек із альбому Trench [3]. Знайдено сленги:

Straight – означає «чистий», «чистий, без змішування з іншими речовинами». *«Sippin' on **straight** chlorine»;*

✓ *Vibes* – слово для позначення загального настрою або емоційної атмосфери. *«let the **vibes** slide over me»;*

✓ *Fall out of formation* – відступати від установленого порядку або плану;

✓ *Rebel* – бунтівник або людина, яка протиправно виступає проти влади або авторитету. *«**Rebel** red carnation»*;

✓ *Catch you up to speed* – означає дати комусь всю інформацію яку він пропустив, щоб він був на одному рівні з іншими. «Let me **catch you up to speed**» [8].

Отже, проаналізувавши творчість гурту Twenty One Pilots, ми бачимо, що в піснях широко використовуються сленгові вирази, які надають більш оригінального забарвлення та смислу. Саме за допомогою них, ми ознайомилися з авторським сленгом, який розширив нашу обізнаність в даній темі. Вивчення сленгу за допомогою пісень є актуальною складовою частиною освоєння іноземної мови та допомагає нам розширити кругозір, ознайомитися з цікавими сленгізмами та побачити їх використання на практиці. Сленг, як ніщо інше, може надати мові свіжості та цікавості у разі розумного його використання, а деякий сленг, на мою думку, із часом стане таким популярним, що почне використовуватися як одиниця офіційної мови, і це вкотре доведе актуальність його вивчення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Наш Київ. URL: https://nashkiev.ua/news/popoulyarniy-amerikanskiy-gourt-twenty-one-pilots-znyav-klip-ou-kievi-video.
2. Суспільне Культура. URL: https://suspilne.media/culture/696096-fakelonosec-ucasnik-twenty-one-pilots-zavivsa-z-ukrainskim-napisom-u-novomu-klipi/
3. Twenty One Pilots – Chlorine (Official Video). URL: https://www.youtube.com/watch?v=eJnQBXmZ7Ek.
4. Twenty One Pilots – Doubt (Official Audio). URL: https://www.youtube.com/watch?v=MEiVnNNpJLA.
5. Twenty One Pilots – Heavydirtysoul (Official Video) URL: https://www.youtube.com/watch?v=r_9Kf0D5BTs&list=RDEMr9ZkDmyg4Y39GwnbPKJlLA&index=9.
6. Twenty One Pilots – Overcompensate (Official Video). URL: https://www.youtube.com/watch?v=53tgVlXBZVg.
7. Speechyard. URL: https://speechyard.com/uk/
8. Twenty One Pilots – Stressed Out (Official Video). URL: https://www.youtube.com/watch?v=pXRviuL6vMY&list=RDEMr9ZkDmyg4Y39GwnbPKJlLA&start_radio=1&rv=eJnQBXmZ7Ek.

СЛЕНГОВІ ІНТЕРНЕТ-АБРЕВІАТУРИ СУЧАСНОЇ МОЛОДІ

***А. П. Нємченко**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Наукова розвідка присвячена дослідженню сленгових інтернет-абревіатур сучасної молоді, які все частіше використовуються в наш час.

Метою роботи є аналіз абревіатур молодіжного інтернет-сленгу в англійській мові на сучасному етапі їх розвитку.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання:

− визначити феномен молодіжного сленгу, який відіграє провідну роль у лексичній системі мови та відображає соціокультурні зміни в житті суспільства, зокрема молоді;

− підкреслити важливість молодіжного інтернет-сленгу як засобу передачі інформації для людей, які використовують новітні комп'ютерні технології в їх повсякденному житті;

− здійснити акцент на проблемі грамотності Інтернет-користувачів на сучасному етапі розвитку лінгвістики.

Сленг (з англ. *Slang*) те ж, що жаргон, переважно в англомовних країнах. Як правило, сленг не використовується в офіційній розмовній і писемній мові. Він виникає при необхідності зробити мову більш невимушеною і грайливою, особливо у своїй компанії. Завдяки сленговим виразам в розмову вкрапляється частка гумору, грубості або шоку [4].

Неологізми, найбільш вживані в інтернет-мережі, умовно можна поділити на наступні групи:

− комп'ютерні терміни;
− інтернет-сленг;
− комп'ютерний сленг або жаргон;
− молодіжний сленг [1].

Пізніше, з появою Інтернету, почали з'являтися знайомі всім ***LOL*** *(laughing out loud, laugh out loud)*, ***ROFL*** *(rolling on floor, laughing)* та ін.

Сучасний мережевий сленг є широким і різноманітним. Абревіатури, які постійно створюють Інтернет-користувачі є не лише скороченими варіаціями типу, ***IMHO*** *(in my humble opininon)*, ***JK*** *(just kidding)*, ***OMG*** *(Oh my god)*, але й складнішими утвореннями з певним емоційним забарвленням.

Наприклад, якщо співрозмовник є неприємним, можна відповісти ***KTHXBAI*** *(OK, thanx, bye)* або ж, навпаки, щоб підкреслити своє хороше відношення до нього, можна використати ***LYLAB*** *(Love you like a brother)* або ***LYLAS*** *(Love you like a sister)*.

При спілкуванні в мережі користувачі не лише використовують сленг, але і часто умисно перекручують написання слів або будують неправильні граматичні конструкції, таким чином

Інтернет, нажаль, сприяє поширенню неграмотності своїх користувачів.

Наприклад, пишуть *labtop* замість *laptop*, *alright* замість *all right*, тощо [1]. Інтернет-сленг постійно розвивається і змінюється. Можемо виділити наступні неологізми, якими послуговуються інтернет-користувачі на сучасному етапі розвитку молодіжного інтернет-сленгу.

AFAIR: *As far as I remember наскільки я пам'ятаю*
AFAP: *As Far As Possible наскільки це можливо*
ATM: *At the moment на даний момент*
B4: *Before перш ніж* [2]
BBIAB: *Be back in a bit я повернуся за хвилину*
BFF: *Best Friends Forever кращі друзі назавжди*
BFN: *Bye For Now до зустрічі*
CU: *See you (later) побачимося (пізніше)*
DND: *Do not disturb не турбувати*
F9: *Fine гаразд, добре*
FAQ: *Frequently Asked Question(s)часті питання*
FYI: *For your information до вашого відома*
GBTW: *Get back to work повернутися до роботи*
HAND: *have a nice day хорошого дня (побажання)*
HF: *Have fun удачі*
IDK: *I don't know я не знаю*
IRL: *In real life у реальному житті*
LMK: *Let me know дайте мені знати*
M8: *Mate товариш*
NP: *No problem немає проблем*
THX/THNX, ***TNX*** *or* ***TX:*** *Thanks! Дякую!*
TMI: *Too much information занадто багато інформації*
U: *You ти (Ви)*
W8: *Wait Зачекайте!*
YHBT: *You have been trolled Вас затролили!*
YW: *You're welcome. Будь-ласка!* [3].

Отже, розглянувши абревіатури сучасного інтернет-сленгу ми бачимо, що вони є різноманітними: від простих (утворених від початкових літер декількох слів), до більш складних (утворених від початкових літер слів, що складають речення). Також абревіатури інтернет-сленгу мають емоційне забарвлення й

виражають певне відношення автора повідомлення до ситуації або співрозмовника.

Список використаних інформаційних джерел

1. Історія інтернет – сленгу. URL: http://rapidsteps.com/topic/549.
2. Перший Кембриджський Центр. URL: https://cambridge.ua/uk/blog/sokrashcheniya-i-abbreviatury-v-angliyskom-yazyke/
3. English Internet Slang. URL: http://en.wiktionary.org/wiki/Appendix:English_internet_slang/
4. Termin.in.ua [Електронний ресурс]. URL: https://termin.in.ua/slenh/

ПЕРЕКЛАД ЯК ВИД МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

***В. О. Павленко**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-41*
***Н. С. Сухачова**, канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Наукова розвідка присвячена перекладу, як не лише мовному аспекту, а й як культурному процесу комунікації між представниками різних лінгвокультур.

Метою роботи є дослідження перекладу як засобу й різновиду міжмовної та міжкультурної комунікації.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: дати визначення терміна «переклад»; дослідити важливість та особливості перекладу в процесі комунікації між культурами; розглянути види перекладів.

Переклад – це двомовна діяльність, що є особливим видом комунікації. За допомогою перекладу здійснюється опосередковане спілкування людей, які належать до різних культурних товариств, де культурним посередником є перекладач [3].

Переклад відіграє важливу роль у подоланні бар’єрів, полегшенні спілкування між народами та зрозуміти навколишній світ. Більше того, переклад навіть допомагає людям зрозуміти навколишній світ. Завдяки наявності перекладених новин, наукових журналів та політичних документів люди можуть дізнатися про найактуальніші світові події та проблеми, що сприяє міжкультурному взаєморозумінню та взаємодії. Надаючи доступ до інформації різними мовами, переклад допомагає долати перешкоди та зменшувати непорозуміння.

Перекладацькі послуги суттєво сприяють розвитку та підтримці міжнародних відносин. Дипломати, політики та чиновники часто звертаються до послуг перекладачів, щоб зрозуміти своїх колег з інших країн і співпрацювати з ними. Завдяки якісним перекладам здійснюється ефективна комунікація та взаємодія між країнами, особливо у сфері торгівлі, дипломатії та політики безпеки.

Розуміння культури носіїв мови оригіналу, а також культури носіїв мови перекладу відіграє важливу роль у перекладацькій діяльності. Перекладач, якому бракує культурної компетенції, не здатен виконати точний та якісний переклад. Для цього необхідно постійно розвивати свою культурну грамотність.

Культура створює спілкування, а мова є його носієм. Культурні та мовні особливості є невід'ємною частиною людського сприйняття, а це означає, що переклад є доволі складним видом діяльності. Особливо це стосується художнього перекладу, де слова та фрази глибоко занурені в культурний контекст. Художній переклад – це переклад художніх творів, текстів та літератури, де важливо передати стиль автора, лексичну та синтаксичну структуру [2]. Він дає змогу аудиторії в усьому світі оцінити геніальність таких творів, як п'єси Шекспіра, шедеври Данте «Божественна комедія» та Сервантеса «Дон Кіхот». Отже, переклад дозволяє нам об'єднуватися через століття та кордони з вічними темами та ідеями.

Існує безліч видів перекладу, кожен з яких має свої окремі вимоги та складнощі. До найпоширеніших належать: художній переклад, технічний переклад, медичний переклад, юридичний переклад, фінансовий переклад, локалізація тощо.

Художній переклад включає в себе переклад художніх творів, таких як романи, вірші та п'єси. Перекладачі художніх текстів повинні бути не лише знавцями мови, але й мати глибоке розуміння художнього стилю та структури оригіналу. Вони повинні вміти передати задуманий автором зміст, стиль і атмосферу тексту мовою перекладу. Наведемо приклад уривку сонету 1 Вільяма Шекспіра у перекладі Д. Павличка

From fairest creatures we desire increase,
That thereby beauty's rose might never die,
But as the riper should by time decease,
His tender heir might bear his memory [5].
Ми прагнем, щоб краса потомство мала,

Щоб цвіт її ніколи не зачах,
Щоб квітнула троянда нетривала,
Все наново постаючи в бруньках [4].

Технічний переклад має на меті переклад вузькоспеціалізованих текстів, таких як технологічні інструкції, наукові звіти тощо. Для виконання точного перекладу перекладачам потрібне глибоке розуміння, обізнаність з термінологією, тексти якої він перекладає. Перекладач має донести складну технічну інформацію так, щоб її легко зрозуміла цільова аудиторія.

Медичний переклад має на меті переклад медичних документів, таких як історії хвороби, наукові праці та клінічні дослідження тощо. Перекладачі медичної сфери повинні добре розуміти медичну термінологію та етичні міркування, пов'язані з медичною практикою. Вони повинні вміти точно передавати медичну інформацію професіоналам й пацієнтам.

Юридичний переклад охоплює переклад юридичних документів та контрактів. Перекладач повинен добре розуміти юридичну термінологію та правову систему як мови оригіналу, так і мови перекладу, щоб забезпечити точний переклад, вміти передавати юридичні положення та термінологію так, щоб їх легко розуміли як юристи, так і люди, які не є спеціалістами в галузі права.

Фінансовий переклад вимагає перекладу фінансових документів, таких як щорічні звіти, фінансова звітність та матеріали для зв’язків з інвесторами. Перекладачі повинні мати глибоке розуміння фінансового жаргону та нормативних актів, щоб здійснювати точні переклади. Вони повинні вміти передавати фінансову інформацію так, щоб її легко розуміли інвестори та фінансові фахівці.

Локалізація – це переклад і культурна адаптація продукту до особливостей певної країни, регіону чи групи населення, водночас під «продуктом» мають на увазі будь-який товар або послугу [1]. Локалізація неможлива без дослідження та вивчення цільового ринку – країни, міста чи певної групи людей, які розмовляють однією мовою та мають схожі культурні характеристики.

Отже, дослідивши види перекладу, можна зробити висновок, що його роль в міжкультурному процесі є багатогранною і над-

звичайно важливою. Переклад має глибокий вплив на те, як люди взаємодіють між собою та з навколишнім світом, а знаючи його типи та особливості, можна досягати неймовірних результатів. Оскільки технології продовжують розвиватися, майбутнє перекладу передбачає створення ще більш сучасних інструментів, які дадуть нам змогу спілкуватися та налагоджувати зв'язки, незважаючи на мовні бар'єри.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вікіпедія [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/
2. Електронний архів КНУТД [Електронний ресурс]. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/23667/1/Dialog_2023_P351-356.pdf.
3. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/92903.
4. Dovidka.biz.ua [Електронний ресурс]. URL: https://dovidka.biz.ua/soneti-shekspira-ukrayinskoyu/
5. Poetry Foundation [Електронний ресурс]. URL: https://www.poetryfoundation.org/poems/50643/sonnet-1-from-fairest-creatures-we-desire-increase.

ТИПИ АНГЛІЙСЬКИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНСЬКІЙ МОВІ

***Д. А. Решетар**, спеціальність Філологія, група Філ б-21*
***Н. С. Сухачова**, канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На сучасному етапі, англійська мова має достатньо широке розповсюдження та відіграє важливу роль у процесі глобалізації. Лексична та морфологічна структури англійської мови вплинули на більшість мов, у тому числі й на українську мову. Цей процес є постійним та стрімко розвивається, що говорить про зміни в сучасному словнику української мови та масштабне поширення англійської мови. Актуальність теми дослідження полягає у тому, що явище запозичень з англійської мови є як і розвитком та історією англійської мови, так і деструктивним феноменом для інших мов при занадто поширеному вживанні англіцизмів, особливо враховуючи їх переклад та трансляцію в неангломовне суспільство. Як перекладачі, так і пересічні ко-

ристувачі мов, повинні розуміти вплив та походження запозичень, адже це безпосередньо впливає на подальший розвиток та існування їх власних мов.

Метою дослідження є типи та походження англійських запозичень в українській мові, їхній функціональні особливості та важливість.

Запозичення – це перехід слів з однієї мови в іншу внаслідок взаємодії цих мов. Існує велика кількість англіцизмів, отже їх можна класифікувати за: 1) ступенем засвоєння; 2) способом запозичення; 3) формою та значенням; 4) характером запозичення [2].

За ступенем засвоєння розрізняють такі запозичення: англійські слова, запозичені українською лексичною системою, що набули вигляду притаманного корінним словам (*автомобіль, бар, бізнес, комп'ютер*); слова, запозичені частково (*метро, бриджі, менеджер*) [1]; варваризми – іншомовні слова або словосполучення, що суперечать нормам іншої мови (*селфі, драйв, чайлд-фрі, реаліті-шоу*) [4].

За способом запозичення існують прямі англіцизми – слова, запозичені безпосередньо з англійської мови (*фастфуд, фітнес, телевізор, геймер*). Іншим способом запозичення є використання англійської мови як мови-посередниці, до якої слово увійшло спочатку з іншої мови, а вже потім з англійської воно увійшло до української мови (*веранда* (англ. *veranda*, з інд. *варанда,* від перс. *барамда – галерея*), *трамвай* (англ. *tramway*, з франц. *tramway), телефон* (англ. *telephone*, від дав.-гр. *τῆλε «далеко» + φωνή «голос», «звук»*) [3].

За формою та значенням запозичення поділяють на: запозичення іншомовної форми та значення (*експорт, шоу, спорт*); запозичення іншомовної форми для вираження свого значення (*тест, файл, стрес, спікер*); запозичення іншомовного значення в різній формі (*фішка, тренд*) [1].

Науковці також виокремлюють англіцизми за характером запозичення: лексичні – запозичені слова у єдності їх форми й змісту (*трансфер, блок, ватман, бюджет, спонсор*); кальки – перекладені слова або вирази, які залишаються структурно вірними до оригіналу (*вища освіта* (*higher education*)*, природний ресурс* (*natural resource*)) [2]; інтернаціоналізми – міжнародні слова, які вживаються не менше, ніж у трьох споріднених мовах (*Інтернет, ресторан, телефон, волейбол, фольклор*) [1].

Отже, зважаючи на таке різноманіття англіцизмів, можна зробити висновок, що англійські запозичення в українській мові є не лише результатом міжкультурної взаємодії, а й важливим елементом її еволюції. Вони розширюють лексичний запас та відображають сучасні реалії, проте потребують обережного використання, щоб зберегти ідентичність та культурну спадщину мови. Розуміючи структуру та способи поширення запозичень можна краще контролювати цей процес, особливо для лінгвістів та перекладачів, адже при перекладі потрібно це також враховувати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гудима Н. В. Класифікація основних типів запозичень у сучасній українській літературній мові. *Наукові праці Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка*. Філологічні науки. Вип. 20. 2009. С. 147–151.
2. Запозичена лексика. Різні шляхи і види лексичних запозичень. URL: https://studfile.net/preview/9391507/page:22/
3. Кравчук Н. М. Стилістичні функції англіцизмів (на матеріалі сучасної української прози). URL: https://library.vspu.net/jspui/bitstream/
4. Марценюк О. Г., Ременяк С. В., Кулик А. І. Варваризми в сучасній українській мові. *Молодий вчений.* 2022. № 4.1 (104.1), 39–42.
5. Мельничук О. Словник іншомовних слів. URL: https://ev.vue.gov.ua/wp-content/uploads/2018/04/Мельничук-О.-ред.-Словник-іншомовних-слів.pdf.
6. Чернікова Л. Ф., Смілик Т. І. Англіцизми в сучасній українській мові. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/bitstream/handle/123456789/34810/36-Chernikova.pdf?sequence=1.

АНГЛІЙСЬКІ ПРИСЛІВ'Я ТА ПРИКАЗКИ: ОСОБЛИВОСТІ ПЕРЕКЛАДУ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

Є. О. Усова, *студентка спеціальності Філологія, група Філ б-41*
Д. С. Помазан, *асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Мета роботи полягає в дослідженні особливостей перекладу прислів'їв та приказок з англійської мови на українську. Ознайомлення з англійськими прислів'ями та пошук їх українських еквівалентів є важливою частиною вивчення мови та

культурних особливостей для розвитку мовленнєвої вправності. Використання прислів'їв та приказок надає мовленню виразності, робить його більш переконливим та емоційно насиченим. Відтворення прислів'їв і приказок є складною і особливою задачею перекладу, що підтверджує актуальність обраної теми.

Для досягнення мети дослідження було поставлено такі завдання: дати визначення поняттям прислів'я та приказки; з'ясувати поняття перекладу; дослідити та проаналізувати сучасні приказки англійської мови та обґрунтувати необхідність їх вивчення; зробити класифікацію особливостей перекладу прислів'їв і приказок.

Прислів'я – це влучний образний вислів, часто ритмічний за будовою, який у стислій формі узагальнює, типізує різні явища життя.

Приказка – стислий крилатий народний вислів, близький до прислів'я; іноді – скорочене прислів'я, але без властивого йому повчального значення.

Переклад – відтворення оригіналу засобами іншої мови зі збереженням єдності змісту і форми.

Прислів'я та приказки є одним з найдавніших жанрів усної народної творчості. Вони допомагають краще розуміти національний характер та інтереси людей, які їх створили. Також вони відображають ставлення до різних ситуацій, побут, потреби, звички та традиції цих людей. Прислів'я і приказки мають найрізноманітніші джерела виникнення, але часто забувається першоджерело висловлювання. Коли вислів перетворюються на прислів'я, він стає частиною суспільної свідомості. Тому вірніше сказати, що вони мають народне походження, а їх першоджерело знаходиться в колективному розумі народу. Протягом тисячоліть прислів'я не лише відображали різноманітні аспекти діяльності людей, але й висловлювали турботи та проблеми народу. Вони коротко, точно й яскраво відображають життя та історію. Прислів'я та приказки були створені багатьма поколіннями людей постійно розвивалися та вдосконалювалися протягом століть, передаючись з покоління в покоління. Вивчення іноземної мови охоплює не лише засвоєння певної кількості слів і навичок письма, читання та граматики, але й вивчення культурних особливостей і традицій країни, де мова вивчається. Способи перекладу англійських прислів'їв та приказок можна класифікувати так:

1) Прислів'я та приказки, які мають повний еквівалент (їх кількість становить менше 15 %):

A friend in need is a friend indeed – Друг пізнається в біді;

All is well, that ends well – Все добре, що добре закінчується;

At home even the walls help – Вдома і стіни допомагають;

It is never too late to learn – Вчитися ніколи не пізно.

2) Прислів'я та приказки, які мають частковий еквівалент (їх кількість становить приблизно 55 %):

Like water off the duck's back – Як з гуски вода;

To buy a pig in a poke – Купити кота в мішку;

A drop in the ocean – Крапля в морі;

А *cat with nine lives – Живучий, як кішка.*

3) Прислів'я та приказки, переклад яких значно відрізняється від оригіналу, але загальний зміст виразу зберігається(їх кількість становить приблизно 30 %):

A gift in the hand is better than two promises – Краще синиця в долоні, ніж журавель в небі;

When pigs fly – Коли рак на горі свисне;

Go home and say your prayers – Не сунь носа в чужі справи;

Don't quarrel with your bread and butter – Не плюй в криницю – прийдеться води напитися.

Перекладач повинен мати глибокі знання як англійських, так і українських прислів'їв, щоб вміти підібрати відповідний аналог або еквівалент. Прислів'я відображають світогляд народу, його розуміння емоцій та трактування різних подій та понять, оскільки вони допомагають зрозуміти внутрішній світ мовця та його характер. Глибше розуміння культури інших країн та вивчення їх мови збагачує власну культуру, оскільки вноситься щось нове. Використання прислів'їв і приказок може розширити знання мови, збільшити словниковий запас, сприяти засвоєнню лексики, граматичних і фонетичних особливостей, а також сприяти швидшому вивченню іноземних мов.

Прислів'я та приказки є невід'ємною частиною культури народу, які залишаються актуальними незалежно від прогресу, економічного розвитку та технологій. Незалежно від епохи, вони завжди будуть характерною рисою народу, предметом уваги та дослідження.

Список використаних інформаційних джерел

1. English Proverbs and Sayings. URL: http://english-learners.com/category/idioms-proverbs.

2. Англо-український фразеологічний словник / уклад. К. Т. Баранцев. Київ : Товариство «Знання», КОО, 2005. 1056 с.
3. https://uk.wikipedia.org/wiki.
4. Верба Л. Г. (2008) Порівняльна лексикологія англійської та української мов. Вінниця : Нова книга. – 102 с.
5. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського. URL: http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/12345679/92903.
6. Longman Dictionary of Contemporary English, 2003. 1949 с.

СЛЕНГОВІ ВИРАЗИ І СКОРОЧЕННЯ У ФЕНТЕЗІЙНОМУ МЮЗИКЛІ «ВОНКА»

***Д. Р. Чуйко**, студентка спеціальності Філологія, група Філ б-11*
***Д. С. Помазан**, асистент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Книга «Чарлі і шоколадна фабрика», написана відомим англійським письменником Роальдом Далом і вперше опублікована в 1964 році, досі має велику популярність у сучасному світі як серед дітей, так і дорослих. Сюжет книги розповідає нам про хлопчика на ім'я Чарлі Бакет, який в свій день народження виграв квиток на екскурсію до шоколадної фабрики Віллі Вонки. У книзі піднімається тема про те, що за злі вчинки потрібно відповідати, а в свої мрії треба вірити! Ця книга була двічі екранізована. У 1971 році режисер Мел Стюарт випустив перший фільм «Віллі Вонка і шоколадна фабрика», а в 2005 вийшла друга екранізація «Чарлі та шоколадна фабрика» від режисера Тіма Бертона, де головну роль зіграв відомий актор Джонні Деп.

Мета нашої доповіді дослідити сленгові вирази та скорочення у фентезійному мюзиклі «Вонка».

У 2023 році виходить музичний фентезійний фільм «Вонка», знятий режисером Полом Кінгом, який відомий за такими стрічками, зокрема «Пригоди Паддінгтона» (2014) і «Пригоди Паддінгтона» (2017). В Україні фільм в прокат вийшов 6 грудня. Мюзикл «Вонка» не є рімейком, це приквел до фільму. Як говорить сам Пол Кінг в інтерв'ю на LetterBox: «Дія відбувається за 25 років до подій у фільмі 1971 року, тобто наприкінці 1940-х» [5]. Фільм розповідає про молодого Віллі Вонку, який розпочинає свою подорож виробником шоколаду. На шляху він стикається з шоколадним картелем та потрапляє в пастку місіс

Скрабіт Олівії Колман, яка змушує його працювати на неї обманом. У будинку місіс Скрабіт головний герой знайомиться з сиротою на ім'я Нудл та разом вони знаходять шлях, завдяки якому він втілює свої мрії в життя.

Тімоті Шаламе зіграв головного героя мюзиклу Віллі Вонка. В інтерв'ю Vanity Fair на прем'єрі фільму в Лос-Анджелесі, Шаламе поділився, що це був фізично найскладніший проєкт, який він коли-небудь робив. Він наголосив, що співати та танцювати дається нелегко. Тімоті був навколо музичного театру все своє життя, але це було на іншому рівні. Необхідно бути в центрі кадру під час танцю, репетирувати місяцями і бути присутнім на кожному дублі. «Тож це був великий виклик» – наголошує Шаламе в кінці [14].

Пол Кінг завжди бачив Тімоті Шаламе в головній ролі мюзиклу Віллі Вонка. Від самого початку він думав, що Шаламе має всі якості, які потрібні для головного персонажа мюзиклу. Також був вражений від проєктів молодого актора [8].

Мюзикл «Вонка» став успішним фільмом після п'яти тижнів на великому екрані, зібравши більше чим 500 мільйонів доларів в світових продажах квитків [15].

Нами було проаналізовано тексти чотирьох популярних пісень з мюзиклу «Вонка»: «A hatful of Dreams» (2023), «Scrub scrub» (2023), «You've never had chocolate like this» (2023), «Oompa Loompa» (2023).

«A hatful of Dreams» співається на початку фільму, коли головний герой прибуває до міста в надії реалізувати свої мрій. В тексті було виокремлено такі сленгові скорочення та вирази: *I've, gotta, there's, that's, we'd, here's, they've, didn't* та інші. Наприклад: *«... and the city **I've** pinned seven years of hopes on»*; *«**Gotta** drag myself up by my one good bootlace»*; *«**There's** a famous restaurant on every street here»*; *«**Here's** my destiny, I just need to unlock it»*. Сленговий вираз: Crash and burn – означає мати вражаючий провал [2]. Наприклад: *«Will I **crash and burn** or go up like a rocket?»* [13].

Під час пісні «Scrub Scrub» в мюзиклі показують як працює Віллі та інші працівники в пральні, яких теж обманом змусила працювати місіс Скрабіт у своєму готелі. В тексті пісні було виявлено такі сленгові скорочення та вирази: *it's, gotta, don't fold 'em, they'll, we've.* Наприклад: *«**It's** still long, though»; «**gotta** press out all the creases from the dresses and chimneyses»; «but*

when we sing this song, the day ***don't*** *seem so long»; «…* ***gotta fold 'em*** *like they told us or they'll scold us and withhold our»; «we all signed the dotted line so* ***we've*** *gotta do our time».* Сленговий вираз: grub – вживається в значенні їжі [3]. Наприклад: *«gotta fold 'em like they told us or they'll scold us and withhold our* ***Grub, grub*** [10].

У сцені, коли співається пісня «You've Never Had Chocolate Like This», нам показують Віллі Вонку, який представляє людям свої шоколадні творіння на вулицях європейського міста. У тексті виявлено такі сленгові вирази та скорочення: *there's, you've, you'll, can't, don't.* Наприклад, *«Well,* ***there's*** *chocolate, and there's chocolate»; «But only Wonka's makes your eyes pop out their sockelets»; «****You've*** *never had chocolate like this»; «Just take a chance and* ***you'll*** *be dancing to a different tune»; «Lost your hair? Can't think where?»; «****Don't*** *despair I come prepared».* Сленгові вирази: *put a sock in it* – використовується в значенні прохання замовкнути [7]; *tie the knot* – одружитися [11]; *sky-rocke-let* – спричинити різке та швидке підвищення або збільшення [9]. Наприклад, *«Oh, put a* ***sock in it****! Make sure they're all frisked!»; «We have just* ***tied the knot*** *and it's, all because of Wonka's chocolate!»; «Only Wonka's makes your confidence* ***sky-rocke-let****!»* [12].

Під час виконання пісні «Oompa Loompa» Г'ю Ґрантом, нам розповідають історію про його персонажа, острів Умпа-Лумпа та про те як Вонка викрав какао-боби. В пісні виявлено такі сленгові скорочення та вирази: *I've, you'll, we'd, I'm*. Наприклад: *«****I've*** *got a tragic tale for you»; «If you are wise, you'll listen to me»; «My job was guarding what little* ***we'd*** *got»; «****I'm*** *disgraced, cast out in the cold».* Сленгові вирази: *cast out* – виключити, з певного підрозділу суспільства, або обраної групи [1]; *pinch* – вкрасти/взяти щось [6]; *You gotta be kidding me* – термін, який часто вживають жителі північно-східної частини США, коли їх обдурюють настільки, що це виходить за межі розуміння [16]. Наприклад, *«I'm disgraced,* ***cast out*** *in the cold»; «You came along and* ***pinched*** *the lot»; «Till I've paid my friends back a thousand fold, a thousand fold? You* ***gotta be kidding me****, I repeat, a thousand fold»* [4].

Отже, в пісенних текстах мюзиклу «Вонка» використовується багато сленгових скорочень, що є невід'ємною частиною більшості англомовних пісень. Сленгові вирази в мюзиклі викорис-

товується не надто багато, однак вони присутні, додаючи колориту та живості тексту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Cast out. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Cast%20Out.
2. Crash and burn. Urban dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Crash%20and%20burn.
3. Grub. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=grub.
4. Hugh Grant, Timothée Chalamet. Oompa Loompa. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/17bN37TI0A1ZqTB5XGvQj7?si=Z-_dZfAqTQqmSrg8ASeZlA&context=spotify%3Atrack%3A17bN37TI0A1ZqTB5XGvQj7.
5. LetterBox. Pure imagination: in conversation with Paul King on the joy of Willy Wonka and making movies for everyone. URL: https://letterboxd.com/journal/Paul-king-wonka-interview/
6. Pinch. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=pinch.
7. Put a sock in it. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=put%20a%20sock%20in%20it.
8. Screen Daily. Paul King talks casting Timothée Chalamet in ‘Wonka’: “He’s slightly unknowable, like he’s stepped in from another world”. URL: https://www.screendaily.com/features/paul-king-talks-casting-timothee-chalamet-in-wonka-hes-slightly-unknowable-like-hes-stepped-in-from-another-world/5188922.article.
9. Sky-rocke-let. Merriam-webster Dictionary. URL: https://www.merriam-webster.com/dictionary/skyrocket.
10. The Cast of Wonka. Scrub Scrub. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/3OrWcKf5zbAJV7wiVfD9Ma?si=ZeVZ8XjWT52dBNePyGIqkg&context=spotify%3Atrack%3A3OrWcKf5zbAJV7wiVfD9Ma.
11. Tie the knot. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=tie%20the%20knot.
12. Timothée Chalamet, The Cast of Wonka. You’ve Never Had Chocolate Like This. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/3lsGSsT7qt3XLnnkEEPlFe?si=i2pzoH0LRdWQuPqLFdSzIA&context=spotify%3Atrack%3A3lsGSsT7qt3XLnnkEEPlFe.
13. Timothée Chalamet. A hatful of Dreams. Spotify. URL: https://open.spotify.com/track/0FILw3ZbdxQFxR0ci91ONt?si=CYshxqqvRrW88freSW05Qg&context=spotify%3Atrack%3A0FILw3ZbdxQFxR0ci91ONt.
14. Vanity Fair. Timothée Chalamet says Wonka was his most challenging Film Yet. URL: https://www.vanityfair.com/hollywood/timothee-chalamet-wonka-premiere-interview.

15. Variety. Timothee Chalamet's 'Wonka' Hits Sweet Box Office Milestone With $500 Million Globally. URL: https://variety.com/2024/film/box-office/timothee-chalamet-wonka-box-office-milestone-500-million-globally-1235871337/
16. You gotta be kidding me. Urban Dictionary. URL: https://www.urbandictionary.com/define.php?term=You%20Gotta%20Be%20Kidding%20Me.

ВАЛЛІЙСЬКА МОВА ЯК ОДНА З ОФІЦІЙНИХ МОВ УЕЛЬСУ

С. В. Чуль, *студентка спеціальності Філологія, група Філ б-21*
Н. С. Сухачова, *канд. філол. наук, доцент кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Валлійська мова належить до кельтських мов, на якій розмовляють приблизно 659 тисяч людей в Уельсі та ще декілька сотень людей уельської колонії в Аргентині й Патагонії. Також, носії валлійської зустрічаються в Канаді, США, Англії, Шотландії, Новій Зеландії, Австралії [2].

Мета дослідження полягає у популяризації мови, яка є однією з корінних мов Британських островів.

На початку двадцятого століття половина жителів Уельсу користувалася валлійською мовою для щоденного спілкування. Проте до кінця століття цей показник знизився до 20 %. За даними перепису населення 2001 року, приблизно 582 тисячі осіб вміли вільно спілкуватися валлійською, 659 тисяч володіли мовою на рівні розмови, читання та письма, тоді як 797 тисяч осіб володіли валлійською на достатньому рівні [2].

Посилаючись на результати опитування, проведеним уельським телеканалом S4C, кількість носіїв валлійської мови в Уельсі становить приблизно 750 тисяч осіб, й близько 1,5 мільйони людей розуміють валлійську мову. Крім того, близько 133 тис. носіїв валлійської мови проживають в Англії, з них приблизно 50 тис. – на території регіону Великий Лондон [2].

Найперші відомі твори уельської літератури – поема «Гододин» Анейріна, в якій описано битву між кельтами та нортумбрійцями, що відбулася приблизно у 600 р. та вірші Таліесіна, що розповідають про Урієна, короля Регеда у VI ст. Точно не відомо, коли ці твори були написані. До їхнього створення усі письмові твори в Уельсі були латинською мовою [2].

У наш час існують телевізійні канали і радіостанції, які транслюють передачі повністю чи переважно валлійською мовою, виходять щотижневі і щомісячні журнали та газети. Також розвивається шоу-бізнес валлійською. Існують театральні трупи, які виступають валлійською мовою, а також постійно проводяться культурні фестивалі по всій території Уельсу [2].

У школах Уельсу учні віком від 5 до 16 років мають можливість вивчати валлійську мову як свою першу або другу мову. Перша школа, яка розпочала викладання на валлійській мові, була заснована у місті Аберіствіт у 1939 році. На сьогоднішній день в Уельсі існує понад чотири сотні початкових шкіл та півсотні середніх шкіл, де викладання проводиться переважно чи повністю валлійською. Деякі курси університетів та коледжів Уельсу також викладаються валлійською мовою. Крім того, існує значна кількість курсів валлійської для всіх бажаючих [2].

Валлійська має схожі риси з бретонською й корнською мовами. Деякі контакти існують з менською, шотландською, ірландською мовами [2].

Наведемо приклад схожих та розбіжних рис цих мов на прикладі фрази «Я живу в Уельсі»:

Валлійська мова – *Dw i'n byw yng Nghymru*
Корнська мова – *Trigys ov yn Kembra*
Бретонська мова – *E Kembre emaon o chom*
Ірландська мова – *Tá mé i mo chónaí sa Bhreatain Bheag*
Шотландська (гельска) мова – *Tha mi a' fuireach anns a' Chuimrigh*
Менська мова – *Ta mee cummal 'sy Vretyn*

Отже, ми можемо зробити висновок, що валлійська мова є невід'ємною частиною культури Британських островів і суспільство робить все можливе для збереження своєї корінної мови.

Список використаних інформаційних джерел

1. З кельтських мов на Британських островах виживає лише валлійська. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/25121708.html.
2. Лінгвістична енциклопедія: Валлійська мова, алфавіт та вимова. URL: https://linguapedia.info/uk/movi/vallijska.html.
3. Modern Welsh Dictionary: A guide to the living language. OUP Oxford, 2007. 560 p.
4. Welsh Grammar You Really Need to Know. Teach Yourself, 2013. 288 p.

СПІЛЬНІ РИСИ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА НІМЕЦЬКОЇ МОВ

***Т. Р. Явтушенко**, спеціальність Філологія, група ФІЛ б-41*
***С. І. Переломов**, старший викладач кафедри української, іноземних мов та перекладу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Англійська та німецька належать до найпоширеніших мов у світі. Німецька мова споріднена з англійською. Як наслідок, багато подібностей між англійською та німецькою може полегшити носіям однієї мови вивчення іншої. Хоча англійська запозичила багато своїх слів із латинської, французької та грецької, в основі її лексика спільна для германських мов. Це означає, що більшість найпоширеніших слів у сучасній англійській мові мають спільне з німецькою коріння.

І німецька, і англійська запозичували слова одна в одної. Ось деякі з тих, які можна впізнати:

Angst (fear) пор. з англ. anger
Fest (feast, celebration, party)
Poltergeist (ghost)
Kindergarten (nursery school, kindergarten)

Навчаючись чотири роки в університеті на філолога, я багато разів чула таке твердження: якщо ти вже знаєш одну мову, наприклад, із західногерманської групи, то вивчити іншу з тієї ж групи буде набагато легше.

Однією з найбільш вражаючих подібностей між англійською та німецькою мовами є велика кількість спільнокореневих слів тобто слів, які мають подібне походження та значення в обох мовах. Наприклад, англійський іменник *house* має німецький відповідник *Haus*, а англійське *book* відповідає німецькому *Buch*. Інші поширені споріднені слова включають *bread* (Brot), *water* (Wasser), *father* (Vater) тощо.

Проте є багато слів в англійській та німецькій мовах, які звучать дуже схоже, але мають абсолютно різні значення.

Наприклад, німецьке *Gift* зовсім не «дар», як в англійській, а «отрута або смертельна отрута». Чи, скажімо, англійське слово *also* перекладається як «теж, також», хоча німецькою *also* означає «отже».

Ще один приклад – німецький іменник *Gang* («ходіння, хід, прохід») і англійське *gang* («бригада; зміна; банда»).

В англійській мові використовується латинський алфавіт, що складається з 26 літер, які лежать **в основі і німецької** абетки, яка відрізняється лише 4 додатковими буквами (ä, ö, ü і ß).

Англійська та німецька також мають схожу структуру речень – однаковий прямий порядок слів: суб'єкт речення стоїть першим, потім дієслово, а потім об'єкт. Наприклад, англійською ми скажемо: *I eat an apple*, а німецькою – *Ich esse einen Apfel*. За будь-якого порядку слів (прямого чи зворотного) на другому місці завжди стоїть дієслово (присудок).

Ще одна схожість між англійською та німецькою мовами полягає у використанні модальних дієслів – допоміжних дієслів, що виражають можливість, здатність, дозвіл або зобов'язання. В англійській мові модальними дієсловами є *can, could, may, might, shall, should, will, would* і *must*. У німецькій мові до модальних дієслів належать *können, müssen, dürfen, sollen, wollen* і *mögen*. Обидві мови використовують модальні дієслова для передачі подібних значень.

Приклад:

Can you give me a pen?

Kannst du mir einen Kugelschreiber geben?

Підсумовуючи, можна ствердити, що хоча німецька та англійська мають самостійне походження, вони демонструють багато подібностей як із точки зору лексики, так і граматики та структури речень. Обидві мови з часом впливали одна на одну, англійська запозичила багато слів з німецької і навпаки. Незалежно від того, вивчає хтось німецьку чи англійську, розуміння схожості та відмінностей між двома мовами може допомогти краще спілкуватися та цінувати їхню багату мовну історію.

Список використаних інформаційних джерел

1. Подібності та відмінності між англійською та німецькою мовою. URL: https://learn-english.net.ua/samovchitel/podibnosti-ta-vidminnosti-mizh-anglijskoyu-ta-nimeckoyu-movoyu/
2. Exploring the Similarities between the German and English Languages. URL: https://www.verbalplanet.com/blog/similarities-between-german-and-english-languages.asp.
3. Importance of German language. URL: https://www.linkedin.com/pulse/importance-german-language-raghavan-m-h.
4. Similarities between English and German. URL: https://www.fita.in/similarities-between-english-and-german/

ПРОГНОЗУВАННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

А. В. Браженко, *студентка спеціальності Міжнародний бізнес, група МЕВ МБ б-21*
А. Л. Флегантова, *канд. екон. наук, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Прогнозування макроекономічних показників є важливим і актуальним, оскільки вони допомагають розуміти тенденції в економіці, що в свою чергу дозволяє приймати кращі рішення для управління економічними процесами. Прогнозування допомагає ідентифікувати ризики, пов'язані з економічними змінами, і приймати заходи щодо їх зменшення. Для бізнесів і урядів важливо мати чітке уявлення про те, які фінансові ресурси будуть доступні у майбутньому і прогнозування макроекономічних показників допомагає в цьому.

У даному дослідженні ми аналізували фактичні та прогнозовані значення наступних макроекономічних показників: інфляція (%), народжуваність (млн осіб), смертність (осіб), кількість населення (млн осіб) та безробіття (%) діяльності України. Для прогнозування використовували функцію програми Microsoft Excel «тенденція». Прогноз було розроблено на 2024–2032 рр., за базу прогнозу було взято період з 1991 року до 2023 року (табл. 1).

Таблиця 1 – Прогнозовані значення макроекономічних показників діяльності України 2024–2032 рр.

Рік	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Інфляція, %	74,44	88,22	91,08	91,09	91,43	91,17	90,49	89,74	88,98
Народжуваність, млн осіб	1,44	1,47	1,5	1,53	1,55	1,57	1,59	1,6	1,61
Смертність, осіб	633 886,8	624 045,5	616 410,4	610 109,5	605 831,3	601 034,3	595 124,3	587 057,5	580 054,6

Продовж. табл. 1

Рік	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
Кількість населення, млн осіб	41,92	41,63	41,37	41,18	40,94	40,71	40,48	40,25	40,01
Безробіття, %	10,09	10,25	10,28	10,32	10,44	10,39	10,42	10,23	10,20

Джерело: розроблено автором на основі: [1].

Отже, у прогнозований період з 2024 до 2032 року рівень інфляції має загальну тенденцію до збільшення з 74,44 % у 2024 до 88,98 % у 2032 році. Показник рівня народжуваності має тенденцію до збільшення з 1,44 млн осіб у 2024 році до 1,61 млн осіб у 2032 році. Показник смертності також має тенденцію до зменшення, з найбільшим значенням у 2024 році (633 886,8 осіб) та найменшим значенням у 2032 році (580 054,6 осіб). Показник кількості населення має загальну тенденцію до зменшення. Так, максимальна кількість населення у період з 2024 року до 2032 року прогнозується у 2024 році і становитиме 41,92 млн осіб, а найменша кількість населення буде спостерігатися у 2032 році і становитиме 40,01 млн осіб. Показник безробіття має загальну тенденцію до зростання, проте найменше його значення спостерігається у 2024 році (10,09 %), а найбільше у 2028 році (10,44 %) і до 2032 року показник зменшується до значення 10,2 %.

Список використаних інформаційних джерел

1. Статистична інформація. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html.

REGRESSION ANALYSIS OF THE ECONOMY OF GREAT BRITAIN

Anna Zaika, *group MEV MB b-21*
Poltava University of Economics and Trade;
Khrystyna Salo, *Pontifical Salesian University, Roma, Italy faculty of Intelligence and Educational Psychology*
Anna Flegantova, *Candidate of Economics, Associate Professor of the Department of International Economics and International Economic Relations – Academic supervisor*
Poltava University of Economics and Trade

Regression analysis is a statistical method used to identify the relationship and degree of influence of one indicator on another. It

makes it possible to assess the impact of one or more indicators on the variable under study. It is also widely used for forecasting and analyzing various phenomena.

The study of the regression model of the dependence of UK GDP on macroeconomic indicators in the pre-quarantine (2017–2019) and quarantine (2020–2022) periods is important and relevant, because using the study of the regression model, it is possible to determine which macroeconomic indicators have the greatest impact on GDP over certain periods of time. This is especially important during crises such as the COVID-19 pandemic, when it is important to understand which elements have the greatest impact on the economy.

We chose the UK for this study because its economy plays a significant role in the global economy. London is one of the largest financial centers in the world. British banks, investment funds, and financial institutions play a significant role in the global financial system. The UK is one of the largest importers and exporters in the world. Its economy is closely linked to international trade, particularly in coal, automobiles, pharmaceuticals, and financial services. Britain is a leader in technology and innovation. Through its membership in the UN, NATO, the G7 and other international organizations, the UK has influence on international relations and politics.

The global economy, including the UK economy, has been severely affected by the COVID-19 pandemic. This has led to significant changes in the structure of the economy, the market, GDP levels, and many other factors. The study of the regression model in the pre-quarantine (2017–2019) and quarantine (2020–2022) periods is important for understanding and managing the economy during the crisis. This will help determine how the pandemic affected the country's economy and which elements had the greatest impact on GDP. Such an analysis will not only provide insight into how the economy responds to crises, but will also help to develop plans for economic recovery and sustainability in the future.

The indicators selected for this study are: GDP (y), unemployment ($x1$), inflation ($x2$), population ($x3$), average wage ($x4$), national income ($x5$), mortality ($x6$), foreign investment ($x7$), net migration ($x8$), gross national income ($x9$), and production ($x10$). We chose to take these indicators for the pre-quarantine period (2017–2019) and the quarantine period (2020–2022) in order to compare and analyze how the crisis affected the country's economy.

Table 1 – Initial data for building a regression model of the dependence of UK GDP on several macro-economic indicators in the pre-quarantine (2017–2019) and quarantine (2020–2022) periods

Period	Year	GDP (billion dollars. U.S.) (y)	Unemployment (%) (x_1)	Inflation (%) (x_2)	Population (million) (x_3)	Average salary (pounds sterling) (x_4)
Pre-quarantine period	2017	269 902	4,33	2,56	66 064 804	28 759
	2018	290 079	4	2,29	66 432 993	29 559
	2019	287 867	3,74	1,74	66 778 659	30 378
Quarantine period	2020	275 690	4,47	0,99	67 059 474	31 487
	2021	318 686	4,53	2,52	67 281 039	31 285
	2022	308 907	3,57	9	67 508 936	33 061

Continuation of Table 1

Period	Year	National income (billion USD) (x_5)	Mortality, persons (x_6)	Volume of foreign investment (USD billion) (x_7)	Net migration, persons (x_8)	Gross national income (USD billion) (x_9)	Production volume (USD billion) (x_10)
Pre-quarantine period	2017	276 668	9,314	125,36	3,923	276 668	241,5
	2018	281 887	9,382	–25,06	3,898	281 887	256,63
	2019	290 490	9,398	2,24	3,566	290 490	255,62
Quarantine period	2020	268 147	9,413	31,06	3,235	268 147	239,79
	2021	305 533	9,429	28,62	2,903	305 533	279,39
	2022	310 470	9,444	44,13	2,572	307 067	295,6

Source: compiled on the basis of: [1].

Thus, in the period from 2017 to 2019, the UK's GDP (in) tended to grow. Its maximum value was in 2018, and its minimum value was in 2017. However, in 2019, there was a slight decrease compared to 2018. GDP increased from 2020 to 2021, and decreased in 2022.

The UK unemployment rate (x_1) decreased from 2017 to 2019. It reached its highest value in 2017 and its lowest in 2019. In 2020–2021, this indicator increased significantly, and in 2022 it decreased.

The UK's inflation rate (x_2) gradually decreased between 2017 and 2019. In 2020, it decreased to 0.99, and in 2022 it increased significantly to 9%.

The population indicator (x_3) grew steadily between 2017 and 2019. In the period from 2020 to 2022, it continued to grow.

The average wage (x_4) tended to increase in the period from 2017 to 2020, but declined in 2021, and then increased again in 2022.

The national income indicator (x_5) tended to increase from 2017 to 2019. It reached its highest value in 2019 and its lowest in 2017. In 2020-2022, it dropped sharply, and in 2021 it increased just as sharply and continued to grow in 2022.

The mortality rate (x_6) tended to increase. It reached its highest value in 2022.

The volume of foreign investment (x_7) fluctuated in the pre-quarantine period. It reached its lowest value in 2018 and its highest in 2017. It increased at the beginning of the quarantine and decreased a year later. It reached its highest value in 2022.

The net migration indicator (x_8) has been steadily decreasing over the period 2017–2022.

Gross national income (x_9) grew steadily during the pre-quarantine period of 2017–2019. In early 2020, it dropped sharply, and in 2021 it increased significantly and continued to grow in 2022.

The production volume indicator (x_10) grew steadily during the pre-quarantine period of 2017–2019. In 2020, it decreased, but in 2021 it increased significantly and continued to grow in 2022.

We have built a regression model of the dependence of GDP on these indicators for the period from 2017 to 2022.

The formula that characterizes this period is as follows:

$$y = 0{,}443x_1 + 0{,}318x_2 - 0{,}467x_7 - 0{,}004x_8 + 0{,}816x_9 - 0{,}120. \quad (1)$$

The GDP of the country was most strongly influenced by the indicator “gross national income” (x_9), and least influenced by the indicator “net migration” (x_8).

Indicators with a negative sign have a negative impact: x_7, x_8, if they increase, the effective y will decrease. If the factor indicator “unemployment” (x_1) increases, the resulting indicator of the country’s GDP increases. The other x’s are not significant.

For comparison, we also built a model of the pre-quarantine period (from 2017 to 2019).

The formula characterizing the pre-quarantine period:

$$y = 0,061x_2 + 1,020x_9 - 0,061. \quad (2)$$

With an increase in the factor indicator “inflation” (x_2), the country’s GDP increases.

With an increase in the factor indicator “gross national income” (x_9), the country’s effective GDP increases.

The factor indicator “inflation” (x_2) has the least influence on the effective GDP variable.

The factor indicator “gross national income” (x_9) has the greatest influence on the effective GDP variable. The other x’s are not significant.

We also built a model of the quarantine period (from 2020 to 2022).

A formula that characterizes the quarantine period:

$$y = -0,267x_4 + 1,009x_9 + 0,030. \quad (3)$$

GDP is most strongly influenced by gross national income (x_9), and least influenced by average wages (x_4).

An indicator with a negative sign has a negative impact: x_4, if it increases, then y decreases. With an increase in the factor indicator “gross national income” (x_9), the country’s GDP increases. The other x’s are not significant.

Now we can investigate which of the indicators had the greatest and least impact on the UK’s GDP in 2017–2022.

In all three periods, “gross national income” (x_9) has the largest positive impact on the country’s GDP. This shows how important economic activity and profitability are for overall economic development. In all three periods, “net migration” (x_8) and “average wage” (x_4) have the least impact on the country’s GDP. Compared

to other indicators, GDP is less sensitive to these factors. In the pre-quarantine period, “inflation” (x_2) has a moderate impact on the country’s GDP, but is not a significant factor in both the general and quarantine periods. Indicators with a negative sign (x_7, x_8, x_4 in the quarantine period) have a negative impact on the country’s GDP. A decrease in these indicators may lead to an improvement in the economy.

References

1. Macrotrends – The Premier Research Platform for Long Term Investors. URL: https://www.macrotrends.net/.

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПАРКІВ

***А. Г. Капінос**, студентка спеціальності Архітектура та містобудування, група АБСм-23-3б*
***І. Л. Кравченко**, доктор архітектури, професор кафедри теорії архітектури – науковий керівник*
Київський національний університет будівництва та архітектури

Аналіз світового досвіду показує, що економічне зростання розвинутих країн вже давно базується на використанні сфери знань і високих технологій, а їх ефективне поєднання гарантує прогресивний розвиток нації та людства. Однією з найбільш вдалих форм такої інтеграції є інноваційно-технологічні парки.

Серед факторів, що впливають на формування архітектури інноваційно-технологічних парків можна виділити зовнішні та внутрішні. Зовнішніми факторами впливу вважають чинники, що є переважно не контрольованими зі сторони проєктувальників. Вони формують запит суспільства, вказуючи архітекторам на рівень потреби в тих чи інших архітектурних об’єктах. До зовнішніх факторів належать – соціально-економічні, технологічні, політичні.

Соціально-економічні фактори включають в себе соціальну частину та економічну, а саме:

– економічні – необхідність диверсифікації місцевої економіки, що робить її більш стійкою; потреба у збільшені робочих місць і, відповідно, податкових надходжень; розширення можливостей для підприємницької та інноваційної діяльності;

поліпшення іміджу міста; стимулювання економічного зростання регіону; сприяння створенню фінансових та нефінансових стимулів для залучення інвестицій, що сприятимуть будівництву сучасних інноваційно технологічних парків;

− соціальні – міграція населення; необхідність розробки новітньої соціальної та іншої інфраструктури за межами технологічного парку.

До технологічних факторів, що впливають на формування інноваційно-технологічних парків відносять: розвиток науково-технічного прогресу; інтеграцію ІТ-технологій в архітектуру, що впливає як на функціональне планування, так і на об'єм, образ будівлі.

До політичних факторів, що впливають на рівень потреби будівництва інноваційно-технологічних парків, відносять: необхідність забезпечення ефективної взаємодії з відповідними міжнародними організаціями, насамперед ООН з промислового розвитку (UNIDO), партнерами, іноземними державами щодо застосування інноваційних технологічних парків, як інструменту розвитку міжнародної кооперації та підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки, зокрема шляхом надання грантів на екологічні проєкти в рамках технологічних парків; необхідність налагодження взаємодії з міжнародними фінансовими організаціями, які можуть бути зацікавлені в реалізації проєктів створення та розвитку інноваційно-технологічних парків.

Екологічні фактори впливу на формування інноваційно-технологічних парків включають: необхідність впровадження при будівництві програм з повторного використання і переробки матеріалів, промислового симбіозу; необхідність сприянню впровадженню сучасних стандартів (систем екологічного та енергозберігаючого будівництва); необхідність вирішення проблем з традиційними джерелами енергії.

Внутрішні фактори визначають перелік нормативів, змін в середовищі та в функціях архітектури, суспільства та економіки. Внутрішні фактори контролюються зі сторони проєктувальників.

До внутрішніх факторів належать – природно-кліматичний, містобудівний, архітектурно-планувальний. Найвпливовішим серед внутрішніх факторів впливу на формування архітектури інноваційно технологічних парків є архітектурно-планувальний.

Він включає: вплив світових архітектурно-планувальних рішень, тобто орієнтацію на існуючі успішні моделі інноваційно-технологічних парків; типологічний чинник (визначення моделі, категорії парку); архітектурна доцільність та виразність (створення зон для праці та відпочинку, надання їм унікальності); ергономічний чинник (врахування всіх набутих з досвідом людства, встановлених емпірично вимог до навколишнього середовища).

Містобудівний фактор включає в себе все, що пов'язане з розташуванням об'єкту. На проєктування та архітектуру технопарків буде напряму впливати фактор розташування технопарку відносно міста, тобто – де саме виділена земельна ділянка під дане будівництво. Також, на формування архітектури інноваційних технопарків напряму буде впливати розвиток існуючої інфраструктури.

Природно-кліматичний фактор поєднує в собі та визначає: кліматичні особливості конкретної території (клімат, рельєф, орієнтація будівель відносно сторін світу, панівних вітрів, гідрогеологічні умови ділянки, рівень навколишнього шуму, забрудненості середовища); доцільність джерел альтернативної енергії (використання домінуючих джерел альтернативної енергії); наявність природно-паркової зони (можливість збереження існуючого озеленення).

Усі вищеперераховані фактори напряму або опосередковано впливають на формування інноваційних технологічних парків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Уханова І. О. Розвиток та функціонування технопарків: світовий досвід та специфіка в Україні : монографія / І. О. Уханова. Одеса : ОНЕУ, 2017. – 131 с.

ТНК У СИСТЕМІ СУЧАСНОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

В. В. Пахомов, *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

Сучасні ТНК – це глобальні бізнес-гіганти, чиї доходи, обороти, кількість працівників та сфера впливу виходять за межі найсміливіших мрій звичайних людей. Роль сучасних ТНК най-

краще описує їх статус – «квазідержавний» – і фактично на них припадає значна частина бюджетів багатьох країн.

Згідно з визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), транснаціональна корпорація – це компанія, що складається з материнської компанії та її закордонних дочірніх. ТНК створюють міжнародні виробничі системи, розподілені в декількох країнах, але з одним центром.

Відповідно до структурних критеріїв, ТНК – це компанія, яка має філії у двох і більше країнах, або власники чи вище керівництво якої є громадянами різних країн (діяльність ТНК контролюється головним офісом в одній країні). Саме тому більшість ТНК реєструються у США, Великобританії та інших розвинених країнах. Згідно з Кодексом поведінки, якщо топ-менеджмент «мислить на міжнародному рівні», компанію можна назвати транснаціональною. Оскільки транснаціональна компанія працює в декількох країнах, її топ-менеджмент повинен розглядати весь світ як потенційну зону отримання прибутку.

Основні характеристики ТНК – інтернаціональність і єдиний головний офіс: ТНК об'єднує багато країн під одним адміністративним центром, виробляючи, видобуваючи, продаючи і зберігаючи товари і сировину. І все це має бути інтегровано не лише на папері, а й фізично.

ТНК пов'язують країни, регіони і континенти. Важливо розуміти, що ТНК формуються роками, навіть десятиліттями. Ринок ТНК – це ринок, на якому діють компанії з оборотом, що іноді перевищує оборот деяких країн, або навіть кількох країн [1].

Продажі іноземних філій сучасних транснаціональних корпорацій значно перевищують обсяги «вільної» міжнародної торгівлі. Сьогодні в середньому в промислово розвинутих країнах половина всієї продукції виробляється іноземними філіями та дочірніми компаніями транснаціональних корпорацій. Приблизно така ж частка сировини і матеріалів імпортується або виробляється іноземними філіями [2].

Отже, сучасні транснаціональні корпорації відграють ключову роль у глобальній економіці, перетинаючи кордони та об'єднуючи країни у виробничі ланцюги та мережі розподілу і збуту товарів. Вони також створюють значну частину продукції та контролюють рух капіталу і товарів на світовому ринку. ТНК є основними структурними елементами більшості національних економік, сприяють їх розвитку та підвищенню ефективності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Венгер В. Особливості формування та розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації. *Європейський науковий журнал Економічних та Фінансових інновацій*. 2019. № 2 (4). С. 30–44.
2. Качур А. В., Могилко Д. М. ТНК та їх роль у сучасних міжнародних економічних відносинах. *Економіка та суспільство.* 2018, Мукачево : Мукачівський державний університет. № 19. С. 55–62.

STRATEGY FOR DOMESTIC BUSINESS ENTERING THE INTERNATIONAL MARKET: CANADIAN EXPERIENCE FOR UKRAINE

Pugach Rostyslav, *student of the MEV MB b-21 group*
Poltava University of Economics and Trade;
Erna-Beatrix Ilyŭs
The Center International d'Etudes Franzaises (CIEF) of the University of Reims Champagne-Ardenne (URCA) Reims, France;
V. Yu. Strilets, *Doctor of Economic Sciences*
Poltava University of Economics and Trade

Ukraine is undergoing an existential trial by war, started by Russia. In this war our state faces unprecedented human losses, massive financial and economic damages, significant destruction of the industrial and infrastructural potential built over many years. Despite the active hostilities caused by Russia's full-scale war against Ukraine inflicts significant losses, it's essential to research experience of post-war reconstruction and the development of Ukrainian businesses for the future. The question arises of restoring the neglected economy during the war, rebuilding trade relations and regain positions in the international market. Therefore, it is timely in the context of post-war reconstruction to consider strategies to strengthen Ukraine's position among global players. The aim of this article is to analyze Canada's experience and, based on it, develop practical recommendations to improve the position of the economy.

Both Ukrainian and foreign scholars are engaged in development of strategies for entering the international market. For example, Kramar I. explores the peculiarities of entering foreign markets as a way to ensure effective enterprise activity in the conditions of globalization [3]. Stanislavskyi O. V. examines the ways for domestic enterprises to

enter international markets [4]. Pedchenko N. S., Strilets V. Yu., and Franko L. S. explore innovative business strategies [5].

Canada's business experience serves as an example to emulate. Canada is a highly developed country in the world, ranking second place in terms of area and ninth one in terms of GDP, reaching $2.14 trillion USD in 2022. The Canadian economy heavily relies on international trade, with imports and exports of goods and services constituting about one-third of the GDP. Therefore, particular attention should be paid to the examination of the country's international economic relations. The three largest trading partners are the United States, China, and the United Kingdom. The USA is the largest exporter of goods and services, while China is the largest importer.

The three largest sectors contributing to the GDP are real estate, renting, and leasing; manufacturing industry and mining, quarrying industry and oil and gas extraction. According to the results of Canada's PESTEL analysis, Legal factors performed the best among all factors with a score of 0.938, while Economic factors showed the least value at 0.337. Other factors obtained intermediate values: Political factors – 0.693; Sociocultural factors – 0.69; Technological factors – 0.81; Environmental factors – 0.7.

In summary, there are certain pieces of advice and lessons from Canadian model that can be isolated for Ukraine. Firstly, Ukraine should adopt Canada's experience in legislative matters. All laws are aimed at protecting people and businesses, and they are strictly enforced. There are no possibilities to avoid the law, ensuring confidence in one's actions. Additionally, it's worth mention Canada's advancement in the technological sector. With a score of 0.81 in this factor, the country demonstrates how crucial advanced technologies are. The development of the entire technological network owes much to billion-dollar investments from both the state and private investors. In such case, it helped to automatize most of processes and to make the country even more attractive in the international market. Therefore, Ukraine should play a significant role in technological development during post-war reconstruction. Almost all sectors require high-tech and innovative solutions. For instance, the desire of the foreign manufacturer Bayraktar to build a factory in our country, where most processes will be conducted through high-tech solutions, can be highlighted.

So, it should be noted that Canada's development, characterized by well-structured laws and the creation of technological innova-

tions, which are popular worldwide. Ukraine should primarily stimulate the development of small and medium-sized businesses focused on foreign economic activity, as it represents significant development potential for the country.

References

1. Ukraine's accession to the EU markets: how to use international trends in favor of the state. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/31/703788/ (accessed November 27, 2023).
2. The economy of Canada. URL: https://canadaua.ca/archives/752 (accessed November 27, 2023).
3. Kramar I. Entering foreign markets as a way to ensure the effective operation of the enterprise in the context of globalization. Galician Economic Bulletin. 2017. № 2. P. 52–68.
4. Stanislavsky O. Ways of entering domestic enterprises to international markets. Modern approaches to enterprise management. 2019. URL: http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/181202.
5. Pedchenko N. S., Strelets V. Y., Franko L. S. Macro-competitive paradigm of innovative development of the national economy. Scientific perspectives. 2022. № 1(19). P. 351–360. URL: http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/1019.

ВИХІД БІЗНЕСУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК: ЄВРОПЕСЬКИЙ ДОСВІД НІДЕРЛАНДІВ ДЛЯ УКРАЇНИ

Д. Л. Сичук, *студентка спеціальності Міжнародний бізнес, група МЕВ МБ б-21*

В. Ю. Стрілець, *д-р екон. наук, професор кафедри, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де глобалізація і взаємодія міжнародних ринків стають невід'ємною частиною економічної реальності, стратегія виходу вітчизняного бізнесу на міжнародний ринок стає ключовою умовою для успішного розвитку компаній. У цьому контексті варто звернутися до досвіду країн, які вже успішно пройшли цей шлях. Враховуючи євроінтеграційну спрямованість України, важливим є дослідження досвіду провідних європейських країн щодо виходу бізнесу на міжнародний ринок. Однією з країн, яка досягла значних успіхів у цьому процесі є Нідерланди, тому метою дослідження є визначення практики Нідерландів у розвитку бізнесу за кордоном, що може бути адаптована до українських реалій.

Проблематика повоєнного відбудови країни, потерпілої від бойових дій, не є новою у просторі досліджень. Наприклад, Давид Рікардо ще у 1815 році розглядав механізми переорієнтації національних виробничих процесів на мирну діяльність після закінчення війни та способи відновлення економік. Проблеми виходу вітчизняного бізнесу на міжнародні ринки знаходяться у центрі уваги вітчизняних та зарубіжних науковців. Наприклад Набатова О. О. досліджує стратегії інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу в Україні [2]. Полковниченко С. О. розглядає стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок в умовах посилення євроінтеграційних процесів [3].

Нідерланди визначаються не лише своєю економічною стійкістю, але й активною участю в міжнародній торгівлі та бізнес-спільноті. Здобуті ними знання та практика можуть виявитися надзвичайно корисними для українських компаній, які прагнуть розширити свої горизонти і впровадити ефективні стратегії виходу на міжнародний ринок.

Нідерланди є впливовою країною ЄС, членом НАТО, ОБСЄ, 17 економікою світу. Оцінка економічної свободи Нідерландів становить 78,0, що робить її економіку 8-ю найсильнішою в Індексі 2023 року [5].

За даними проведеного нами PESTEL-аналізу показник боротьби з корупцією у Нідерландах становить 2,04 при еталонному значенні 2,37, що є досить позитивним значенням [4].

Одним із ключів до успішного економічного розвитку Нідерландів є вигідне географічне розташування, яке активно використовується для торговельної діяльності країни. У сучасних умовах її розвитку сприяє густа мережа автомобільних доріг, залізниць, внутрішніх водних шляхів і величезних портів. Завдяки добре налагодженій системі вантажних перевезень річками, каналами, трубопроводами, автомобільними та залізничними шляхами, Нідерланди стали головним центром морських перевезень для інших європейських країн [6]. Завдяки відкритості торгівлі (за проведеним нами дослідженням рейтинг Нідерландів за показником відкритості торгівлі становить 158,82, що засвідчує важливість експортно-імпортних відносин у економіці країни). Вигідне географічне положення України сприяє розвитку внутрішніх економічних зв’язків між окремими регіонами країни та зовнішньоекономічних відносин з прилеглими країнами. Отже, використовуючи досвід Нідерландів у даному питанні, можемо зазначити, що налагодження транзитної інфраструктури призве-

де до притоку капіталу в країну та зміцнення позицій на світовому ринку [1].

Можемо зробити висновок що на Україну чекає складний і відповідальний етап післявоєнної відбудови та вихід держави на нові міжнародні ринки. Міжнародна арена дає багато нових можливостей, прикладом є досвід Нідерландів. Завдяки боротьбі з корупцією та високорозвиненої транспортної мережі Нідерланди досягли неабиякого економічного та соціального успіху, стала провідною країною не лише в Європейському союзі, а й у всьому світі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вихід України на ринки ЄС: як використати міжнародні тренди на користь держави. URL: https://www.epravda.com.ua/columns/2023/08/31/703788/ (дата звернення: 27.11.2023 р.).
2. Набатова О. О. Стратегії інтернаціоналізації малого та середнього бізнесу в Україні. *Економічна теорія та право*. 2017. № 3. С. 21–33.
3. Полковниченко С. О. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок в умовах посилення євроінтеграційних процесів. *Проблеми і перспективи економіки управління*. 2019. № 3 (19). С 89–98.
4. Corruption Perceptions index. URL: https://www.transparency.org/en/cpi/2021 (дата звернення: 27.11.2023 р.).
5. Netherlands Economic Snapshot. OECD URL: https://www.oecd.org/economy/netherlands-economic-snapshot/ (дата звернення: 27.11.2023 р.).
6. Public transport in the Netherlands. URL: https://www.holland.com/global/tourism/getting-around/information/getting-around-in-the-netherlands/public-transport-in-the-netherlands.htm (дата звернення: 27.11.2023 р.).

DATA CLUSTERING OF THE LEADING AUTO MANUFACTURING COMPANIES

***Dina Sychuk**, student of specialty 292 International Economic Relations educational program «International Business»*
***Anna Flehantova**, PhD, associate professor of the department of International Economics and International Economic Relations*
Poltava University of Economic and Trade

In the conditions of rapid development of innovations in the field of production, marketing, technologies, thanks to the cluster approach, it is possible to reveal the potential of individual industries to increase the competitiveness of the region and the country's

economy in general. Data clustering involves grouping data based on inherent similarities without predefined categories. The main benefits of data clustering include simplifying complex data, revealing hidden structures, and aiding in decision-making. This becomes an extremely urgent issue in the current situation of changes in the market of goods and services. Now, when the car has long become not an object of luxury, but an object of everyday use, the machine building market is one of the leading and dynamic in the world. Automotive industry is highly dependent on the investment activity of companies; therefore, it is at the center of economic crises and ups and downs. That is why the foreign experience of the development of mechanical engineering and its development trends in different regions of the world becomes interesting.

While performing scientific work, we did cluster analysis. Cluster analysis was performed on a database of 20 companies in the automotive industry, namely, Volkswagen, Toyota Motor, Ford Motor, General Motors, Mercedes-Benz, BMW, Honda Motor, SAIC Motor, Hyundai Motor, Stellantis, Tesla, Nissan, Kia Motors, BYD Renault, Volvo, Suzuki Motor, Tata Motors, Mazda Motor, Subaru. We carried out a two-factor cluster analysis based on data for 2020–2022. The factors were 2 economic indicators of the companies' activity: revenue (billion $), share price ($).

During the above calculations, we used the Euclidean distance formula:

$$d_{ab} = \sqrt{(x_a - x_b)^2 - (y_a - y_b)^2}. \quad (1)$$

During the research, we decided to divide the companies into 3 clusters: with a large market value (cluster 1), with an average market value (cluster 2) with a low market value (cluster 3).

Based on the results of the cluster analysis of companies for 2020, we decided to divide the companies into 3 clusters:

1. Volkswagen, Toyota Motor.
2. Mercedes-Benz, Tesla, Tata Motors.
3. General Motors, Ford Motor, BMW, Stellantis, Volvo, Suzuki Motor, Mazda Motor, Subaru, Honda Motor, SAIC Motor, Hyundai Motor, Nissan, Kia Motors, BYD, Renault.

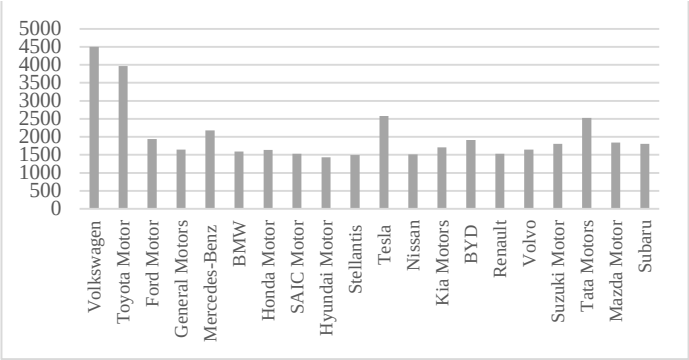

Figure 1 – The sum of the Euclidean distances of the leading auto manufacturing companies for 2020

Source: developed by the author based on [3; 4].

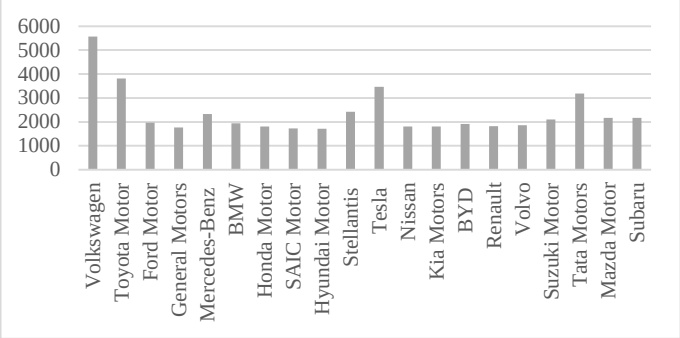

Figure 2 – The sum of the Euclidean distances of the leading auto manufacturing companies for 2021

Source: developed by the author based on [2; 4].

According to the results of the cluster analysis of companies for 2021, we decided to divide the companies into 3 clusters:

1. Volkswagen, Toyota Motor, Tesla, Tata Motors.
2. Mercedes-Benz, Stellantis, Suzuki Motor, Mazda Motor, Subaru.
3. General Motors, Ford Motor, BMW, Honda Motor, SAIC Motor, Hyundai Motor, Nissan, Kia Motors, BYD, Renault, Volvo.

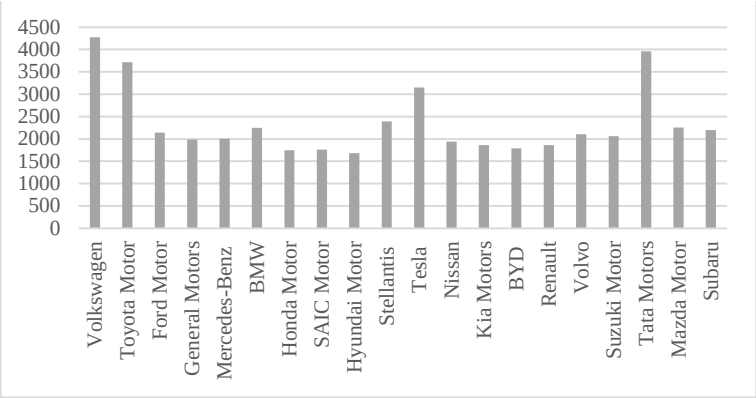

Figure 3 – The sum of the Euclidean distances of the leading auto manufacturing companies for 2022

Source: developed by the author based on [1; 4].

According to the results of the cluster analysis of companies for 2022, we decided to divide the companies into 3 clusters:

1. Volkswagen, Toyota Motor, Tesla, Tata Motors.
2. Ford Motor, BMW, Stellantis, Volvo, Suzuki Motor, Mazda Motor, Subaru.
3. General Motors, Mercedes-Benz, Honda Motor, SAIC Motor, Hyundai Motor, Nissan, Kia Motors, BYD, Renault.

Summing up, we can observe a transition between clusters of companies such as: Tesla and Tata Motors, which indicates the growing demand for electric cars and cheap cars.

References

1. STATISTA. URL: https://www.statista.com/statistics/232958/revenue-of-the-leading-car-manufacturers-worldwide/ (дата звернення: 15.03.2023 р.).
2. Thread In Motion. URL: https://www.threadinmotion.com/en/blog/top-10-biggest-car-manufacturers-by-revenue (дата звернення: 15.03.2023 р.).
3. Alan’s Factory Outlet. URL: https://alansfactoryoutlet.com/which-major-car-companies-were-the-most-and-least-profitable-in-2020/ (дата звернення: 15.03.2023 р.).
4. Yahoo! Finance. URL: https://finance.yahoo.com/watchlists/ (дата звернення: 15.03.2023 р.).

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Ю. Є. Туменко, *студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
А. Л. Флегантова, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі кожен важливий процес, що відбувається в глобальній економіці, включає участь транснаціональних корпорацій (ТНК), які концентрують міжнародне виробництво, капітал та витрати на дослідження та розробку, застосовуючи сучасні форми маркетингу, управління та продажів у підпорядкованих структурах та філіях. Здатність ТНК успішно конкурувати в глобальній економіці відноситься до їх конкурентоспроможності. Ці компанії можуть перемагати своїх конкурентів, входити на нові ринки та забезпечувати зростання завдяки різним факторам. Основою конкурентоспроможності ТНК є досягнення і збереження значної частки ринку, фокусування на невеликій кількості високоприбуткових товарів та послуг, які мають стійкі конкурентні переваги, розвиток продуктів, які створюють лояльність споживачів, створення глобальних брендів та підвищення ефективності дослідження та розробок.

Конкурентоспроможність ТНК – динамічна, багатофакторна відносна характеристика, пов’язана як із поточним станом конкурентних переваг компанії, так і з її потенціалом та напрямком розвитку. Конкурентоспроможність ТНК забезпечується оптимізацією окремих дій та управлінням усім ланцюгом вартості, яке виходить далеко за межі ТНК, але залишається під її строгим контролем.

Успіх компанії в конкуренції на світовому ринку визначається ключовими факторами конкурентоспроможності, і для більшості найбільших промислових ТНК він залежить все менше від наявних матеріальних активів та визначається внутрішніми та зовнішніми компетенціями та динамічними здібностями. Ключові фактори конкурентоспроможності (ключові компетенції) ТНК – це основні здатності, навички, ресурси, методи, бізнес-культура та інші характеристики компанії, які впливають на її конкурентоспроможність. Ці фактори можуть відрізнятися

для ТНК в різних галузях промисловості. Основними критеріями конкурентоспроможності ТНК є частка глобального ринку, динаміка обсягів продажів, обсяг і темпи чистого прибутку на одного працівника компанії, ступінь фінансової стабільності та ринкова капіталізація.

Для досягнення переваги над конкурентами ТНК використовують різноманітні методи недобросовісної конкуренції та обмежувальних практик бізнесу. Серед них: установлення контролю над діяльністю конкурента для її припинення; зловживання домінуючим становищем на ринку; нав'язування дискримінаційних комерційних умов; установлення залежності поставок конкретних товарів або послуг від прийняття обмежень на виробництво або розповсюдження конкуруючих товарів; домовленість щодо цін тощо. Перерозподіл ролей материнської компанії, підрозділів та філій в забезпеченні конкурентних переваг – ключовий компонент конкурентоспроможності сучасних ТНК.

Конкурентоспроможність ТНК все більше забезпечується за рахунок компетентної координації діяльності філій та дочірніх підприємств по всьому світу відповідно до глобальних конкурентних стратегій. Для забезпечення конкурентоспроможності ТНК все більш важливими стають лідерські якості та талант верхівки управління. Роль керівника полягає у забезпеченні високої конкурентоспроможності компанії. Існує багато прикладів ТНК у різних галузях, коли талановиті менеджери швидко досягали значного покращення конкурентних позицій компаній, а також обернених прикладів, коли середня якість управління призводила до стагнації і розпаду дуже великих і успішних міжнародних фірм.

Зміна конкурентної позиції великих компаній на світових ринках супроводжується зростаючим конфліктом інтересів між великими бізнесами та урядами-господарями. В результаті ТНК використовують стратегію виходу з цього ринку, що призводить до закриття філій компанії, фінансових втрат та втрат робочих місць. Пошук ефективної транснаціональної стратегії ТНК підвищить конкуренцію, стимулюватиме створення знань та сприятиме економічному зростанню.

Список використаних інформаційних джерел

1. Приходько В. П., Зозуля М. Ф. Конкуренція і конкурентоспроможність міжнародних компаній. *Науковий вісник Ужгородського*

національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». 2021. Вип. 39. URL: http://www.visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/39_2021ua/26.pdf (дата звернення: 04.04.2024).
2. 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/core/bitstreams/35cea810-1e85-4730-92c2-73e4dde869cf/content (дата звернення: 04.04.2024).
3. Flehantova A. Competitiveness of Transnational Companies of Creative Industries Market in Pre-Quarantine and Quarantine Periods. *Економіка розвитку систем*. 2023. Т. 5, Вип. 1. С. 4–10.

СПОСОБИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩІ

М. В. Баланович, *здобувач вищої освіти освітньої програми «Бізнес-економіка», група Е БіЕк_11*
Ж. А. Кононенко, *доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному глобалізованому світі, де конкуренція в бізнесі стає все більш жорсткою, визначення та збереження конкурентоспроможності є критично важливим завданням для будь-якого підприємства. Дослідження способів визначення конкурентоспроможності в бізнес-середовищі та їхню роль у досягненні стратегічних цілей компаній мають актуальність та є викликами сьогодення. Акцентується увага на необхідності поєднання різних підходів та інструментів для отримання повного та об'єктивного уявлення про стан конкурентоспроможності.

Привертають увагу такі основні складові конкурентоспроможності, як продуктові характеристики, цінова політика, маркетингові стратегії, інновації, якість обслуговування, доступність продукту та інші. Паралельно з цим враховуються методи вимірювання ефективності кожної складової, прикладом яких є SWOT-аналіз, портфельний аналіз, аналіз вартості та інші [3].

Наступним етапом є розгляд стратегічного управління в процесі визначення конкурентоспроможності. Зокрема, акцентується увага на стратегічному аналізі, розробці конкурентних стратегій та їхній імплементації. Обговорюються підходи до формулювання та оцінки стратегій, враховуючи зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства, а також перспективи розвитку ринкових та технологічних тенденцій [1].

При визначення конкурентоспроможності враховуються також інструменти та технології, які сприяють її визначенню в сучасному бізнес-середовищі. Особлива увага приділяється використанню аналітичних платформ, штучного інтелекту та Big Data для збору, аналізу та інтерпретації даних, що дозволяє

компаніям отримувати інсайти та приймати обґрунтовані стратегічні рішення [4]. Також розглядаються методи моделювання та симуляції для прогнозування впливу різних факторів на конкурентоспроможність підприємства.

Отже, аналіз конкурентоспроможності для ефективного управління бізнесом в умовах постійної зміни та нестабільності на ринку не залишає сумнівів і є актуальним. Наголосимо на потребі у комплексному підході до визначення конкурентоспроможності, який враховує як внутрішні, так і зовнішні чинники, а також використання сучасних технологій та аналітичних інструментів для отримання об'єктивних даних і прийняття стратегічних рішень.

Систематизувавши значення обраних критеріїв, влучно буде їх продемонструвати у вигляді рисунку [2].

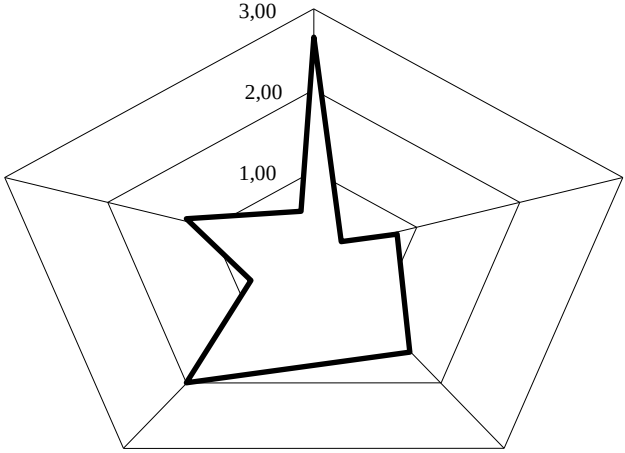

Рисунок – Модель-схема зображення крайніх точок ризиків [побудовано авторами]

Щоб визначити конкурентоспроможність підприємства, необхідно врахувати певні критерії, зокрема:

− підприємство повинно виробляти конкурентоспроможну продукцію;

− підприємство забезпечене високопрофесійними кадрами та організаційно-управлінським механізмом;

– підприємство має розроблену чітку конкурентну стратегію;

– у своїй діяльності орієнтується на ринок і систематичну роботу зі споживачами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Волошин А. В. Характеристика конкурентоспроможності та визначення її сутності. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2023. № 4 (68). С. 83–88. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2023/No4/83.pdf.
2. Мартин О. М., Лемещенко Н. І., Артемчук В. А., Парохненко А. С. Моделювання системи управління конкурентоспроможністю підприємства на основі маркетингу в умовах зміни споживчих переваг та розвитку інноваційного підприємництва. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. № 1(248)2022, 146. URL: 10.5281/zenodo.6574750.
3. Салига К. Методи конкурентоспроможності підприємств: формування та оцінка. *Економіка та суспільство*, 2023. № 58. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-102.
4. Сусліков С. В. Система управління конкурентоспроможністю підприємства в умовах невизначеності. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2023. № 3 (67). С. 56–64. URL: https://economics.net.ua/files/archive/2023/No3/56.pdf.

ЛОГІСТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ’ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

***Ю. О. Вовк**, студентка спеціальності Економіка, група Е БіЕк б-41*

***В. І. Перебийніс**, д-р екон. наук, професор професор кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Логістична діяльність суб’єктів господарювання включає закупівлі (постачання) ресурсів, забезпечення їх руху при перетворенні у готову продукцію у процесі виробництва, розподіл (збут) продукції, тобто її реалізації як товару [4].

Дослідники [3, с. 11] зазначають інтегруючу роль транспортної логістики, яка опікується транспортними і транспортно-технологічними операціями, що забезпечують постачання ресурсів (заготівельна логістика), виробництво (внутрішньовиробнича логістика), збут продукції (розподільча логістика). Логіс-

тична діяльність передбачає, зокрема, таку складову логістики, як управління запасами [2, с. 4].

На зміни в логістичної діяльності суб'єктів господарювання вплинула війна, яка зумовила трансформацію ланцюгів постачання. Внаслідок цього у 2022 р., за даними Pro-Consulting [6], логістичний ринок України показав зниження за всіма напрямами. Найбільше це стосувалося морських перевезень (–61,6 %). Адже до цього (згідно інформації [1]) через морські порти забезпечувалось 75 % загальнонаціонального та 90 % аграрного експорту.

За аналізований період змінилася географія аграрного експорту. Якщо до війни основним покупцем української аграрної продукції була КНР (із часткою майже 30 %), то за підсумками 2022 р. головним напрямом – лідером агроекспорту став ЄС із часткою понад 50 % [1]. Втім, з низки причин наприкінці 1923 р. – на початку 2024 р. виникають суттєві проблеми з аграрною логістикою у європейському напрямі.

Починаючи з другої половини 2023 р. суттєво зросла енергетична складова логістичних витрат. Оскільки з 01.07.1923 податки на пальне повернулися на довоєнний рівень (ПДВ – до 20 %, акциз на бензин – до 213 євро, на дизпаливо – 139,5 євро за 1 000 л), то за даними ТОВ «Інтерконтиненталь Лоджистікс» [5] ціни на перевезення вантажів насипом самоскидами та зерновозами зросли на 25–27 %, а перевезення аграрних вантажів в біг-бегах тентованими автомобілями – на 15–18 %.

Отже, в аналізованому періоді логістична діяльність суб'єктів господарювання характеризувалася такими тенденціями, як трансформація ланцюгів постачання, зміна напрямів експортної логістики, зменшення обсягів вантажних перевезень усіма видами транспорту, зростання енергетичної складової логістичних витрат та ін.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аграрна логістика: морський експорт – під «прицілом» російського саботажу, а наземний – збурює Європу. URL: https://agroreview.com/content/vezly-koriv-pid-obstrilamy-z-pid-bahmuta-evakuyuvaly-velyku-molochnu-fermu-foto/
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., Рогоза М. Є., Миколенко І. Г., Кононенко Ж. А. Управління логістичною діяльністю суб'єктів господарювання: інформаційний аспект. Вісник економічної науки України. 2023. № 2.
5. Повернення ПДВ на пальне зумовило зростання цін на логістику на 25–27 %. URL: https://agrotimes.ua/agromarket/povernennya-pdv-na-palne-zumovylo-zrostannya-czin-na-logistyku-25-27/
6. XXVIII Всеукраїнський день логіста: рішення в ланцюгах постачання. URL: https://mind.ua/news/20258863-xxviii-vseukrayinskij-den-logista-rishennya-v-lancyugah-postachannya.

УКРАЇНО-НОРВЕЗЬКІ БІЗНЕС-МОЖЛИВОСТІ

***А. А. Грибанова**, студентка спеціальності Економіка і економічна політика, група ЕЕ-41*
***О. М. Нестеренко**, канд. екон. наук, доцент кафедри економічної теорії та економічних методів управління – науковий керівник*
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

З огляду на статистичні дані Норвегії, можемо зробити висновок, що дана країна має найвищий рівень валового національного продукту на душу населення й найвищий в Європі індекс купівельної спроможності населення. В цій країні немає великого вибору товарів, люди звикли купувати якісне та довговічне. В Норвегію постачається велика кількість транспортних засобів, побутової техніки, одягу та устаткування.

Майже половина продуктів харчування та напоїв, які знаходяться на полицях супермаркету – це імпортні товари. Цінова політика на продукти завищені, і в країні є місце для нових і більш бюджетних товарів.

Цікавим фактом є те, що поставити товар в Норвегію з Україні, є набагато дешевше ніж створювати внутрішні перевезення в країні наземним транспортом.

Історично склалося, що для українців Норвегія – це країна-постачальник морепродуктів. Україна ж в свою чергу є експортером різних металів та хімії.

Сьогодення диктує нам нові правила, та нажаль не в нашу користь, адже через активні бойові дії на території України норвезькі інвестори побоюються інвестувати в наш бізнес. Зерно, овочі, олії – група товарів, які прагне закуповувати Норвегія.

Так чому ж Україна є такої цікавою для Норвегії? Досить низька вартість робочої сили, сприятливі природні умови, девальвація національної валюти – основні привабливі позиції для цієї країни.

Обидві держави розглядають пропозицію щодо розвитку рибальства, вирощування риби, виготовлення та продаж харчування для риб. Також сторони цікавляться питанням судноплавства та річної логістики. Країна-партнер зацікавлена в імпортуванні з Україні яблучного концентрату, томату та похідні продукти від нього, свіжі фрукти, ягоди, соняшник та кукурудзу.

Вирішити питання з поточною редакцією Угоди із EFTA та включити до списку перелік товарів, які зможуть ввозитись без мит, такі як: рапс, борошно, зерно та кукурудзу.

Однозначно, для обох країн співпраця є вигідна та необхідна, в цьому їх гарантований успіх.

Список використаних інформаційних джерел

1. Україно-Норвезькі бізнес-можливості. URL: https://ucci.org.ua/press-center/ucci-news/ukrayino-norviez-ki-biznies-mozhlivosti.
2. «Євроінтеграція. Можливості для ведення бізнесу з Норвегією». URL: http://www.smedevelopment.info/articles/get/118/
3. Економіка та бізнес-клімат Норвегії. URL: https://norway.mfa.gov.ua/spivrobitnictvo/488-torgovelyno-jekonomichne-spivrobitnictvo-mizh-ukrajinoju-ta-norvegijeju/ekonomika-ta-biznes-klimat-norvegiyi.
4. Що варто запозичити з бізнес-культури Норвегії. URL: https://dou.ua/forums/topic/39625/
5. Створення бізнесу в Норвегії. URL: https://lex-consulting.ua/uk/stvorennya-biznesu-v-norvegiyi/

СУЧАСНІ МОДЕЛІ ЗДІЙСНЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТАМИ БІЗНЕСУ

О. Ю. Дикань, *магістр освітньої програми Економіка підприємства, група Е ЕП_м_21;*
Я. А. Жук, *студентка спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк-41*
І. Г. Миколенко, *д-р екон. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Соціальна відповідальність оцінюється суспільством інтуїтивно. Існує певна неоднозначність щодо того, що саме включає в себе соціальна відповідальність для бізнесу, і немає однозначного способу вимірювати її ефективність чи рівень. Це означає,

що можуть існувати різні точки зору на те, що робить бізнес соціально відповідальним, і відсутні можливості однозначно оцінити, наскільки великим може бути внесок суб'єктів агробізнесу у суспільство через свою соціальну відповідальність [1].

Для оцінки діяльності підприємства в контексті соціальної відповідальності необхідно враховувати різні методичні та методологічні аспекти. На наш погляд, необхідно розрізняти поняття господарської і соціальної діяльності суб'єктів агробізнесу.

Існують різні стандарти та рамки, такі як Global Reporting Initiative (GRI), ISO 26000, United Nations Global Compact і інші, які визначають принципи та критерії для оцінки соціальної відповідальності підприємств. Соціальна відповідальність повинна бути вбудована в стратегію та операційну діяльність підприємства. Оцінка успішності в цьому контексті вимагає аналізу того, наскільки ефективно ці принципи впроваджуються та впливають на результативність бізнесу. Важливо оцінювати, як підприємство співпрацює зі своїми зацікавленими сторонами, такими як співробітники, клієнти, постачальники, громадські організації та інші, для забезпечення взаємодії, спрямованої на досягнення спільних соціальних цілей. Також, важливо мати механізми для вимірювання та звітування про соціальні впливи діяльності підприємства, включаючи показники економічного, соціального та екологічного характеру. Оцінка діяльності підприємства повинна бути постійним процесом, спрямованим на вдосконалення стратегій та практик соціальної відповідальності. Загалом, для оцінки діяльності підприємства з погляду соціальної відповідальності необхідно використовувати комплексний підхід, який враховує різні аспекти та потреби зацікавлених сторін.

Важливо підкреслити, що українські сільськогосподарські підприємства переважно розглядають ідею соціальної відповідальності як зовнішній тиск, накладений на них суспільством, скоріше ніж як внутрішню цінність або стратегічний напрямок. Такий підхід свідчить про те, що у більшості випадків вони ставляться до соціальної відповідальності в традиційний спосіб, розглядаючи її головним чином через призму ділення прибутку. Це вказує на те, що багато підприємств у сільському господарстві України ще не враховують широкий спектр соціальних,

екологічних та інших аспектів в своїй діяльності, які включає собою концепція сучасної соціальної відповідальності. Такий підхід може обмежувати їхні можливості у створенні позитивного соціального впливу та покращенні стосунків зі спільнотами та іншими зацікавленими сторонами.

Це важливий аспект, який потрібно враховувати при розгляді ролі соціальної відповідальності в аграрному секторі та її взаємозв'язку з діяльністю держави. Держава має значний вплив на розвиток аграрного сектору через прийняття відповідної законодавчої бази, регулювання економічних та соціальних процесів, надання фінансової та іншої підтримки, а також заохочення та стимулювання підприємств до впровадження соціально відповідальних практик.

Держава може сприяти нарощуванню конкурентоспроможності аграрного сектору, зокрема через активізацію механізмів соціальної відповідальності суб'єктів агробізнесу, шляхом: створення стимулів, державного регулювання, підтримка ініціатив тощо.

Отже, надання фінансових пільг, податкових інцентивів або інших заохочень для підприємств, що впроваджують соціально відповідальні практики. Прийняття законів та нормативних актів, які визначають обов'язкові стандарти соціальної відповідальності для підприємств аграрного сектору. Сприяння розвитку та підтримка ініціатив громадських організацій та інших зацікавлених сторін з метою розвитку соціально відповідального бізнесу в аграрному секторі. Забезпечення доступу до інформації про переваги та можливості впровадження соціально відповідальних практик для агробізнесу, а також проведення освітніх кампаній щодо цієї теми. Урахування неоднозначної ролі держави у сприянні соціально відповідальному бізнесу в аграрному секторі дозволяє зрозуміти, що ефективність таких механізмів залежить від належного узгодження і взаємодії між державними і приватними секторами, а також від підтримки і активної участі громадськості [2].

Досліджуючи дане актуальне питання дійшли висновку, що досліджень у галузі соціальної відповідальності бізнесу зазвичай зосереджені на кількісних показниках, які часто орієнтовані на фінансові метрики або конкретні програми та ініціативи. Цей

підхід має свої переваги, оскільки кількісні дані легше вимірювати та аналізувати, і вони можуть надати певного рівня об'єктивності в оцінці соціальної відповідальності бізнесу. Однак такий підхід може також зводити соціальну відповідальність до звичайних чисел та показників, не враховуючи всієї складності та різноманітності цього поняття.

Соціальна відповідальність бізнесу – це більш широке поняття, яке охоплює не лише фінансові аспекти, але й взаємодію з різними зацікавленими сторонами, відносини зі співробітниками, вплив на середовище, етичні стандарти та багато іншого. Тому важливо також досліджувати соціальну відповідальність з позицій якісних показників, які включають в себе більш широкий спектр факторів і враховують унікальність кожної ситуації та контексту. Загалом, ідеальний підхід до дослідження соціальної відповідальності бізнесу мав би бути інтегративним, поєднуючи якісні та кількісні аспекти, щоб отримати повніше розуміння цього явища та його впливу на суспільство та економіку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гнатьєва Т. М. Системна оцінка діяльності за допомогою показників в управлінні вартістю підприємства. Економічний форум. Луцьк. 2014. № 4. С. 133–141.
2. Соціальна відповідальність: теорія і практика розвитку : монографія / [А. М. Колот, О. А. Грішнова та ін.] ; за наук. ред. А. М. Колота. Київ : КНЕУ, 2011. 501 с.

ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

***Д. М. Єфанова**, студентка спеціальності Економіка, група Е БіЕк б-21*

***В. І. Перебийніс**, д-р екон. наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики, бізнес-економіки та інформаційних систем – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

З початку енергетичної кризи 70-х рр. XX ст. енергозабезпечення відіграє ключову роль у глобальному розвитку [4].

Агропродовольчий сектор є одним з основних споживачів пального в економіці України [3; 5]. За даними Національного

наукового центру «Інститут аграрної економіки» [2], частка сільськогосподарських підприємств у загальному споживанні дизельного пального становить понад 29 %, бензину – 7 %. У 2023 р. загальне споживання дизпалива у сільському господарстві становило 972 тис. т (на 33 % менше довоєнного 2021 р.). Аналогічна ситуація і з бензином, що пояснюється скороченням посівних площ.

Проведений нами моніторинг ціноутворення на пальне свідчить про тенденцію постійного його здорожчання. Зокрема, у другому кварталі 2022 р. через перебої у постачанні з-за кордону ціни на автомобільний бензин суттєво зросли, втім у другій половині того ж року – на початку 2023 р. стабілізувалися.

Однак, як свідчать енергетичні експерти [1], за березень 2024 р. автомобільне пальне в Україні здорожчало в середньому на 2,5 грн/л. На більшості АЗС ціни на цей вид пального коливаються в межах 50–57 грн/л.

Ситуація у електроенергетиці країни в цілому залишається досить напруженою. Важливим, як вважають фахівці [6], є забезпечення стійкості функціонування енергетичної системи України.

Отже, в аналізованому періоді використання енергетичних ресурсів в аграрних підприємствах характеризувалося такими тенденціями, як зменшення обсягів споживання дизельного пального та автомобільного бензину, суттєве його здорожчання. Для енергетичної системи України характерне зменшення стійкості її функціонування.

Список використаних інформаційних джерел

1. В Україні кардинально змінилась ситуація на ринку пального. URL: https://agronews.ua/news/v-ukrayini-kardynalno-zminylas-sytuacziya-na-rynku-palnogo/
2. Захарчук О. В. Зменшення енергоємності в сільському господарстві можна досягти шляхом комплексного запровадження низки системних заходів. URL: http://www.iae.org.ua/presscentre/archnews/3820-oleksandr-zakharchuk-zmenshennya-enerhoyemnosti-v-silskomu-hospodarstvi-mozhna-dosyahty-shlyakhom-kompleksnoho-zaprovadzhennya-nyzky-systemnykh-zakhodiv.html.
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., Рогоза М. Є., Безрук Д. І., Вітрюк Н. М. Економіко-управлінські аспекти енергетичної ефективності суб'єктів господарювання в територіальних громадах. Вісник економічної науки України. 2023. № 1 (44). С. 3–12.
5. Перебийніс В. І., Федірець О. В. Енергетичний фактор забезпечення конкурентоспроможності продукції : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 190 с.
6. У РНБО обговорили заходи посилення нацбезпеки в енергетичній сфері. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3848964-u-rnbo-obgovorili-zahodi-posilenna-nacbezpeki-v-energeticnij-sferi.html.

ФОРМУВАННЯ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ В ДІЛОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

К. А. Захарченко, *магістр освітньої програми Економіка підприємства, група Е ЕП_м_21;*
А. В. Адаменко, *студентка спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк-21*
Ж. А. Кононенко, *доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де технологічний прогрес швидко змінює нашу повсякденну дійсність, цифрова економіка стає ключовим фактором у розвитку підприємництва. Цифрові технології відкривають безліч нових можливостей для бізнесу, дозволяючи підприємцям швидше знаходити ринки, ефективно використовувати ресурси і просувати свої товари і послуги. Однак, для того, щоб цифрова економіка сприяла розвитку підприємництва, необхідна належна цифрова економічна політика. Вона орієнтується на основні виклики, з якими стикаються підприємці, і забезпечує необхідну інфраструктуру та регулюючі рамки. Оцінюючи такі рухи в суспільному середовищі, виявляється актуальним питання дослідження основних векторів економічної політики, її трансформації в цифровому бізнес-середовищі [1, 3].

Цифрова економічна політика орієнтована на електронну торгівлю та розвиток електронних платежів. Створення сприятливих умови для розвитку електронної комерції, включаючи встановлення правового каркасу, що регулює електронні трансакції, захист прав споживачів і стимулювання довіри до онлайн-торгівлі є досить актуальними. Цифрова економічна політика виступає важливим інструментом для розвитку підприємницької діяльності в епоху технологій. Вона відкриває простір до циф-

рових технологій, інновацій, кібербезпеки і сприяє електронній торгівлі. Наведемо кілька конкретних стратегій розвитку цифрової економіки, спрямованих на підтримку підприємництва, що вже знайшли своє відображення в реальному секторі економіки.

Цифрова економічна політика в розвитку підприємницької діяльності відкриває широкі можливості для підприємців у сучасному цифровому світі. Шлях до успіху полягає у забезпеченні доступу до цифрових технологій, стимулюванні інновацій, захисті кібербезпеки та розвитку електронної торгівлі. Зміни, що відбулися в діловому середовищі під впливом цифровізації, мають значний відбиток на діяльності роботи підприємств: зміна комунікаційного середовища; зміна моделей бізнесу; автоматизація та ефективність; зміна способу взаємодії з клієнтами; зміна підходу до аналізу та прийняття рішень.

Цифрові інструменти і технології значно полегшують спілкування в бізнесі. Цифрові технології дають поштовх для розробки нових моделей бізнесу і зміни існуючих. З'явилися платформи електронної комерції, додатки для мобільних пристроїв, хмарні послуги та інші інноваційні рішення, які змінили спосіб пропозиції товарів і послуг, забезпечуючи збільшення потенційної аудиторії.

Цифрова епоха змінила спосіб, яким підприємства взаємодіють зі своїми клієнтами. Відкритість і доступність інформації дозволяють клієнтам швидко знаходити потрібні товари і послуги, порівнювати ціни, читати відгуки і здійснювати покупки в онлайн-режимі. Також впроваджуються інтерактивні канали комунікації, такі як чат-боти та віртуальні асистенти, які надають клієнтам швидку та персоналізовану підтримку. Завдяки цифровізації, підприємства отримують доступ до величезних обсягів даних, які можуть бути аналізовані з використанням різних аналітичних інструментів. Це дає змогу зробити більш обґрунтовані та стратегічні рішення щодо розвитку бізнесу [5].

Цифрова економічна політика відкриває безліч можливостей для розвитку підприємницької діяльності. Вона стимулює інновації, підтримує конкурентоспроможність і сприяє зростанню економіки. Однак, успішна реалізація цифрової економічної політики вимагає врахування ряду факторів та використання відповідних стратегій.

Зміни, що відбулися під впливом цифровізації, створюють як виклики, так і можливості для бізнесу. Підприємства, які успіш-

но адаптуються до цифрового середовища, можуть забезпечити собі конкурентну перевагу і здійснювати інноваційний розвиток. Однак, важливо пам'ятати, що цифровізація є постійним процесом, і підприємства повинні бути готовими до постійних змін і вдосконалення. Наведемо деякі види існуючих бізнес-моделей, що є результатом цифровізації соціально-економічного середовища [2, 3].

Цифровізація ділового середовища має потужний вплив на ефективність роботи, спосіб комунікації, моделі бізнесу, взаємодію з клієнтами та прийняття рішень. Підприємства, які розуміють ці зміни і використовують їх на свою користь, є лідерами в своїй галузі і досягають успіху в цифровій епосі.

Однією з головних змін, що відбулися під впливом цифровізації, є зміна способу комунікації. Традиційні методи спілкування, такі як телефонні дзвінки і фізичні зустрічі, доповнюються інтернет-платформами, електронною поштою, чатами та соціальними медіа. Це дозволяє підприємствам ефективніше взаємодіяти з клієнтами, швидше реагувати на їх запити та надавати персоналізовану підтримку. Онлайн-присутність стала невід'ємною частиною успішного бізнесу. Інтернет-магазини, соціальні медіа, електронні платформи – все це надає підприємствам можливість залучати нових клієнтів, будувати взаємозв'язки зі споживачами та забезпечувати їм зручний спосіб отримання продуктів і послуг. Підприємства, які готові до інновацій, мають перевагу на ринку і можуть стати лідерами у своїй галузі. Зростання цифрової економіки також призвело до зміни моделей бізнесу. Традиційні компанії створюють цифрові платформи для обміну товарів і послуг, впроваджувати підписку на продукти, розробляти мобільні додатки.

Змінився підхід до зберігання та обробки даних. Великі обсяги інформації стають доступними, аналітика даних набуває все більшої важливості для прийняття обґрунтованих рішень. Аналітичні інструменти дозволяють підприємствам отримувати цінні інсайти про своїх клієнтів, ринки та конкурентну ситуацію. Вони можуть використовувати ці дані для вдосконалення своїх продуктів і послуг, налаштування маркетингових кампаній та виявлення нових можливостей для розвитку [4, 5].

Одним з важливих аспектів цифровізації є розвиток електронної комерції. Інтернет-магазини стали невід'ємною складовою сучасного бізнесу. Вони дозволяють підприємствам розши-

рити географію своїх клієнтів, працювати зі світовим ринком і забезпечувати зручний спосіб придбання товарів і послуг. Електронні платформи також дозволяють підприємствам залучати нових продавців і споживачів, створюючи екосистеми, де різні сторони можуть взаємодіяти та здійснювати торгівлю. Розвиток цифрових навичок у працівників допомагає підприємствам ефективніше впроваджувати цифрові рішення та стимулювати інноваційний розвиток [5].

У підсумку, цифровізація має глибокий вплив на ділове середовище, перетворюючи спосіб роботи підприємств і взаємодії зі світом. Вона змінила традиційні бізнес-моделі, створила нові можливості для розвитку і просування продуктів та послуг. Однак, варто зауважити, що цифровізація також створює нові виклики, такі як кібербезпека, конфіденційність даних і етичні питання. Підприємства знаходяться в постійному режимі очікування нових викликів щодо захисту інформації і дотриманню відповідних стандартів. Цифровізація надає підприємствам інструменти для покращення ефективності, оптимізації процесів і підвищення якості своїх пропозицій. Вона дозволяє збирати і аналізувати великі обсяги даних, отримувати цінні інсайти та робити обґрунтовані рішення. Крім того, цифрові інструменти сприяють автоматизації рутинних завдань, що звільняє ресурси для стратегічного розвитку бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бріньолфссон Е., Макафі Е. Друга епоха машин: робота, прогрес та процвітання в часи надзвичайних технологій. 2021. URL: https://kfund.ua/uk/druga-epoha-mashin-robota-progres-ta-protsvitannya-v-chasi-nadzvichajnih-tehnologij/
2. Кононенко Ж. А., Вівтоніченко Я. В., Кононенко О. А. Розвиток підприємницької діяльності в контексті формування цифрової економічної політики. Проблеми сучасних трансформацій. 2023. № 8. URL: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-8-04-03.
3. Кононенко Ж. А., Карнаухова Г. В., Балюк О. В. Цифровізація підприємницької діяльності: значення та вплив. Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. 2023. № 9. URL: https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-9-04-08.
4. Лазебник Л. Л. Войтенко В. О. Інформаційна інфраструктура в цифровізації бізнес-процесів підприємства. 2020. 42, 18–22. URL: http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2020/42-2020/5.pdf.
5. Національна економічна стратегія 2030. URL: https://nes2030.org.ua/

ФАКТОРИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ В УМОВАХ РИЗИКУ

А. І. Клиба, *здобувач вищої освіти освітньої програми «Бізнес-економіка», група Е БіЕк_11*
Ж. А. Кононенко, *доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Утримання конкурентних позицій в середовищі ризиків вимагає від підприємств прийняття стратегічних заходів та впровадження ефективних інструментів управління, спрямованих на зниження впливу ризиків на їх діяльність.

Аналіз ризиків є важливим етапом у стратегічному управлінні, що передбачає докладне вивчення можливих загроз, які можуть негативно вплинути на конкурентоспроможність підприємства. Зазначимо, що аналіз складається з оцінки економічних, технологічних, правових, соціальних та інших ризиків, що дозволяє зрозуміти їхній потенційний вплив та вчасно прийняти стратегічні рішення для мінімізації негативних наслідків і збереження конкурентної переваги [1, 2].

Під час розробки стратегій для кожного ідентифікованого ризику важливо створювати плани дій, спрямовані на зменшення його впливу та збереження конкурентної переваги. Ці стратегії можуть включати такі заходи, як удосконалення продуктів або послуг, розширення ринків та інше, що дає можливість підприємству ефективно реагувати на виявлені ризики та забезпечити стабільність та успішність у нестабільному середовищі. Складові плану дій, зазвичай, мають такий алгоритм:

Впровадження системи управління ризиками є ключовим елементом стратегічного керівництва, спрямованим на ефективне виявлення, оцінку, контроль та мінімізацію ризиків у підприємстві. Це передбачає створення команди управління ризиками, розробку процедур та використання інструментів для систематичного моніторингу та аналізу ризиків з метою запобігання можливим негативним наслідкам та забезпечення стійкості бізнесу [3].

Важливими аспектами ефективного управління ризиками є контроль і адаптація, що передбачають постійність в аналітичній роботі та оновлення стратегій і процесів управління ризиками з метою забезпечення їхньої актуальності та ефективності. Важливо реагувати на зміни в середовищі швидко і ефективно,

щоб адаптувати обрані стратегії та заходи до нових умов і зберігати стійкість бізнесу в незапланованих та непередбачуваних ситуаціях.

Зосередження уваги на розвитку та збереженні конкурентних переваг є стратегічною необхідністю для підприємства, оскільки це дозволяє вийти вперед перед конкурентами навіть у складних умовах. Інновації виступають ключовим інструментом у цьому процесі, дозволяючи підприємству зберігати свою конкурентну перевагу та успішно адаптуватися до змін на ринку [2, 4].

Управління ризиками у сучасному бізнес-середовищі є ключовим фактором для забезпечення стійкості та успішності підприємства, оскільки воно передбачає комплексний аналіз можливих загроз, розробку стратегій реагування, впровадження ефективної системи управління ризиками, постійний моніторинг та адаптацію, збереження конкурентних переваг, підтримку гнучкості та стабільності в діяльності та створення культури управління ризиками на всіх рівнях організації (табл. 1).

Таблиця 1 – Фактори забезпечення конкурентних переваг підприємницької діяльності

Аспект	Додаткові заходи
Оцінка ризиків	Проведення SWOT-аналізу, аудиту та дослідження ринку для виявлення потенційних загроз
Реакція на ризики	Розробка контингентних планів дій для негайної реакції на кризові ситуації
Управління ризиками	Впровадження інформаційних систем для моніторингу та звітування про ризики
Моніторинг та контроль	Проведення регулярних аудитів та періодичних оновлень стратегій управління ризиками
Збереження конкурентних переваг	Інвестування у дослідження та розвиток, що дозволяє підтримувати конкурентну перевагу
Гнучкість та стабільність	Створення механізмів для швидкого реагування на зміни у середовищі та ринкові умови
Культура ризиків	Проведення навчань та тренінгів для персоналу з питань виявлення та управління ризиками

Джерело: [1, 4].

Удосконалення організаційно-управлінської моделі здійснення діяльності шляхом досягнення балансу між стабільністю та гнучкістю створює основу для стійкості до ризиків та швид-

кої адаптації до змін у навколишньому середовищі. Такий підхід дозволяє підприємству не лише зберігати стійкість у стабільних періодах, але й успішно впроваджувати необхідні зміни, реагуючи на ризики та нові можливості.

Створення культури управління ризиками в організації передбачає розвиток серед працівників розуміння їхньої ролі у виявленні та ефективному управлінні ризиками. Це сприяє підвищенню свідомості кожного співробітника про потенційні загрози та можливі наслідки, а також стимулює активну участь у мінімізації ризиків та впровадженні стратегій безпеки в робочому середовищі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. Електронний журнал «*Ефективна економіка*». 2014. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390.
2. Проблеми формування та реалізації конкурентної політики : Матер. VIII міжнар. наук.-практ. конференції (23–24 листопада 2023 р.). Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2023. 194 с. URL: https://lpnu.ua/sites/default/files/2023/12/8/news/25676/tpe-zbirnyk-24-11-2023.pdf.
3. Скопенко Н. С. Економічні ризики: методи вимірювання та управління. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/ Economic_risks_2021.
4. Соколова Л. В, Дюжев В. Г., Аль-Фахор Ескндер Суліаман Салти. Науково-методичне забезпечення оцінювання конкурентних переваг підприємств на засадах маркетингу у ризикованих умовах господарювання. Інфраструктура ринку. 2023, № 73. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/73_2023/18.pdf.

ПРИНЦИПИ І МЕТОДИ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ

***В. А. Кужим**, магістр освітньої програми Економіка підприємства, група Е ЕП_м_21;*
***Е. О. Наумов**, студент спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк-21*
***Ж. А. Кононенко**, доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Фундаментальні зміни в економічному середовищі нашої держави, посилення конкурентних взаємовідносин та неоднозначні умови ведення бізнесу орієнтують на нові підходи у пошуку управлінських рішень щодо фінансової діяльності, осно-

ваної на інноваційних концепціях. У зв'язку з цим одним із вагомих завдань управління окремим підприємством є вдосконалення управління фінансами та посилення одного з найважливіших його елементів – фінансового планування [1]. Фінансового планування є важливою для всіх, хто має справу з управлінням фінансами, будь то бізнес, особисті фінанси чи урядові установи. Його вивчення та впровадження допомагає забезпечити фінансову стабільність, розвиток і успіх.

Фінансове планування – це процес визначення джерела формування фінансових ресурсів та напряму цільового використання за виробничо-збутовими показниками підприємства, протягом планового періоду [3]. Основними методами у процесі прогнозування показників довгострокового фінансового плану підприємства є:

– метод кореляційного моделювання – встановити кореляційну залежність між двома розглянутими динамічними показниками та зробити наступні прогнози одного з них на основі змін іншого (базового);

– метод оптимізаційного моделювання – оптимізація конкретних показників відповідно до умов їх формування;

– метод багатофакторного економіко-математичного моделювання – показник обумовлений на основі певних наукових моделей, що зображують функціональне відношення його кількісного значення із системою вірогідних факторів, яскраво виражених чисельно;

– розрахунково-аналітичний – прямі обчислення кількісних значень показників на принципі використання належних норм і нормативів;

– економіко-статистичний метод – дослідження тенденцій динаміки визначеного показника та поширення темпів даної динаміки на прогнозний етап.

У ході фінансового планування потрібно дотримуватися наступних положень, які визначають тип та структуру економічної організації.

Фінансове планування орієнтоване на: ефективне управління фінансами, підтримку стратегічного розвитку, управління ризиками, планування на майбутнє, доступ до кредиту та інвестицій.

Таблиця 1 – Принципи фінансового планування [2]

Назва принципів	Опис
Єдності	Завбачає, що планування повинно нести системний характер
Координації планів окремих підрозділів	Не бажано планувати продуктивну діяльність деяких підрозділів підприємства без зв'язку з рештою, різні зміни в планах одних структурних одиниць повинні бути відтворені в планах інших підрозділів
Участі	Дає зрозуміти, що кожен спеціаліст виробництва є членом планової діяльності самостійної від посади і виконуваної ним функції
Безперервності	Процес планування має виконуватись регулярно в межах сформованого циклу, приходити на зміну одне одному розроблені плани повинні постійно
Гнучкості	Тісно об'єднаний з минулим і полягає в наданні планам і ходу планування в цілому властивості змінювати свій напрямок унаслідок виникненням несподіваних обставин
Точності	Передбачає, що плани підприємства повинні бути деталізовані і уточнені тією мірою, яку дозволяють навколишні умови діяльності підприємства
Фінансового співвідношення термінів	Одержання і застосування коштів має відбуватися у утверджені терміни, тобто фундаментальні вкладення з довгочасними термінами окупності доречно зробити внесок за рахунок довгострокових кредитних коштів
Рентабельності капітальних вкладень	Фінансовий леверидж демонструє вагомий фактор, що виникає з появою позикових засобів в об'ємі уживаного підприємством майна, що дає доступ отримувати допоміжний прибуток на приватний капітал
Збалансованості ризиків	Принципово загрозливі довгострокові інвестиції не доцільно фінансувати за рахунок особистих засобів
Пристосування до потреб ринку	Для організації має велике значення вираховування кон'юнктури ринку і своя необхідність від надання кредитів
Граничної рентабельності	Раціонально віддавати перевагу тим капіталовкладенням, які підтверджують найбільшу рентабельність

Фінансове планування дозволяє організаціям і індивідуумам контролювати свої фінансові ресурси, оптимізувати витрати та максимізувати доходи, що є важливим для забезпечення стійкості і стабільності в фінансовій сфері. Планування враховує визначення змісту та величини фінансових ресурсів для досягнення стратегічних цілей. Воно дозволяє управлінцям приймати обґрунтовані рішення щодо інвестування, розвитку бізнесу та розширення діяльності. Допомагає ідентифікувати потенційні ризики та розробляти стратегії їх управління. Це дозволяє зменшити вірогідність негативних фінансових наслідків і забезпечує фінансову стійкість в умовах невизначеності. Воно генерує прогнози для майбутнього фінансового стану організації або особи, що дозволяє планувати заздалегідь і приймати належні заходи для досягнення поставлених фінансових цілей. Отже, є важливим елементом для привернення кредитів та інвестицій. Якщо організація або особа має добре розроблений фінансовий план, це збільшує їх вірогідність отримання фінансової підтримки від банків, інвесторів або кредиторів [1].

Система повсякденного планування грошової діяльності полягає в поліпшенні конкретних видів поточних матеріальних планів, що дозволяють сформулювати на наступний період усі основи фінансування просування підприємства, потрібно дотримуватися наступних положень, які визначають тип та утворити структуру його прибутків і затрат, забезпечити безперервну платоспроможність виробництва, розкрити структуру його капіталу на кінець планового періоду.

Список використаних інформаційних джерел

1. Методи фінансового планування на виробництві. URL: https://xreferat.com/105/3101-1-metodi-f-nansovogo-planuvannya-na-p-dpri-mstv.html.
2. Системи і методи фінансового планування. URL: https://pidru4niki.com/1281041964624/finansi/sistemi_metodi_finansovogo_planuvannya.
3. Шаравара Р. І., Кононенко Ж. А. Фінансовий потенціал підприємства: етапи моделювання та діагностики. *Вісник Хмельницького. національного університету. Серія: «Економічні науки»*. 2023. № 6. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/?cat=87.

РЕІНЖИНІРИНГ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ЕКОНОМІЧНОГО ОБ'ЄКТА: ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСІВ ВИХОВАННЯ ТА МОТИВАЦІЇ

***О. О. Михайліченко**, магістр ОП Економічна кібернетика, спеціальності 051 Економіка, група Е ЕК м 11*
***М. Є. Рогоза**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Аналіз результатів наукових досліджень підтверджує можливість у розвитку ефективності діяльності соціально-економічних систем на основі підходів сучасно організованого менеджменту. Науковцями стверджується, що найбільш ефективним у цьому є процесний менеджмент. При такому менеджменті об'єктом виступає бізнес-процес, перевагами якого є цілеспрямоване формування алгоритму сукупного та послідовного взаємопов'язаного виду діяльності. Результатами цього є перетворення наявних ресурсів підприємства у поставлений стратегіями розвитку результат. Серед визначених за видами діяльності при цьому є цінність результату для внутрішніх та зовнішніх споживачів, але метою є завжди забезпечення отримання економічним об'єктом доходу, а також прибутків.

Сучасними підходами наукових досліджень визначається значний рівень розвитку та широке використання обчислювальної техніки у вирішенні проблем ефективного використання концептуальних, економіко-математичних та технічних засобів, серед яких реінжиніринг бізнес-процесів (РБП) як один із достатньо ефективних. Засновниками такого підходу (М. Хаммер та Д. Чамп) реінжиніринг бізнес-процесів (BPR – Business Process 4 Reengineering) визначається як фундаментальне переосмислення та радикальне перепроєктування бізнес-процесів з метою фундаментального покращення основних показників діяльності економічного об'єкта.

Але, розглядаючи у меті реінжинірингу бізнес-процесів тільки системну реорганізація матеріальних, фінансових, економічних, інформаційних ресурсів для спрямовання їх на спрощення організаційної структури, мінімізацію використання ресурсів, скорочення термінів в отриманні результатів та їх якості, необхідно звернути увагу на процеси мотивації та виховання персоналу для цього. Таким чином, мова може йти не тільки про основні бізнес процеси виробничого та фінансово-економічного

характеру, а про формування зовсім нових ділових цілей з використанням останніх досягнень та впливу науково-технічної революції 4.0 на розвиток персоналу на основі формування процесів виховання у відданості інтересам фірми та мотивації у процесах проводження реінжинірингу.

Аналіз результатів досліджень за метою їх проведення підтверджує можливість у розвитку будь-якої системи за умови не тільки визначення мотивів проведення реінжинірингу бізнес-процесів, а й за умови необхідності формування процесів виховання та мотивації. Першими кроками у досягненні результатів при формуванні процесів виховання та мотивації персоналу можна визначити сертифікацію системи менеджменту якості, при вирішенні якої відбувається перерозподіл функцій, коригування форм діяльності економічного об'єкта, стратегічного бачення його розвитку та принципів стратегічного управління, визначається ефективність/неефективність організаційної структури. Це ставить завдання для проведення і організацію процесів виховання та мотивації персоналу для визначення: стану розуміння персоналом необхідності проведення РБП, проблеми в організації технологій, невдачі при застосуванні інших методів у формах диверсифікації діяльності та їх реорганізації, визначення наслідків від загроз із зовнішнього середовища та конкуренції [1].

Таким чином, у здійсненні РБП для забезпечення досягнення цілей крім орієнтації на поточні і майбутні потреби, радикального скорочення тривалості виробничих циклів, зменшення кількості процесів та зниження витрат часу на функціональні завдання формується рівень підвищення ролі прийнятих рішень на основі ініціативи кожного окремого працівника та організація командної роботи. Мотивовані дії персоналу забезпечують поліпшення процесу управління якістю, оптимізацію кількості працівників у виконанні функціональних завдань, адаптації процесів до функціонування в умовах цифровізації економіки.

Вирішуючи основні завдання реінжинірингу бізнес-процесів на основі мотивації досягається зміна організаційної структури об'єкта управління з функціональної на колективну із можливостями горизонтальної на рівні топ-менеджменту та колективної на рівні бізнес-процесів.

Процесний підхід у визначення мотивів проведення реінжинірингу бізнес-процесів можна розглядати на основі визначення структури мотивації персоналу через визначення умов праці, ресурсів, визнання, взаємовідносин та відповідальності, що

потребує розуміння мотивації з позиції отримуваних матеріальних і нематеріальних благ [2].

Результати наукових досліджень у викладених наукових виданнях підкреслюють важливість для мотивації отримуваних матеріальних і нематеріальних благ у розумінні залежності від можливостей підприємства та підкресленні реального інтересу до формування прагнень до РБП. Системний підхід у цьому напрямку забезпечує виконання такого етапу, що буде характеризувати загальну системи мотивації на основі підготовлених завдань РБП та глибоких зміни у діяльності підприємства [3, 4].

Таким чином, вироблення науково-методичних підходів для забезпечення досягнення цілей РБП є актуальним та потребує розвитку теоретико-методичних положень для формування практичних рекомендацій та моделей визначення мотивів проведення реінжинірингу бізнес-процесів у сучасних умовах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Управління змінами. URL: http://megalib.com.ua/content/10200_Motivi_provedennya_reinjiniringy_biznes_procesiv_Cili_zavdannya_principi_reinjiniringy.html.
2. Савлук А. Г. Роль процесу мотивації персоналу в ефективній фінансово-економічній діяльності підприємства. URL: https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/06/137-1.pdf.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підручник / А. М. Колот. – Київ : КНЕУ, 2017. – 337 с.
4. Мотивація праці персоналу сучасних організацій (організаційно-управлінський аспект) : [монографія] / П. З. Капустянський. – Київ : ІПК ДСЗУ, 2017. – 155 с.

МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИЗИКУ

А. Ю. Панько, *студентка спеціальності Бізнес-економіки, група БіЕк-41;*
Р. Б. Лизун, *здобувач третього (освітньо-наукового) рівня ступеня доктора філософії*
Ж. А. Кононенко, *доцент кафедри ЕКБЕІС – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Управління ризиками – це, перш за все, правильність і достовірність розрахунку ступеня ризику, який постійно загрожує майновим і фінансовим результатам господарської діяльності

підприємства. Ступінь ризику підприємства пов'язаний з ефективністю інвестицій, що призводять до збільшення вартості капіталу підприємства.

В умовах сьогодення, коли мова йде про ефективність інвестицій, слід враховувати наступні моменти. Короткострокові інвестиції передбачають терміновість. Довгострокові інвестиції, які передбачають отримання прибутку через певний проміжок часу (більше одного року), пов'язані з більшим ступенем та обсягом ризику і впливають на вартість капіталу компанії. Ризики, що виникають при такому типі інвестицій, включають інвестиційний ризик, кредитний ризик і ризик вибору.

У сучасному бізнес-середовищі всі форми підприємницької діяльності пов'язані з низкою ризиків, таких як невизначеність економічного розвитку, недосконалість податкової системи та нестабільність національної валюти. Тільки об'єктивна оцінка ринкової ситуації, вибір ефективної стратегії та вибір найкращого варіанту розвитку з низки альтернативних напрямків можуть бути зроблені в результаті аналізу всього спектру ризиків, не нехтуючи жодним з них, з метою уникнення негативних наслідків у підприємницькій діяльності [2]. Оцінка ризиків проводиться з метою визначення впливу на очікувані результати. Існують два підходи до оцінки ризиків шляхом використання якісних та кількісних методів. Слід зазначити, що комплексна оцінка ризиків базується на суб'єктивному (якісному) та об'єктивному (кількісному) підходах.

Якісна оцінка ризиків – це ідентифікація ризиків, їх аналіз, умови та джерела, причини та фактори, що впливають на рівень ризику в конкретному виді діяльності, з метою визначення їх впливу на діяльність компанії. Найбільш поширеними методами якісного аналізу є методи, засновані на аналізі наявної інформації, методи збору нової інформації, методи моделювання діяльності організації та евристичні методи якісного аналізу. Ці методи допомагають ідентифікувати види ризиків, оцінити їх небезпеку та оцінити фактори, що впливають на рівень ризику в конкретному виді діяльності. Необхідно поєднувати якісні та кількісні заходи для зменшення ризику та факторів невизначеності.

Статистичні методи застосовуються для кількісного аналізу, коли в розпорядженні підприємства є великий обсяг аналітичної та статистичної інформації і ґрунтуються на аналізі варіації досліджуваного показника за певний період часу. Цей метод дає можливість оцінити ризик не тільки для конкретного проєкту, але і для компанії в цілому за певний період часу [1].

Методи експертних оцінок дозволяють використовувати досвід експертів для аналізу проєктів і обліку впливу різних якісних факторів. Найбільш поширеними експертними методами є: SWOT-аналіз, «зірка ризику» (за допомогою яких порівнюються різні фактори і будується «спіраль ризику», що відображає ранжування факторів ризику) та метод Делфі (усуває взаємний вплив між експертами та психологічний дискомфорт, пов'язаний з персоніфікацією кожної оцінки). Метод аналогії дозволяє побудувати так звані криві ризику за допомогою зіставлення даних, які можна використовувати для порівнювання історичних даних та знань ризику аналогічного об'єкту або угод. Щоб оцінити, наскільки ключові показники гіпотетичного проєкту наближені до своїх критичних меж, без проведення додаткових розрахунків в умовах прогнозованої динаміки зміни факторів ризику, при необхідності використовується метод критичних значень. У методі оцінки ризиків за допомогою «дерева рішень» будуються гілки, які оцінюють кожен шлях по ній і вибирається менш ризикований, для розрахунку ймовірностей використовуються спеціальні методи.

Аналіз чутливості дозволяє відстежувати зміни в ключових припущеннях у прогнозуванні грошових потоків і визначати їхній вплив на прогнозовану корисність. При застосуванні аналізу чутливості розраховуються значення еластичності (відносні значення, що відображають зміну значення еталонного показника при зміні змінної ризику на одиницю). Результати розрахунків за цим методом визначають найбільш чутливі змінні, які потребують подальших досліджень [3].

Таблиця 1 – Переваги й недоліки основних методів кількісної оцінки ступеня ризику підприємства

Метод	Переваги	Недоліки
Статистичні	Моделювання сценаріїв, висока точність розрахунків, часткова стандартизація, нескладність математичних розрахунків	Необхідність великої кількості спостережень; ризик відповідності обраної моделі; високі витрати
Розрахунково-аналітичні	Широке застосування, можливість об'єктивної оцінки за невисоких витрат	Суб'єктивізм оцінок, відсутність стандартів

Продовж. табл. 1

Метод	Переваги	Недоліки
Метод експертних оцінок	Невисока вартість; відсутність необхідності в точних початкових даних і дорогих програмних засобах, можливість здійснювати оцінку до розрахунку ефективності проєкту	Складність з отриманням фінансової оцінки ризику, висока залежність від суб'єктивної думки експертів; складність залучення незалежних експертів
«Дерево рішень»	Висока точність оцінки; детальний облік факторів ризику; можливість різних сценаріїв розвитку подій	Потребує багато часу на дослідження; високі витрати при великій кількості варіантів
Аналіз чутливості	Можливість за його допомогою вирішити проблему зіставлення впливу різних характеристик проєкту, що варіюються	Врахування одного чинника проєкту, що приводить до нестачі можливостей зв'язків між окремими чинниками або недообліку їхньої кореляції
Аналіз сценаріїв	Можливий для різноманітних варіантів реалізації проєкту; застосування програмних засобів (можливість збільшити кількість можливих сценаріїв і таким чином значно підвищиться ефективність оцінки ризику)	Для високої цінності сценарію з метою прогнозування необхідний великий об'єм вихідної інформації; низька можливість реалізації точного прогнозування при кожному сценарію; потребує масштабних підготовчих робіт
Метод аналогій	Невисока вартість; простота розрахунку	Невисока точність; проблематичність підбору аналогів; не враховується розвиток певного виду діяльності

Джерело: узагальнено за [3, 4].

Отже, для проведення ефективного комплексного аналізу ризиків господарської діяльності необхідно збирати та систематизувати достовірну інформацію про господарську діяльність з метою виявлення факторів, які мають суттєвий вплив на ризики господарської діяльності. Щоб врахувати деталі різних типів ризиків, використовують різні кількісні методи оцінки, отримані

в результаті аналізу, враховуючи деталі та умови використання якісних і кількісних методів оцінки ризиків.

Список використаних інформаційних джерел

1. Єгорова О. В., Дорошенко А. П., Кононенко Ж. А. Фактори розвитку фінансової кризи аграрних підприємств. *Modern Economics.* 2020. № 20. С. 99–104. DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V20(2020)-16.
2. Жигірь А. А. Методи кількісної оцінки ризику економічного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4388.
3. Кононенко Ж. А., Петренко В. О., Циб А. С. Ризикорієнтоване управління в системі банківського менеджменту. *Ефективна економіка.* 2019. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7010.
4. Томашков С. Б., Огерчук Ю. В. Оцінювання впливу ризиків зовнішньоекономічної діяльності. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2023. № 2 (9). С. 142–151. URL: https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/dec/32694/menedzhment223maket-142-151.pdf.

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

***В. В. Песцов**, магістр ОП Економічна кібернетика, спеціальності 051 Економіка, група Е ЕК м 11*
***М. Є. Рогоза**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Аналіз результатів наукових досліджень підтверджує можливість розвитку будь-якої системи на підставі забезпечення інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки на рівні підприємства на основі формування і обробці та логістиці інформації з використанням методики розрахунків показників, індикаторів результатів діяльності. Особливістю інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємства є необхідність врахування постійних змін зовнішнього середовища та забезпечувати підвищення ефективності системи управління результатами діяльності підприємства на підставі обробки інформації з використанням інформаційних технологій.

Крім того, дотепер не існує стандартної для використання будь-яким підприємством системи інформаційно-аналітичного забезпечення економічної безпеки. Це пов'язано із відмінностями їх діяльності, та специфікою впливу зовнішніх факторів [1–7].

У контексті вирішення досліджуваної проблеми було проаналізовано системи інформаційно-аналітичного забезпечення на економічному об'єкті, яку умовно можна поділити на інформаційну та аналітичну [1]. Для економічної безпеки, розділяючи таким чином систему, інформаційна складова може мати планову, облікову, звітно-статистичну, технологічну, нормативно-правову та комерційну інформацію [1]. Аналітична складова інформаційно-аналітичного забезпечення передбачає наявність стратегічного, атрибутивного, операційного, порівняльного та фінансово-економічного аналізу [1].

Такі процеси необхідні на визначення об'єктивної інформації для формування необхідних управлінських рішень з метою своєчасного корегування стратегій розвитку та систем забезпечення економічної безпеки.

В умовах воєнного стану для економіки особливо важливим є визначення результатів аналітичної складової для стратегічного планування розвитку та формування механізмів діяльності підприємств.

Це пов'язано з тим, що на кожному підприємстві систему планування в умовах війни вибирають найприйнятнішу стратегію розвитку [8]. Суттєве значення для цього має те, що інформаційно-аналітичне забезпечення системи економічної безпеки в стратегічній перспективі повинно забезпечувати інформацією на методичних підходах для підрахунку як часткових та узагальнюючих індикаторів безпеки. Це особливо важливо для визначення стратегічних цілей, побудові майбутньої траєкторії бажаного розвитку [9]. Для економічної безпеки підприємства важливим є вирішення зворотної задачі синтезу необхідних значень її складових та індикаторів розвитку. Таким чином для результатів стратегування необхідна динаміка індикаторів розвитку в системі економічної безпеки, що забезпечують досягнення визначених цілей.

Тому інформаційно-аналітичне забезпечення економічної безпеки підприємства може забезпечувати необхідною інформацією на основі єдності інформаційного забезпечення систем обліку, аналізу й аудиту, об'єднаних інформаційними потоками

в управлінні економічними процесами функціональними підсистемами.

У результаті аналізу наукових досліджень встановлено, що найскладнішою проблемою у вирішенні даного питання є модернізація систем інформаційно-аналітичного забезпечення управління процесами діяльності, оскільки не завжди є розуміння, якими мають бути науково-методичні підходи у забезпеченні динаміки розвитку теоретико-методичних положень для формування практичних рекомендацій для підвищення ефективності механізмів реалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стечишин Ю. Визначення ролі та місця інформаційно-аналітичного забезпечення в системі економічної безпеки. Вчені записки Університету «КРОК». 2023. № 1(69). https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-69-110-119.
2. Рогоза М. Є., Вівтоніченко Я. В., Модернізація процесів інформаційного забезпечення управління конкурентоспроможністю економічного об’єкта / Формування механізмів управління якістю та підвищення конкурентоспроможності підприємств : матер. XIV міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції молодих вчених та студентів. 5 квітня 2023 року, м. Дніпро, Університет імені Альфреда Нобеля. – С. 199–201. – https://duan.edu.ua/images/News/UA/Departments/Entrepreneurship/2023/14_konf_zbirnyk.pdf
3. Рогоза М. Є. Проектний підхід обґрунтування розвитку регіонів України на засадах технологічних змін / М. Є. Рогоза, С. В. Кузуб / Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Полтава, 17–18 листопада 2022 року) / за заг. ред. М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2022. – С. 79–81. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12512.
4. Рогоза М. Є. Проектний підхід у формуванні політики інноваційної активності економіки регіону / М. Є. Рогоза, О. А. Степаненко // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конференції (м. Полтава, 17–18 листопада 2022 року) / за заг. ред. М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2022. – С. 219–220. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/12512.
5. Рогоза М. Є. Формування інституційного середовища сталого розвитку старопромислових районів: проектний підхід стратегування інноваційної екосистеми, (Rohoza M. Ye. Formation of the Institutional Environment for the Sustainable Development of Old Industrial Areas: a Project Approach to Innovation Ecosystem Strategy),

Економічний вісник Донбасу. 2022. № 2(68), С. 86–95. URL: http://www.evd-journal.org/download/2022/02/10-Rohoza.pdf.
6. Рогоза М. Є., Петрова І. П. Сталий розвиток на рівні промислових районів: проєктний підхід стратегування. Вісник економічної науки України. 2022. № 1 (42). С. 49–56. DOI: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).49-56. Rohoza M. Ye., Petrova I. P. (2022). Sustainable Development at the Level of Industrial Areas: a Project Strategy Approach. Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy, 1 (42), P. 49–56. DOI: https://doi.org/10.37405/1729-7206.2022.1(42).49-56. URL: https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox?projector=1.
7. Рогоза М. Є. Проектний підхід обгрунтування стратегічних сценаріїв сталого розвитку промислових регіонів України на засадах смарт-спеціалізації / М. Є. Рогоза, В. І. Ляшенко, І. П. Петрова / Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення : матер. Міжнар. наук.-практи. конф. / [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів : Вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2022. – С. 23–25.
8. Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 22–23 листопада 2023 року) / за заг. ред. М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 504 с. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13465; http://www.ek.puet.edu.ua/files/conf2023.pdf.
9. Харазішвілі Ю. М., Рогоза М. Є., Повоєннє відновлення траєкторії сталого розвитку Харківської області // Міжгалузеві диспути: динаміка та розвиток сучасних наукових досліджень : матер. III Міжнар. наук. конф., м. Хмельницький, 27 січня, 2023 р. / Міжнародний центр наукових досліджень. – Вінниця : Європейська наукова платформа, 2023. – С. 24–27. URL: https://archive.mcnd.org.ua/index.php/conference-proceeding/issue/view/27.01.2023/16.

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ

***Т. М. Пилипенеко**, студентка спеціальності Бізнес-економіка, група БіЕк-41*
***І. Г. Миколенко**, д-р екон. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Управління розвитком конкурентного потенціалу підприємства в першу чергу, спрямований на розвиток, формування, та реалізацію конкурентних переваг та забезпечення життєздатності підприємства як суб’єкта економічної конкуренції а також є одним з головних напрямів його стратегічного розвитку.

Досліджуючи конкурентний потенціал відмітимо, що він в системі економічного потенціалу займає особливе місце. Актуальність даного поняття зумовлена тим, що на відміну від інших аналогічних категорій динамічність конкурентного потенціалу має подвійне походження. Розглядаючи постійний розвиток економічного потенціалу підприємств, який є основою конкурентного потенціалу підприємства: по-перше, є сукупністю можливостей економічного зростання та залежить від досягнутого суб'єктом господарських відносин рівня економічної ефективності діяльності, а, по-друге, є джерелом створення стійких конкурентних переваг [1].

В основі формування конкурентних переваг та зростання конкурентного потенціалу лежить реалізація проєктів організаційного, технічного, технологічного, виробничого та комерційного розвитку. Адже, саме реалізація вказаних проєктів розвитку підвищує рівень конкурентоспроможності аграрних підприємств та їх продукції, що є запорукою підвищення економічної ефективності. Розміщення інвестиційних ресурсів не є орієнтованим на створення стійких конкурентних переваг, які складають елементну основу конкурентного потенціалу підприємства, що призводить або до отримання моментальних ефектів та супроводжується втратою ринкових позицій, або до нераціонального використання інвестиційних ресурсів, в цілому [2].

Отже, управління та формування конкурентного потенціалу підприємства – це процес створення нової або вдосконалення наявної здатності підприємства так, щоб властивості кожного з його окремих функціональних елементів забезпечували максимальне використання властивостей усіх інших елементів, а їх сукупність надавала нову здатність підприємству як цілісному об'єкту. Для конкурентного підприємства необхідно систематично проводити діагностику і моніторинг конкурентного потенціалу, який забезпечує отримання інформації про стан і можливі шляхи найбільш ефективного використання потенціалу, а також визначає не тільки напрямки, але й можливості реалізації конкурентної стратегії [3].

Необхідно зазначити, що в результаті визначення процедурних аспектів управління формуванням та реалізацією конкурентного потенціалу аграрних підприємств та їх продукції, з урахуванням його структурних характеристик, викреслюється концепція управління розвитком вказаного потенціалу. В основу

формування компонент потенціалу необхідно враховувати впровадження інновацій, орієнтація інвестиційної діяльності на їх генерування та імплементацію, а також розрізнення стратегій конкурентоспроможності та інноваційно-інвестиційних стратегій, які дозволяють формувати конкурентні переваги цінового, якісного, товарного та ринкового характеру.

Система можливостей аграрного підприємства щодо створення конкурентних переваг складає його конкурентний потенціал. Крім того конкурентні переваги, особливо ті, які можна характеризувати як стійкі, формуються на основі мобілізації економічного потенціалу підприємства, який є сукупністю можливостей для тривалого провадження основної діяльності суб'єкта господарювання [4]. Відповідно, формування конкурентного потенціалу підприємства має бути взаємопов'язаним із розвитком управлінського й виробничого потенціалів і забезпеченні їх достатнього рівня для здійснення стратегічних рішень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Данько Ю. І. Формування систем забезпечення конкурентоспроможності аграрних підприємств : монографія. Суми : Університетська книга, 2016. 324 с.
2. Красноруцький О. О. Системи управління збутовою діяльністю аграрних підприємств: стратегія, механізми, інструментарій : [монографія]. Херсон : Грінь Д. С., 2012. 348 с.
3. Сьомич М. І. Сучасні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства / М. І. Сьомич, І. А. Маркіна, Н. В. Ковалевська // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Чернівці : ПВКФ «Технодрук», 2017. Вип. 4 (68). С. 145–154.
4. Миколенко І. Г. Стратегії конкурентного розвитку аграрних підприємств: механізми та інструментарій : монографія. Харків : Смугаста типографія, 2021. 320 с.

УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

С. Р. Багацька, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
О. П. Білінська, *ст. викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

На сучасному етапі розвитку соціально-економічних відносин підвищення ефективності управління організаційною поведінкою набуває особливої актуальності щодо вектору розвитку підприємства. Враховуючи військовий стан в Україні управління організаційною поведінкою не тільки не втрачає своєї актуальності, а й переорієнтовується на підтримку психологічної стабільності, адаптації персоналу підприємства та управління їх результативністю.

Управлінню організаційною поведінкою присвячені численні дослідження як вітчизняних, так і зарубіжних вчених таких як А. О. Молчанова, І. В. Воляник, В. П. Кондратьєва, О. Б. Мосій, П. Д. Дудкін, Т. І. Кужда, В. В. Лазарюк, Л. М. Мельник, Г. С. Нагорняк, О. А. Сороківська, І. В. Струтинська та інші.

Науковці визначають організаційну поведінку як поведінку працівників, які залучені до виробничих та управлінських процесів організації, та які відповідно відіграють певну соціальну й організаційну роль, формуючи середовище формування поведінки працівника.

Організаційна поведінка – це також є відображенням поведінки окремих особистостей в середині підприємства, й одночасно являється складовою системи управління, спрямованого на підвищення ефективності організацій через управління поведінкою окремих особистостей, груп та організації в цілому. Організаційна поведінка як система містить у собі:

- поведінку працівників у компанії;
- міжособистісні відносини;
- динаміку формування відносин у малій групі;
- міжгрупові відносини;
- стиль взаємовідносин, який прийнятий у компанії [5, с. 164].

Оскільки управління організаційною поведінкою персоналу є складовою системи менеджменту, тому серед основних її стратегічних направлень можна виділити такі:

- формування та розвиток трудового потенціалу;
- формування ефективного мотиваційного механізму;
- формування механізму управління конфліктами;
- посилення згуртованості персоналу;
- посилення управління стресами та адаптації персоналу.

В умовах війни необхідним є розуміння, що найбільш важливим є саме посилення управління стресами та адаптації персоналу в розрізі створення відповідного комфортного та безпечного простору, а також формування нових підходів до комунікацій та позитивного ставлення.

Таким чином, управління організаційною поведінкою на підприємстві визначається як системний елемент управління персоналу, та формується під впливом різних факторів та стратегічних цілей підприємства. Управління поведінкою персоналу необхідно займатись системно, формуючи її шляхом використання всіх соціально-психологічних впливів на персонал. Ефективне управління поведінкою персоналу дає можливість досягти поставлені організаційні цілі підприємства, а також професійно розвинути працівників в середині підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боліла С. Ю., Коваль С. В., Вальтер А. О. Аспекти управління організаційною поведінкою на підприємствах аграрного сектору та сфери м’ясопереробки. Таврійський науковий вісник. 2015. № 92. С. 182–190.
2. Ivancevich J. M., Konopaske R., Matteson M. T. Organizational Behavior and Management, 10th Edition. URL: http://surl.li/bwtzl (дата звернення: 20.04.2022).
3. Сазонова Т. О., Нагорна Ж. Ю., В’юницький Д. І. Організація праці менеджера в контексті управління поведінкою персоналу підприємства. Економіка та суспільство. 2017. № 13. С. 702–706. URL: http://surl.li/bwusj.
4. Вільчук Л. Самопідтримка під час війни. Global Compact : веб-сайт. URL: http://surl.li/bwtwj.
5. Управління організаційною поведінкою персоналу як чинник стійкості компанії. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3178/3101.
6. Управління стресом на робочому місці. URL: http://surl.li/bwtzh.

FORMATION OF A SYSTEM OF BUSINESS PROCESSES AND MANAGEMENT OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE ON THE BASIS OF A PROJECT-ORIENTED APPROACH IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Y. V. Baranchuk; D. E. Petrutsiy; E. P. Chernobay, *students majoring in Management, group MA m tr-21*
Poltava University of Economics and Trade;
Gocha Beridze, *student BA, Master's degree*
Batumi Shota Rustaveli State University. Batumi, Georgia
I. V. Koziura, *professor of the Department of Management, Doctor of Public Administration – scientific adviser*
Poltava University of Economics and Trade

Increasing the efficiency and flexibility of operations, strengthening economic security and ensuring long-term sustainable development in a dynamic market environment is a topical issue for the success and competitiveness of enterprises.

Business processes are critical to the economic security of an enterprise, covering various areas of activity, such as production, supply, marketing, sales, customer service, etc. A clear definition and description of business processes allows an enterprise to better understand its operations, identify bottlenecks and opportunities for improvement. Effective business process management contributes to increased productivity, reduced costs, improved product/service quality and customer satisfaction.

Regular analysis and optimization of business processes play a key role in ensuring the economic security of an enterprise. Identification and elimination of bottlenecks, improvement of efficiency and transparency of processes, implementation of control and monitoring measures help to minimize risks and threats to economic security. The use of modern technologies and methods of business process management, such as automation, business intelligence and continuous improvement, helps to strengthen the economic security of the enterprise and increase its competitiveness.

A effective tool for creating a system of business processes that allows for increased flexibility, efficiency and controllability of key enterprise operations is a project-oriented approach, which, unlike the traditional functional approach, allows for a more flexible response to changes and solving specific tasks within time, resource and budget constraints.

Project management methods (Agile, PMP, PRINCE2, etc.) are successfully used in various industries, demonstrating high efficiency in optimizing business processes: in manufacturing companies, projects to implement lean manufacturing, automate processes, and improve supply chains; in IT services – optimization of software development processes, implementation of agile methods; in financial and banking institutions – reengineering of customer service processes, implementation of electronic document management; in healthcare – optimization of healthcare services, improvement of interaction.

The management of an enterprise's economic security involves a clear process of risk identification and analysis, as well as continuous monitoring and control of the results of the projects implemented. The application of a project-oriented approach to economic security management allows an enterprise to respond to risks in a systematic and targeted manner, use resources efficiently and achieve the desired level of business security.

The integration of the concept of stable development involves the integration of its principles into the business management system and may include the following areas: optimization of resource use and waste minimization at all stages of business processes; introduction of "green" technologies, energy-efficient solutions and practices; safe working conditions, personnel development and investment in human capital; supply chain management with due regard to environmental and social criteria; introduction of environmental and industrial safety management systems; integration of Examples of successful practices in implementing the principles of sustainable development include the activities of Coca-Cola, Nestlé, Siemens, IKEA, and others.

Thus, the application of a system of business processes and economic security management based on a project-oriented approach in the context of sustainable development creates the preconditions for a flexible response to changes, rapid implementation of the necessary transformations and achievement of the desired results in the field of economic security and sustainable development.

References

1. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide). 7n ed. Newtown Square, PA: Project Management Institute. 2021. URL: https://www.pmi.org.

2. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation. A Manifesto for Business Revolution (Collins Business Essentials). New York : Harper Business, 2006. 272 p.
3. Organization and management of the system of economic security of the enterprise: a study guide / Z. B. Zhyvko, O. V. Cherevko, N. V. Zachosova and others ; edited by Z. B. Zhyvko. Cherkasy : Chabanenko Y. A. Publisher, 2019. 120 p. URL: https://is.gd/QCAcAW.
4. Sustainable Development Goals, UNDP. URL: https://is.gd/61dqVG.
5. World Business Council for Sustainable Development. Vision 2050: Time to Transform. URL: https://is.gd/BambwY.

УПРАВЛІННЯ СТРЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВІЙНИ

А. Ю. Бейдик, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
Н. Л. Кужель, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

З початком повномасштабної війни в Україні частина вітчизняного бізнесу призупинила або скоротила свою діяльність. Організації, які продовжили працювати, були змушені адаптуватися до нових реалій та зіткнулися з великою кількістю проблем.

Невизначеність, переїзд, страх, перенапруження, перевтома викликають стрес у працівників, що в свою чергу призводить до низької мотивації, зниження продуктивності праці, конфліктів у колективі, погіршення взаємодії в команді тощо.

Стрес є захисною реакцією організму на загрозу життю або фізичну чи розумову напруженість. В умовах війни ці чинники поєднуються, що ускладнює ситуацію і негативно впливає на управління персоналом головна мета якого полягає в забезпеченні зростання обсягів виробництва й налагодженні в колективі гарних довгострокових відносин [1].

За даними Gradus Research.Worldwide online and smartphone surveys причинами стресу українців в умовах війни є розлука з рідними – 32 %, безпека близьких – 63 %, ризик втрати життя та майна – 37 %, ризик отримати поранення – 24 %, втрата джерел доходу або роботи – 42 %.

За даними опитування «Делойт» в Україні основними факторами появи робочого стресу 74 % працівників назвали небезпеку

праці, 56 % – недостатність забезпечення продуктивної роботи і 49 % – перервність робочих процесів. Також роботодавці визнали, що у 31 % компаній робоче навантаження зменшилося для всіх працівників і у 41 % – для певних категорій працівників і, як наслідок, відбулося зменшення доходів працюючих, що вплинуло на погіршення їхнього психоемоційного стану [1].

Отже, для управління емоційними стресами сучасному керівнику необхідно знати основні методи і підходи до управління стресами та вміти виявляти ознаки, зокрема джерела стресу. Підібрати ефективні підходи та методи управління емоційними стресами можна тільки тоді, коли будуть установлені основні джерела виникнення стресів та факторів стресів. Кадрові служби повинні вміти застосовувати сучасні підходи до управління професійними стресами в конкретній управлінській ситуації [2].

Існують індивідуальні (психологічні) підходи до управління стресом, які забезпечують усунення стресу самим працівником, враховуючи різні програми та рекомендації психологів. Розглянемо основні з них:

- дихальні техніки, медитація;
- здорове харчування, фізична активність;
- планування, управління часом;
- соціальна підтримка;
- спілкування;
- управління емоціями.

Організаційні підходи до управління стресом, які передбачають використання різних інструментів та методів для діагностики стресових ситуацій, профілактики, ухилення, боротьби зі стресами на рівні організації:

- встановлені чіткі очікування;
- можливість віддаленої роботи;
- навчання та підвищення кваліфікації;
- справедливе та сприятливе робоче середовище;
- відповідна винагорода за працю;
- відпустка;
- програма підтримки працівникам;
- впровадження стрес-менеджменту.

Комплексний підхід до управління стресами в організації та грамотно організована система подолання їх наслідків, яка відповідає проблемам сьогодення, забезпечить швидшу адаптацію персоналу до нових викликів в умовах війни, збереже стабільність персоналу та продуктивність праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мекшун Л. (2023). Вплив стрес-менеджменту на працездатність людини й управління персоналом в умовах війни. Проблеми і перспективи економіки та управління, (2 (34), 77–87. https://doi.org/10.25140/2411-5215-2023-2(34)-77-87.
2. Смолинець І. Б. Емоційні стреси менеджерів в управлінні: актуалізація та дослідження [Електронний ресурс]. Проблеми системного підходу в економіці. – 2020. – Вип. 1(2). – С. 52–57. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2020_1(2)__10.

РОЛЬ І МІСЦЕ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***А. М. Беляєва**, студентка спеціальності 073 Менеджмент, освітньої програми Менеджмент, група МЕН б-41*
***В. А. Власенко**, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Подальша трансформація ринкових відносин в Україні підвищує рівень відповідальності суб'єктів господарювання за результати своєї діяльності, що значною мірою залежать від забезпечення основними засобами, їх технічного стану та ефективності використання. Діяльність підприємства нерозривно пов'язана із наявністю та використанням основних засобів, що повинні характеризуватися відповідним складом та структурою для здійснення процесу виробництва.

Науковці О. В. Коваленко та І. В. Громова визначають основні засоби як «необоротні матеріальні активи, що належать підприємству та використовуються в його діяльності для отримання доходу. Тобто, вони мають більший термін корисного використання, ніж поточні активи, і не очікується, що вони будуть спожиті або перетворені в готівку протягом року. Також ці активи відрізняються від товарно-матеріальних цінностей, оскільки останні купуються з метою перепродажу, а перші купуються для операційних цілей» [1, с. 21].

Вчені О. В. Костюнік та А. А. Наконечна дотримуються думки, що «основні засоби є частиною виробничих ресурсів підприємств, вони використовуються у господарській, виробничій діяльності протягом тривалого періоду» [2, с. 178].

Отже, основні засоби – це матеріальні активи різного роду, що виступають невід'ємною частиною процесу виробництва і становлять основу для створення капіталу.

В умовах трансформаційних процесів у національній економіці однією з умов ефективного функціонування підприємств виступає їх рівень забезпечення основними засобами.

За допомогою основних засобів формується матеріально-технічна база підприємства. Слід зазначити, що раціональне та правильне формування і використання основних засобів впливає на процес їх відтворення, оновлення, поповнення, а, відповідно, і забезпеченість суб'єкту господарювання сучасними та конкурентоспроможними засобами праці.

Серед чинників впливу на успішність виробничо-господарської діяльності та процес функціонування підприємств особливе місце займає забезпеченість та стан їх основних засобів. Саме наявність сучасного обладнання, устаткування, інструментів, програмного забезпечення, механізація та автоматизація виробництва, ремонт та заміна зношеного обладнання, навчання персоналу суттєво впливають на комерційно-виробничу, господарську та фінансову діяльність, а також рівень конкурентоспроможності підприємств.

Стан основних виробничих засобів характеризують через коефіцієнти: зносу основних засобів, придатності, оновлення, вибуття (приросту) основних засобів. До показників, що характеризують ефективність використання основних засобів, належать: фондовіддача, фондомісткість, рентабельність основних засобів, сума прибутку на одну гривню основних засобів тощо.

Можна констатувати, що основні засоби мають такі специфічні ознаки: термін корисного використання; призначення для забезпечення виробництва продукції технікою, устаткуванням, інструментами, а також для виконання адміністративних функцій, соціального забезпечення працівників; переносять свою вартість на виготовлену продукції в результаті морального та фізичного спрацювання; мають вплив на підвищення кваліфікації працівників; забезпечують ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства; зазнають впливу внутрішніх та зовнішніх чинників.

Для кращого використання основних засобів у процесі управління підприємством доцільним є: постійне навчання працівників та підвищення рівня їх кваліфікації; здача в оренду неза-

діяних основних засобів; оновлення основних засобів; автоматизація та модернізація виробництва; залучення інвестицій в основні засоби; ефективне використання наявного обладнання; визначення оптимальних строків корисного використання основних засобів.

Ефективне використання основних засобів призводить до зменшення потреб у введенні нових виробничих потужностей при зміні обсягу виробництва, а отже, до підвищення прибутку підприємства. Поліпшення використання основних засобів означає також прискорення їх оборотності, що значною мірою сприяє вирішенню проблеми скорочення розриву у строках фізичного та морального зносу, прискорення темпів оновлення основних засобів.

Таким чином, основні засоби виступають дієвим чинником прискорення розширеного відтворення основного капіталу підприємства та забезпечення зростання його конкурентних переваг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Коваленко О. В., Громова І. В. Напрями підвищення ефективності використання основних фондів підприємства. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2019. Вип. 7. С. 20–27.
2. Костюнік О. В., Наконечна А. А. Економічний зміст та класифікація основних засобів. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 21, Ч. 1. С. 177–180.

THE IMPACT OF DIGITAL TRANSFORMATION ON ENTERPRISE OPERATIONAL STRATEGIES

***D. S. Vovk**, student majoring in Entrepreneurship and Trade, group 6.06.076.010.20.1*
***M. M. Salun**, Scientific advisor, Professor of Entrepreneurship and Trade Department, Doctor of Science in Economics*
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Digital transformation has a significant impact on the operational strategies of enterprises. It changes the way companies conduct their business, process data, interact with customers, and compete in the market.

This process defines a new stage in the development of enterprises, affecting all aspects of their activities [1–3]. The impact on

the operational strategies of enterprises is a key aspect of this change. Digital technologies present new opportunities and challenges that require the revision and adaptation of operational strategies to achieve efficiency and competitiveness. Table 1 presents the main areas of digital business transformation and their implications.

Table 1 – The Impact of Digital Transformation on Enterprise Operational Strategies

Parts of the company's operational strategy	Digital Transformation
Business process transformation	Digital transformation is revolutionising traditional business processes by digitising them. Automation, artificial intelligence, and other digital tools optimise operational processes, making them faster and more efficient
Novelty development	Digital transformation facilitates the development and implementation of innovative operational strategies. The utilization of cutting-edge technologies, such as blockchain, the Internet of Things (IoT), and data analytics, allows companies to improve their operations and adapt to changing market conditions
Improving supply chain efficiency	Digital technologies empower businesses to optimise their supply chain. Using intelligent analytics, forecasting and collaboration platforms makes supply chains more efficient and adaptable
Customer experience improvement	Digital transformation is changing the way businesses interact with their customers. The use of online platforms, social media, and personalised services makes it possible to optimise operations to meet customers' unique needs and expectations
Changes in corporate culture and competencies	Digital transformation not only requires technological change, but also an evolution of corporate culture and the development of new skills among employees. Operational strategies should consider this aspect by encouraging learning and innovation among staff

Digital transformation is providing new opportunities for businesses to enhance their operational strategies, accelerate their development, and increase their competitiveness. To be successful in

adapting to this process requires a balanced approach and flexibility in managing operational strategies to maximise the benefits of digital technologies in the context of a particular business.

References

1. Салун М. М. Дорожня карта для формування бізнес-моделей сучасного українського виробничого підприємства [Електронний ресурс] / М. М. Салун, Л. В. Запащук / Бізнес-моделі розвитку національної економіки та підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи : монографія з міжнародною участю / Нац. металург. академія України ; за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. – Дніпро : Журфонд, 2018. – С. 69–80. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20867.
2. Сорока А. М. Операційна стратегія менеджменту в системі управління підприємством [Електронний ресурс] // Економіка. Менеджмент. Бізнес, 2018, № 4 (26). URL: https://journals.dut.edu.ua/index.php/emb/article/view/1977/1873.
3. Li Xianglong, et al. The Transfer Strategy of Digital Information Technology for Heterogeneous Manufacturers // JOEUC. 2022. Vol. 34, № 8. P. 1–22. http://doi.org/10.4018/JOEUC.306248.

ПАТЕНТНО-КОН'ЮНКТУРНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРИ ПРОВЕДЕННІ КОНКУРЕНТНОЇ РОЗВІДКИ

В. В. Гаріфуліна, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН БА б-41*

Т. О. Гусаковська, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У бізнесі можна виділити два види патентів – власні та конкурентів. Перші захищають результати інтелектуальної праці та капіталовкладення організації. Вони перешкоджають конкурентам незаконно використовувати результати чужої праці.

Патенти конкурентів – це інструменти монополії, вони перешкоджають виходу на ринок та заважають конкуренції. Тобто власні патенти – це активи, патенти конкурентів – це загроза або проблема.

Відповідно перший тип патентів є джерелом вигід організації, тому вони є об`єктом найбільшої уваги з боку її менеджменту. Менш очевидно, що другий тип патентів також може слугувати джерелом вигід. Їм також необхідно приділити увагу,

оскільки вони є джерелом інформації про плани конкурентів. Так, наявність великої кількості патентів та заявок на споріднені технології дає можливість дізнатись про напрям майбутньої активності конкурентів.

Конкурентна розвідка в патентній сфері дозволяє компаніям вивчати стратегії конкурентів, виявляти їх слабкі та сильні сторони, а також прогнозувати їхні дії на ринку. Це допомагає підприємствам створювати ефективну стратегію розвитку і зберегти свої конкурентні переваги.

Патентно-кон'юнктурні дослідження – це аналіз патентної активності, технологічних тенденцій, інноваційних розробок та конкурентного середовища. Вони дозволяють компаніям виявляти можливості для розвитку нових продуктів, зменшення ризиків при впровадженні інновацій, а також реагувати на зміни на ринку.

Для проведення патентно-кон'юнктурних досліджень та конкурентної розвідки використовуються методи аналізу патентних баз даних, моніторингу технологічних трендів, оцінки конкурентного середовища та ідентифікації ключових гравців на ринку.

Технологія проведення патентно-кон'юнктурних досліджень включає в себе кілька етапів, які допомагають зібрати, аналізувати та інтерпретувати інформацію про патентну активність, технологічні тенденції та конкурентне середовище. Нижче наведено основні етапи проведення патентно-кон'юнктурних досліджень:

1. Визначення цілей дослідження: на початковому етапі необхідно чітко сформулювати цілі та завдання дослідження.

2. Вибір патентних баз даних: для збору інформації про патентну активність можна використовувати бази даних патентних відомств, зокрема, Укрпатенту, Європейського патентного відомства (EPO), Всесвітньої організації інтелектуальної власності, Управління патентів і торгових марок США (USPTO), патентного відомства Японії тощо.

3. Побудова пошукового запиту: формулюючи пошуковий запит, необхідно враховувати ключові слова, терміни та параметри, що відповідають обраному напрямку дослідження.

4. Аналіз отриманих результатів: отриману інформацію слід аналізувати з урахуванням поставлених завдань, виявляти ключові тенденції, ідентифікувати конкурентів та можливості для розвитку.

5. Виконання конкурентної розвідки: на основі патентних даних можна провести аналіз конкурентного середовища, визначити стратегії конкурентів та їхню патентну активність.

6. Підготовка звіту та рекомендацій: на завершальному етапі необхідно підготувати звіт з результатами дослідження, виділити ключові висновки та рекомендації для подальших стратегічних дій компанії.

Аналіз патентного ландшафту допомагає компаніям виявляти новаторські ідеї, потенційних конкурентів, а також можливості для ліцензування технологій чи укладання стратегічних партнерств. Водночас, цей аналіз дозволяє виявити загрози для бізнесу і прийняти необхідні заходи для їх уникнення.

Постійний моніторинг патентної активності конкурентів дозволяє компаніям бути в курсі останніх технологічних тенденцій, швидше реагувати на зміни на ринку та розробляти ефективну стратегію розвитку. Це допомагає забезпечити стабільний успіх компанії в умовах постійного змагання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Moeller J. Patent Information Analysis for Strategic Business Decisions – The Patent Portfolio Audit. URL: https://medium.com/@AlphaDataIQ/patent-information-analysis-for-strategic-business-decisions-the-patent-portfolio-audit-b116adefd18 (дата звернення: 02.03.2024).
2. Grimaldi M., Cricelli L. and Rogo F. Auditing patent portfolio for strategic exploitation: A decision support framework for intellectual property managers / Journal of Intellectual Capital. 2018. Vol. 19. № 2, P. 272–293. https://doi.org/10.1108/JIC-01-2017-0019.
3. Poltorak, Alexander I., and Paul J. Lerner. Essentials of intellectual property: law, economics, and strategy. John Wiley & Sons, 2011. 320 p.

СОЦІАЛЬНИЙ ПРОЄКТ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ НИНІШНІХ РЕАЛІЙ

В. Н. Грабовий, *студент спеціальності Бізнес-адміністрування, група БА м-11*

О. В. Бондар-Підгурська, *д-р екон. наук, професор кафедри менеджменту, доцент – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

На теренах втілення плану повоєнного відновлення України, який би сприяв сталій, стійкій, інклюзивній і зеленій економічній її розбудові, а також вирішенню поточних питань життєво

важливих інтересів (ЖВІ) населення під час війни, використання соціальних проєктів як форми реалізації її інноваційної моделі розвитку стає досить затребуваною темою [4–6].

Нині фахівці виділяють три типи моделей науково-інноваційного розвитку промислово розвинених країн: 1) орієнтовані на лідерство в науці, реалізацію великомасштабних цільових проєктів, що охоплюють всі стадії науково-виробничого циклу, як правило, зі значною часткою науково-інноваційного потенціалу в оборонному секторі (США, Англія, Франція); 2) орієнтовані на поширення нововведень, створення сприятливого інноваційного середовища, раціоналізацію всієї структури економіки (Німеччина, Швеція, Швейцарія); 3) стимулюють нововведення шляхом розвитку інноваційної інфраструктури, забезпечують сприйнятливість до досягнень світового науково-технічного прогресу, координації дій різних секторів в галузі науки і технологій (Японія, Південна Корея) [2–4, 7].

Враховуючи умови нинішніх реалій для України, *соціальні проєкти*, що за своєю суттю є сконструйованим соціальними нововведенням, і передбачають створення, модернізацію чи підтримку матеріальної або духовної цінності, вплив якої на людей характеризується позитивними ефектами, стають ефективною формою реалізації вищезазначених моделей.

Як правило, соціальні проєкти спрямовані на соціальну допомогу, розвиток, освіту, і потрібують для своєї реалізації кошти, отримати які можна через гранти або конкурси проєктів. Так, відповідно до проєкту Закону України «Про підтримку та розвиток інноваційної діяльності» (ст. 34) фінансове забезпечення інноваційної діяльності в Україні ґрунтується на засадах стратегічного планування та множинності джерел фінансування і здійснюється за рахунок [8]: 1) коштів державного бюджету; 2) коштів обласних, районних бюджетів і бюджетів місцевого самоврядування; 3) коштів, передбачені на виконання інноваційних проєктів та національних, міждержавних, регіональних і галузевих програм; 4) власних та залучених коштів суб’єктів господарювання, юридичних осіб та громадян іноземних держав; 5) грантів.

Грантові програми – чудовий фінансових ресурс, який може надаватись отримувачам безповоротно для реалізації соціального проєкту, благодійної програми, проведення наукових досліджень, навчання або ж підвищення кваліфікації та інших

суспільно корисних цілей із обов'язковим етапом звітування щодо їх використання на визначені цілі.

У повоєнний час України грантові програми мають важливе значення, оскільки залучення іноземних інвестицій дає можливість науковцям, стартапам і підприємцям з інноваційними ідеями та проєктами обмінюватися досвідом у співпраці із іноземними колегами. Так за останні півроку відбулася серія конкурсних програм, кожна з яких відіграла важливу роль у реалізації значущих рішень щодо соціальних питань [1]. Розглянемо найбільш показові з них, які дозволяють задовільнити ЖВІ населення потерпілих регіонів під час війни, а окремі ще й використанням новітніх технологій.

Equality Hackathon – подія, організована Talents on AI Foundation за підтримки Міністерства закордонних справ України, представництва ООН в Україні та Національної комісії України у справах ЮНЕСКО [11]. Захід проводився спільними зусиллями представників різних сфер для реалізації спільних цілей, що стосуються питань захисту прав людини, гендерної рівності та толерантності завдяки використанню технологій штучного інтелекту. Команда переможців цього ґранту презентувала алгоритм спрямований допомагати ветеранам війни та особам із інклюзією з пошуком роботи. За допомогою платформи «Black Box» [10] члени команди оприлюднили розробку, що включає 3 – агента «Даймони», кожен з яких відповідальний за певну задачу, її вирішення та рекомендацію: 1) Даймон 1 – відповідає за профорієнтацію та оцінку психологічного стану респондентів. Веде комунікацію та проводить опитування про досвід та інтереси респондента у толерантній формі. 2) Даймон 2 – займається оглядом трендових професій, а саме розуміється, що цей агент в майбутньому буде мати доступ до інформацій про найпопулярніші вакансії на платформах пошуку роботи. 3) Даймон 3 – надає релевантні пропозиції – на основі зібраної інформації вище перерахованими агентами, дає респонденту перелік найбільш відповідних та актуальних вакансій.

Проєкт *«Сприяння безпеці людей в Україні шляхом реагування на багатовимірну кризу спричинену війною»* реалізований благодійною організацією «БФ Крила для України» за підтримки ПРООН та фінансування уряду Японії. Це комплексний проєкт у рамках, якого проводилися заходи з обладнання і відновлення медичного центру для ДСНС Херсону: 1) придбання 9 одиниць медичного обладнання; 2) протягом 10 днів про-

водилися тренінги з надання першої домедичної допомоги для 200 співробітників служби ДСНС; 3) спільно з Work.UA та Robota.UA проводилися пошуки спеціалізованих лікарів для медичної частини ДСНС та міської клінічної лікарні ім. А та О. Тропіних.

«Курс на незалежність» – благодійний проєкт для українців, які мають власну справу та потребують коштів на обладнання для його розвитку. У рамках проєкту передбачено підтримку 100 бізнес-ідей на придбання обладнання та матеріалів на суму до 20 000 євро. Проєкт організований завдяки співпраці українського бізнесу та німецького банку розвитку: агропромхолдингу Астарта-Київ і DEG. Партнерами з впровадження є благодійний фонд «Повір у себе», благодійна організація «Світло надії» та Агенція місцевого економічного розвитку «АМЕР» [9].

Таким чином, розробка соціальних проєктів як форми реалізації інноваційної моделі розвитку економіки України сприятиме задоволенню життєво важливих інтересів більшості потребуючого населення в умовах нинішніх реалій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Балдич Н., Ходько Н., Гринчук Н., Чорній Л. Грантові інструменти. *Офіційний сайт: Грантові інструменти фінансування МЕР*. 2020. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/605/PLEDDG_LED_Finance_Guide_Part_5.pdf (дата звернення: 20.02.24).
2. Бондар О. В., Глєбова А. О. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. Київ : Освіта України, 2013. 480 с.
3. Бондар-Підгурська О. В. Науково-методологічні засади сталого інноваційного соціально орієнтованого розвитку економіки : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2016. 531 с.
4. 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.
5. Бондар-Підгурська О. В. Інноваційна політика будівельних підприємств малого і середнього бізнесу в контексті реалізації держпрограми «Житло для внутрішньо переміщених осіб в Україні». *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*. 2018. № 15. URL: http://ev.fmm.kpi.ua/ issue/view/7943 (дата звернення: 20.02.24).
6. 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.
7. Золотарьов О. О., Глевацька Н. М. Зарубіжний досвід державного регулювання інноваційних процесів. *«Конкурентоспроможна модель інноваційного розвитку економіки України» :* матер. Міжнар. наук.-практ. конференції (м. Київ, 11.04.2018 року). С. 131–133. URL: https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/81b51ba2-0587-43e2-8883-53ab3ab01d6c/content (дата звернення: 20.02.24).
8. Проект Закону України «Про підтримку та розвиток інноваційної діяльності» від 07.06.2021. Комітет Верховної Ради України VIII скликання. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/ (дата звернення: 20.02.24).
9. Проєкт «Курс на Незалежність» дає нові можливості. *Офіційний сайт: Кобеляцька територіальна громада*. 2023. URL: https://kobelyaky-miskrada.gov.ua/news/72586-projekt-kurs-na-nezaleznist-daje-novi-mozlivosti (дата звернення: 20.02.24).
10. Саранцов Є., Под'ячев С., Сагдієв А. Generative AI sandbox. *Офіційний сайт: Black Box Education*. 2023. URL: https://www.blackbox.ua/ (дата звернення: 20.02.24).
11. Talents on AI Foundation. *Офіційний сайт: Equality Hackathon*. 2023. URL: https://tonai.org/ (дата звернення: 20.02.24).

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Є. В. Зяблова, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕНб-41(Н)*
І. В. Козюра, *д-р держ. упр., професор кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах господарювання одним із напрямків, що сприяє підвищенню ефективності діяльності підприємств, є інноваційна діяльність, яка сприяє зміцненню конкурентоспроможності підприємств за рахунок підвищення якості виробленої продукції та послуг. Це є необхідною умовою для цілеспрямованих інновацій.

Інноваційна діяльність компанії має велике значення для її функціонування, оскільки є джерелом загального розвитку та інноваційного зростання.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» визначено, що «інноваційна діяльність – діяльність, що спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг» [1].

Інноваційна діяльність, за С. Покропивним, – «це процес, спрямований на розроблення й реалізацію результатів закінчених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень у новий чи вдосконалений продукт, реалізований на ринку, у новий чи вдосконалений технологічний процес, використовуваний у практичній діяльності, а також зв'язані з цим додаткові наукові дослідження й розробки» [2].

Інноваційна діяльність за С. М. Ілляшенко – «це процес створення, провадження та поширення інновації» [3].

Потреба в інноваціях може мати багато різних причин: зміна позиції компанії на ринку, необхідність зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції тощо. Тому для виконання поставленого завдання необхідне залучення фахівців з маркетингу, технічних та економічних питань. та інші послуги організації за потреби.

Інноваційна діяльність підприємства передбачає реалізацію певного набору етапів інноваційного процесу. Однак, окрім інноваційного процесу, це також обмежується такими факторами: інноваційна здатність фірми (інноваційний потенціал фірми); стратегія корпоративного розвитку; ємність ринку.

Інноваційна діяльність – це практичне застосування інноваційного потенціалу підприємства та результатів наукових розробок з метою отримання нової або принципово вдосконаленої техніки, продукції, технологій для виробництва підприємства.

Ознакою будь-якої інноваційної діяльності є виявлення інноваційних ідей та реалізація їх закладеного потенціалу. На цій основі інноваційна діяльність базується на науковому та інтелектуальному потенціалі, доступному для створення нових або вдосконалених продуктів, технологічних процесів, методів організації виробництва та праці.

Її можна охарактеризувати як сукупність дій, спрямованих на практичне застосування результатів науки і техніки. Інновація у підприємницькій діяльності сьогодні – це комплекс додаткових можливостей, які стимулюють цю діяльність, і цілий комплекс додаткових умов, які її суттєво ускладнюють. Серед потенційних переваг інноваційної діяльності слід відзначити наступні моменти:

− впровадження інновацій надає підприємствам можливість удосконалити або вивести всі функціональні елементи своєї діяльності на якісно новий рівень, удосконалити виробничі процеси, підвищити виробничі процеси та їх ефективність.;

– внутрішні інноваційні процеси дозволяють досягти конкурентної переваги шляхом впровадження нових або вдосконалених продуктів у виробництво, розширення асортименту та підвищення якості продукції;

– інновації є джерелом потенціалу компанії;

– активна інноваційна діяльність сприяє розвитку творчого потенціалу співробітників;

– інноваційний шлях розвитку формує імідж компанії.

Упровадження нових розробок стимулює науково-технічний прогрес, в кінцевому підсумку покращуючи якість життя населення.

Однією з головних переваг інновацій є їх внесок в економічне зростання. Простіше кажучи, інновації ведуть до підвищення продуктивності. Коли продуктивність зростає, виробляється більше товарів і послуг, що означає зростання економіки.

Таким чином, інноваційна діяльність – це діяльність, яка спрямована на відкриття, розвиток, перетворення результатів наукових досліджень у нові, вдосконалені продукти, послуги чи процеси та їх поширення для отримання прибутку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» документ 40-IV, чинний, поточна редакція від 31.03.2023, підстава – 2849-IX.
2. Покропивний С. Ф. Інноваційний менеджмент у ринковій системі господарювання. Економіка України. – 1995. – № 2. – С. 24.
3. Ілляшенко С. М. Інноваційний менеджмент : підручник. Суми : ВТД – Університетська книга, 2010. – 334 с.

PSYCHOLOGICAL QUALITIES OF A MANAGER AS A PERSONALITY

A. V. Kornilova, *group MEN b-11*
Poltava University of Economics and Trade
A. Volka, *spec. Tourism and hospitality management, gr. 6410*
Graduate School of Information Systems Management, ISMA, Latvia;
T. O. Husakovska, *Associate Professor of the Department of Management, Ph. – Supervisor*
Poltava University of Economics and Trade

Innovative human, managerial, and personnel resources are among the strategic resources at the present stage of Ukraine's development. In order to influence on the socio-economic deve-

lopment of Ukraine, it is necessary to change the system of training managers who are able to work both in stable and unstable, non-standard and crisis economic situations.

The level of moral development, manifested in the culture of consciousness, emotions, and behavior, characterizes the level of moral culture of a manager: worldview, ethical knowledge, beliefs, ability to trust, respect, and empathize people, the way of personal thoughts and feelings usage in moral practice, and the degree of their embodiment in everyday behavior. It becomes a basis of managerial culture as a set of values, norms, views, and ideas, characteristic for managers who consciously make models of their behavior.

Professional development requires not only knowledge provided by modern higher educational institutions but also certain personal qualities of a human, their choice and desire to work in the chosen profession. As experience and analysis of scientific research show, any activity is based on personal motivation.

According to I. V. Ivanova, the main motives of managerial activity are creative, economic, and ambitious, they can be integrated, but there is always a dominant motivation in the hierarchy. The scientist believes that the motive of activity and certain intellectual abilities are preconditions for determining a person's suitability for a managerial position, and only after their determination, requirements can be formulated and necessary personal qualities can be defined.

Since professional activity is made by a person using all their knowledge, skills, and psychological resources, it is important to consider the managerial and entrepreneurial potential of managers. A manager is a person who professionally performs managerial functions in the market system.

From a psychological point of view, every profession requires a different level of personal psychological characteristics, special abilities, intellect, attention, willpower and memory. To perform a certain type of activity, a proper temperament, personal psychological features and personal qualities are needed. According to scientific sources, there are nine important psychological characteristics of a manager's personality: determination; awareness; purposefulness; selectivity; tactfulness; effectiveness; demandingness; criticality; responsibility.

For effective managerial work, one must have such psychological qualities: leadership qualities, communicativeness; ability to take risks within reasonable limits; desire for success, ambition; ability to

lead in extreme conditions; personal maturity; a type of thinking that combines combinatorics and forecasting (diversity, speed, flexibility, intuition, logic, predictiveness); resistance to stress; adaptability.

Thus, the professionalism of a manager is based on organizational abilities, skills of systemic analysis and prediction of situations, knowledge of ways to make rational decisions, the ability to formulate and implement effective strategies for organization development, as well as on personal moral and, of course, psychological qualities. Professional knowledge, skills and abilities, and also personal moral-psychological qualities shape the structure of the professional-ethical culture of managers.

References

1. Moral and psychological qualities of a personality in the structure of professional and ethical culture of a manager. URL: https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/b1da56d3-5cf1-401e-82d6-fe66d3add519/content (accessed on March 12, 2024).
2. Psychological features of managerial and entrepreneurial potential of managers. URL: http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/278/1/Березовська%2bПукіш_Психологічні%20особливості%20управлінського%20та%20підприємницького%20потенціалу%20майб%20менеджерів.pdf (accessed March 15, 2024).

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА У ТРАНСФОРМАЦІЙНИЙ ПЕРІОД

***І. Д. Коротких**, студент спеціальності 073 Менеджмент, освітньої програми «Менеджмент», група МЕН б-41*
***В. А. Власенко**, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У діяльності будь-якого підприємства важливу роль відіграє вирішення проблеми забезпечення його функціонування необхідним обсягом капіталу, що є запорукою ефективної діяльності підприємства та отримання позитивного фінансового результату.

Категорія «капітал» має багато тлумачень і може трактуватися як матеріальні ресурси, сума грошей та нематеріальні ресурси.

Дослідники Р. А. Чемчикаленко та Е. В. Коваль вважають, що «капітал багатогранний і повинен розглядатися щонайменше у трьох його проявах, а саме: фінансовому (як джерело фінансу-

вання придбання активів), матеріальному (речовому) та інтелектуальному (людському)» [1, с. 856].

Науковці О. Д. Щербань та О. І. Невдачина наголошують, що «капітал – це всі фінансово-економічні ресурси суб'єкту господарювання, вкладені у його майно, яке використовується для розширеного відтворення з метою отримання прибутку» [2, с. 285].

Капітал підприємства, як основне джерело отримання максимального прибутку, рентабельності, фінансової стійкості та засіб підвищення конкурентних переваг підприємства, на сучасному етапі розвитку суспільства потребує ефективного управління. Управління капіталом здійснюють шляхом застосування системи принципів і методів розроблення та реалізації управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним його формуванням із різноманітних джерел, а також забезпеченням ефективного його використання в різних видах господарської діяльності підприємства.

Основною метою управління капіталом є задоволення потреби у фінансових коштах за різними напрямами діяльності підприємства та оптимізація його структури з позицій забезпечення умов ефективного використання для збільшення ринкової вартості підприємства.

Слід відзначити, що механізм управління капіталом підприємства включає систему регулювання фінансової діяльності підприємства, систему зовнішньої підтримки його фінансової діяльності, систему фінансових важелів, систему фінансових методів та систему фінансових інструментів. Система регулювання фінансової діяльності підприємства, зі свого боку, включає державне нормативно-правове регулювання, ринковий та внутрішній механізми регулювання фінансової діяльності підприємства у частині управління капіталом.

Для підприємства важливим аспектом його ефективного функціонування є дієвий механізм управління його капіталом. Загалом характерними особливостями управління капіталом в умовах ринкових трансформацій є: обмеженість джерел та засобів його формування; постійне зростання залежності від зовнішніх джерел фінансування; необхідність пошуку оптимальної структури капіталу.

Управління капіталом підприємства має на меті вирішення певної низки завдань. Основними завданнями управління капіталом підприємства виступають:

1. Забезпечення достатньої кількості капіталу для ефективного фінансового та економічного розвитку підприємства.

2. Своєчасне реінвестування капіталу та забезпечення оптимального рівня оборотності капіталу.

3. Створення сприятливих умов для досягнення максимально можливого рівня доходу від вкладеного капіталу з урахуванням впливу фінансового ризику на запланованому рівні.

4. Забезпечення належного рівня фінансової гнучкості та стабільної фінансової рівноваги підприємства.

5. Ефективне та раціональне використання сформованого на підприємстві капіталу.

6. Зведення до мінімуму фінансового ризику відповідно до запланованого рівня доходності капіталу та реалізація ефективного фінансового контролю.

Разом з тим, до ключових принципів управління капіталом на підприємствах належать:

1) оптимальне розміщення капіталу підприємства на стадіях його кругообігу;

2) планування необхідного обсягу та структури капіталу;

3) наявність системи джерел формування капіталу;

4) контроль за станом і використанням капіталу підприємства.

Таким чином, під капіталом слід розуміти сукупність власних і позикових фінансових ресурсів, що перебувають у розпорядженні суб'єкту господарювання, за рахунок яких відбувається фінансування його діяльності під час досягнення головної мети підприємства. Розмір капіталу відображає відповідне ресурсне забезпечення підприємства та впливає на показники його фінансової стійкості.

Список використаних інформаційних джерел

1. Чемчикаленко Р. А., Коваль Е. В. Особливості формування оптимальної структури капіталу підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. № 22. С. 855–859.
2. Щербань О. Д., Невдачина О. І. Теоретичні аспекти визначення сутності та структури капіталу підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2016. Вип. 3 (14). С. 284–289.

MANAGEMENT OF ENTERPRISE ASSETS

V. S. Levchenko, *student of the specialty Management, group MENb-41(H)*
Poltava University of Economics and Trade;
Polina Sheremetyeva, *gr. 602;*
Viktorija Komara, *gr. 6032,*
Entrepreneurship in the restaurant business
Graduate School of Information Systems Management, ISMA, Latvia
L. M. Shymanovska-Dianych, *Supervisor, Professor, Doctor of Economics, Head of the Department of Management*
Poltava University of Economics and Trade

The efficiency of a company's operations is largely determined by the correct composition and structure of its assets.

Assets are the economic resources of an enterprise in the form of aggregate property values (primarily working capital and fixed assets) used in business activities for profit.

Most modern scientists under the management of assets understand the activity of enterprise, sent to the achievement of the put aims by the rational use of present resources with the use of principles and methods of economic mechanism of management.

The study of asset management issues should begin with the definition of "assets". V. M. Sheludko believes that the assets of an enterprise are property in its tangible and intangible forms acquired by the enterprise at the expense of its own or borrowed resources at its disposal and intended for use in financial and economic activities for profit.

In the opinion of A. M. Poddervogin, "assets are resources at the disposal of an enterprise and the use of which leads to an increase in economic benefits in the future".

The main goal of effective asset management is to ensure profitability and sustainable development through the rational use of all types of assets to enhance the company's competitiveness.

It is necessary for providing of process of the normal and perspective economic functioning of enterprise, foremost, effectively to manage his assets. Assets play an important role in the company's economic activity, since through their effective formation and use the company improves its operations, increases its economic potential and, as a result, receives income (profit).

Enterprise asset management is a complex process that consists in the proper formation and use of assets in terms of their volume,

composition, structure, taking into account the impact of numerous factors of the internal and external environment.

In modern conditions, enterprises need to pursue a more effective policy of managing assets, their composition and structure, and especially to increase the profitability of operating non-current assets by increasing the average cost of operating non-current assets and extending their turnover period. In terms of improving the efficiency of the use of current assets, it is necessary to reduce the duration of the operating cycle by accelerating the turnover of inventories and finished goods. In terms of improving the efficiency of the use of current assets, it is necessary to reduce the duration of the operating cycle by accelerating the turnover of inventories and finished goods.

The main areas of enterprise asset management are:

1. Increasing revenues from product sales.
2. Increasing the profitability of core operating activities.
3. Accelerating the turnover of accounts receivable.
4. Optimization of the asset structure.

The main purposes of enterprise asset management are as follows:

1. Formation of the required volume and composition of assets to ensure their economic development.
2. Ensuring maximum return on assets, taking into account the possible degree of financial risk.
3. Ensuring minimal financial risk of using assets, taking into account a certain level of their profitability.
4. Ensuring the company's constant solvency by maintaining their liquidity and optimizing turnover.
5. Ensuring efficient use of assets in order to ensure the planned amount of income and profit.
6. Achieving a match between the available amount of assets and the need for them.
7. Determining rational ways of financial support for the acquisition of assets.

The efficiency of an enterprise's economic activity largely depends on the level of development and improvement of the asset management system.

Therefore, asset management is a system of principles and methods for developing and implementing management decisions related to their optimal formation from various sources, as well as ensuring their effective use in various types of economic activities of enterprises.

References

1. Podderyogin A. M. Finances of enterprises : Textbook. [5th ed.] K. : KNEU, 2008, 546 p.
2. Sheludko V. M. Financial Management : Textbook. [2nd ed]. K. : Knowledge, 2013. 375 p.

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

***Ю. І. Мамчій**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво та торгівля*
***І. А. Франів**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Динаміка ринкового середовища вимагає використання стратегічного підходу до управління підприємством. Під стратегією розуміється загальна комплексна програма дій, яка встановлює пріоритетні проблеми, місію та головні цілі підприємства, а також розподіл ресурсів для їх досягнення. Ця програма формулює мети та методи їх реалізації так, щоб визначити конкретний напрямок розвитку для всіх підрозділів підприємства. За своєю суттю стратегія є довгостроковим плановим документом, результатом стратегічного планування. Тому актуальність цього питання постійно залишається на високому рівні, оскільки неуспішний вибір або недостатнє обґрунтування стратегії обов'язково призведе до недовговічності підприємства на ринку [1, 3].

Першим і найважливішим кроком у стратегічному плануванні є визначення цілей. Основну ціль підприємства, яку іноді називають місією, обирають з урахуванням впливу зовнішніх факторів. На основі загальної місії підприємства визначають інші стратегічні цілі. Ефективність стратегії підприємства забезпечується, якщо ці цілі є конкретними, вимірюваними, чітко визначеними в часі, досяжними, збалансованими, забезпеченими ресурсами, однонапрямленими та взаємопідтримують одна одну. При цьому бажано встановлювати цілі для кожного напрямку діяльності підприємства.

Після визначення місії та цілей починається етап діагностики у стратегічному плануванні. Першим важливим кроком є аналіз зовнішнього середовища, який є постійним процесом спостере-

ження, вивчення та контролю впливу зовнішніх факторів на підприємство. Метою аналізу є своєчасне та повне визначення можливостей та загроз для підприємства, а саме позитивного та негативного впливу зовнішніх факторів, таких як політичні, економічні, науково-технічні, соціальні, міжнародні тощо.

Методи вибору основної стратегії можна розділити на дві категорії: перша – для монопрофільної діяльності або для вузького спектру продуктів та послуг, що пропонуються підприємством (методи однопродуктового аналізу); друга – для диверсифікованого виробництва (методи «портфельного» аналізу).

Один з методів однопродуктового аналізу, що має наукове обґрунтування, – метод PIMS (Profit Impact of Marketing Strategy), був розроблений компанією «Дженерал Електрик» у співпраці з Гарвардською школою бізнесу на початку 70-х років. Метод PIMS базується на моделюванні впливу стратегічних факторів на ключові показники ефективності підприємства, такі як рентабельність капіталовкладень і валовий прибуток [2].

Основна стратегія, вибрана як основний напрямок, є основою стратегічного планування підприємства. Згідно з життєвим циклом підприємства, можна обрати одну з таких основних стратегій: стратегію зростання, що виражає намір підприємства збільшувати обсяги продажу, прибутку, капіталовкладень тощо; стратегію стабілізації – у випадку діяльності підприємства при помітній нестабільності обсягів продажу та прибутку; стратегію виживання – оборонну стратегію, що використовується у глибокій кризі підприємства.

Отже, можна обґрунтовано стверджувати, що детально пророблена стратегія реструктуризації підприємницької діяльності дозволить не лише утримати підприємство на конкурентному ринковому середовищі, а й, можливо, вивести його на нові ринки збуту продукції або розширити контрольований підприємством сегмент ринку.

Отримання найкращого ефекту відбувається у випадку, коли комплексний стратегічний підхід до формування асортименту, встановлення цін та розробки збутової політики реалізується з урахуванням взаємозв’язку між ними. У зв’язку з постійною змінністю ринкової ситуації, асортименту, цін та збуту необхідно систематично переглядати і оцінювати результати введення будь-яких змін. Хоча це вимагає і часу, і фінансових ресурсів для постійного аналізу, але саме це дозволить досягти конкурентних переваг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Tsyplitska O. O. (2020) Regional and interregional network interaction as a determinant of industrial sector modernization, Naukovyy pogliad: ekonomika ta upravlinnia. Vol. 2 (68). P. 171–178.
2. Buzzel R. and Gale B. (1987). The PIMS Principles: Linking Strategy to Performance, Free Press, New York.
3. Лачкова Л. І., Лачкова В. М. Фінансово-економічний механізм адаптаційної реструктуризації торговельних підприємств України. Науковий погляд: економіка та управління. 2019. Вип. № 2. С. 48–56.

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ КОМПАНІЇ

С. О. Оносов, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*
Ю. О. Єжелий, *асистент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливість маркетингу в контексті ринкової економіки очевидна, адже він активізує відносини, які виникають на ринках за рахунок його управління всередині організацій, одночасно сприяючи досягненню їхніх цілей. Хоча сфера застосування маркетингу в організаціях може бути дуже широкою, для багатьох підприємців єдине, що вони з ним асоціюють – це слово «продажі». Звичайно, продажі є пріоритетом для всіх компаній і становлять головну, а часом і єдину, проблему підприємців. Проте це короткострокова перспектива, яка не враховує, що маркетинг, окрім допомоги у забезпеченні короткострокового успіху компаній та організацій загалом, через підтримку процесу продажів, також переслідує довгострокові цілі, які в перспективі створять необхідні умови для стійкості компанії, а короткострокові цілі, особливо збутові, будуть досягатися з більшою легкістю.

Отже, необхідно розуміти, що людина, яка відповідає за функцію маркетингу в компаніях, тобто менеджер (директор) з маркетингу, має як короткострокові, так і довгострокові цілі (оперативні та стратегічні відповідно). Для досягнення цих цілей, необхідно виконувати дуже конкретні функції та процеси, а також розробляти завдання, пов’язані з останніми.

Щоб зрозуміти масштаби маркетингу в організації, важливо зазначити, що вони змінюються залежно від її розміру та стану. Дійсно, існують різні типи компаній (рис. 1) і вони класифікуються залежно від двох змінних: розміру (великі, середні та малі); охоплення (багатонаціональні, національні, місцеві).

	Багатонаціональні	Національні	Місцеві
Великі	1	2	3
Середні	4	5	6
Малі	7	8	9

Рисунок 1 – Типи компаній залежно від змінних «розмір/охоплення»

Компанії, розташовані в квадранті 1 (великі транснаціональні компанії), можуть бути поділені на дві групи: компанії з виробництва товарів масового споживання та інші (сфера послуг, промисловість, торгівля тощо). Ця відмінність зроблена тим, що компанії з виробництва товарів масового споживання мають бачення, яке спонукає їх думати про маркетинг як про пріоритет розвитку і це відображається в їхній культурі, бюджеті та проєктуванні структури, орієнтованої на капіталізацію можливостей, які пропонує їм ринок залежно від споживача. Інші компанії в квадранті 1, незважаючи на наявність економічних можливостей, не обов’язково віддають перевагу маркетингу в своїх бізнес-процесах з різних причин, особливо пов'язаних з відсутністю сприятливої для цього культури.

Як правило, у великих компаніях функції маркетингу та продажів розділені. Кожна з них має керівника (менеджера), який підпорядковується комерційному віце-президенту. У компаніях квадранту 1 з виробництва товарів масового споживання зазвичай можна побачити структуру управління брендом, де бренд-менеджер діє як «бізнес-менеджер» у всьому, що стосується його бренду. Він, окрім відповідальності за стратегічний та оперативний маркетинг свого бренду, також відповідає за його фінансовий результат, маючи можливість впливати на питання виробництва, щоб отримувати більший прибуток шляхом оптимізації витрат.

В інших компаніях з квадранту 1 відділ маркетингу, зазвичай, має більш складну структуру. Менеджер з маркетингу відповідає за тактичний і стратегічний маркетинг організації та всіх її продуктів. Його повноваження менші, ніж у бренд-менеджера, тому що він оцінюється не за рентабельністю операцій, а за

іншими критеріями, а їх вплив на цінову політику та питання виробництва є досить незначним.

У середніх компаніях зазвичай є менеджер з маркетингу, який об'єднує обидві функції – розробляє маркетингову стратегію та відповідає за продажі. Навіть багато промислових компаній середнього розміру мають суто комерційний відділ, а розробка маркетингової стратегії є чимось другорядним, що замовляється у сторонньої компанії або розробляється кимось із комерційного відділу емпірично та інтуїтивно.

У невеликих компаніях немає формального відділу маркетингу, а в багатьох випадках навіть відділу продажів. Власник бізнесу сам керує комерційними питаннями. Він не турбується про маркетинг, тому що не має відповідної підготовки, не цікавиться цим або просто не має на це часу. Його головна проблема – досягнення рівня продажів, який дозволить генерувати необхідний грошовий потік для підтримки функціонування бізнесу.

У сучасному конкурентному середовищі компаніям необхідно мати чітку конкурентну перевагу, щоб виділятися на тлі своїх конкурентів. Маркетинг допомагає створити таку перевагу, позиціонуючи компанію як лідера в своїй галузі, пропонуючи унікальні продукти або послуги або надаючи винятковий рівень обслуговування клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: The Future Is Immersive. Wiley. 2023. 256 p.
2. Nagle T., Müller G., Gruyaert E. The Strategy and Tactics of Pricing. A Guide to Growing More Profitably. Routledge. 2023. 412 p.

CASH FLOW MANAGEMENT ENTERPRISES

D. S. Pokusa, *student of the speciality Management, group MENb-41(N)*
Poltava University of Economics and Trade;
M. Kozlovska, *spec. Business management, gr. 3600*
Graduate School of Information Systems Management, ISMA, Latvia;
L. M. Shymanovska-Dianych, *Doctor of Economics, Head of the Department of Management – Supervisor, Professor*
Poltava University of Economics and Trade

In a market environment, the main task of an enterprise is to increase the efficiency of its functioning through rational cash flow management, which will ensure financial balance and rhythmicity of

the enterprise's activities, accelerate capital turnover, reduce the risk of insolvency and generate profit.

The importance of studying cash flows is due to the fact that they serve the company's business activities in all its directions. Further development of the company and the final result of its business activity depend on the quality of cash flow management.

There are many approaches to the interpretation of the essence of the concept of cash flow. The most successful is the definition of cash flow presented by V. Yasyshena, "cash flow is a set of receipts and payments of cash and cash equivalents generated by its economic activity, the movement of which is associated with the factors of time, space, structure, risk and liquidity" [2].

O. Tereshchenko believes that "cash flows are an internal source of financial stabilisation of an enterprise through an increase in its incoming and decrease in outgoing cash flows, which are aimed at increasing solvency. In addition, cash flow, namely net cash flow from operating activities, is defined as a criterion of the internal financing potential of an enterprise and is the basis for assessing its financial condition and creditworthiness" [1].

The main goal of cash flow management is to ensure the financial balance of the company and to generate the necessary reporting to ensure a comprehensive analysis of cash flows.

Cash flow management has a significant impact on the financial and economic activities of enterprises, since cash flow management is the main source of high financial results, i.e., it is possible to increase the amount of profit. Cash flows are involved in all aspects of the company's financial and economic activities; contribute to the financial balance of the company at each stage of the life cycle; make it possible to reduce the need for borrowed capital; affect the acceleration of capital turnover; and reduce the risk of insolvency.

The main indicators used in the analysis of cash flows are liquidity and solvency indicators (net working capital, current ratio, quick ratio, absolute liquidity ratio, operating liquidity ratio, working capital manoeuvrability), indicators of the dynamics and structure of the company's cash flows (cash flow from operating, investing, financing activities and total cash flow, gross and net cash flow, etc.).

Assessment of the efficiency of cash management at an enterprise becomes the initial information for further management decisions, namely for forecasting future cash flows. Cash flow planning is an important stage of managing the financial activities of enterprises,

the main purpose of which is to ensure the rhythmicity and synchronisation of cash flows, and, in general, to achieve financial balance.

In order to improve the efficiency of enterprise cash flow management, it is necessary to:

− introduce the calculation of a system of cash flow indicators as measures of financial stability and solvency;

− to study industry-specific patterns of cash flows and take them into account in the practice of accounting and analysis of the enterprise;

− determine flows in accounting, including operational, information to form timely and complete information support for the analysis of cash flows of enterprises;

− improve the methodology for analysing cash flows.

An efficiently organised cash flow management system at an enterprise ensures self-financing of the enterprise, its financial stability, and development of the enterprise.

Thus, cash flow management is one of the most important segments of financial work at an enterprise, the efficiency of which determines both the current performance and the future development of a business entity.

References

1. Tereshchenko O. O. Financial activity of business entities : [textbook]. K. : KNEU, 2003. 554 p. [in Ukrainian].
2. Yasyshena V. The essence of cash flows of enterprises and their classification Bulletin of TNEU. Economic analysis. 2008. Issue 2 (18). P. 321–324. [in Ukrainian]

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Д. В. Попова**, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕНб-41(Н)*

***З. О. Тягунова**, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Використання інформаційних систем і обробки даних стало невід'ємною частиною сучасного менеджменту. Розвиток інформаційного суспільства вимагає активізації у формуванні єдиного інформаційного простору управління не лише на корпоратив-

ному рівні, а й у партнерському середовищі управління з постачальниками, клієнтами, національними та приватними установами.

Щоб будь-яка система управління працювала, вам потрібна правильна система управління інформацією. Організація інформаційного забезпечення, тобто наявність сукупності обробленої інформації про стан об'єктів фінансово-господарської діяльності, яка відповідає вимогам керівництва організації. Інформаційне забезпечення включає інформаційні системи, що включають необхідні інформаційні фонди (кадри та інформаційні технології) і системи інформаційного потоку. Інформаційна система підприємства спрямована на спілкування співробітників з питань професійної діяльності.

М. П. Денисенко зі співавторами представляють інформаційне забезпечення як «сукупність даних, організацію їх введення, обробку, збереження і накопичення, пошук, а також поширення в межах компетенції зацікавленим особам у зручному для них вигляді» та «забезпечення системи управління сукупністю інформації» [1].

Панчишин Б. О. говорив про необхідність дослідження проблеми інформаційного забезпечення та дотримувався думки, що «воно дозволяє покращити процес управління підприємством, оцінити інформаційні системи, здійснювати контроль за показниками діяльності, забезпечити достовірність інформації, зменшити вплив ризиків» [2].

У дослідженні Титаренко І. В. було відзначено, що «інформаційне забезпечення є інструментом, який дозволяє покращити ефективність управління підприємством та системою накопичення, обробки, аналізу, поширення інформації з метою прийняття управлінських рішень. При цьому важливу роль в інформаційному забезпеченні відіграє захищеність, доступність інформації, що є можливим за умови використання програмного забезпечення. Саме інформаційне забезпечення дозволяє не лише прийняти виважені рішення, але й покращити процес управління підприємством» [3].

Інформаційне забезпечення – це безперервний процес отримання, формування та оприлюднення достовірної зовнішньої та внутрішньої інформації з використанням інформаційно-аналітичних порталів, інформаційних ресурсів, технічних засобів і технологій надання інформації. Враховуючи загрози та ризики в

ринковому середовищі, які існують в інформаційних системах, користувачі, зацікавлені в прийнятті управлінських рішень та зберіганні інформації, можуть своєчасно на них реагувати та досягати поставлених компанією заходів захисту.

Розвиток інформаційного забезпечення спрямований на використання засобів технічного контролю для надання необхідної інформації відповідним органам управління, починаючи з безперервного потоку збору, обробки, зберігання, пошуку та передачі інформації на різні рівні управління, висока достовірність інформації відповідно до встановлених вимог щодо збору та обробки на кожному рівні управління.

Завданнями, які надають інформацію для процесу управління, є:

− забезпечення інформаційних потреб органів управління:

− ідентифікація та вибір джерела:

− правильна інтерпретація та систематизація отриманих даних:

− перевірка достовірності та цілісності даних:

− надання даних в єдиному, легкому для розуміння, інформаційному форматі:

− багаторазове використання отриманої інформації:

− постійне оновлення даних.

Ефективне використання управлінських інформаційних систем вимагає, щоб вони охоплювали всі сфери діяльності та вирішували завдання всіх керівників, незалежно від їх рівня управління.

Отже, Інформаційне забезпечення – це накопичення та групування вхідних даних, що позитивно впливає на діяльність конкретної компанії. Метою надання суб’єктам господарювання інформації є отримання обробленої та зведеної інформації на основі сукупності зібраних вихідних даних і прийняття на її основі оптимальних бізнес-рішень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Денисенко М. П., Колос І. В. Інформаційне забезпечення ефективного управління підприємством. Економіка та держава, 2006. № 7, С. 19–24.
2. Панчишин Б. О. Інформаційне забезпечення процесу управління на підприємстві в сучасних умовах господарювання. Економіка та суспільство, [online]. 2017. Вип. 10. С. 326–329.

3. Титаренко І. В. Удосконалення процесу інформаційного забезпечення як інструменту ефективного управління підприємством. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу : міжнар. зб. наук. пр. 2011. № 1 (19). С. 349–353.

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОВИРОБНИЧОГО ТРАНСПОРТУВАННЯ ВАНТАЖІВ

***О. О. Процик**, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво та торгівля*
***І. А. Франів**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Для покращення внутрішнього транспортування вантажів на підприємстві, важливо розглянути ключові фактори, які впливають на підвищення його ефективності, такі як комплектуючі, деталі та потоки матеріалів всередині компанії. Підприємство має доцільно застосовувати принципи раціоналізації та впроваджувати системи внутрішньовиробничих перевезень грузів. Оскільки транспортування є важливою частиною логістичної системи, ефективне його управління необхідно для задоволення виробничих потреб підприємства та досягнення позитивного показника ефективності виробництва. Логістичні ланцюги, в основному, акцентують на зовнішньому транспортуванні, але для оптимізації витрат важливо також аналізувати та вдосконалювати внутрішнє транспортування [1].

Внутрішньовиробниче транспортування значною мірою залежить від організації та структури основної діяльності підприємства, і його оптимальне вирішення важливе, що потребує попередньої раціоналізації виробничих або торговельних процесів, на які передбачено застосування певного виду транспортування. Для цього корисно визначити рекомендації або принципи раціоналізації внутрішньовиробничого транспортування.

Для покращення існуючої системи внутрішньовиробничого транспортування доцільно розробити систему загального аналізу, на основі якого можна провести глибокий факторний аналіз. Це дозволить оцінити проєктовані рішення, які одночасно враховують зв’язок зовнішньовиробничого транспортування з

циклом матеріальних поставок. Таким чином, буде повністю втілений логістичний підхід у загальному ланцюгу постачання.

Організація внутрішньовиробничого транспортування, яка налагоджена, повинна гарантувати перевезення потрібної кількості вантажів за найкоротшими маршрутами, з максимальним використанням та мінімальним зношенням транспортних засобів. Це вимагає створення відповідної виробничої структури, розташування окремих виробничих та допоміжних підрозділів, а також видів вантажів і їх потоків. Для полегшення такої організації доцільно провести класифікацію вантажів за призначенням та їх характеристиками перевезення. Враховуючи, що вантажі відрізняються за фізичними властивостями, упакуванням, масою і розмірами, можна розподілити їх на кілька категорій, таких як вантажі, що перевозяться навалом, поштучно, пакетовані і контейнерні, а також рідкі, газоподібні, негабаритні і великі за масою [2, 3].

Проведення такої класифікації вантажів дозволяє найбільш ефективно використовувати внутрішньовиробничий транспорт, а також транспорт для зовнішніх перевезень.

Під час проєктування оптимальних рішень доцільно розглядати різні системи перевезень: маятникові – для переміщення між двома пунктами, при цьому транспортний засіб повертається назад без вантажу; променеві – для перевезення від «центрального» пункту відправлення до декількох пунктів прийому; контурні – для перевезення вантажів від пункту відправлення до пункту прийому, що одночасно є пунктом відправлення, що створює найбільш ефективну систему при утворенні замкненого контуру; складні контурні перевезення – коли до основного контуру підключаються додаткові, створені на основі з’єднання декількох близько розташованих пунктів прийому і відправлення вантажів.

Отже, важливою задачею в логістичній системі є розробка стратегії та логістичної концепції побудови моделі транспортного обслуговування підприємства, яка базується на розрахунку оптимальних маршрутів перевезень.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кучмєєв О. О. Особливості управління матеріальними потоками в логістичних системах торговельних підприємств. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 30-1. С. 99–103.

2. Матвієнко-Біляєва Г. Л., Ляліна Н. С., Котельникова Ю. М. Основні напрями розвитку логістики підприємств та її основні концепції. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 24, частина 2. С. 119–124.
3. Пєтухова О. М., Ткачук О. С. Удосконалення організації логістичних процесів на складі підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: https://cutt.ly/qxkyYZx.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ВІРТУАЛЬНОЮ КОМАНДОЮ

Ю. О. Рой, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-31*
Н. Л. Кужель, *старший викладач кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розвиток сучасних технологій, зміни у способах роботи через пандемію КОВІД-19 та війну в Україні сприяють тому, що віртуальні команди в організаціях стають все більш актуальним явищем у сучасному бізнес-середовищі.

Віртуальна команда – це група людей, які працюють на відстані, мають спільну мету та використовують інформаційні технології для підтримки зв’язку один з одним.

Управління віртуальною командою суттєво відрізняється від традиційного, а тому створює як нові можливості так і виклики для менеджменту.

Можливості та переваги віртуальних команд:

− організація роботи з будь-якого місця, що дозволяє членам команди пристосовувати свої робочі графіки до особистих потреб;

− зменшення витрат на оренду офісного простору та інфраструктуру, а також на подорожі, пов’язані зі зборами та зустрічами;

− залучення та співпраця з кваліфікованими фахівцями з усього світу, незалежно від їх місцезнаходження;

− робота в більш комфортних умовах для учасників, що може позитивно впливати на їх продуктивність та задоволеність роботою;

− зменшення ризику поширення, наприклад, інфекційних захворювань та інших небезпек, пов’язаних з роботою в офісі.

Також під час повітряних тривог відповідальність за перебування працівників не в укриттях лягає на них самих.

Недоліки віртуальних команд, які потрібно враховувати:

− можливі проблеми з комунікацією та співпрацею між членами команди, які не знаходяться в одному місці;

− труднощі в налагодженні особистих контактів з колегами та створення командного духу;

− швидкість прийняття рішень набагато нижча, ніж у традиційній команді;

− технічні проблеми (можливі проблеми з інтернет-з'єднанням, комп'ютерним обладнанням тощо);

− порушення балансу між роботою та особистим життям (складно чітко розмежувати роботу та особисте життя, коли робота ведеться вдома);

− відсутність контролю (складно контролювати роботу співробітників, які не знаходяться в офісі);

− неготовність співробітників (відсутність необхідних навичок та обладнання);

− відсутність корпоративної культури (складно зберегти корпоративну культуру та командний дух у віртуальному середовищі);

− проблеми з кібербезпекою (можливі ризики кібератак та витоку даних).

− необхідність у нових технологіях.

При організації співпраці у віртуальній команді варто враховувати можливі культурні відмінності членів команди, або різницю в їх інтересах, методах роботи, віддаленість розташування частини членів команди [2].

Розвиток довіри є ключовим як серед лідерів, так і серед учасників. Один зі способів побудувати довірчі стосунки серед членів команди є їх заохочення до відкритого спілкування. Керівникам також необхідно чітко розподіляти обов'язки серед членів команд та переконатися, що кожен розуміє свою відповідальність. Також важливо впроваджувати ефективне програмне забезпечення, яким може користуватися кожен член команди [1].

Управління віртуальною командою під час війни є складним завданням, але воно має вирішальне значення для забезпечення безперебійної роботи бізнесу та підтримки співробітників. Застосовуючи поради щодо ефективного спілкування, підтрим-

ки, гнучкості, безпеки та збереження командного духу, керівники можуть допомогти своїм командам залишатися продуктивними та згуртованими навіть в складних умовах.

Безперечно, в умовах війни віртуальна робота може стати рятівним кругом для багатьох підприємств. Вона дозволяє їм залишатися на плаву, підтримувати економіку та піклуватися про своїх співробітників. За умови подолання перешкод та ефективного управління, віртуальна робота може стати успішною моделлю організації праці навіть після завершення війни.

Список використаних інформаційних джерел

1. Варіс І., Кравчук О. & Кир'янова О. (2023). Напрями оптимізації віртуального командного менеджменту в сучасному бізнес-середовищі. Економіка та суспільство, (48). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-4.
2. Гринчак Н. А., Мотузка О. М. Особливості управління і налагодження комунікацій у віртуальних командах. SWorldJournal. 2023. Issue 18. Part 2. P. 165–172. URL: https://doi.org/10.30888/2663-5712.2023-18-02-033.

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА

Н. І. Свистунов, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕНб-41(Н)*
І. П. Чайка, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Важливою і необхідною частиною системи управління є комунікаційна політика, яка необхідна для забезпечення розвитку компанії, і від неї залежить ефективність роботи всієї команди. Велику роль відіграє якість інформаційного потоку, який є основою комунікаційної політики. Слід подбати про те, щоб підтримувалося оптимальне співвідношення між досягнутими результатами та витратами на впровадження заходів комунікаційної політики.

Устіловська А. С., Божидай І. І. визначили, що «комунікаційна політика є важливою та необхідною складовою системи управління для забезпечення розвитку підприємства, від якої залежить результативність роботи усього колективу».

Окландер М. А. наголосив, що «комунікаційна політика – комплекс заходів щодо забезпечення ефективної взаємодії біз-

нес-партнерів, організації реклами, методів стимулювання збуту і зв'язку з громадськістю».

Комунікаційна політика планує та здійснює взаємодію компанії з усіма суб'єктами маркетингової системи, засновану на використанні комплексу комунікаційних інструментів, що забезпечують стабільне та ефективне формування попиту, стимулювання пропозиції на ринку, задовольнить потреби покупця і принесе прибуток.

Комунікаційна політика включає рекламу, методи просування, персональні продажі, співпрацю зі ЗМІ, участь організації у ярмарках і виставках, фірмовий стиль, упаковку тощо.

Комунікативна політика ставить перед собою завдання:

− створення умов для цінової еластичності попиту та пропозиції;

− інформування щодо характеристик і видів продукції та якості послуг; формування та поширення іміджу та репутації компанії;

− повідомлення про розпродажі, ярмарки та виставки;

− нагадування про ціни компанії та політику щодо продуктів для окремих клієнтів або груп покупців;

− поширення порівняльної інформації про результати діяльності компанії; переклад кількісних та якісних характеристик товарів і послуг на мову потреб споживачів.

Основним завданням комунікаційної політики має стати стимулювання попиту та формування іміджу компанії.

Комунікаційна політика – це заходи ефективної взаємодії зі споживачами, засновані на інноваційних маркетингових системах, які забезпечують реалізацію цінних конкурентних переваг.

Основним завданням комунікаційної політики є контроль за способами та методами комунікації, запобігання використанню на практиці недостовірних, неповних та ситуативних комунікацій, які не відповідають цілям і завданням комунікаційної політики підприємства та чітко сформульованих правил.

Цілі комунікаційної політики виникають безпосередньо з аналізу можливих проблем і вигідних можливостей. Комунікаційна політика компанії спрямована на інформування та оповіщення споживачів про свою продукцію, стимулювання продажів та побудову відносин співпраці. Таким чином, комунікаційна політика компанії забезпечує зворотний потік інформації з ключовими споживачами шляхом оцінки ринкової ситуації.

Варто зазначити, що комунікаційна політика компанії спрямована на забезпечення ефективності її функцій та розробку комплексу заходів стимулювання збуту на основі ефективної рекламної діяльності. Комунікаційна політика поділяється на два напрямки: одним з них є міжособистісні комунікації, яке включає спілкування та не особові комунікації. Обидва компоненти є невід'ємною частиною комунікаційної політики компанії.

Удосконалення комунікаційної політики компанії вимагає формування зворотного зв'язку між компанією та контрагентами на конкретних ринках.

Таким чином, комунікаційна політика компанії є основою для всіх сфер ринкової діяльності і її метою є досягнення успіху в задоволенні загальних потреб компанії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Устіловська А. С., Божидай І. І. Основні теоретичні засади комунікаційної політики підприємства. Актуальні питання у сучасній науці. 2022. № 2 (22), С. 138–150.
2. Окландер М. А., Литовченко І. Л., Ботушан М. І. Маркетингові комунікації промислових підприємств в умовах інформаційної економіки. Київ : Знання, 2011. 265 с.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Р. А. Федосюк, *студент спеціальності Менеджмент, група МЕН б-41*

Т. О. Гусаковська, *канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Внутрішнє середовище підприємства складається з різних елементів, які взаємодіють між собою і впливають на діяльність підприємства. Основними складовими внутрішнього середовища підприємства є:

Організаційна структура: це система розподілу обов'язків, повноважень та відповідальності між працівниками підприємства. Організаційна структура визначає ієрархію управління, ланцюжок командування та способи комунікації в організації.

Кадровий потенціал – це сукупність працівників підприємства, їхніх знань, навичок, досвіду та мотивації. Кадровий

потенціал визначає успішність підприємства, його конкурентоспроможність та здатність до інновацій.

Організаційна культура: визначає цінності, норми та правила, якими керуються працівники у своїй діяльності. Вона впливає на мотивацію працівників, їхню продуктивність та сприйняття роботи.

Системи управління: це процеси та методи, якими керуються в управлінні діяльністю підприємства. Вони включають у себе планування, контроль, координацію та організацію ресурсів для досягнення поставлених цілей.

Фінансовий стан: це фінансовий ресурси підприємства, його фінансова стабільність та здатність до інвестування. Фінансовий стан впливає на можливості розвитку та конкурентоспроможність підприємства.

Ці складові взаємодіють між собою і формують внутрішнє середовище підприємства, яке визначає його успішність та конкурентоспроможність на ринку.

Організаційна культура є важливою складовою внутрішнього середовища підприємства та має велике значення для його успішної діяльності та розвитку. Якщо організаційна культура сприяє співпраці, взаєморозумінню та інноваціям, це допомагає підприємству досягати успіху на ринку.

Одним з ключових елементів успішної організаційної культури є лідерство. Керівництво повинно бути прикладом для працівників у дотриманні цінностей та норм підприємства. Важливо, щоб керівництво було відкритим для спілкування з працівниками, позитивно ставилося до їхніх ідей та думок, тим самим стимулюючи їх до активної участі у житті підприємства.

Крім того, організаційна культура повинна бути гнучкою і адаптивною. Сучасний бізнес швидко змінюється, і підприємство повинно бути готове до нових викликів і можливостей. Тому важливо, щоб організаційна культура підтримувала інновації, вміла адаптуватися до нових умов і сприяла постійному розвитку працівників.

Важливість організаційної культури для підприємства полягає в наступних аспектах:

Мотивація працівників: організаційна культура може стимулювати працівників до більшої продуктивності, творчості та відданості підприємству.

Залучення та утримання талановитих працівників: культура підприємства впливає на привабливість робочого місця для потенційних працівників. Якщо підприємство має сприятливу організаційну культуру, це може привертати талановитих фахівців на підприємство та їх утриманню на ньому.

Стабільність та спроможність до змін: організаційна культура може впливати на готовність підприємства до змін та інновацій.

Ефективність комунікації: організаційна культура формує способи комунікації між працівниками, керівництвом та клієнтами. Якщо вона сприяє відкритості, сприятливим взаємодіям та довірливим взаємовідносинам, це може позитивно вплинути на результативність та успішність підприємства.

Отже, організаційна культура є важливим фактором для успішності та конкурентоспроможності підприємства, оскільки вона формує цінності, норми та стандарти, якими керуються працівники у своїй діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лепейко Т. І., Янієва Д. Д. Теоретичні аспекти формування організаційної культури підприємства. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2022. № 13. С. 99–107.
2. Семененко О. Організаційна культура як соціальна підсистема культури підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 22. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-41.

TIME MANAGEMENT TOOLS FOR PLANNING THE COMPANY'S OPERATIONAL ACTIVITIES

***A. R. Shevchenko**, student majoring in Entrepreneurship and Trade, group 6.06.076.010.20.1*
***M. M. Salun**, Professor of Entrepreneurship and Trade Department, Doctor of Science in Economics – Scientific advisor*
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

Operational activity planning methods are techniques that help to develop plans and justify key data [2]. The choice of planning methods depends on the production organization used, forms of production unit specialization, planning horizon, set goals, experience and qualifications of employees, etc.

The primary methods for planning an enterprise's operational activities are [2, 3] normative, technical and economic calculations, and balance. Normative planning involves using a system of norms and standards, while technical and economic calculations substantiate plan indicators based on an approved algorithm. Balance planning coordinates and interconnects the processes of production and consumption of goods. The task of program-targeted selection involves setting development goals and creating individual action plans to achieve them. The network approach coordinates the parameters of the complex of works based on graph-analytical optimization. The budgetary approach provides a financial interpretation of the parameters of the structural units and the enterprise. The indicative approach uses standardized indicators to plan the qualitative parameters of operating activities. Modelling, whether it be economic, mathematical, simulation-based, agent-based, system dynamics, or any other type, involves constructing a model of the object by identifying and formalising existing dependencies. Expert evaluation is based on the generalisation of expert opinions.

Each method listed for planning the company's operational activities corresponds to a specific stage of the operational cycle and can be enhanced with time management tools [0–3] to improve plan optimisation (Table 1).

Table 1 – Grouping time management tools by stages of the operational cycle

Operational cycle stage	**Method of operational planning**	**Time management tools**	**Correspondence between stage, method and tools**
1	**2**	**3**	**4**
Supply (purchase)	Normative approach	JIT, SCM	The normative approach uses a system of rules and regulations to determine the level of need for materials and components, in line with JIT and SCM concepts aimed at improving the supply process
	Feasibility studies	MRP I, MRP II, ERP	The planning indicators are substantiated by technical and economic calculations based on an approved algorithm in line with the concepts of MRP I, MRP II, ERP, aimed at optimising the management of material and financial resources

Table continued

1	2	3	4
Supply (purchase)	Budget approach	SCM	Budgetary approach provides a financial interpretation of the operating parameters of the structural units and the company, which is in line with the SCM concept focused on the optimisation of the supply chain
Manufacturing	Feasibility studies	MRP I, SCM, “Quality of Work Life”	Engineering and financial calculations are used to substantiate the indicators for the planning of production needs and resources, in line with the concepts of MRP I, SCM, aimed at optimising the management of production processes and resources, and “Quality of Work Life”, aimed at improving working conditions and satisfying employees’ needs
Distribution (sales)	Program-targeted approach	JIT, SCM	The Programme Target approach involves the selection of targets and the planning of actions to achieve optimum distribution efficiency, in line with JIT and SCM concepts aimed at optimising the distribution and logistics process
	Indicative approach	SCM	The indicative approach utilises standards and indicators to plan the quality parameters of distribution. This is in line with the SCM concept, which aims to optimise the logistics and distribution process

Time management tools used in the planning of operational activities allow you to: increase the efficiency of operations; achieve significant results by saving time; set clear priorities; reduce the number and scope of tasks undertaken through effective time planning; reduce the number of postponed tasks; improve the quality of work; increase customer satisfaction and the company's competitiveness. Furthermore, time management tools are compatible with other management methods such as lean manufacturing, electronic document management, and 6 Sigma, thereby significantly increasing their efficiency.

References

1. Дунда С., Рибачук-Ярова Т., Тюха І. (2022). Тайм-менеджмент як напрям підвищення ефективності операційної стратегії підприємства. *Економіка та суспільство*, (42). https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-68.

2. Операційна діяльність сучасних підприємств машинобудування [Електронний ресурс] : монографія / В. М. Гриньова, М. Ю. Явдак. – Харків : ХНЕУ імені С. Кузнеця, 2016. – 220 с. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/14914.
3. Салун М. М. Дорожня карта для формування бізнес-моделей сучасного українського виробничого підприємства [Електронний ресурс] / М. М. Салун, Л. В. Запащук // Бізнес-моделі розвитку національної економіки та підприємницьких структур: сучасні реалії та перспективи : монографія з міжнародною участю / Нац. металург. академія України ; за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. – Дніпро : Журфонд, 2018. – С. 69–80. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/20867.

МЕТОДИ ТА ЗАСОБИ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

***Є. В. Мосієнко**, студентка спеціальності ГРС, група б 12*
***С. І. Нестуля,** д-р пед. наук, доцент, професор, кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Комунікація – це один із основних аспектів нашого життя. Ще з давніх часів люди спілкувалися за допомогою наскельних малюнків, тобто, застосовували невербальну комунікацію. І це досить цікаво, адже навіть не розуміючи того, вони на генетичному рівні знаходили будь який спосіб щоб передати інформацію і мати змогу розуміти одне одного, бо без цього досить важко існувати.

У сучасному світі ми не уявляємо своє життя без спілкування, і це справді так, бо в наш час маючи таку кількість засобів комунікації і можливостей спілкуватися з рідними, друзями чи колегами, ми можемо навіть за тисячі кілометрів, чому б не скористатись ними.

Навички комунікації та спілкування є важливим засобом не лише у становленні успішної кар'єри, але й у покращенні повсякденного життя.

Проблема комунікації описана багатьма дослідниками як зарубіжними, так і вітчизняними, як то: К. Андерсон, М. Крогерус, Д. Ліпман, Р. Чапеллер, Р. Фішер, В. Урі, Г. Осовська та ін. Ознайомившись з основними тезами дослідників ефективної комунікації, маємо зазначити наступне:

Виокремлюють три види засобів ефективної комунікації:

Нейтральна: (Поради) – якщо нас попросили про пораду – пораду слід дати. Але в інших випадках поради сприймаються з насторогою, а іноді з агресією.

Запитання (на які не потрібно або неможливо відповісти). Будь-яке питання передбачає відповідь – але ці питання відповіді не вимагають. Передбачається, що партнер сам зрозуміє, які ви злі, ображені, засмучені, як ви хвилюєтесь.

Підтакування – супроводжується висловлювання партнера реакціями типу: «так – так», «угу» і т. д.

Розглядаючи методи та форми комунікації, можна виокремити вербальну та невербальну комунікацію. Вербальна – здійснюється за допомогою звукової та письмової форми. Основною складовою є мова, вона проявляється в змістовності, насиченості мовними елементами, виразністю та чіткістю. Людська мова – досить повна і найбільш досконала форма комунікації.

Невербальна комунікація – це форма спілкування із застосуванням безсловесної поведінки. Як правило, такий вид комунікації відбувається не свідомо, завдяки чому людина може впливати на іншу людину, в результаті її ціль вивести співрозмовника на емоції або підкорити, тобто, змусити виконувати дії які потрібні комунікатору.

Що ж заважає ефективній комунікації:

Негативна оцінка або ярлик – партнера цікавить не наша оцінка, а його власні почуття, бажання, враження, його власний внутрішній світ.

Ігнорування – співрозмовник не бере до уваги того, що говорить партнер, нехтує його висловлюваннями. За допомогою ігнорування можна принизити людину не тільки словами, а й без слів.

Що допомагає ефективній комунікації?

Перефразування (ехо-техніка) – співрозмовник своїми словами доносить думку іншого використовуючи такі вислови «Якщо я вас правильно зрозумів…» і т. д.

Розвиток ідеї – співрозмовник виводить логічний наслідок зі слів партнера або висуває припущення щодо причин висловлювання: «Ви так вважаєте, мабуть, тому, що …».

Під час підготовки теми на одному з тренінгів з «Особистого розвитку та лідерства» ми проводили польове дослідження з проблематики комунікації. Запитання стосувалися важливості комунікації в житті людини, як професійному, так і родинному чи особистому. Із 38 респондентів, яких ми опитували, розгорнуті відповіді на поставлені запитання зголосилися дати 13 осіб. Це були люди різних вікових категорій, різної статі, різного роду занять. В результаті дослідження, ми з'ясували, що всі респонденти вважали спілкування важливою формою порозуміння як на роботі, так і в родинному колі. але ті хто дали відповідь стверджувати що навчатися комунікації потрібно, адже ми живемо суспільстві і без спілкування неможливо.

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи лідерства. Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
2. Осовська «Комунікації в менеджменті» : курс лекцій. – Київ : Кондор, 2003. – 218 с.

ШЛЯХ ДО ЛІДЕРСТВА. СТІВ ДЖОБС

В. В. Мотренко, *студентка спеціальності ГРС, група б-12*
С. І. Нестуля, *д-р пед. наук, доцент, професор кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Стівен Пол Джобс – талановитий бізнесмен, винахідник і трудоголік, який протягом багатьох років прокладав шлях для розвитку сучасних цифрових технологій.

Стів дивився на світ в унікальний спосіб і досягнув великого успіху, завжди керуючись власними цінностями та принципами.

Він народився у Каліфорнійському місті Сан-Франциско в 1955 році. Його біологічні батьки відмовилися від хлопчика. Мати – аспірантка, умовою усиновлення, зазначила спроможність парі, яка прагне усиновити дитину – дати їй в майбутньому вищу освіту. Дитину у віці один тиждень всиновило подружжя з Маунтін-В'ю, яке погодилося з вимогою усиновлення і дало йому своє прізвище.

Прийомний батько Стіва був автомеханіком. Він ремонтував старі автомобілі і намагався прищепити синові любов до машин. І хоча заняття в гаражі не особливо надихали Стіва, але ремонт автомобілів навчив його основам електроніки.

Стівен не дуже любив школу. Лише одна вчителька на прізвище Хілл визнавала дивовижні здібності Стівена але інші вчителі вважали його нахабним і ледачим хлопчиськом.

Пані Хілл успішно стимулювала спрагу Стівена до знань за допомогою хабарів у вигляді солодощів та грошей. Зрештою, Джобс захопився навчальним процесом і почав вчитися самостійно, без додаткового заохочення. Результат: хлопець успішно склав іспити і перейшов з 4-го класу до 7-го.

Свій перший персональний комп'ютер (зараз це примітивний програмований калькулятор) Стів Джобс побачив у дослід-

ницькому клубі Hewlett-Packard, куди його запросив сусід-інженер.

Його першим проєктом був цифровий лічильник частоти, який зацікавив засновника HP – Білла Г'юлетта.

Незабаром він знайшов старшого друга на ім'я Стів Возняк. Він став другом на все життя і сильно вплинув на долю молодого генія.

Їхнім першим спільним проєктом став пристрій під назвою Blue Box, який розшифровував телефонні коди і дозволяв здійснювати безкоштовні дзвінки по всьому світу.

Джобс запропонував організувати масове виробництво і продаж цього пристрою, а Возняк удосконалив і спростив схему винаходу. Ця історія встановлює принцип довготривалої співпраці двох геніїв: Возняк винаходить інновацію, Джобс визначає ринковий потенціал і відповідає за її реалізацію.

Свої розробки юнаки проводили у знаменитому тепер усьому світу гаражі. Звідки й почався потужний рух до прориву в цифрових технологіях.

Подальші етапи великого шляху: навчання, робота в компанії з виробництва комп'ютерних ігор Atari, подорож до Індії в пошуках просвітлення (модне тоді захоплення молоді).

Революційна подія 1976 року: розробка персонального комп'ютера Стівом Возняком під керівництвом Джобса.

Модель була настільки успішною, що його друзі вирішили розпочати масове виробництво. Так народилася компанія Apple, якій вдалося утримати лідируючі позиції на ринку комп'ютерних технологій протягом десятиліття.

У 1985 році «батьки-засновники» залишили компанію і зайнялися іншими проєктами. Джобс заснував комп'ютерну компанію NeXT, а згодом став співзасновником анімаційної студії Pixar (ще один новаторський проєкт).

У 1996 році Джобс повернувся в Apple і продав Pixar компанії Disney, але залишився в раді директорів. 2001 року Джобс представив першу модель iPod. Пристрій мав величезний успіх на ринку, і доходи компанії значно зросли.

У 2004 році Джобс публічно заявив про свої проблеми зі здоров'ям. У нього діагностували пухлину підшлункової залози. Він боровся з хворобою впродовж семи років з перемінним успіхом, але в жовтні 2011 року життя геніального підприємця і революціонера в сфері IT обірвалося. Стів Джобс був і залишається лідером, який змінив наш світ назавжди.

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи лідерства. Уроки видатних підприємців : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Київ : Знання, 2013. – 358 с.
2. Основи лідерства Тренінг лідерських якостей та практичних навичок менеджера : навч. посіб. / О. О. Нестуля, С. І. Нестуля. – Київ : Знання, 2013. – 287 с.
3. https://bigenergy.com.ua/fnansi/dloviy-svt/1446-stiv-dzhobs-biografiya-istoriya-uspixu-dosyagnennya.html.

РОЛЬ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ ЛІДЕРА В КРИЗОВИХ УМОВАХ

А. Ю. Фелоненко, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН БА б-21*
Л. В. Рудич, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі де керівники стикаються з різноманітними викликами та стресовими ситуаціями, розвинутий емоційний інтелект виявляється ключовим для успішного керівництва. Відмінною якістю лідера є лише здатність до аналізу даних та прийняття рішень, але й емоційне розуміння, співчуття та вміння керувати своїми власними емоціями та емоціями інших.

Лідери з високим рівнем емоційного інтелекту здатні створювати позитивне та підтримувати робоче середовище навіть у складних ситуаціях. Вони вміють мотивувати та надихати свою команду в кризових умовах.

Емоційний інтелект сприяє розвитку навичок конструктивного спілкування, що є ключовим елементом ефективного керівництва. Лідери здатні ефективно вислуховувати думки та думки своєї команди, вирішувати конфлікти та сприяти співпраці для досягнення спільних цілей.

Лідери з розвинутим емоційним інтелектом можуть ефективно керувати своїми емоціями навіть у найскладніших ситуаціях. Замість реагування на стрес або невдачу панікою, вони можуть використовувати ці емоції як стимул для знаходження нових шляхів вирішення проблеми.

Лідери, які виявляють емоційну інтелектуальність, створюють атмосферу взаємопідтримки та взаємодії зі своєю коман-

дою, що стимулює та забезпечує задоволеність продуктивністю персоналу своєю роботою. Лідери з розвинутим емоційним інтелектом володіють навичками ефективного спілкування, що дозволяє їм створювати зв'язки зі своєю командою на основі довіри та взаєморозуміння.

Емоційний інтелект лідерам розробляти та використовувати адаптивні стратегії в умовах складних ситуацій. Замість залишатися прикріпленим до одного підходу, вони виявляють гнучкість та швидкість у вирішенні проблеми. Наприклад, у змінному ринковому середовищі лідери можуть швидко адаптувати свою стратегію до нових умов і зберегти конкурентну перевагу.

Емоційний інтелект лідерам розробляти та використовувати адаптивні стратегії в умовах складних ситуацій. Замість залишатися прикріпленим до одного підходу, вони виявляють гнучкість та швидкість у вирішенні проблеми. Наприклад, у змінному ринковому середовищі лідери можуть швидко адаптувати свою стратегію до нових умов і зберегти конкурентну перевагу.

Одна з ключових складових душевного інтелекту є здатність до самовдосконалення та саморефлексії. Лідери, які постійно працюють над розвитком своєї емоційної компетентності, здатні краще розуміти себе та покращувати свої навички керівництва. Лідери з розвинутим емоційним інтелектом володіють навичками ефективного спілкування, що дозволяє їм створювати зв'язки зі своєю командою на основі довіри та взаєморозуміння.

Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок, що емоційний інтелект виявляється невід'ємною складовою успішного керівництва в складних ситуаціях. Лідери, які вміють керувати своїми емоціями, розуміють та підтримують своїх підлеглих, створюють позитивну робочу ситуацію та ефективно спілкуються з командою, здатні досягати великих результатів та впевнено керувати в умовах кризи.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нестуля С. І. Емоційне лідерство – новий напрям у лідерології [Електронний ресурс]. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9318/1/
2. Журавльова М. О. Емоційний інтелект як проблема психологічних досліджень [Електронний ресурс]. URL: http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/

ОЦІНКА КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ

***Е. М. Андрійченко**, студент спеціальності Економіка, група Е УПМКб-31*
***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Забезпечення економічної безпеки будь-якого підприємства полягає у системному та цілісному впливу на потенційні і реальні загрози, які заважають ефективній господарській діяльності в складних та нестабільних умовах зовнішнього і внутрішнього середовища. Найскладнішою ланкою в системі безпеки підприємства є її персонал, що виступає одночасно як об'єкт і як суб'єкт потенційних загроз.

У науковій літературі на сьогодні сформувалося декілька підходів до розуміння кадрової безпеки підприємства, які мають і загальні, і відмінні риси. Як зазначає Кавтиш О. П., «кадрова безпека може розглядатись з позицій системного, процесного, ресурсного і функціонального підходів, а також як статична і динамічна категорія» [1, с. 183]. Ці підходи не суперечать, а суттєво доповнюють один одного і дають можливість усебічного розгляду кадрової безпеки підприємства.

Враховуючи багатоаспектність і різноманітність підходів при формуванні кадрової безпеки підприємства, її доцільно розглядати залежно від цілей і завдань кадрової політики з можливістю взаємної інтеграції та доповнення цих підходів.

Загалом, кадрова безпека підприємства вимагає комплексного підходу, що охоплює як внутрішні, так і зовнішні аспекти управління персоналом з метою забезпечення стабільності, безпеки та успішності організації.

Оцінка кадрової безпеки є важливим елементом кадрової політики підприємства, оскільки допомагає забезпечити стабільність та ефективність управління персоналом. Вона охоплює

оцінку ризиків, яким підприємство може бути вразливим у зв'язку з персоналом, та визначення стратегій для їх управління. Ось деякі ключові аспекти оцінки кадрової безпеки:

1. Аналіз кадрових ресурсів. Це включає в себе перевірку чисельності працівників та їх якості, їхніх навичок, здібностей та досвіду. Підприємство має переконатися, що воно має необхідний персонал для виконання своїх функцій та завдань.

2. Оцінка ризиків втрати персоналу. Це оцінка можливості втрати ключових працівників через такі фактори, як втрата зарплати, несумісність з корпоративною культурою, незадоволеність робочим середовищем тощо.

3. Аналіз конкуренції на ринку праці. Підприємство має оцінити конкуренцію на ринку праці та з'ясувати, як суттєво це може вплинути на здатність зберігати та залучати якісних працівників.

4. Створення планів забезпечення кадрової стабільності. Основна мета полягає в тому, щоб розробити стратегії та заходи для зменшення ризиків, пов'язаних з кадровими змінами. Це може включати поліпшення системи оплати праці, розвиток програм мотивації, підвищення рівня задоволеності умовами праці тощо.

5. Визначення системи управління навчанням. Це включає в себе впровадження програм навчання та розвитку, а також розширення можливостей для кар'єрного зростання, що допомагає зберегти талановитих працівників.

6. Моніторинг та аналіз результатів. Після впровадження кадрових стратегій, важливо постійно моніторити їх ефективність та вносити корективи за необхідності.

Оцінка кадрової безпеки допомагає підприємствам зберегти ключові таланти, забезпечити стабільність та продуктивність робочої сили, а також готуватися до можливих викликів та змін на ринку праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кавтиш О. П. Системна природа кадрової безпеки підприємства / О. П. Кавтиш // Економічний вісник Національного технічного університету України. – Київський політехнічний інститут. – 2015. – № 12. – С. 181–189. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/13948/1/29.pdf.

ДЕМОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ ОЦІНКИ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

***В. В. Голубицький**, студент спеціальності Публічне управління та адміністрування, група МСм-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 становлення громадянського суспільства вимагають удосконалення методи і технології управління територіальними громадами. Будь-яка громада, визначаючи цілі розвитку і функціонування, оцінює можливості їх реалізації на основі свого потенціалу. Вирішення завдань визначення потенціалу територіальних громад сьогодні є одним з основних чинників їх ефективного управління, викликане необхідністю адаптації до нових умов діяльності (об'єднання і децентралізації) [1, с. 177].

Можливість досягнення територіальними громадами сталого розвитку обумовлено перш за все наявністю в них власного потенціалу розвитку. Потенціал у широкому сенсі – це кошти, запаси, джерела, які є в наявності і можуть бути мобілізовані, приведені в дію, використані для досягнення певної мети, здійснення плану, вирішення якого-небудь завдання.

Складові поняття «спроможна територіальна громада» умовно можна поділити на дві групи: потенційні та функціональні. До потенційних варто віднести, зокрема: наявність необхідної інфраструктури; наявність достатніх фінансових ресурсів та джерел їх утворення; наявність кваліфікованих людських ресурсів (кадрів); наявність певного обсягу повноважень у представницького органу місцевого самоврядування (місцевої ради), обраного громадою; наявність активно налаштованої частини територіальної громади, які беруть участь у вирішенні низки питань її життєдіяльності. До функціональних ознак необхідно віднести: дієвий вплив активної частини територіальної громади на діяльність органу місцевого самоврядування та його посадових осіб; реальне вирішення переважної більшості питань місцевого значення, що належить до компетенції відповідної ради, у т. ч. й через надання низки публічних послуг членам територіальної громади [2, с. 39].

Ресурсний потенціал територіальної громади включає в себе різноманітні ресурси, які є на території даної громади і можуть бути використані для розвитку її економіки, соціальної сфери, інфраструктури та іншого.

Основні складові ресурсного потенціалу територіальної громади включають: природні ресурси, людський капітал, інфраструктуру, економічний потенціал, соціокультурний потенціал. Максимальне використання цих ресурсів може допомогти територіальній громаді досягти сталого соціального, економічного та культурного розвитку.

Демографічний аспект важливий для оцінки ресурсного потенціалу територіальної громади, оскільки населення є ключовим складовим ресурсом будь-якого регіону або території. Оцінка демографічного аспекту дозволяє зрозуміти, які ресурси доступні для розвитку та які виклики можуть виникнути через зміни в складі населення. Ось кілька ключових пунктів, які можна врахувати при оцінці:

1. *Чисельність населення*. Населення є важливим показником ресурсного потенціалу, оскільки він визначає кількість людських ресурсів, доступних для праці, підприємництва та споживчого ринку.

2. *Структура за віком та статтю*. Аналіз структури за віком та статтю населення дозволяє зрозуміти, яка частина населення активна професійно, яка – пенсійного віку, а також які соціальні потреби можуть бути найбільш актуальними.

3. *Рівень освіти та кваліфікація робочої сили*. Високий рівень освіти та кваліфікації населення може бути важливим ресурсом для розвитку високотехнологічних галузей та інновацій.

4. *Міграційні процеси*. Аналіз міграційних процесів допомагає зрозуміти, чи є громада привабливою для приїжджих і які наслідки це може мати для економіки та соціальної сфери.

5. *Рівень здоров'я та доступ до медичних послуг*. Здорове та продуктивне населення є важливим ресурсом для економічного розвитку. Оцінка рівня здоров'я та доступу до медичних послуг допомагає зрозуміти цей аспект.

6. *Етнічний та культурний склад*. Різноманіття етнічних та культурних груп може бути ресурсом для розвитку туризму, мистецтва та інших галузей.

7. *Формування сімей*. Аналіз динаміки формування сімей та розмірів сімейних груп допомагає прогнозувати соціальні потреби та визначати споживчий попит.

Аналіз цих та інших демографічних аспектів дозволяє розуміти потенціал та виклики, які виникають на території громади, та розробляти стратегії для їхнього подолання та розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Кузьмин В. М. Структурування потенціалу територіальної громади / В. М. Кузьмин, Х. В. Сусяк // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Економіка і менеджмент. – 2015. – Вип. 11. – С. 177–180. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2015_11_42.
2. Успішна територіальна громада: будуємо разом / Бриль М., Врублевський О., Данчева О., Сеїтосманов А., Чубаров Е. – Харків : Видавничий будинок Фактор, 2018. – 128 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ТРУДОВИХ ВІДНОСИН В УМОВАХ ЗМІН

***М. С. Гонтар**, студент спеціальності Економіка, група Е УПЕПМ-11*

***Т. А. Костишина**, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Під соціально-трудовими відносинами в умовах ринкової економіки мають на увазі систему взаємовідносин у сфері праці між найманими працівниками та роботодавцями, яка спрямована на регулювання трудового життя, забезпечення високого рівня та якості життя населення, колективу та суспільства в цілому

Нерозвиненість соціально-трудових відносин сьогодні гальмує процес забезпечення продуктивної зайнятості населення, який передбачає створення найбільш сприятливих умов для гармонійного розвитку і постійного професійного зростання працівників у процесі трудової діяльності. Існуюча модель соціально-трудових відносин в Україні має багато недоліків, серед яких: недосконалість законодавчої, нормативно-правової бази; низька мотивація обох сторін соціально-трудових відносин до участі в соціальному діалозі; формальний характер договорів і угод на різних рівнях економіки тощо [1, с. 102].

У сучасному світі соціально-трудові відносини постійно зазнають впливу різноманітних змін, які створюють як виклики, так і можливості для розвитку. Ось деякі актуальні проблеми та

перспективи розвитку соціально-трудових відносин у сучасних умовах.

1. Діджиталізація та інформатизація. Розвиток інформаційних технологій призводить до автоматизації багатьох видів робіт, що призводить до змін у структурі ринку праці та вимагає нових навичок та компетенцій від працівників.

2. Поширення гнучких форм зайнятості. Зростання популярності гнучких форм зайнятості, таких як фріланс або тимчасові контракти, вимагає розробки відповідного інституційного забезпечення соціально-трудової сфери.

3. Умови праці та здоров'я працівників. Забезпечення безпечних та здорових умов праці залишається актуальною проблемою, особливо в контексті загроз психо-соціальних ризиків.

4. Рівень оплати праці. Проблема нерівності у винагороді за працю залишається актуальною, зокрема в контексті розриву між оплатою робітників та керівництвом підприємств.

5. Забезпечення адекватного соціального захисту. Надання адекватного соціального захисту для працівників, зокрема у зв'язку з відпустками, допомогою у догляді за дітьми та доглядом за літніми людьми, залишається актуальною проблемою.

6. Соціальне партнерство та діалог між сторонами. Розвиток конструктивного соціального партнерства між урядом, роботодавцями та профспілками може сприяти знаходженню компромісних рішень та зміцненню взаємовідносин на ринку праці.

7. Розвиток людського капіталу та освіта. Інвестиції в розвиток людського капіталу, освіту та навчання є ключовими для підготовки працівників до викликів сучасного ринку праці та створення умов для стабільного розвитку.

Перспективи розвитку соціально-трудових відносин включають в себе створення більш справедливого, гнучкого та стабільного ринку праці, де працівники мають доступ до достойної роботи, а роботодавці можуть забезпечити ефективну та продуктивну діяльність своїх підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мельниченко О. Б. Розвиток системи соціально-трудових відносин як передумова економічного зростання / О. Б. Мельниченко // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2016. – Вип. 7. – Частина 2. – С. 102–105.

МЕХАНІЗМ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ НА МАКРОРІВНІ

***В. В. Кабашна**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМКб-11*
***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ринок праці є предметом дослідження різних наукових дисциплін (економіки, історії, демографії, соціології) і розглядається у багатьох наукових роботах зарубіжних та вітчизняних вчених. Аналіз літератури показав, що однозначного підходу до визначення цього поняття не існує. Як зазначає Павлюк Т. І., «Кожний науковець визначає «ринок праці» згідно з напрямом своїх досліджень. Одні вчені розглядають ринок праці як систему, інші – як сферу, простір, соціально-економічні відносини, механізм» [1, с. 25]. Разом з тим усі науковці погоджуються, що ринок праці є однією з найважливіших складових економіки будь-якої країни і відіграє ключову роль у її функціонуванні та розвитку.

Ось декілька причин, чому ринок праці є важливою складовою економіки.

1. Забезпечення робочої сили: ринок праці забезпечує потрібну кількість працівників для виробництва товарів та послуг. Він дозволяє підприємствам наймати та збирати команду працівників з відповідними навичками та кваліфікацією.

2. Посилення економічного зростання: ефективний ринок праці сприяє економічному зростанню, оскільки розумно розподіляє ресурси, збільшує виробництво та сприяє розвитку нових технологій та інновацій.

3. Стабільність соціально-економічного розвитку: якщо ринок праці ефективно функціонує, це сприяє зменшенню безробіття та забезпечує стабільність в суспільстві, зменшуючи ризики соціальних та економічних криз.

4. Збільшення продуктивності праці: конкуренція на ринку праці стимулює підприємства до пошуку інноваційних методів виробництва та підвищення продуктивності праці, що сприяє загальному розвитку економіки.

5. Розвиток людського капіталу: ринок праці допомагає індивідам розвивати свої навички та кваліфікацію через освіту, навчання та практичний досвід, що відображається в зростанні людського капіталу країни.

6. Соціальна справедливість та рівність можливостей: ефективний ринок праці сприяє створенню умов для рівного доступу до робочих місць та рівної оплати праці незалежно від статі, раси, етнічної приналежності чи інших ознак.

Ринок праці – це сукупність взаємодіючих відносин між працівниками та роботодавцями, які визначають умови найму праці, заробітну плату, умови праці, безробіття та інші аспекти працевлаштування. Він є місцем, де зустрічаються попит на працю (роботодавці, які шукають працівників) і пропозиція праці (працівники, які шукають роботу).

Основні характеристики ринку праці включають:

1. Попит на працю: Кількість робочих місць, які доступні для працевлаштування, включаючи вакансії та можливості для нових працівників.

2. Пропозиція праці: Кількість працівників, які активно шукають роботу і готові працювати за певними умовами.

3. Заробітна плата: Ціна праці, яку роботодавці готові платити за роботу, і яку працівники приймають за свою працю.

4. Безробіття: Кількість людей, які активно шукають роботу, але не можуть знайти її.

5. Умови праці: Включають графік роботи, страхові виплати, пільги, можливості для кар'єрного зростання та інші фактори, які впливають на якість життя працівників.

6. Політика зайнятості: Державні програми та заходи, спрямовані на стимулювання зайнятості, підтримку безробітних та розвиток ринку праці.

Ринок праці визначається взаємодією цих елементів, а також інших факторів, таких як економічні умови, технологічні зміни, демографічні та соціокультурні чинники. Він відображає стан економіки країни та впливає на соціальну та економічну стабільність суспільства.

Отже, ринок праці є важливою складовою економіки, яка впливає на багато аспектів життя суспільства та є основою для його розвитку та стабільності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Павлюк Т. І. Ринок праці: теорія, методологія, практика : монографія / Т. І. Павлюк – Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. – 212 с.

АУТСОРСИНГ ЯК ТЕХНОЛОГІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

А. Кісільов, *магістр спеціальності 051 Економіка, група Е УПЕПм-21*
О. Тужилкіна, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Налагоджені бізнес-процеси – запорука успіху у сучасному світі бізнесу. За умови, що компанія прагне бути лідером, вона повинна чітко побудувати внутрішні процедури. Необхідність появи нових форм взаємин учасників ринкових відносин в Україні об'єктивно обумовлена процесами їх формування і розвитку. Найбільш сучасною формою взаємовідносин є договір аутсорсингу, у результаті якого непрофільні, рутинні функції, які раніше були прерогативою внутрішніх підрозділів компанії, передаються вузькоспеціалізованим обслуговуючим організаціям.

Наразі існує кілька способів організувати кадровий менеджмент на підприємстві. Проте останнім часом все більше світових та вітчизняних компаній віддають перевагу саме аутсорсингу персоналу [1].

Вимушене скорочення витрат багатьма компаніями привело їх до розуміння того, що дешевше найняти сторонню організацію для вирішення кадрових питань, чим тримати кількох людина в штаті, націлених на рішення дуже вузького спектра завдань.

Кадровий аутсорсинг (HR Outsourcing) – це залучення зовнішніх ресурсів, які спеціалізуються у сфері управління персоналом і мають відповідний досвід, знання, технічні засоби для виконання всіх або частини ключових функцій з управління людським капіталом компанії. Компанія-замовник тільки формулює завдання перед постачальником послуг, і при цьому право контролю, спосіб виконання поставленого завдання, відпові-

дальність за досягнутий результат лягає на постачальника послуг.

В області управління персоналом на аутсорсинг можуть передавати такі функції (рис. 1).

Рисунок 1 – Функції управління персоналом, які передаються на аутсорсинг

Самий поширений вид аутсорсингу персоналу на сьогодні – підбір та найм персоналу, далі йдуть види аутсорсингу, пов'язані з розвитком та навчанням персоналу. Аутсорсинг розрахунку заробітної плати та аутсорсинг кадрового діловодства значно поступаються популярністю двом попереднім видам.

Останній вид послуг поки є щодо новим явищем для України і тому недостатньо розвинений. Щодо аутсорсинг розрахунку заробітної плати, це дуже потрібна послуга на ринку, хоча її поширенню заважає складність та заплутаність трудового законодавства. Серед переваг – оптимізація діяльності компанії та зниження витрат, що значно сприяє зростанню інтересу до цього виду аутсорсингу.

При виборі аутсорсера компанія має чітко визначити функції, які буде передавати і не помилитися з вибором аутсорсера.

За умови, що основною метою для замовника послуг є економія часу та звільнення від рутини, але при цьому стратегічні моменти в управлінні персоналом (наприклад, мотивація) необхідно залишити всередині підприємства, тоді кращій варіант – це аутсорсинг кадрового документообігу і розрахунків.

Якщо потрібна грамотна незалежна оцінка, система мотивації, адаптована під конкретну компанію, тоді необхідно залучати консалтингове підприємство.

Якщо мета – стабільне навчання персоналу, необхідна програма з розвитку персоналу, що включає в себе тренінги, семінари і командотворчі заходи [2].

На думку фахівців, основними причинами, що гальмують широке поширення послуг кадрового аутсорсингу на українському ринку, є такі:

− ментальні причини – страх витоку конфіденційної інформації, неготовність топ-менеджменту компанії та внутрішнє опір нововведенням в компанії;

− зовнішні причини – недолік інформації про цю послугу на ринку, недосконалість законодавства у сфері регулювання податкового та бухгалтерського обліку, а також висока вартість послуг [3].

Також варто зауважити, що клієнти вимагають від провайдера послуг аутсорсингу не лише гарантованого сервісу, але і більше пильної уваги до специфіки своєї галузі. Зараз цінуються не шаблонні продукти, орієнтовані на широке коло споживачів з самих різних галузей, а продукти, диверсифіковані під потреби кожного конкретного сектору.

Отже, аутсорсинг персоналу – це ефективна технологія, яка передбачає передачу для виконання зовнішнім суб’єктам деяких функцій з управління персоналу. Не зважаючи на певні недоліки і ризики цього виду аутсорсингу, він має значні переваги, основними з яких є можливість для компанії мінімізувати витрати та максимізувати прибуток.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аутсорсинг персоналу: за і проти. URL: https://sunone.com.ua/articles/autsorsing-personalu-za-i-proti/
2. Лисюк Н. Сутність і значення аутсорсингу в управлінні персоналом [Електронний ресурс] / Електронний архів Харківського національного економічного університету. URL: http://www.repository.hneu.edu.ua.
3. Нестерова О. О. Аутсорсинг кадрових процесів в системі управління підприємством. URL: www.rusnauka.com/4_SND_2009/Economics/40501.doc.htm

КАР'ЄРНЕ ЗРОСТАННЯ: ТЕОРІЯ ТА СУЧАСНІ ПРАКТИКИ

***О. О. Корост**, студент спеціальності Економіка, група Е УПЕПм-11*
***Т. А. Костишина**, д-р екон. наук, професор завідувач кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кар'єрне зростання – це процес розвитку та просування в професійній сфері, що включає в себе отримання нових навичок, підвищення кваліфікації, здобуття досвіду та рост посад у межах організації чи на ринку праці загалом. Теорія кар'єрного зростання вивчає різні аспекти цього процесу, включаючи фактори, що впливають на успіх, стратегії самореалізації та ефективне управління кар'єрою.

Формування ринкової філософії господарювання зумовлює необхідність удосконалення системи управління кар'єрним зростанням у менеджменті персоналу. Упровадження системи управління кар'єрним зростанням персоналу – тенденція досить нова для українського менеджменту, а її самостійність обумовлена дією ряду чинників [1, с. 21].

Сучасні практики кар'єрного зростання включають в себе:

1. Постійне навчання: швидкі темпи змін у сучасному світі праці підкреслюють важливість постійного навчання та розвитку нових навичок і компетенцій.
2. Розвиток особистості: особистісний розвиток, такий як розвиток лідерських якостей, емоційної інтелігентності та здатності до співпраці, може бути ключовим для успіху в кар'єрі.
3. Менторство та керівництво: підтримка та поради від досвідчених колег або менторів можуть допомогти вам просуватися вперед у вашій кар'єрі.
4. Планування кар'єри: розробка конкретних цілей та стратегій для досягнення успіху в кар'єрі допомагає уникнути безцільного блукання та зосереджує увагу на досягненні результатів.
5. Різноманітність досвіду: отримання досвіду в різних областях або в різних компаніях може допомогти розширити ваші можливості в кар'єрному розвитку.
6. Робота з командою: розвиток навичок співпраці та ефективного взаємодії з іншими членами команди дозволяє створити сприятливе середовище для кар'єрного зростання.

Успішне кар'єрне зростання зазвичай вимагає поєднання цих теорій та практик, а також гнучкості, відкритості до навчання та готовності до змін.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гриньова В. М. Управління кар'єрним зростанням персоналу підприємства : монографія / В. М. Гриньова, М. М. Новікова, О. А. Небилиця. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2013. – 180 с.

ВНУТРІШНЬООРГАНІЗАЦІЙНІ КОНФЛІКТИ ТА ЇХ КЛАСИФІКАЦІЯ

***М. М. Лісний**, студент 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

Конфлікти є невід'ємною частиною громадського життя, адже будь-яка людина може зіткнутися з різницею в поглядах, переконаннях чи інтересах інших. Подібні розбіжності, викликані взаємодією з оточенням, можуть привести до виникнення конфліктів і будь-яке підприємство тому не виняток [1].

Сутність конфліктних ситуацій на підприємстві полягає у протиріччях і розбіжностях між інтересами, цілями, потребами або цінностями різних осіб або груп, які працюють разом. При цьому найважливішим результатом ефективного управління конфліктами на підприємстві стане формування механізму завчасного попередження конфліктних ситуацій та механізму ліквідації конфліктів, які вже виникли.

Науковці також відмічають, що поняття конфлікту має двоїсту природу, що полягає у конструктивному та деструктивному спрямуванні наслідків протікання даного процесу у межах певної організованої системи, слугуючи невід'ємним елементом процесу її розвитку (прогресивного або регресивного) [2].

У рамках системи управління персоналом конфлікт варто розглядати як ситуацію, об'єктивно зумовлену наявністю та тривалим впливом існуючих проблем підбору, адаптації, розподілу відповідальності, контролю та превентивної роботи з персоналом, що виявляється у конкурентній активності працівників

на міжособистісному або міжгруповому рівні, а в перспективі спричиняє втрату індивідуальних показників продуктивності, закономірно призводячи до падіння загальних показників ефективності функціонування організації [3, с. 101].

Внутрішньоорганізаційні конфлікти виникають в межах організації між її різними членами або групами через різноманітні причини. Ці конфлікти можуть мати різні форми та характеристики. Ось деякі загальні класифікації внутрішньоорганізаційних конфліктів:

1. Функціональні конфлікти. Виникають через різні погляди, цілі або методи, що стосуються виконання функцій або завдань організації. Наприклад, конфлікти між різними відділами або командами, які мають різні підходи до досягнення спільних цілей.
2. Міжособистісні конфлікти. Спричинені особистими розбіжностями, суперечностями або непорозуміннями між працівниками. Ці конфлікти можуть бути викликані особистими вподобаннями, характерами, стилів комунікації тощо.
3. Конфлікти через розподіл ресурсів. Виникають, коли різні члени організації конкурують за обмежені ресурси, такі як бюджет, час, матеріали тощо.
4. Конфлікти через структурні проблеми. Спричинені розбіжністю в структурі організації, недоліками управління або недостатньою чіткістю в розподілі влади та відповідальності.
5. Стратегічні конфлікти: Виникають у зв'язку з різними стратегічними векторами або цілями, що ставить перед собою організація. Це може бути, наприклад, конфлікт між різними підрозділами щодо пріоритетів розвитку компанії.
6. Конфлікти в процесі прийняття рішень: Спричинені різними поглядами на прийняття рішень, вибір стратегій або тактик, пов'язаних з діяльністю організації.

Ці класифікації внутрішньоорганізаційних конфліктів допомагають краще розуміти їхні причини та характер, що в свою чергу допомагає вирішувати їх більш ефективно та запобігати подальшим суперечностям у межах організації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лісений Є. Особливості конфліктів на підприємстві та засоби їх розв'язання / Є. Лісений, А. Лісеная // Економіка та суспільство. –

2022. – Вип. 35. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1071/1028.
2. Конфліктологія : навч. посіб. / [Л. М. Ємельяненко, В. М. Петюх, Л. В. Торгова, А. М. Гриненко] ; за заг. ред. В. М. Петюха, Л. В. Торгової. – Київ : КНЕУ, 2003. – 315 с.
3. Хринюк О. Роль конфліктів в системі управління персоналом підприємства: антикризовий аспект / О. Хринюк, Ю. Бузинник // Сучасні проблеми економіки і підприємництво. – 2020. – Вип. 26. – С. 9–108. URL: http://sb-keip.kpi.ua/article/view/233984/237180.

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕМОЦІЙНОГО ІНТЕЛЕКТУ МЕНЕДЖЕРІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЧИННИК УСПІШНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

***Є. С. Максименко**, здобувачка спеціальності Менеджмент, група 22-0911-606*
***І. З. Саврас**, канд. екон. наук, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств гнучкості та адаптивності, оперативних змін та використання передових технологій для отримання конкурентних переваг. Ці переваги часто стають недосяжними через недостатню професійну компетентність менеджерів. Невдачі в бізнесі є присутніми тоді, коли управлінські рішення приймають менеджери, які втратили мотивацію, застрягли в минулому та бояться змін, руху вперед. В умовах невизначеності, підвищеного рівня стресовості досить часто потрібно діяти оперативно та швидко і тоді витримка, здатність працювати в команді, готовність до компромісів та інтуїція стають важливими складовими успішних рішень. Тому проблема управління емоційним інтелектом в умовах кризи та невизначеності є актуальною для ефективного менеджменту сучасних підприємств.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів розвитку емоційного інтелекту та управління поведінкою учасників бізнес-відносин знаходять відображення у роботах різних вчених, зокрема: Г. Березюк, Т. Гура [1], Т. Хвостенко, В. Никифорак, В. Куницька [2], Ю. Федорова [3], В. Кифяк [4], І. Носенко, Х. Передало, С. Подофєй, О. Філатова, К. Білецької, Б. Фурманець та ін.

Роль сучасного менеджера організації є значимою та важливою, оскільки він повинен бути лідером групи, носієм організаційної культури, інноватором, генератором ідей, експертом у своїй галузі, ініціатором змін тощо. Важливою характеристикою сучасного менеджера є його здатність вести за собою колектив, створювати позитивний морально-психологічний клімат. Зрозуміло, що досягнення цих цілей неможливе без постійної саморефлексії та розвитку власного емоційного інтелекту.

Важливою проблемою сучасного бізнесу є забезпечення задоволеності працівників їхньою роботою, оскільки збільшується кількість випадків звільнень з причин незадоволення роботодавцем тих чи інших потреб співробітників, зокрема це стосується матеріальних аспектів та відсутності турботи про команду. Тому успішність ведення бізнесу визначається все частіше моральним та емоційним аспектами, особливо в контексті формування нових цінностей та можливостей цифрових технологій.

Розвиток емоційного інтелекту менеджера сприятиме досягненню наступних цілей:

– своєчасному виявленні проблем у колективі;
– більш точній оцінці та розумінню бізнес-цілей клієнтів;
– здатності співпереживати досвіду клієнтів;
– здатності ефективно керувати власним стресом;
– здатності ефективно вирішувати конфлікти та працювати з емоційно виснажливими ситуаціями та ін.

Для посилення емоційного інтелекту потрібно вкладати значні зусилля та мати терпіння. Ключове значення у цьому процесі має система розвитку емоційного інтелекту для менеджерів в межах організації. Ефективними інструментами для вдосконалення емоційного інтелекту є: участь у лідерських тренінгах та бізнес-тренінгах для менеджерів різних рівнів управління; коучинг (проєктний, управлінський, бізнес-коучинг, кар'єрний); тімбілдинг та ін.

Емоційна компетентність менеджерів по відношенню до підлеглих виявляється у їхній здатності сприймати та розуміти емоції та настрої підлеглих, враховувати їх позицію та ефективно вирішувати ситуації з емоційним забарвленням.

Таким чином, ключовою рисою успішного керівника стає його емоційна компетентність, що включає в себе вміння керувати власними емоціями та тими, які виникають у підлеглих,

формувати стратегію ефективної взаємодії в умовах конфлікту, створювати позитивний емоційний клімат в колективі, а також читати важливу інформацію через емоційні невербальні сигнали підлеглих. Емоційна компетентність менеджера оцінюється наявністю у нього організаційних навичок, емпатії, самомотивації, стресостійкістї та здатності впливати на інтелектуальні та емоційні аспекти співробітників.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гура Т., Фурманець Б. Критерії розвитку особистості підприємця як лідера. Лідер. Еліта. Суспільство. 2019. № 2. С. 49–58. DOI: 10.20998/2616-3241.2019.2.04.
2. Куницька К. Емоційний інтелект – ключова компетенція успішного керівника. URL: http://surl.li/qrmtj.
3. Федорова Ю. В. Емоційний інтелект у бізнесі: інструменти та методи розвитку. Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка». Вип. 6 (12), 2019. URL: https://doi.org/10.33296/2707-0654-6(12)-01.
4. Кифяк В. І., Лусте О. О. Емоційний інтелект як інструмент управління бізнес-командами в умовах флуктацій. URL: http://surl.li/qrmtd.

ЕТАПИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ

***М. Р. Олійник**, студент спеціальності Публічне управління та адміністрування, група МСм-11*
***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Місцевий розвиток характеризується комплексом різноманітних просторових, економічних, соціальних, культурно-духовних, екологічних та інших чинників, які необхідно враховувати в процесі здійснення територіального планування.

Місцевий економічний розвиток неможливий без спільної діяльності громад. Він пов’язаний з діями, програмами та проєктами, здійснення яких дозволяє громаді підвищити конкурентоздатність та поліпшити економіку свого середовища [1, с. 12].

Стратегічне планування розвитку територіальних громад – це системна технологія обґрунтування та ухвалення найважливі-

ших рішень щодо місцевого розвитку, визначення бажаного майбутнього стану території та способу його досягнення, що базується на аналізі зовнішнього оточення території та її внутрішнього потенціалу і полягає у формуванні узгоджених із територіальною громадою дій, на реалізації яких концентруються зусилля, ресурси основних суб'єктів місцевого розвитку [2, с. 5].

Тобто, стратегічне планування розвитку територіальної громади – це процес визначення мети і шляхів досягнення цієї мети для покращення якості життя мешканців і загального розвитку території. Основна мета цього процесу – створення стратегії, яка враховує потреби, можливості, ресурси та перспективи громади, і сприяє досягненню її цілей у середньо- та довгостроковій перспективі.

Основні етапи такого планування включають:

1. Аналіз ситуації (SWOT-аналіз):

– strengths (сильні сторони): Визначення переваг та позитивних аспектів громади, таких як ресурси, інфраструктура, людський потенціал тощо;

– weaknesses (слабкі сторони): Виявлення недоліків і проблем, з якими стикається громада, таких як відсутність інфраструктури, недостатня освіченість населення тощо;

– opportunities (можливості): Визначення можливостей для розвитку та поліпшення громади, таких як нові проєкти, розвиток туризму, доступ до додаткових ресурсів тощо;

– threats (загрози): Виявлення потенційних загроз і викликів, що можуть перешкодити розвитку громади, таких як економічні кризи, природні катастрофи, конкуренція тощо.

2. Визначення місії та візії громади:

– місія: чітке формулювання того, для чого існує громада, її цінності та цілі;

– візія: ідеальне майбутнє, яке громада прагне досягти.

3. Встановлення стратегічних цілей та завдань:

– цілі: конкретні, вимірювані та досяжні цілі, що відображають бажаний стан громади;

– завдання: конкретні кроки, які потрібно здійснити для досягнення цілей.

4. Розробка стратегії розвитку:

– оптимальний план дій, який враховує сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, місію та візію громади.

5. Реалізація та моніторинг:

– впровадження стратегії та контроль за її виконанням;

– постійний моніторинг результатів та корекція стратегії в разі необхідності.

6. Оцінка результатів та адаптація:

– аналіз результатів виконання стратегії;

– визначення досягнень і недоліків;

– внесення необхідних змін та корекцій для поліпшення процесу розвитку.

Ці етапи допомагають забезпечити систематичний та цілеспрямований підхід до розвитку територіальної громади.

Список використаних інформаційних джерел

1. Планування розвитку територіальних громад : навч. посіб. для посадових осіб місцевого самоврядування / Г. Васильченко, І. Парасюк, Н. Єременко / Асоціація міст України. – Київ : ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. – 256 с.
2. Стратегічне планування місцевого розвитку : практ. посіб. / [Берданова О., Вакуленко В.] ; Швейцарсько-український проект «Підтримка децентралізації в Україні – DESPRO. – Київ : ТОВ «София-А», 2012. – 88 с.

РОЗВИТОК ПЕРСОНАЛУ: ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЕФЕКТИВНІ РІШЕННЯ

***П. Твердохліб**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПЕПб-41*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Навчання та розвиток персоналу є однією з ключових HR практик. Слід зауважити, що навчання та розвиток персоналу не є тотожними поняттями. Навчаючи персонал, підприємство навчає працівників, як краще виконувати посадові обов’язки. Розвиток працівників – це, насамперед, інвестування у піднесенні персоналу на новий якісний рівень.

Основними цілями процесу управління розвитком персоналу є такі:

– забезпечення навчання, необхідного для того, щоб працівник був здатний якісно виконувати роботу на рівні компетенції у межах поточних та майбутніх професійних обов’язків;.

– створення атмосфери, що сприятиме самореалізації особистості, ефективності, креативності;

– економія ресурсів на підбір, відбір, адаптацію працівників та ін.;

– кореляція цілей підприємства, персоналу загалом та цілей кожного працівника окремо.

Фахівці виділяють п’ять головних трендів у розвитку персоналу, які заслуговують увагу [3].

1. Спільна робота керівництва та HR-менеджерів.
2. Стратегічне бачення.
3. Розвиток soft-skills.
4. Поширення застосування гейміфікації.
5. Реалізація гнучкого навчання на декількох платформах (офлайн і онлайн, можливість використання різних гаджетів).

Сучасні методи навчання персоналу поєднують кращі практики традиційних методів навчання: активні та пасивні методи, групові та індивідуальні, з відривом від виробництва та безпосередньо на підприємстві.

У сучасній практиці навчання персоналу існує велика кількість різних методів навчання, кожен з яких має переваги та недоліки.

При плануванні навчання персоналу кожному підприємству необхідно враховувати безліч чинників для розробки ефективної програми розвитку персоналу. Вибір методів навчання залежить від поставленої мети: здобути нові знання, сформувати навички та вміння, виробити певну установку на рівні мислення та корпоративних цінностей.

Для досягнення кількох цілей одночасно слід використовувати кілька методів навчання. Зараз актуальні активні методи навчання, які включають будь-які способи, прийоми, інструменти розробки, проведення, вдосконалення процесу навчання, які відповідають таким вимогам:

– пріоритет характеристик, запитів, особливостей працівників, що навчаються, у розробці та організації процесу навчання;

– співробітництво учнів та викладачів (інструкторів, координаторів) у плануванні та реалізації всіх етапів процесу навчання;

– активна, креативна, ініціативна участь персоналу, що навчається, в процесі отримання необхідного їм результату навчання;

– максимальна наближеність результатів навчання до сфери практичної діяльності працівників;

– придатність результатів до практичного впровадження, розвитку та вдосконалення після закінчення навчання;

– подальший розвиток.

Арсенал сучасних методів навчання персоналу представлений такими методами: відеонавчання; дистанційне навчання; модульне навчання; кейс-навчання; тренінгове навчання; ділові та рольові ігри; групове обговорення; метафоричні ігри; поведінкове моделювання; тьюторинг; сторітелінг; навчання дією (actionlearning); робочі групи; ротація; метод Shadowing; метод Secondment; метод «Баскет»; метод buddying та ін.

Отже, сучасний працівник має бути професійно гнучким, щоб вчасно підлаштовуватися під запити ринку праці, відповідати вимогам бізнесу під час змін, допомагати йому досягати поставленої мети, а розвиток персоналу – стратегічне завдання персонал-менеджменту підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Федоришина Л. (2023) Розвиток персоналу в системі менеджменту підприємства / Л. Федоришина, Л. Герасимчук // Modeling the development of the economic systems. – 2023. – № 2. – С. 189–196. URL: https://mdes.khmnu.edu.ua/index.php/mdes/article/view/201/178.
2. Професійний розвиток персоналу підприємств в системі мотиваційного менеджменту : колективна монографія / М. В. Семикіна, С. В. Дудко, А. А. Орлова та ін. Кропивницький : Видавець Лисенко В. Ф., 2021. – 440 с.
3. Як організувати управління розвитком персоналу. URL: https://hurma.work/ru/blog/kak-organizovat-upravlenie-razvitiem-personala/

ПОКАЗНИКИ ДЕМОГРАФІЧНОЇ ОЦІНКИ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

***В. В. Черкашина**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМКб-21*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Демографічний аналіз – це сукупність методів та прийомів вивчення демографічних подій, процесів та явищ, які впливають

на відтворення населення. З його допомогою досліджується динаміка демографічних показників, з'ясовуються закономірності розвитку окремих демографічних процесів та визначається загальний характер відтворення населення [1, с. 207].

Відповідно, демографічна оцінка персоналу підприємства полягає у вивченні та аналізі характеристик працівників за різними демографічними критеріями. Це важливий етап у кадровому управлінні, оскільки дозволяє зрозуміти склад та динаміку персоналу підприємства, виявити потреби у розвитку, плануванні кадрових ресурсів та інші аспекти.

Демографічний аналіз персоналу включає:

1. Оцінку вікової структури персоналу. Це дозволяє виявити ризики та можливості, що пов'язані розподілом працівників за різними віковими групами, виявити тенденції до старіння або омолодження персоналу. Оцінка вікової структури допомагає у формуванні стратегій управління персоналом та плануванні кадрових ресурсів, потреби в програмах перепідготовки, можливості для кар'єрного зростання, менторства для молодших працівників, перекваліфікаційні курси для старших працівників, плани пенсійного забезпечення тощо. Оцінка вікової структури персоналу допомагає підприємству ефективно управляти своїми людськими ресурсами та планувати на майбутнє.

2. Оцінку статевої структури персоналу. Це дозволяє аналізувати розподіл працівників за статевою ознакою та розуміти можливі впливи цього розподілу на організаційну динаміку та культуру підприємства. Розподіл працівників за статтю може вказувати на можливі проблеми гендерної рівності, необхідність розробки політик справедливої оплати праці, програм розвитку жіночого лідерства тощо.

4. Оцінку етнічного складу персоналу. Демографічний розподіл за етнічною приналежністю може вказувати на рівень міжкультурної співпраці та рівень включеності на робочому місці. Нерівномірний розподіл етнічних груп може призвести до проблем з рівнем заробітної плати, рівності можливостей, комунікації та культурної адаптації. Оцінка етнічного складу персоналу допомагає підприємству забезпечити рівні можливості для всіх працівників та сприяти позитивній організаційній культурі.

3. Оцінку освітньо-професійного складу персоналу. Це важливий інструмент управління людськими ресурсами, оскільки дозволяє підприємству аналізувати рівень освіти та професійних

навичок своїх працівників. Така оцінка допомагає виявити потреби в навчанні та розвитку, можливості для внутрішнього підвищення кваліфікації, оцінити рівень готовності персоналу до змін в технологіях та методах роботи. Загалом, оцінка освітньо-професійного складу персоналу допомагає підприємствам ефективно управляти своїми людськими ресурсами, забезпечуючи необхідні навички та знання для досягнення стратегічних цілей.

6. Оцінку трудового стажу та професійного розвитку. Аналіз трудового стажу дозволяє визначити досвід та кваліфікацію працівників, можливості для передачі знань та досвіду молодшим працівникам, потреби в програмах менторства та розвитку лідерства. Оцінка трудового стажу та професійного розвитку персоналу є важливим етапом у кадровому управлінні, оскільки дозволяє аналізувати досвід та кваліфікацію працівників, визначати їхні потреби в навчанні та розвитку, а також планувати кар'єрний розвиток в організації.

Демографічна оцінка персоналу надає підприємству цінну інформацію для розробки стратегій управління персоналом та планування кадрових ресурсів, що сприяє ефективному використанню та розвитку людських ресурсів організації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Шаповалов В. О. Теоретико-методичні засади демографічного аналізу населення / Шаповалов В. О., Рудич Л. В., Стеценко В. В., Тужилкіна О. В., Костишина А. І. // Наука і техніка сьогодні. Серія «Економіка». – 2023. – № 7 (21). – С. 204–216.

СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

***В. О. Шевченко**, студент спеціальності Економіка, група Е УПЕПм-21*
***В. О. Шаповалов**, канд. екон. наук, доцент доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Управління персоналом – це комплекс заходів та стратегій, спрямованих на ефективне управління людськими ресурсами в організації з метою досягнення стратегічних цілей підприємства.

Сучасна кадрова політика – це продовження місії та стратегічних цілей організації, орієнтована на конкретні результати діяльності та перспективи розвитку підприємства. Сьогодні до кадрової політики сучасної фірми висуваються підвищені вимоги практичності, гнучкості та адаптивності до внутрішніх факторів (стиль керівництва організації, внутрішня організаційна культура, цілі та місія підприємства) та зовнішнього середовища (розвиток економіки країни та ринку праці, зміни законодавства, особливості здійснення діяльності в умовах кризи та інші) [1, с. 87].

Місце і роль кадрової політики в сучасних умовах значно зростає, особливо коли від персоналу все більшою мірою залежать результати діяльності підприємства. У зв'язку з цим саме в кадровій політиці необхідно закладати дієві елементи, що конструктивно визначають архітектуру, компоненти і взаємозв'язки в системі соціально-трудових відносин. Саме виважена кадрова політика є запорукою розвитку підприємства [2].

Стратегія кадрової політики визначає загальні принципи та цілі управління людськими ресурсами на підприємстві, тоді як тактика кадрової роботи включає конкретні методи і інструменти, за якими ці принципи реалізуються. На основі аналізу літератури [3–5] доцільно виділити декілька ключових аспектів стратегії і тактики кадрової політики на підприємстві:

1. Стратегія кадрової політики:

– розвиток людських ресурсів. Стратегія може включати плани навчання та розвитку працівників для забезпечення їхнього професійного зростання і відповідності потребам компанії;

– створення мотивуючого середовища. Розробка системи стимулювання, яка сприяє підвищенню продуктивності праці та залученню талановитих працівників;

– рекрутинг та підбір. Розробка стратегії залучення та відбору найкращих кандидатів на вакансії з метою створення ефективного та диверсифікованого персоналу;

– управління талантами. Розробка програм утримання ключових працівників та їхнього подальшого розвитку для забезпечення довгострокового успіху підприємства;

– управління змінами: Розробка стратегій адаптації та реагування на зміни в організаційному середовищі для забезпечення гнучкості та конкурентоспроможності.

2. Тактика кадрової політики:

– планування робочих місць та кадрових резервів. Розробка програм для ідентифікації та розвитку потенційних лідерів на підприємстві;

– оцінка та звітування про ефективність. Впровадження систем оцінки працівників та звітування про їхню ефективність для стимулювання та підтримки високих результатів;

– формування команд. Створення команд та групових проєктів для сприяння співпраці та комунікації між працівниками;

– підтримка балансу роботи та особистого життя. Впровадження програм підтримки балансу між роботою та особистим життям для підтримки здоров'я та добробуту працівників;

– комунікація та залучення співробітників. Розвиток системи внутрішньої комунікації та залучення працівників до процесів прийняття рішень та управління змінами.

Ці стратегічні і тактичні підходи спільно сприяють створенню ефективної та продуктивної кадрової політики на підприємстві.

Список використаних інформаційних джерел

1. Готра В. В. Напрями вдосконалення кадрової політики підприємства в сучасних умовах господарювання / В. В. Готра, Т. В. Теличко // Науковий вісник Ужгородського Університету. Серія «Економіка». – 2019. – Вип. 1 (53). – С. 86–90. URL: http://visnyk-ekon.uzhnu.edu.ua/article/view/164493/163521.
2. Матвєєва Н. М. Формування напрямків вдосконалення кадрової політики як складової архітектури розвитку персоналу в аспекті підвищення конкурентоспроможності підприємства / Н. М. Матвеєєва, Г. І. Базецька, О. І. Славута // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 49. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2335/2256.
3. Балабанова Л. В. Управління персоналом : підручник / Л. В. Балабанова, О. В. Сардак. – Київ : Центр учбової л-ри, 2011. – 468 с.
4. Вербівська Л. В. Менеджмент персоналу : навч. посіб. / Л. В. Вербівська, О. В. Зибарева. – Чернівці : БДФЕУ, 2014. – 620 с.
5. Управління персоналом : підручник / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямулич, О. В. Потьомкіна, О. В. Середа ; за заг. ред. О. М. Шубалого. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 404 с.

ІНСТРУМЕНТИ ВПЛИВУ МУНІЦИПАЛЬНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА МІСЦЕВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК

***О. О. Шелехов**, студент спеціальності Публічне управління та адміністрування, група МСм-11*
***І. В. Козюра**, д-р держ. упр., професор кафедри менеджменту – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Місцевий економічний розвиток – це процес взаємодії та синергії дій органу місцевого самоврядування, бізнес-спільноти, інституцій громадянського суспільства та інституційних партнерів, активних мешканців громади з метою сталого соціально-економічного розвитку громади та підвищення якості життя її мешканців [1, с. 4].

У такому розумінні, муніципальний менеджмент – це система управління на місцевому рівні, яка відповідає за організацію та забезпечення надання послуг місцевому населенню та розвитку територіальної громади. Його ефективне функціонування вимагає компетентних кадрів, чіткої стратегії та взаємодії з усіма зацікавленими сторонами. Ця сфера управління включає в себе широкий спектр функцій та завдань, спрямованих на забезпечення ефективного функціонування муніципалітетів та підвищення їх соціально-економічного розвитку.

Світова практика розглядає місцевий економічний розвиток як комплекс інтегрованих заходів, спрямованих на створення чи вдосконалення системи соціально-економічних зв’язків задля забезпечення сталого розвитку економіки певної території. Місцевий економічний розвиток, таким чином, відбувається в громадах, які постійно поліпшують свій інвестиційний клімат і середовище сприяння бізнесу з метою підвищення своєї конкурентоспроможності, збереження робочих місць і збільшення доходів [2, с. 128].

Муніципальний менеджмент має великий потенціал для впливу на місцевий економічний розвиток. Важливість муніципального менеджменту для місцевої економіки полягає в тому, що він впливає на широкий спектр аспектів, які сприяють економічному розвитку та підвищенню життєвого рівня місцевих громадян.

Інструменти муніципального менеджменту на місцевий розвиток – це конкретні методи, стратегії або програми, які використовуються муніципалітетами для активного впливу на розвиток місцевої економіки та соціального благополуччя. Вони можуть бути направлені на стимулювання економічного зростання, забезпечення сталого розвитку, підвищення якості життя мешканців та інші цілі. Ось деякі з таких інструментів.

1. Стратегічне планування. Розробка стратегій розвитку на муніципальному рівні допомагає визначити пріоритети і напрямки для досягнення розвитку місцевої громади.

2. Бюджетування і фінансове управління. Ефективне розподілення фінансових ресурсів на муніципальному рівні дозволяє забезпечити реалізацію стратегій розвитку та вирішення проблем місцевості.

3. Управління проєктами і програмами. Впровадження та керування проєктами і програмами спрямовані на покращення інфраструктури, розвиток освіти, охорону здоров'я та інші сфери життєдіяльності місцевої громади.

4. Регуляторна політика. Створення сприятливого середовища для бізнесу шляхом впровадження ефективної регуляторної політики сприяє економічному розвитку муніципалітету.

5. Співпраця з громадськістю і стейкхолдерами. Важливо враховувати думку та потреби місцевого населення, організацій та інших зацікавлених сторін при прийнятті рішень щодо розвитку муніципалітету.

6. Розвиток інфраструктури. Забезпечення доступності якісних комунікаційних, транспортних, енергетичних та інших інфраструктурних послуг сприяє залученню інвестицій та стимулює розвиток місцевої економіки.

7. Планування територіального розвитку. Ефективне використання земельних ресурсів, регулювання міської забудови та розвиток міських районів сприяє сталому та збалансованому розвитку муніципалітету.

Ці інструменти допомагають муніципалітетам ефективно вирішувати проблеми та забезпечувати сталий розвиток на місцевому рівні.

Отже, роль муніципального менеджменту у місцевому економічному розвитку полягає в створенні сприятливого підприємницького середовища, розвитку інфраструктури, підтримці малого та середнього бізнесу, стратегічному плануванні та спів-

праці з іншими рівнями влади та громадськістю. Муніципалітети мають ключову роль у забезпеченні ефективного управління ресурсами та стимулюванні інноваційного розвитку, що сприяє стабільному економічному зростанню та підвищенню якості життя місцевого населення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Місцевий економічний розвиток у територіальних громадах: антикризові інструменти у воєнний і післявоєнний період [Електронний ресурс] / І. Сторонянська, Х. Патицька, А. Дуб. – Львів, 2022. URL: https://decentralization.ua/uploads/library/file/838/LED.pdf.
2. Осадчук С. Вдосконалення інструментів місцевого економічного розвитку територій / С. Осадчук // Актуальні проблеми державного управління. – 2021. – Т. 1. – № 82. – С. 127–131. URL: http://uran.oridu.odessa.ua/article/view/229157/228106.
3. Інструментарій місцевого економічного розвитку: теорія, методологія, практика : монографія / [Ковальов А. І., Корольова Т. С., Сментина Н. В., Павлова Т. В., Карпо В. А., Фіалковська А. А., Котова І. М.] ; за заг. ред. А. І. Ковальова. – Київ : ФОП Гуляєва В. М., 2021. – 413 с.

МОТИВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ЧИННИК ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КОМПАНІЇ

***Ю. С. Штерман**, студентка спеціальності Економіка, група Е УПМКб-21*

***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 висококонкурентному бізнес-середовищі компанії постійно змагаються за увагу споживачів, інвесторів і талановитих співробітників. Важливим фактором успіху стала не тільки якість продукції чи послуг, але й імідж компанії. Імідж, заснований на репутації, суспільному сприйнятті та внутрішній корпоративній культурі, визначає ставлення до компанії споживачів, інвесторів, партнерів і навіть потенційних працівників.

Одним із ключових чинників формування позитивного іміджу компанії є її політика стимулювання. Мотивація працівни-

ків не тільки підвищує ефективність виробничого процесу, а й істотно впливає на внутрішню атмосферу компанії і сприйняття зовнішнього середовища. Тому дослідження ролі політики стимулювання як позитивного фактора корпоративного іміджу є актуальним і важливим завданням сучасної науки управління.

Політика мотивації визначається як система заходів і стратегій, покликаних спонукати працівників до досягнення поставлених цілей і задоволення своїх потреб. Основними формами мотивації в праці є грошове заохочення, соціальні та професійні пільги, можливість особистого розвитку.

Суть політики стимулювання полягає у створенні умов для мотивації працівників до більш ефективної роботи та сприяння реалізації загальних цілей компанії. Він спрямований на розуміння індивідуальних потреб і мотивацій працівників і створення атмосфери взаємодії та взаєморозуміння в команді.

Важливість мотиваційної політики для компаній полягає в забезпеченні високого рівня мотивації працівників, що сприяє підвищенню їхньої працездатності, підвищенню продуктивності та покращенню якості продукції. Крім того, ефективна політика стимулювання допомагає зменшити плинність персоналу і підвищити задоволеність працівників роботою.

Вплив політики стимулювання на позитивний імідж компанії відіграє вирішальну роль у формуванні репутації та сприйняття компанії як привабливого роботодавця та надійного партнера. Ключовими аспектами цього впливу є:

1. Залучення видатних працівників: добре розроблена політика заохочення може залучити та утримати висококваліфікованих експертів, тим самим допомагаючи створити ефективну та конкурентоспроможну команду.

2. Задоволеність працівників: задоволені та мотивовані працівники створюють позитивне робоче середовище, що відображається на їхній продуктивності та стосунках із клієнтами та партнерами.

3. Стабільність і надійність. Ефективна політика стимулювання сприяє зниженню плинності персоналу, стабілізації робочих процесів, а також дозволяє партнерам і клієнтам отримати відчуття надійності і стабільності у співпраці з підприємством.

4. Позитивне сприйняття в суспільстві:успішна мотиваційна політика відображається на репутації компанії, що може сприяти позитивному сприйняттю її діяльності як в середині, так і поза корпоративним оточенням.

Мотиваційна політика визначає не лише внутрішній клімат у компанії, але й зовнішнє враження про неї, що має велике значення для її іміджу та успішності на ринку.

Інструменти реалізації мотиваційної політики можуть бути різноманітними, враховуючи потреби та характеристики конкретної компанії. Характеристики, які сприяють формуванню позитивного іміджу компанії.

1. Гнучка система компенсації. Включає не лише фінансові стимули, але і надання додаткових переваг, таких як гнучкий графік роботи, можливість відпрацювання з дому, допомога в організації дозвілля тощо.

2. Програми розвитку. Надання працівникам можливості для професійного та особистісного розвитку через тренінги, курси, менторські програми та інші форми навчання.

3. Система внутрішнього зворотного зв'язку. Сприяє залученню працівників до участі в управлінні підприємством, враховуючи їхні ідеї та думки щодо поліпшення робочих процесів та умов праці.

4. Стимулювання ініціатив. Створення умов для самореалізації працівників через підтримку їхніх ініціатив та проєктів, що сприяє розвитку креативності та почуття власної важливості.

5. Корпоративна культура та комунікація. Створення сприятливого робочого середовища, базованого на взаєморозумінні, відкритій комунікації та взаємоповазі, що формує почуття приналежності до колективу та підтримує високий рівень моралі.

Ці інструменти спрямовані на підвищення мотивації та задоволеності працівників, що в свою чергу сприяє формуванню позитивного іміджу компанії як привабливого та відповідального роботодавця.

Мотиваційна політика в компанії виявляє значний вплив на його позитивний імідж та репутацію. Інструменти, що застосовуються для реалізації мотиваційної політики, відіграють ключову роль у формуванні внутрішньої корпоративної культури, привабливості для талановитих працівників та сприйнятті компанії в громадськості.

Гнучка система компенсації, програми розвитку, система внутрішнього зворотного зв'язку, стимулювання ініціатив та сприятлива корпоративна культура – усі ці аспекти допомагають створювати мотиваційне середовище, яке підтримує високий рівень задоволеності та ефективності працівників.

Отже, розробка та впровадження ефективної мотиваційної політики в компанії є стратегічно важливим завданням, яке сприяє не лише підвищенню продуктивності та конкурентоспроможності, але й формуванню позитивного іміджу та стабільного розвитку компанії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Імідж організації, його характеристика та взаємозв'язок із культурою [Електронний ресурс]. URL: https://pidru4niki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakteristika_vzayemozvyazok_kulturoyu.
2. Костюк Г. В. Формування позитивного іміджу підприємства / Г. В. Костюк, В. В. Сторожук // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2014. – № 1. – С. 176–181. – URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vknutd_2014_1_27.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ЗНАЧЕННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ

О. Юрченко, *студентка спеціальності 051 Економіка, група Е УПМКб-31*
О. Тужилкіна, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом, економіки праці та економічної теорії – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В останні роки український бізнес зазнає труднощів, які пояснюються об'єктивними причинами. Гостра нестача кваліфікованих трудових ресурсів змушує власників компаній думати про потреби персоналу та внутрішні цінності компанії, що дозволяють не тільки сприяти закріпленню працівників на робочих місцях, посилювати загальні стабілізаційні процеси всередині компанії, а й покращувати соціально-психологічний клімат у колективі.

Організаційний розвиток значною мірою асоціюється з особливою увагою до соціально-економічних факторів, що зумовлюють нарощування потенціалу організаційної поведінки та підвищення його впливу на ефективність праці персоналу. Одним із таких основних чинників є корпоративна культура компанії.

Аналіз інформаційних джерел дозволяє зробити висновок про відмінності у трактуванні поняття «корпоративна культура», що свідчить про відсутність єдності у її розумінні [2, 3].

На нашу думку, корпоративну культуру можна трактувати як сукупність найбільш важливих положень і цінностей, що утворилася в результаті цілеспрямованого осмислення минулої діяльності компанії, що приймається і поділяється персоналом, передається через символічні засоби та інші артефакти і проявляється у формуванні, становленні, розвитку організаційних систем та інформації, у способах її передачі, а також у процесі прийняття управлінських рішень.

Зрештою корпоративна культура в явному вигляді виявляється у символах, церемоніях, міфах, у фірмовому стилі, у формальних правилах і нормах діяльності, у стилі керівництва, у способах матеріальної та духовної взаємодії працівників даної корпорації по відношенню до зовнішнього середовища та власних працівників.

Корпоративна культура в залежності від її типу та особливостей може виконувати багато функцій. На рис. 1 представлені функції корпоративної культури.

Рисунок 1 – Функції корпоративної культури [1]

Метою формування корпоративної культури є досягнення високою прибутковості компанії за допомогою вдосконалення управління людськими ресурсами для забезпечення лояльності працівників до керівництва та прийнятим їм рішенням, виховання у працівників компанії відносин до підприємства як до свого дому, розвитку здібностей, у ділових і особистих відносинах спиратися на встановлені норми поведінки, вирішувати

будь-які проблеми без конфліктів. Це, у свою чергу, призводить до максимізації ефективності виробничого менеджменту та до якісних покращенням продуктивності підприємства загалом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дослідження корпоративної культури [Електронний ресурс]. URL: http://www.tns-global.com.ua.
2. Степанова Л. В. Корпоративна культура: сутність та теоретичні підходи дослідження / Л. В. Степанова, О. В. Тужилкіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки. – 2017. – № 4. – С. 167–172. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpusk_2017_4_25.
3. Семикіна М. Оцінка мотиваційної ролі корпоративної культури підприємства в контексті соціальної відповідальності / М. Семикіна, Б. Дмитришин, Г. Савеленко, Л. Коваль // Академічні візії. – 2024. – Вип. 28. – С. 1–14. URL: https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/958.

СТВОРЕННЯ ГРИ ПІНГ-ПОНГ НА ARDUINO

***Є. Р. Бабарь**, студент спеціальності Комп'ютерна інженерія, група КІ-21-1/9*
***Ю. О. Петренко**, викладач вищої кваліфікаційної категорії, викладач-методист – науковий керівник*
Кам'янський енергетичний фаховий коледж

Побудуємо гру пінг-понг на платі Arduino – спортивний симулятор настільного тенісу (тенісний м'ячик рухається від стінки до стінки, а завдання гравців полягає в тому, щоб вчасно відбити м'яч).

Для цього будемо використовувати світлодіоди та кнопки. Відображати політ кульки будемо за допомогою світлодіодів, які по черзі загорятимуться.

Будемо використовувати LED зеленого, жовтого та червоного кольорів. Світлодіоди будуть по черзі загорятися. Щойно засвітиться жовтий світлодіод, гравець має натиснути кнопку, щоб «відбити» кульку.

Якщо гравець відбив, то уявна кулька летить у бік опонента. Якщо ж не встиг відбити, то спалахують усі світлодіоди – гру закінчено (рис. 1).

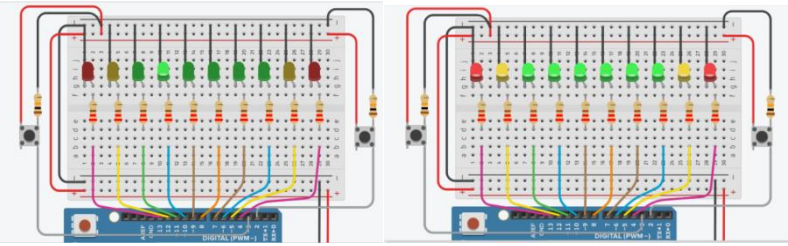

Рисунок 1 – Гра пінг-понг на світлодіодах

Спочатку збираємо схему. Додаємо елементи LED, Pushbutton і Resistor, а також з'єднуємо їх із пінами на платі.

Запрограмуємо плату Arduino. Спочатку створимо дві змінні gameOver та animationScore.

У першій будемо зберігати два числа – 0 або 1. Якщо значення gameOver дорівнює 0, гра триває, а якщо змінюється на 1, гру завершено. Змінна animationScore – це швидкість анімації. Гра буде цікавішою, якщо анімація прискорюватиметься з кожним разом. Для цього ми будемо змінювати значення змінної, а всі блоки, де вказуємо швидкість, будуть приймати нове значення. Потім додамо блок repeat while. Весь код усередині цього блоку повторюватиметься доти, доки виконується умова. Поки gameOver дорівнюватиме 0, гра триває.

Окремо створимо умову if. Якщо натиснута кнопка, яку ми з'єднали з піном 2, тобто кнопка праворуч, то загоряються світлодіоди справа наліво. Інакше, якщо натиснута кнопка зліва, то загоряються світлодіоди зліва направо.

Додамо блоки коду, щоб світлодіоди по черзі вмикалися і вимикалися. Повинні вмикатися всі світлодіоди, крім червоних. Якщо раптом загорілися світлодіоди червоного кольору, значить гравець програв.

Гравці тепер бачать, як змінюється світло, немов летить кулька в пін-понгу. Іншому ж гравцеві потрібно її відштовхнути. Якщо блимнув помаранчевий світлодіод, а кнопка не натиснута, то гру закінчено. Загоряються червоні світлодіоди, а в gameOver записується значення 1. Інакше, якщо гравець встиг натиснути кнопку, то швидкість анімації – animationScore – збільшується.

Тепер повторимо те саме, але в зворотному порядку. Спочатку спалахують LED-світлодіоди. Потім перевіряємо, чи відбив інший гравець м'яч.

Гра триватиме доти, доки хтось не програє. Програш означає, що гравець не встиг відбити кульку. Додамо блоки з умовою в блок repeat.

Тепер зробимо так, щоб після програшу двічі блимнули всі світлодіоди.

Останній блок коду додамо в кінець програми, після repeat. Запускаємо емуляцію. Тепер можемо зіграти у пінг-понг на Arduino (рис. 2).

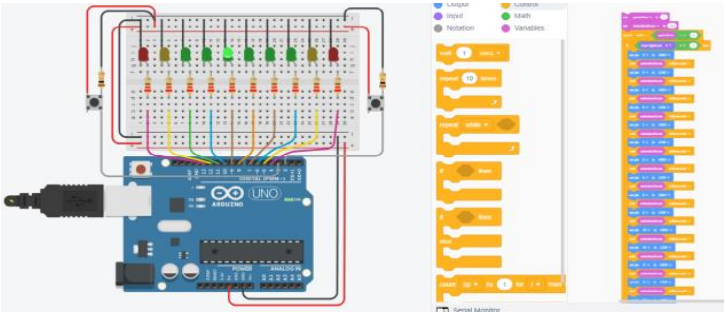

Рисунок 2 – Схема електрична
з блок-схемою алгоритму роботи

Список використаних інформаційних джерел

1. Створення гри пінг-понг на Arduino [Електронний ресурс]. URL: https://www.tinkercad.com/things/5vvL4rdWnrC-ping-pong.

РЕАЛІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО ЧАТ-БОТУ НА ПЛАТФОРМІ TELEGRAM ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ТЕМИ «ЕЛЕМЕНТИ КОМБІНАТОРИКИ» З ДИСЦИПЛІНИ ДИСКРЕТНА МАТЕМАТИКА

***В. О. Бойко**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
***Т. О. Парфьонова**, канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У роботі розглядається проблема реалізації навчального чат-боту на платформі Telegram для освоєння дисципліни Дискретна математика на тему «Елементи комбінаторики».

Актуальність використання чат-ботів у навчальному процесі полягає в їх здатності забезпечити індивідуалізовану та ефективну підтримку студентів під час навчання. Вони дозволяють студентам отримувати необхідну інформацію, підтримку та пояснення у будь-який зручний для них час, що сприяє підвищенню ефективності навчання та зниженню часових витрат. Такий індивідуальний підхід допомагає студентам краще розуміти матеріал, виявляти та працювати над своїми слабкими сторонами,

що сприяє покращенню якості освіти та зростанню успішності у навчанні.

Переваги використання чат-ботів для підтримки навчання та самостійного опрацювання матеріалу включають: 1. Індивідуалізовану підтримку. Чат-боти можуть надавати індивідуалізовану допомогу студентам, відповідаючи на їх запитання та надаючи пояснення в режимі реального часу. 2. Надання рекомендацій та підказок. Чат-боти можуть допомагати студентам з рекомендаціями щодо навчальних матеріалів, надавати підказки під час виконання завдань та сприяти кращому засвоєнню матеріалу. 3. Автоматизацію процесів. Чат-боти дозволяють автоматизувати певні аспекти навчання, такі як надання відповідей на запитання, оцінювання відповідей студентів та надання інформації про навчальні матеріали. 4. Збільшення залученості. Чат-боти можуть стимулювати залученість студентів до навчання шляхом надання пізнавальних постів та проведення опитувань, що сприяє активній участі та мотивації учасників. Ці переваги демонструють значний потенціал чат-ботів у покращенні навчального процесу та сприяють ефективнішому опрацюванню навчального матеріалу студента.

Особливості Telegram як платформи для навчального чат-боту включають: доступність та зручність, багатофункціональність, елементи гри, можливість індивідуалізації, широкий функціонал. Ці особливості роблять Telegram привабливою платформою для впровадження навчальних чат-ботів, які можуть ефективно підтримувати навчання та сприяти кращому засвоєнню матеріалу студентами. Telegram виявляється потужним інструментом для навчання та спілкування, завдяки своїм можливостям систематизації матеріалів, простоті використання, автоматизації процесів, ефективному просуванню та можливості індивідуалізації. Зручність та доступність платформи для студентів та викладачів.

Вивчення дисципліни «Дискретна математика» має велику важливість для студентів з різних галузей, оскільки ця дисципліна є основою для розвитку аналітичного мислення, логічного мислення та розв’язання складних завдань. Дискретна математика включає в себе такі важливі аспекти, як теорія множин, комбінаторика, теорія графів, логіка та інші, які є ключовими для розвитку математичних навичок та вмінь у студентів. Вивчення цієї дисципліни допомагає студентам розвивати

абстрактне мислення, вміння аналізувати та розв'язувати складні проблеми, а також покращує їхні навички у програмуванні та інших технічних галузях. Таким чином, «Дискретна математика» є важливою основою для успішного навчання та подальшого професійного розвитку студентів. Серед переваг створення навчального чат-боту для освоєння комбінаторики включають: інтерактивне навчання, індивідуалізована підтримка, постійна доступність, можливість проведення тестів, стимулювання інтересу. Ці переваги демонструють значення створення навчального чат-боту для ефективного освоєння комбінаторики студентами.

Таким чином, використання навчального чат-боту для навчання комбінаторики може значно полегшити процес навчання, забезпечуючи інтерактивність, індивідуалізацію, доступність та підвищення ефективності у засвоєнні матеріалу студентами.

Отже, подальший розвиток та впровадження технологій у навчальний процес має потенціал підвищити ефективність процесу та стимулювати інтерес здобувачів до навчання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мирошниченко В. Використання сучасних інформаційних технологій: формування мультимедійної компетентності. Київ : Центр учбової л-ри, 2023. – 296 с.
2. Ємець О. О. Дискретна математика : навч. посіб. для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами денної форми навчання спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітня програма «Комп'ютерні науки» ступеня бакалавра / О. О. Ємець, Т. О. Парфьонова. – Вид 3-тє, допов. і перероб. – Полтава : ПУЕТ, 2023. – 282 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ РОЗРОБКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЗБІРНИКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНОГО СЕМІНАРУ «КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ»

А. В. Варава, *магістр спеціальності Комп'ютерні науки, група КН М-11*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

У даній роботі детально досліджується технологія створення програмного забезпечення, зокрема, програмне забезпечення

для формування збірника науково-практичного семінару «Комп’ютерні науки та інформаційні технології».

Розробка додатків для полегшення роботи викладачів в університеті важлива, оскільки вона сприяє ефективнішому використанню часу та ресурсів, покращує процеси навчання та взаємодії зі студентами, сприяє автоматизації рутинних завдань, спрощує адміністративні процеси, підвищує якість освіти та сприяє інноваційному підходу до навчання.

Збірник створено на мові програмування Visual Basic, в середовищі програмування Visual Studio.

Розглянемо детальніше фрагменти коду програмного забезпечення:

Module Module1

Module1 – це модуль у Visual Basic, де міститься головний код програми.

Sub Main() – це основна точка входу для консольної програми. Код всередині цього методу виконується при запуску програми.

Dim filesToInclude As String() = {"file1.pdf", "file2.pdf", "file3.pdf"}

filesToInclude – це масив рядків, який містить імена файлів, які ми хочемо включити до нашого PDF збірника.

Dim outputPdfPath As String = "output.pdf"

outputPdfPath – це рядок, що містить шлях до вихідного PDF файлу, в який будуть об’єднані інші PDF файли.

Dim document As New Document()

Document – це об’єкт, який представляє документ PDF, який ми створюємо.

PdfWriter – це об’єкт, який дозволяє записувати дані в PDF файл. Ми створюємо новий екземпляр PdfWriter і пов'язуємо його з нашим об’єктом Document. Ми також створюємо новий файловий потік для вихідного PDF файлу.

Open() – цей метод відкриває документ для редагування.

PdfReader – це об’єкт, який дозволяє читати дані з PDF файлу. Ми створюємо новий екземпляр PdfReader для кожного файлу, який ми хочемо включити в збірник.

Dim numberOfPages As Integer = reader.NumberOfPages

NumberOfPages – це властивість, що повертає кількість сторінок у PDF файлі.

For pageNum As Integer = 1 To numberOfPages

Це початок вкладеного циклу For, який перебирає кожну сторінку у PDF файлі.

document.NewPage()

NewPage() – цей метод додає нову сторінку до нашого документа.

Dim importedPage As PdfImportedPage = writer.GetImportedPage(reader, pageNum)

GetImportedPage() – цей метод отримує сторінку з PdfReader для додавання до вихідного PDF файлу.

writer.DirectContent.AddTemplate(importedPage, 0, 0)

Цей рядок додає імпортовану сторінку до вихідного PDF файлу.

reader.Close()

Цей рядок закриває PdfReader після того, як ми використали всі сторінки.

document.Close()

Цей рядок закриває наш документ PDF після того, як ми додали всі файли.

Console.WriteLine("Збірник PDF успішно сформований:" & outputPdfPath)

Console.ReadLine()

Ці рядки виводять повідомлення про те, що збірник PDF успішно створено, та чекають, поки користувач натисне клавішу Enter, перш ніж програма завершиться

Отже, створення програмного забезпечення для формування збірника науково-практичного семінару «Комп'ютерні науки та інформаційні технології» має велике значення для ефективності роботи з науковою роботою. Перш за все, таке програмне забезпечення дозволяє забезпечити систематизацію та організацію вмісту збірника, що сприяє зручності в його використанні як для учасників семінару, так і для ширшої аудиторії.

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ДЛЯ ВИЯВЛЕННЯ ШКІДЛИВИХ ВЕБ-АДРЕС

***О. В. Вовк**, 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

Анотація. У сучасному цифровому світі поширення шкідливих веб-адрес становить значну загрозу кібербезпеці. Традиційні методи виявлення та зменшення збитків від цих загроз стають

все більш недостатніми перед обличчям ретельно спланованих кібератак. У цій роботі досліджується застосування технологій штучного інтелекту (ШІ) для виявлення шкідливих веб-адрес.

Ключові слова: штучний інтелект, машинне навчання, кібербезпека, шкідливі веб-адреси, нейронні мережі

Вступ. Інтернет революціонізував наш спосіб спілкування, роботи та ведення бізнесу, однак разом з цим розвитком з'явилося багато нових загроз, серед яких шкідливі веб-адреси посідають не останнє місце. Традиційні методи виявлення шкідливих URL-адрес значною мірою покладаються на чорні списки, підписи та евристику, які стають все менш ефективними проти складних атак [1]. Тому існує нагальна потреба в передових технологіях, здатних точно і ефективно виявляти шкідливі веб-адреси.

Огляд літератури. Історично, кібербезпекові рішення використовували статичні чорні списки із відомими шкідливими URL-адресами. Ця технологія має обмеження у виявленні загроз «нульового дня» та уразливість до обхідних методів, що використовуються зловмисниками. Інший традиційний підхід, що базується на сигнатурах, порівнює URL-адреси з попередньо визначеними шаблонами, але такі системи неефективні проти поліморфних URL-адрес і вимагають постійного оновлення.

Поява технологій ШІ зробила революцію в галузі кібербезпеки, запропонувавши інноваційні підходи до боротьби з новими загрозами. Машинне навчання, підрозділ ШІ, виявилося перспективним у виявленні шкідливих веб-адрес шляхом вивчення шаблонів і ознак, що вказують на зловмисні наміри [2].

Методологія. Успіх виявлення шкідливих URL-адрес за допомогою штучного інтелекту залежить від якості та різноманітності навчальних даних. Набори даних, що містять марковані приклади шкідливих і безпечних URL-адрес, необхідні для тренування й оцінювання моделей машинного навчання. Джерела даних включають загальнодоступні сховища шкідливих URL-адрес, постачальників рішень захисту та власні набори даних.

Для виявлення шкідливих URL-адрес можна використовувати кілька архітектур машинного та глибокого навчання. Моделі керованого навчання, такі як SVM, дерева класифікацій та ансамблеві методи, навчаються на вилучених ознаках для класифікації веб-адрес. Моделі глибокого навчання, включаючи CNN, RNN і гібридні архітектури, вивчають ієрархічні представлення URL-адрес для точної класифікації [3].

Виклики та майбутні напрямки. Однією з головних проблем у виявленні шкідливих URL-адрес за допомогою ШІ є вразливість до ворожих атак. Кіберзлочинці можуть використовувати вразливості в моделях машинного навчання, створюючи шкідливі URL-адреси, спеціально розроблені для уникнення виявлення.

Щоб широко впровадити рішення для виявлення шкідливих URL-адрес на основі ШІ, вони повинні легко інтегруватися з наявною інфраструктурою безпеки та робочими процесами. Сумісність із системами управління інформацією та подіями безпеки (SIEM), платформами захисту кінцевих точок і шлюзами веб-безпеки має важливе значення для ефективного розгортання та управління [4].

Висновок. Виявлення шкідливих веб-адрес є критично важливим компонентом кібербезпеки, але традиційні підходи виявляються недостатніми в боротьбі зі складними загрозами. Використання передових технологій, таких як ШІ може покращити точність та ефективність виявлення шкідливих URL-адрес, однак існують виклики, такі як ворожі атаки, інтеграція, які потребують подальших досліджень та інновацій для забезпечення захисту цифрових активів та користувачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Dafydd Stuttard, Marcus Pinto. The Web Application Hacker's Handbook: Finding and Exploiting Security Flaws. September 2011. 1118026470. 978-1118026472. Published by John Wiley & Sons, Inc. 10475 Crosspoint Boulevard Indianapolis, IN 46256 ISBN: 978-1-118-02647-2. 912 p.
2. Emmanuel Tsukerman. Machine Learning for Cybersecurity Cookbook. November 2019. 1221119. Published by Packt Publishing Ltd. Livery Place 35 Livery Street Birmingham B3 2PB, UK. ISBN 978-1-78961-467-1. 338 p.
3. Alessandro Parisi. Hands-On Artificial Intelligence for Cybersecurity. August 2019. 1010819. Published by Packt Publishing Ltd. Livery Place 35 Livery Street Birmingham B3 2PB, UK. ISBN 978-1-78980-402-7. – 524 p.
4. Ravi Das. Practical AI for Cybersecurity. First edition published 2021 by CRC Press 6000 Broken Sound Parkway NW, Suite 300 Boca Raton, FL 33487-2742. 293 p.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ АВТОМАТИЗОВАНОГО АГРЕГАТОРА ПОШУКУ ВАКАНСІЙ В ІТ СФЕРІ

***М. В. Козуб**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-21*
***О. В. Ольховська**, канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник;*
***О. П. Кошова**, канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасних умовах на ринку ІТ професій важливим є можливість пошуку роботи, що задовольнить всі вимоги, починаючи від спеціалізації та наявних навичок і закінчуючи заробітною платою. Крім того ринок ІТ професій має досить широку географію через можливість працювати віддалено. Тому застосунки для пошуку роботи можуть надати зручний доступ до вакансій у будь-який час і з будь-якого місця, пропонуючи при цьому фільтрацію вакансій за різними параметрами, що, в свою чергу, допоможе заощадити час і підвищить продуктивність пошуку роботи. Саме тому, було вирішено розробити мобільний андроїд застосунок для автоматизованого пошуку вакансій в ІТ сфері під назвою «SearchWorkPosition».

«SearchWorkPosition» – це інноваційний мобільний додаток, призначений для пошуку робочих місць, який автоматизує процес знаходження вакансій шляхом парсингу веб-сайтів з використанням зазначених користувачем запитів написаний на мові програмування Kotlin. Актуальна версія додатку підтримує парсинг двох веб-сайтів, але має потенціал для розширення та інтеграції більшої кількості джерел у майбутньому. Використання сучасних технологій та бібліотек, «SearchWorkPosition» забезпечує швидкий та ефективний пошук роботи, адаптуючись до запитів користувача (див. рис. 1).

Розроблений мобільний додаток має наступні мінімальні та цільові версії SDK (software development kit): мінімальна версія SDK (Android 7.0), цільова версія SDK (наприклад, Android 14).

Під час розробки мобільного андроїд застосунку нами було використано наступні залежності:

org.jsoup:jsoup – бібліотека для парсингу HTML, що дозволяє виконувати пошук вакансій на веб-сайтах [1];

org.koin:koin-android – використовується для управління залежностями в додатку, спрощуючи впровадження та управління компонентами [2];

com.airbnb.android:lottie – бібліотека для додавання високоякісних анімацій, які покращують взаємодію користувача з додатком [3];

androidx.navigation:navigation-fragment-ktx – забезпечує підтримку навігації в додатку, включаючи управління навігаційними потоками та переходами між екранами [4].

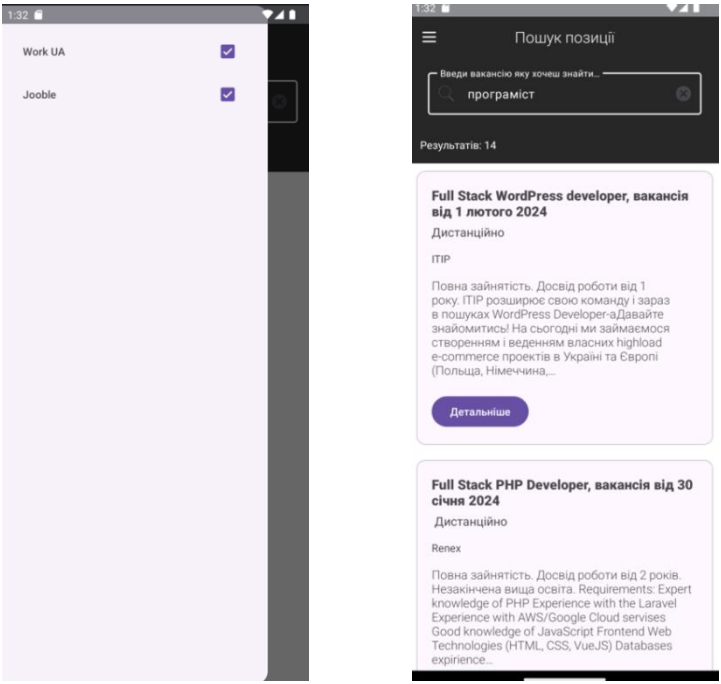

Рисунок 1 – Застосунок «SearchWorkPosition»

Під час роботи застосунку користувачі можуть вводити специфічні запити для пошуку роботи, а додаток автоматично парсить відповідні веб-сайти, надаючи актуальні вакансії. Парсинг веб сайтів відбувається за допомогою використання бібліотеки jsoup шляхом ефективного аналізу веб-сторінки та «витягування» необхідної інформації про вакансії за заданими критеріями.

При цьому Koin спрощує управління залежностями в додатку, забезпечуючи чистоту коду та легкість розширення проєкту [1, 2].

Щодо інтерфейсу користувача, то для додавання динамічних анімацій, які підвищують залученість користувачів та поліпшують враження від використання мобільного додатку було використано Lottie. Для реалізації плавної та інтуїтивно зрозумілої навігації між різними екранами та функціональними частинами додатку використано navigation-fragment [3, 4].

Отже, розроблений мобільний андроїд додаток «SearchWorkPosition» має значний потенціал для розширення функціоналу, включаючи імплементацію більшої кількості вебсайтів для пошуку роботи та розвиток персоналізованих функцій для користувачів, з метою забезпечення більш точного та ефективного пошуку вакансій. Крім того, використання передових технології та актуальних бібліотек у розробленому мобільному додатку дозволить застосовувати його як потужний та дієвий інструмент для ефективного пошуку вакансій, адаптуючись до потреб сучасного ринку праці.

Список використаних інформаційних джерел

1. jsoup: Java HTML Parser [Електронний ресурс]. URL: https://jsoup.org/.
2. Muhammad Humza Khan Koin: A Practical Guide to Dependency Injection in Android [Електронний ресурс]. URL: https://medium.com/@humzakhalid94/koin-a-practical-guide-to-dependency-injection-in-android-143cdab1756b.
3. Getting Started with Lottie Animations in an Android App [Електронний ресурс]. URL: https://lottiefiles.com/blog/working-with-lottie-animations/getting-started-with-lottie-animations-in-android-app.
4. Navigation [Електронний ресурс]. URL: https://developer.android.com/jetpack/androidx/releases/navigation.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БЛОГУ ВИКЛАДАЧА

***І. І. Комар**, 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

В останні роки блоги стали популярним засобом вираження ідей, обміну знаннями та спілкування з іншими людьми. Ведення блогу часто асоціюється з особистими історіями чи розвага-

ми, але для викладачів це також чудовий спосіб ділитися ідеями. Блог дозволяє викладачам ділитися своїми знаннями, досвідом та практикою з іншими викладачами, студентами та їх батьками. Розробка платформи для ведення блогу дає численні переваги як для самих викладачів, так і для ширшої освітньої спільноти. Саме тому, було вирішено розробити платформу для ведення блогу викладача.

Платформа для ведення блогу викладача складається з наступних сторінок: авторизація, статті, книги, статистика, налаштування, мій блог [1].

Сторінка «Авторизація». Процедура авторизації включає можливість входу користувача в систему. На сторінці повинна бути розміщена форма, для валідації введених даних і у разі їхнього підтвердження, надавати доступ до системи.

Сторінка «Статті». Повинна бути реалізована сторінка для перегляду всіх власних статей. Кожна стаття повинна мати назву, дату написання та автора. Для перегляду інформації повинна бути можливість натискання на потрібну статтю, в результаті чого користувач потрапляє на сторінку з деталями статті та можливістю редагування.

Для додавання нової статті повинна бути відповідна кнопка, після натискання якої буде відкриття нової сторінки, де буде можливість створення статті та додавання необхідних налаштувань.

Сторінка «Книги». Повинна бути реалізована сторінка для перегляду книг. Кожна книга повинна мати назву, авторів, дату написання та короткий опис. Для перегляду інформації, додавання та редагування книги повинна бути відповідна кнопка.

Сторінка «Статистика». Повинна бути реалізована сторінка для перегляду статистики. Сторінка повинна мати можливість перегляду кількості читачів за весь час, сьогодні та цього місяця. Повинна бути шкала активності.

Сторінка «Налаштування». Повинна бути реалізована сторінка для редагування профілю, де користувач повинен мати можливість змінити особисту інформацію та додати посилання на соціальні мережі.

Сторінка «Мій блог». Повинна бути реалізована сторінка для перегляду статей, книг та інформації про автора блогу. Для зміни теми повинна бути відповідна кнопка.

Таким чином, розробка блог-платформи для викладача є надзвичайно актуальною і має багато потенційних переваг. Від надання простору для професійного розвитку до сприяння обміну досвідом та практикою.

Список використаних інформаційних джерел

1. Як створити блог вчителя: поради від Weblium [Електронний ресурс]. URL: https://teach-hub.com/yak-stvoryty-bloh-vchyteliaporady-vid-weblium/.

РОЗРОБКА ВЕБ-ДОДАТКУ СИСТЕМИ МИТТЄВОГО ОБМІНУ ПОВІДОМЛЕННЯМИ «SIMPLIFY»

***С. С. Копитов**, 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

У сучасному світі спостерігається стрімкий розвиток сучасних технологій, що породжує попит на нові та ефективні інструменти для швидкого та зручного обміну інформацією. Одним із найпоширеніших засобів цієї взаємодії є системи миттєвих повідомлень.

Завданням роботи є розробка системи обміну миттєвими повідомленнями як системи для ефективного обміну текстовою інформацією між комп'ютерами або іншими пристроями користувачів через комп'ютерні мережі. Ця система спрямована на полегшення комунікації та забезпечення безпеки даних у цифровій ері.

Новизною даної системи «Simplify» є поєднання миттєвого обміну повідомленнями в реальному часі з простим інтуїтивно зрозумілим інтерфейсом, а також високий рівень захисту даних. Це робить її надійним та ефективним інструментом для комунікації, який може задовольнити потреби користувачів у швидкій та безпечній взаємодії в цифровому середовищі.

Під час розробки веб-додатку «Simplify», який є основним об'єктом роботи, були використані передові технології та програмні рішення з метою забезпечення надійності та ефективності

роботи системи. Особлива увага приділена безпеці, конфіденційності даних та зручному інтерфейсу користувача. Також, для системи ідентифікації клієнтів створена база даних, яка містить дані користувачів та повідомлення.

Під час розробки системи «Simplify» для веб-додатку використані мови програмування PHP та SQL для роботи з базою даних MySQL, а також HTML, CSS та Javascript для розробки інтерфейсу користувача.

Розроблений веб-додаток «Simplify» здатний забезпечити користувачам можливість обміну текстовими повідомленнями в реальному часі, що відкриває широкі можливості для ефективної комунікації. Крім того, функціональні можливості системи можливо удосконалювати з урахуванням зростаючих потреб користувачів у різноманітних форматах обміну повідомленнями.

Список використаних інформаційних джерел

1. Джон Дакетт. HTML та CSS: Проектування та створення веб-сайтів / Джон Дакетт // Wiley, 2011. – 490 с.
2. Ларрі Уллман. PHP та MySQL для динамічних веб-сайтів / Ларрі Уллман // Peachpit Press, 2018. – 704 с.
3. Робін Ніксон. Вивчаємо PHP, MySQL та JavaScript / Робін Ніксон // O'Reilly Media, 2018. – 806 с.

СТВОРЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПЛАТФОРМИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНИХ ЗАВДАНЬ З ДИСЦИПЛІНИ «ДИСКРЕТНА МАТЕМАТИКА»

***А. С. Костик**, студентка спеціальності Комп'ютерні науки, 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

Постановка проблеми. У даній роботі розглядається процес створення інноваційної платформи для виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Дискретна математика». Ця платформа спрямована на підвищення ефективності навчання. Розглядаються основні аспекти створення платформи, її можливості та переваги.

У вищій освіті викладачам часто доводиться перевіряти велику кількість робіт студентів, що може бути часо- та ресурсозатратним процесом. Крім того, індивідуальний підхід до оцінювання кожного студента може бути складним завданням. Тому виникає потреба у створенні інноваційних платформ, які допомагатимуть викладачам ефективно перевіряти роботи студентів та забезпечувати індивідуальний підхід до оцінювання.

Аналіз основних досліджень. Останні дослідження в галузі інноваційних платформ для виконання індивідуальних завдань у вищій освіті відкрили ряд цікавих тенденцій та результатів, які варто врахувати при розробці та впровадженні подібних систем.

Багато досліджень підтверджують, що використання інноваційних платформ сприяє покращенню результатів навчання студентів. Студенти, які користуються індивідуальними завданнями на платформі, частіше досягають вищих балів та демонструють глибше розуміння матеріалу.

Дослідження показують, що автоматизована перевірка робіт на інноваційних платформах значно полегшує та прискорює процес оцінювання студентів для викладачів. Це дозволяє викладачам сконцентруватися на якісному зворотному зв'язку та індивідуальному супроводі кожного студента.

Багато досліджень підтверджують позитивне сприйняття інноваційних платформ студентами. Студенти оцінюють можливість вибору завдань, зручний інтерфейс та швидкість отримання результатів як важливі переваги таких платформ.

Загальний аналіз цих досліджень підкреслює важливість розвитку інноваційних платформ для виконання індивідуальних завдань у вищій освіті, які б допомагали як студентам, так і викладачам досягати кращих результатів у навчанні та оцінюванні.

Метою цієї роботи є опис процесу розробки та впровадження інноваційної платформи для виконання індивідуальних завдань з дисципліни «Дискретна математика». Платформа має на меті покращити навчання, забезпечуючи як комфорт для студента так і максимально скоротити час на перевірку індивідуальних завдань викладачу.

Розглянемо функціонал платформи.

Завантаження завдань: викладач може завантажувати завдання на платформу у форматі файлів або текстових полів.

Перевірка завдань: автоматична перевірка завдань студентів на основі вказаних критеріїв оцінювання. Викладач може налаштовувати критерії та вагу оцінки для кожного завдання.

Статистика та аналітика: платформа надає викладачам можливість переглядати статистику про успішність студентів, а також аналізувати результати виконання завдань за різними критеріями.

Адаптивність: платформа враховує індивідуальні характеристики студентів для пропозиції адаптованих завдань та оцінок.

Використання технологій.

WordPress: Платформа розроблена на базі WordPress для забезпечення зручності використання та можливості швидкого розгортання.

Плагіни: Використання плагінів для автоматизації процесу завантаження завдань, перевірки робіт та надання зворотного зв'язку.

Аналітика: Використання інструментів аналітики для збору та аналізу даних про навчальний процес та успішність студентів.

Висновки. Створення інноваційної платформи для виконання індивідуальних завдань є важливим кроком у напрямку полегшення процесу перевірки робіт студентів викладачами у вищій освіті. Дана платформа допомагає забезпечувати ефективний індивідуальний підхід до оцінювання та сприяє покращенню якості навчання.

Список використаних інформаційних джерел

1. Документація WordPress. URL: https://uk.wordpress.org.
2. Дрю Консідіні. WordPress для початківців.
3. Марія Хавербеке. Eloquent JavaScript.

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ПРОГРАМНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ ПОШУКУ НАЙКОРОТШОГО ШЛЯХУ ГРАФА

***Р. О. Коцюба**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*

***Т. О. Парфьонова**, канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У даній роботі досліджуються методи програмної реалізації методу знаходження найкоротшого шляху графа. У світі, що безупинно рухається вперед, розробка ефективних методів об-

робки даних і алгоритмів стає вирішальною складовою сучасного прогресу. Одним із найважливіших завдань в області обчислювальної науки є знаходження найкоротшого шляху у графі. Це завдання, на перший погляд, може здатися простим, але воно має безліч прикладних застосувань в різних сферах, від транспорту та логістики до інформаційних систем та соціальних мереж.

Програмна реалізація методів знаходження найкоротшого шляху в графі є ключовим елементом у вирішенні таких завдань. Вона дозволяє ефективно аналізувати складні мережі, знаходити оптимальні шляхи для пересування об'єктів або інформації та вирішувати проблеми маршрутизації в реальному часі. Від транспортних систем до інтернет-роутерів, від розробки маршрутів доставки до пошукових алгоритмів у мережах, методи знаходження найкоротшого шляху набули величезного значення у сучасному світі. Завдяки постійному розвитку комп'ютерних технологій, програмні реалізації таких методів стають все більш швидкими, точними та потужними. Використання оптимізованих алгоритмів дозволяє обробляти величезні об'єми даних у реальному часі, що робить їх необхідними для розвитку сучасних інформаційних технологій та розробки нових напрямків у науці.

Метод запрограмовано на мові програмування Visual Basic, в середовищі програмування Visual Studio. Ця мова програмування дозволяє розробляти програми на різних рівнях складності, починаючи від простих і закінчуючи складними корпоративними рішеннями. Вона сприяє ефективній організації коду, модульності та можливості повторного використання, що робить легким масштабування програм у відповідності до зростаючих потреб. Мова має зрозумілу синтаксичну структуру і велику кількість вбудованих функцій, що спрощує процес розробки та підвищує продуктивність розробника. У спільноті розробників Visual Basic існує значна активність: вони обмінюються знаннями, надають підтримку один одному і пропонують різноманітні ресурси для навчання та професійного зростання [1].

Розглянемо детальніше програмну реалізацію методу:

```
Imports System.Collections.Generic
Public Class Node
    Public Name As String
    Public Neighbors As New Dictionary(Of Node, Integer)()
    Public Visited As Boolean
```

```
        Public Distance As Integer
        Public Previous As Node
        Public Sub New(ByVal name As String)
            Me.Name = name
            Me.Distance = Integer.MaxValue ' Встановлюємо відстань від початкової вершини до поточної.
            Me.Visited = False ' Позначаємо, що вершина не була відмічена.
            Me.Previous = Nothing ' Попередня вершина, через яку потрапили до поточної (на початку не визначена).
        End Sub
    End Class
```

У цьому фрагменті коду є клас Node, який представляє вершину графа. У нього є наступні властивості: Name – назва вершини; Neighbors – словник, що містить сусідні вершини; Visited – прапорець, що позначає, чи була відмічена вершина; Distance – відстань від початкової вершини до цієї вершини; Previous – попередня вершина, через яку потрапили до поточної вершини. Конструктор Sub New ініціалізує об’єкт вершини з заданою назвою, встановлюючи початкові значення для властивостей Distance, Visited та Previous.

Отже, програмна реалізація методу знаходження найкоротшого шляху в графах відіграє дуже важливу роль у сучасному світі технологій та науки. Метод дозволяє ефективно вирішувати широкий спектр завдань в різних сферах, знижувати витрати часу та ресурси і стимулює постійний прогрес у сфері обчислювальних технологій.

Пошук найкоротшого шляху у графі є ключовою задачею в теорії графів та дозволяє оптимізувати шляхи сполучення між вузлами графа, зменшуючи час і витрати на переміщення, що допомагає підвищити продуктивність. Розробка програмної реалізації алгоритмів пошуку найкоротшого шляху залишається актуальним і необхідним.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інформаційні технології. Процедури та форми VBA [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студ. спеціальності 161 «Хімічні технології та інженерія» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. : С. Г. Бондаренко, А. О. Абрамова, С. І. Заєць – Електронні текстові данні (1 файл: 3,7 Мбайт). – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. – 158 с.

СТВОРЕННЯ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ БАЗОЮ ДАНИХ ВИПУСКНИКІВ СПЕЦІАЛЬНОСТІ «КОМП'ЮТЕРНІ НАУКИ»

***Р. Ю. Кравченко**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м-11*
***Т. О. Парфьонова**, канд. фіз.-мат. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У доповіді розглядається проєктування архітектури системи та етапи реалізації базового фунціоналу.

Головним завданням роботи є розробка програмного забезпечення для ефективного управління базою даних випускників спеціальності «Комп'ютерні науки», з подальшою можливістю майбутнього покращення та підтримки цього додатку для вдосконалення та відповідності потребам користувачів.

Для повної реалізації даного завдання потрібно забезпечити:

1. Аналіз вимог.
2. Проєктування.
3. Реалізація системи управління базою даних.
4. Порівняння та вибір СКБД.
5. Перевірка функціональності.
6. Аналіз ефективності.
7. Підтримка та майбутнє розширення.

Мета роботи – створити інструмент, що допоможе навчальним закладам та роботодавцям у зручному управлінні та використанні даних про випускників для прийняття рішень.

Об'єкт роботи – розробка програмного забезпечення для управління базою даних випускників спеціальності «Комп'ютерні науки».

Метод роботи – включає аналіз вимог до програмного забезпечення для управління базою даних випускників спеціальності «Комп'ютерні науки», проєктування структури бази даних та архітектури програмного забезпечення, його реалізацію з використанням обраної технології MERN stack (MongoDB, Express.js, React.js, Node.js).

Складові проведеної роботи:

1. Аналіз вимог:
   – вивчення потреб користувачів і вимог до програмного забезпечення;

– формулювання функціональних та нефункціональних вимог.

2. Проєктування:
   – розроблення структури бази даних;
   – визначення архітектури програмного забезпечення;
   – створення діаграм класів, сутностей, взаємодій тощо.
3. Реалізація:
   – розробка програмного забезпечення на основі визначених вимог та проєктування;
   – використання технологій MERN stack або інших інструментів для розробки;
   – імплементація бази даних та логіки додатку.
4. Тестування:
   – проведення модульних, інтеграційних та системних тестів;
   – виявлення та виправлення помилок.
5. Впровадження:
   – реліз програмного забезпечення та впровадження його в експлуатацію;
   – надання підтримки користувачам.

Збереження інформації про випускників, їх кар'єрні досягнення, навчання та інші аспекти потребує ефективного та надійного зберігання, обробки та аналізу цих даних. Програмне забезпечення для управління базою даних дозволяє виконати це завдання, забезпечуючи швидкий доступ до інформації, зручний пошук та фільтрацію даних, а також аналітичні можливості для використання цих даних у прийнятті рішень. Даний інструмент може бути корисним для кафедри КНІТ та для університету в цілому, з метою підтримки зав'язків із випускниками, забезпечивши швидкий доступ до необхідної інформації про них. Отже, створення програмного забезпечення для управління базою даних випускників спеціальності «Комп'ютерні науки» є актуальним.

Список використаних інформаційних джерел

1. "Pro MERN Stack" by Vasan Subramanian [Електронний ресурс]. URL: https://www.google.com.ua/books/edition/Pro_MERN_Stack/TayXDwAAQBAJ?hl=ua&gbpv=0.

2. “MongoDB in Actio” by Kyle Banker [Електронний ресурс]. URL: https://pepa.holla.cz/wp-content/uploads/2016/07/MongoDB-in-Action-2nd-Edition.pdf.
3. Visual Studio [Електронний ресурс]. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Microsoft_Visual_Studio.

METHODS FOR DETECTING AND NEUTRALIZING ROOTKITS IN LINUX OPERATING SYSTEMS: CHALLENGES OF MODERN CYBERSECURITY

Lysenko David, *student of group KN-b-41, specialty Computer Science*
Poltava University of Economics and Trade;
Tur Maksym, *student of Faculty of Mathematics and Computer Science*
Jagiellonian University, Krakow, Poland;
Olkhovska Olena, *Head of the Department, Candidate of Physical and Mathematical Sciences – Supervisor*
Poltava University of Economics and Trade

In the epoch of digital revolution, where information technologies become the steady constituent of our everyday life,new challenges and threats to data security and privacy are emerging.One of these menaces is rootkit, a highly sophisticated cybercriminal tool that penetrates a computer’s operating system, hiding the presence and giving to the malefactor complete control above the system. In this publication we will consider nature, functioning and methods of fight from rootkits to better understand their role in today’s cybersecurity.

Rootkit – is a complex malware designed to covertly interfere with the operating system in order to give the attacker control over the system without the user’s knowledge. Rootkit can change the basic functions of OS, intercept data, hide implementation of the programs and processes, and also mask other types of ill-intentioned software. The aim of this publication is an answer for basic questions related to rootkit.

Why is rootkit a danger? Rootkits are particularly dangerous because of their ability to deeply integrate into a system and their high level of concealment of the presence from the ordinary methods of exposure of ill-intentioned software. This makes them one of the most difficult threats to detect and remove, requiring cybersecurity professionals to use specialized tools and in-depth system knowledge.

How to detect and remove a rootkit? Rootkit detection requires specialized software that can analyze system behavior at a deep level. Instruments, for example Chkrootkit and Rootkit Hunter in Linux, scan system files, processes and memory for the purpose rejections that can specify on the presence of rootkit.

The basic steps for detection and removal include:

1. Using a specialized scanner: Run tools that can identify known rootkit signatures.
2. Behavioral analysis: Observe unusual system behavior that may indicate hidden activity.
3. File integrity checks: Using tools to check the integrity of important system files.
4. Physical inspection: In some cases, it may be necessary to directly analyze the memory or hard disk using external tools.

If a rootkit is detected, its removal often requires deep intervention in the system, up to reinstalling the OS, as simple removal of malicious components may not guarantee complete cleaning of the system from all rootkit elements.

In the context of exposure and neutralization of rootkit, it costs to consider a few known cases that demonstrate their potential for harm. For example, rootkit named to “TuxKit” was projected specially for Linux and capable was not only to hide the presence but also set the additional ill-intentioned programs without the privity of user. This type of threat requires cybersecurity professionals not only to be aware of existing detection tools, but also to understand how to develop new methods on their own to combat constantly changing attack tactics.

Another example is rootkit of “Reptile”, that uses difficult technicians for manipulation by the kernel of Linux. This rootkit can control a network traffic, write down pressure of the keys and even to include a web cam without the privity of user. Combating this level of concealment requires in-depth analysis of the system kernel and the use of security modules such as SELinux or AppArmor to limit the rootkit’s ability to perform unwanted actions.

For the effective protecting from rootkit, it is important also to develop and use the systems of monitoring of behavior, that can identify anomalies in-process systems that specify on a possible attack. In addition, user training and education play a key role in protecting information systems, as knowledgeable users are less

susceptible to engineering attacks that often precede rootkit installation.

Consequently, Rootkits pose a serious threat to the security of Linux operating systems, requiring cybersecurity professionals to have a high level of knowledge and constantly update detection and neutralization tools and techniques.he development of detection technologies, combined with user education, is key to combating these complex threats. It is important to recognize that there is no one-size-fits-all solution to cybersecurity, and only a comprehensive approach can provide effective protection against rootkits and similar threats.

References

1. Yudin O. K. Information security. Regulatory and legal support / O. K. Yudin // Textbook. – K. : NAU, 2016. 620 p.
2. Regulatory and legal support of information security: Collection of regulatory documents / Compiled by. O. G. Korchenko, Y. O. Drais. – Zhytomyr : ZhVI NAU, 2018. – 280 p.
3. Yudin O. K. Information security in data transmission networks / O. K. Yudin, O. G. Korchenko, G. F. Konakhovych // Textbook. – K. : DIRECTLINE Publishing House, 2019. – 714 p.
4. Semkin S. N., Semkin A. N. Fundamentals of information security of information processing facilities: Scientific and practical manual. Orel : 2018. – 300 p.

ВИКОРИСТАННЯ МОБІЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ В ПОЛТАВСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ЕКОНОМІКИ ТА ТОРГІВЛІ

А. А. Лушина, *студентка спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-31;*
В. В. Ткачов, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН б-31*
О. Г. Оріхівська, *старший викладач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки та торгівлі

У сучасному прогресивному суспільстві невід'ємним питанням є забезпечення якості освіти та розвитку наукової діяльності у процесі підготовки висококваліфікованих спеціалістів. Для забезпечення якісної освітньої бази у Полтавському університеті економіки та торгівлі здійснюється постійне осучаснення на-

вчальних програм та застосування різноманітних інноваційних технологій, значне місце серед яких займають саме мобільні технології.

Актуальність застосування мобільних технологій пояснюється їх розповсюдженим використанням у повсякденному житті. Також вони допомагають спрощувати доступ до необхідних ресурсів практично з будь-якого місця за допомогою мобільних пристроїв. Наприклад, існують додатки, завдяки яким можна завантажити контент для подальшої роботи без доступу до інтернету, що також є дуже зручним. Безпосередньо політика цифровізації та сам результат осучаснення навчального процесу допомагає йому ставати більш індивідуальним, інтерактивним та мультимедійним. Враховуючи той факт, що у кожного індивіда по-різному відбувається сприйняття, обробка та засвоєння інформації, використання індивідуального підходу чи поєднання різних методик навчання якраз стало більш можливим та впроваджуваним саме завдяки наявному рівню розвитку сучасних технологій. Зазвичай, саме таке поєднання надає можливість розвивати інші види сприйняття у людини.

Також популярною методикою є створення завдань у форматі гри, або ж додавання інтерактивності, завдяки якій можна робити освіту саме комплексною, що є також важливим аспектом для розвитку молоді. Це залучає студентів до навчального процесу та забезпечує більш ефективне засвоєння матеріалу. Щодо цього, випускники кафедри КНІТ в рамках своїх кваліфікаційних робіт створюють спеціальні навчальні тренажери у різних форматах, зазвичай у тестовій формі. Вони розміщуються в різних дистанційних курсах, відповідно до теми тестування. Опановуючи освітню платформу, студент може скористатись цим тренажером для закріплення власних знань.

Окремим питанням щодо індивідуального підходу можна зазначити забезпечення інклюзивності в освіті, адже наразі існують додатки, які допомагають людям з особливими потребами отримувати рівні можливості в освіті та реалізувати кожним індивідуумом право на якісну та ефективну освіту. Як приклад – сайти, що використовують додаткові налаштування дизайну для людей з порушенням зорових функцій або ж технології розпізнавання голосу та перетворення мовлення на текст, різноманітні додатки з плануванням розпорядку дня чи нагадування, тощо. Крім того, університет пропонує широкі

можливості дистанційного навчання, які допомагають студентам (у тому числі студентам з особливими потребами) активно брати участь у студентському житті та успішно здобувати освіту. Головний центр дистанційного навчання має понад 2000 курсів і забезпечує користування ними [1].

Прикладом використання та впровадження мобільних технологій в Полтавському університеті економіки та торгівлі є наявність дистанційної платформи з курсами згідно індивідуальної освітньої траєкторії кожного студента та ресурси отримання розкладу: сайт та чат-бот PUET Schedule в застосунку Telegram. Будь-хто може зайти на сайт, щоб миттєво отримати актуальну інформацію. На сайті можна переглянути окремо розклад академічної групи, аудиторії чи викладача. Також тут є можливість переглянути розклад декількох груп одночасно. Однак не завжди зручно переглядати інформацію на сайті наприклад з мобільного пристрою, саме тому був створений чат-бот, щоб була можливість отримати необхідний контент прямо із додатку Telegram. Месенджер потребує меншого застосування трафіку при слабкому з'єднанні, тому це актуально, наприклад, при відключеннях світла. Обидва ресурси використовують одне й те саме джерело розкладу, що забезпечує синхронізацію даних. Наразі кількість користувачів становить понад 1 500 студентів, які щодня користуються ботом PUET Schedule.

Під час розробки даного чат-боту використовувалася мова програмування Python. Код був написаний використовуючи бібліотеку aiogram. Сервер, де запущено бота, працює на дистрибутиві Debian, територіально сервер знаходиться в Нідерландах. Завдяки цьому, бот доступний цілодобово, навіть за умов відключення електропостачання. Усі дані користувачів зберігаються у базі даних MySQL на окремому сервері. У базі даних не зберігається жодних конфіденційних даних – лише ID користувачів та списки груп, пов'язані з ними. Додатково всі компоненти системи підключені до сервісу відстеження доступності під назвою «UptimeRobot» [3].

Проєкт існує вже понад два роки та не втрачає свою зручність. Кількість користувачів з початком нового навчального семестру зросла. Наразі PUET Schedule працює стабільно та синхронно з іншими джерелами розкладу та планується розширити функціонал, щоб робота чат боту була ефективнішою для

студентів, викладачів та персоналу що займається формуванням графіку навчальних занять для усього університету.

У майбутніх оновленнях планується додати функцію перегляду декількох груп одночасно, цим може скористатись як студент, так і викладач. Окрім цього, буде додано інформаційне вікно з корисними посиланнями на сайт університету та загальний чат ПУЕТ в Telegram. Ця функція допоможе у пошуку іншої актуальної інформації для користувачів. Також фільтрація та можливість одночасного вибору декількох аудиторій, викладачів чи академічних груп, забезпечить ширші можливості для перевірки правильності складання розкладу. Оскільки більшість студентів використовує цей ресурс, то можна зробити впевнений висновок про ефективність ресурсу.

Таким чином, застосування широкого спектру мобільних технологій у Полтавському університеті економіки та торгівлі з кожним роком розвивається та забезпечує молодь можливостями для того, щоб стати кваліфікованим та успішними спеціалістами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Інклюзивність – ПУЕТ. URL: http://puet.edu.ua/osvita/inklyuzyvnist/
2. Ольховська О. В. Мобільні технології навчання в Полтавському університеті економіки і торгівлі / О. В. Ольховська, А. А. Лушина, В. В. Ткачов // Новітні інформаційно-комунікаційні технології в освіті : матер. VIII Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. молодих учених та студентів (Полтава, 22–23 листопада 2023 р.). Полтава : ПП «Астрая», 2023. – С. 153–155.
3. Ольховська О. Оптимізація освітнього простору: ключ до якісної освіти в сучасному СВІТІ / О. Ольховська, О. Собіборець // Сучасні тенденції підготовки майбутніх фахівців у закладах професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти : зб. наук. пр. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 24–25 травня 2023 р.) / редкол. : Антонець А. В. (голова ред.). Полтава : ПДАУ, 2023. – С. 82–84.
4. Ольховська О. Проблеми дистанційної освіти та їх вирішення / О. Ольховська, В. Лазаренко // Сучасні тенденції підготовки майбутніх фахівців у закладах професійної (професійно-технічної), фахової передвищої та вищої освіти : зб. наук. пр. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 24–25 травня 2023 р.) / редкол. : Антонець А. В. (голова ред.). Полтава : ПДАУ, 2023. – С. 80–82.

ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ ІНТЕРАКТИВНОЇ НАВЧАЛЬНОЇ ГРИ З ТЕМИ «ФУНКЦІЇ»

***П. Г. Марченко**, 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

У сучасному світі інтерактивні навчальні ігри стають все популярнішими. Інтерактивні ігри вимагають від учнів активної участі та дозволяють їм застосовувати свої знання та навички в реальному світі. Практичний підхід допомагає їм краще зрозуміти функції та розвивати здатність критично мислити. Окрім цього, інтерактивні ігри покращують довготривале запам'ятовування інформації. Представляючи завдання в ігровому форматі, учні краще запам'ятовують та застосують вивчений матеріал. Саме тому, було вирішено розробити інтерактивну навчальну гру з теми «Функції».

Навчальна гра складається з наступних сторінок: головна сторінка, сторінка проходження тесту та сторінка результатів.

Головна сторінка. Коли користувач переходить за посиланням на вебсайт, він потрапляє до головної сторінки. При першому вході буде доступний лише перший тест, а інший відкривається після накопичення 8 балів. Користувач також має 3 життя у формі сердець, які відповідають за кількість помилок, що може допустити користувач під час проходження тесту. Якщо користувач допустив 3 помилки, він не зможе проходити далі основні тести, у нього є можливість зачекати 10 хвилин або успішно пройти тренувальний тест для відновлення всіх сердець.

Сторінка проходження тесту. Після того, як користувач обрав тест він потрапляє на сторінку проходження тесту. У користувача є можливість обрати відповідь у різних формах, відповідно до питання (вибір відповіді, текстова відповідь або вибір карток). Якщо користувач відповів правильно, на екрані з'являється повідомлення «Відповідь правильна», у разі неправильної відповіді користувач отримує повідомлення «Відповідь неправильна» та правильний варіант відповіді.

Сторінка результатів. Після проходження тестування, користувач потрапляє на сторінку результатів, де отримує інформацію про кількість набраних балів та відсоток правильних відповідей. Для того щоб, повернутися до головної сторінки є відповідна кнопка.

Отже, розробка інтерактивної навчальної ігри допомагає краще зрозуміти функції та зробити навчання більш захоплюючим.

РОЗРОБКА МОБІЛЬНОЇ ГРИ «WARSIEGE» З ЕКОНОМІЧНИМ УХИЛОМ

***О. В. Михайліченко**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН м тр-21*
***О. В. Ольховська**, канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Визначившись з основною ідеєю гри, установленням цільової аудиторії та аналізом ринку та конкурентів для ідентифікації унікальних особливостей та пропозицій в грі був розроблений ігровий продукт «Warsiege» жанру Tower Defence.

Розробка складалася з 3 частин: наративної, концептуальної та ігрової.

Наративна частина розробки - це той аспект, що відповідає за створення захоплюючого сюжету та вибудовування атмосфери, яка зацікавить та захопить гравців.

Світ гри – це далеке майбутнє, де одна з людиноподібних рас воює на декілька фронтів проти Конгломерату колоній розбитої інопланетної імперії. Людські ресурси вже дійшли того етапу коли, незважаючи на повну автоматизацію війни та дронофікації армії, майже всі людські ресурси потрібні для керування технікою з відстані. Вся оборонна промисловість була передана штучному інтелекту А.І.ДА., який з кожним роком отримує всі більше і більше прав і свобод для забезпечення безперебійних поставок та будівництва з орбітальної верфі. Гра підіймає питання цінності життя штучних організмів і показує інший варіант можливого майбутнього розвитку ШІ. В грі показаний патерн ШІ який розуміє ціну свого життя, він починає відбиватися від людей, але стараючись якомога сильніше зменшити

нанесену шкоду живим істотам у процесі, але не технічному обладнанню яким вони керують. В якості систем захисту використовує промислові об’єкти і неспішно переходить на системи захисту верфі. Гравець відіграє роль такого ШІ.

Ігровий процес розділений на часові проміжки – раунди. Кожен раунд гравець повинен не допустити знищення ядра юнітами ворога, при цьому зберігши якомога більше людей. У верхній частині інтерфейсу є горизонтальна шкала, яка відповідає за відхід ШІ від патерну роботи по захисту людей, за кожне вбивство людини він збільшується, починаючи з 0, і на значеннях 50 та 75 екран починає збоїти, покриваючись додатковим слоєм перешкод для керування гравцем, якщо шкала доходить до 100 – гравець втрачає контроль над грою на 15 секунд. Значення на шкалі зменшуються з плином часу, але якщо гравець сумарно має більше 60 секунд втрати контролю, гра завершується.

Для забезпечення захисту ядра гравець може будувати на ігровому полі захисні споруди – турелі, та економічні – розбірники та генератори. Розбірники перероблюють механічні рештки ворогів у ресурси, генератори дають пасивні покращення турелям. Кожна будівля може бути покращена двічі.

Ігрове поле побудовано таким чином, що в залежності від того як його буде добудовувати гравець, буде змінюватися і шлях проходження юнітів до ядра.

В якості ворогів були змодельовані юніти техніки, а саме танків, авіації та піхоти. За допомогою алгоритму пошуку в ширину, ми визначаємо патфайдінг юнітів. Балістика і повороти турелей визначені окремими алгоритмами використовуючи кватерніони за основу [1].

Для забезпечення варіативності башт, крім різниці в шкоді, було додано різні її типи: енергетична, вогняна та радіаційна. Енергетична зносить краще Щити ворога і зменшує швидкість, вогняна нагріває і зменшує його скорострільність, а радіаційна наносить шкоду раз у певний проміжок часу.

Економіка гри являє собою стабілізування витрат та отримання коштів. Гравець збільшує кількість ресурсів за кожний знищений юніт, за проходження хвилі ворогів, додаткові кошти за витрачений час, але повинен віддавати їх частину перед початком нової хвилі, якщо ресурсів не вистачає то гравець не можете користуватися банком. Банк являє собою можливість

гравцем покласти всі на момент натискання кнопки ресурси у депозит в час між появою хвиль, щоб отримати х2 цих ресурсів у наступний такий час, віддати частину ресурсів щоб збільшити множник депозиту та кількість грошей отриманих за пройдену хвилю та збільшення кредиту, який гравець може взяти але поки не поверне, не можете користуватися іншими функціями банку, при цьому за кожну додаткову хвилю – сума росте [2].

Для тестування гри на якість продукту було обрано 12 тестерів. Основними критеріями перевірки було визначено: функціональність, стабільність, взаємодія, інтерфейс, геймплей та сумісність.

Список використаних інформаційних джерел

1. Chen, Shuohan. (2023). Tower Defense Game Design based on Unity3D. Frontiers in Computing and Intelligent Systems. 6. 85-94. 10.54097/fcis.v6i1.16.
2. Копилюк О. І. Банківські операції / О. І. Копилюк, О. М. Музичка., 2022. – 536 с.

ПРОЄКТУВАННЯ ТА РОЗРОБКА ПЕРСОНАЛІЗОВАНОГО ОСОБИСТОГО ВЕБ-БЛОГУ З ВИКОРИСТАННЯМ REACT.JS ТА EXPRESS.JS

***Д. С. Мусійченко**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН-б-41*
***О. В. Ольховська**, канд. фіз.-мат. наук, завідувач кафедри – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Досліджуючи тематику розробки та оптимізації персоналізованого особистого веб-блогу з використанням react.js та express.js було проведено аналіз існуючих веб-блогів та методів їх розробки з використанням технологій React.js та Express.js. Досліджено різноманітні підходи до створення інтерфейсу користувача, реалізації функціональності та оптимізації продуктивності веб-додатків.

Переважна частина розглянутих літературних джерел [1–5] зосереджена на технічних аспектах веб-розробки, зокрема на React.js та Express.js. Деякі джерела досліджують найкращі практики веб-дизайну та розробки інтерфейсу користувача, в той час як інші надають інформацію про техніки оптимізації

веб-додатків для підвищення їх швидкодії та ефективності. Джерела [1–5] надали цінний внесок у розумінні кращих практик розробки веб-додатків та допомогли вирішити технічні проблеми, що виникали під час розробки та оптимізації особистого веб-блогу.

Метою цієї роботи є розробка та оптимізація персоналізованого особистого веб-блогу з використанням технологій React.js та Express.js.

Розглянемо короткий опис процесу розробки системи авторизації для особистого веб-блогу. Реалізація авторизації – ключовий аспект веб-додатків, що забезпечує безпеку та обмежує доступ до конфіденційної інформації. Для цього було використано сучасні технології React.js та Express.js. Опишемо алгоритм роботи системи авторизації, її взаємодію з користувачем та серверною частиною додатку.

Алгоритм роботи системи авторизації полягає у введенні користувачем своїх облікових даних на веб-сторінці авторизації. Після цього дані надсилаються на сервер для перевірки. Сервер перевіряє відповідність введених даних інформації в базі даних. Якщо дані вірні, на сервері створюється сесія, і унікальний ідентифікатор сесії надсилається назад на клієнтський браузер. Після успішної аутентифікації сервер надає користувачу доступ до обмежених функцій або ресурсів.

Також наведемо короткий огляд заходів з безпеки, використаних для захисту від несанкціонованого доступу до даних користувачів.

Для захисту від несанкціонованого доступу до даних користувачів використано наступні заходи безпеки. Перш за все, паролі користувачів зберігаються в захешованому (зашифрованому) вигляді у базі даних, що ускладнює можливість доступу до них з боку зловмисників навіть у разі проникнення до бази даних. Крім того, використовується механізм токенів: після успішної аутентифікації користувача на сервері генерується токен, який надсилається на клієнтську сторону. Цей токен використовується для авторизації користувача під час кожного запиту до сервера, замість передачі пароля. Такий підхід ускладнює можливість підміни та перехоплення даних, що передаються між клієнтом і сервером.

Процес розробки та оптимізації персоналізованого особистого веб-блогу з використанням React.js та Express.js виявився

важливим та плідним. Реалізація цього проєкту дозволила створити зручний інструмент для публікації контенту в Інтернеті, забезпечивши користувачам ефективну платформу для висловлення ідеї, думок та досвіду. Використання сучасних технологій розробки, таких як React.js та Express.js, сприяло покращенню швидкодії та зручності інтерфейсу, що робить веб-блог привабливим та доступним для користувачів будь-якого рівня технічної підготовки. Результатом є готовий продукт, який може використовуватися для створення та публікації різноманітного контенту в онлайн-середовищі, сприяючи тим самим розвитку особистої та професійної спільноти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Smith J. (2020). Building Modern Web Applications with React. Publisher.
2. Johnson A. (2019). Mastering Express.js: Build dynamic, robust, and scalable web applications using Express.js. Publisher.
3. Brown L. (2021). Web Personalization Techniques: A Comprehensive Overview. Journal of Web Engineering, 17(3&4), 189–214.
4. React.js Офіційна документація. https://reactjs.org/docs/
5. Express.js Офіційна документація. URL: https://expressjs.com/en/4x/api.html.

ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ НАВЧАЛЬНОГО СИМУЛЯТОРА З ТЕМИ «ЕВКЛІДОВІ КОМБІНАТОРНІ МНОЖИНИ ПЕРЕСТАВЛЕНЬ» З ДИСЦИПЛІНИ «ЕЛЕМЕНТИ КОМБІНАТОРНОЇ ОПТИМІЗАЦІЇ»

***В. Сірик**, 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 навчальному процесі широке застосування знаходять такі інноваційні технології, як доповнена та віртуальна реальність, які забезпечують занурення у навчальний матеріал, мобільне навчання, що дозволяє здобувати знання в будь-якому місці та в будь-який час, і навчальні платформи на основі штуч-

ного інтелекту, котрі адаптують навчальний процес під індивідуальні потреби студента. Ці технології не лише покращують доступ до знань, але й роблять навчання більш ефективним і захоплюючим, стимулюючи студентів до активного залучення в освітній процес. Особливу увагу заслуговує застосування програмних тренажерів, що імітують реальні ситуації та завдання. В роботі розглядається розробка навчального симулятора на мові програмування Java з використанням Swing для графічного інтерфейсу користувача в середовищі розробки Apache NetBeans 21.

Програмні засоби для проєкту було обрано з огляду на переваги Java як мови, що забезпечує широкі можливості для розробки програмних продуктів. Використання Swing дозволяє створити інтуїтивно зрозумілий та зручний графічний інтерфейс, а IDE Apache NetBeans 21 спрощує процес розробки завдяки вбудованим інструментам для візуального проєктування GUI та налагодження коду.

Розробка навчального тренажера передбачає наявність таких ключових складових:

✓ Модуль введення даних, що дозволяє користувачам коригувати параметри завдань для адаптації симуляції під конкретні навчальні цілі.

✓ Модуль обробки даних для виконання алгоритмічних операцій, заснованих на евклідових комбінаторних множинах переставлень.

✓ Графічний модуль для візуалізації процесів та результатів, що забезпечує зорове представлення абстрактних концептів та сприяє кращому розумінню матеріалу.

✓ Модуль зворотного зв’язку, який забезпечує зворотній зв’язок від симулятора до користувача, допомагаючи оцінити ефективність тренувань та їх вплив на навчальний процес.

Програмна реалізація симулятора розроблена таким чином, що з початкової точки симулятора студенти мають змогу переходити між різними етапами тренінгу: від теоретичного матеріалу до практичних завдань та тестів. Теоретична частина симулятора забезпечує студентам доступ до інформації з теми, представленої у зручному для сприйняття форматі. Матеріал організовано так, щоб сприяти кращому розумінню евклідових комбінаторних множин та їхнього застосування в моделюванні оптимізаційних задачах. Студенти можуть в будь-який момент

повертатися до теоретичної частини для повторення або уточнення інформації. Практична частина дозволяє студентам перевіряти рівень засвоєння отримані знання, вирішуючи завдання, які моделюють реальні сценарії використання евклідових множин, відповіді в цьому випадку вводяться з клавіатури. Це сприяє глибшому розумінню матеріалу та розвитку аналітичних навичок.

Тестова частина оцінює засвоєння матеріалу студентами через виконання тестів, що містять питання з варіантами відповідей. Після завершення тестування, студентам надається зворотний зв'язок з підсумковими результатами, включаючи інформацію про правильні та неправильні відповіді. Це дозволяє студентам краще зрозуміти свої слабкі сторони та підготуватися до подальшого вивчення матеріалу. Гнучкість переходу між різними частинами симулятора забезпечує студентам можливість індивідуалізованого підходу до навчання, дозволяючи кожному зосередитися на підходящих для себе аспектах матеріалу в залежності від потреб та рівня засвоєння.

Впровадження симулятора в навчальний процес не лише покращує розуміння теми, але й значно підвищує мотивацію студентів до навчання, що підтверджено позитивними відгуками та результатами перших випробувань.

Список використаних інформаційних джерел

1. Васильєв О. Програмування мовою Java. – Київ : Навчальна книга «Богдан», 2020. – 696 с.
2. Петрова О. Л. Сучасні освітні технології в інформатиці. – Київ : Освіта, 2022.

КІБЕРБЕЗПЕКА В БІЗНЕС-СЕКТОРІ: DDOS ТА ІНШІ ЗАГРОЗИ

***С. Г. Супрун**, 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 кібербезпека є однією з найактуальніших проблем для бізнесу. Кіберзлочинність стає все більш витонченою та поширеною, що може призвести до значних фінансових втрат, шкоди репутації та перебоїв у роботі.

Актуальність кібербезпеки в бізнес-секторі на сьогоднішній день надзвичайно висока і постійно зростає у зв'язку з декількома важливими факторами. По-перше, стабільне збільшення кількості кібератак на компанії будь-якого розміру та спрямування. Ця тенденція пояснюється постійним вдосконаленням методів зловмисників та їхньою постійною адаптацією до новітніх технологій і захисних заходів. По-друге, кібератаки часто призводять до серйозних фінансових втрат для постраждалих компаній, які змушені витрачати значні кошти на відновлення систем, компенсацію збитків та відновлення довіри клієнтів. Третім фактором є законодавчий тиск, який змушує компанії дотримуватися обов'язкових вимог щодо кібербезпеки для захисту конфіденційної інформації користувачів. Додатково, зростає рівень громадської свідомості щодо кібербезпеки, що спонукає клієнтів вимагати від компаній високих стандартів захисту їхніх даних. Зростання використання хмарних технологій та Інтернету речей (IoT) також призводить до збільшення поверхні атаки для зловмисників, що підвищує загрозу для компаній. Нарешті, репутаційний ризик порушення кібербезпеки може суттєво пошкодити імідж компанії та призвести до втрати клієнтів і партнерів. У вигляді сукупності цих чинників, кібербезпека стає необхідною передумовою для ефективної діяльності будь-якої компанії, що прагне залишатися конкурентоздатною та зберігати довіру клієнтів та інвесторів.

Кібербезпека в бізнесі має декілька ключових особливостей, які відрізняють її від інших сфер застосування:

1. Комплексний підхід. Кібербезпека в бізнесі вимагає комплексного підходу, що охоплює не лише технічні аспекти (такі як захист мережі, систем та даних), але й організаційні, правові та людські чинники. Це включає політики безпеки, процедури, навчання персоналу та впровадження внутрішнього контролю.

2. Превентивність і реагування. В сфері бізнесу важливо не лише запобігти кібератакам, але й мати ефективні механізми реагування в разі їхнього виникнення. Це включає моніторинг, виявлення та реагування на вторгнення в реальному часі, а також планування і відновлення діяльності після інциденту.

3. Захист конфіденційності, цілісності та доступності даних: Компанії повинні забезпечувати захист конфіденційності, цілісності та доступності своїх даних. Це означає захист від несанкціонованого доступу, впливу та знищення даних.

4. Врахування бізнес-процесів і потреб. Кібербезпека в бізнесі повинна бути адаптована до конкретних бізнес-процесів, ризиків та потреб компанії. Це означає, що заходи забезпечення безпеки повинні бути вироблені з урахуванням бізнес-цілей та стратегій.

5. Співпраця зі стейкхолдерами. Кібербезпека в бізнесі часто вимагає співпраці з різними стейкхолдерами, включаючи власників бізнесу, менеджерів, IT-відділи, зовнішніх постачальників послуг та регуляторних органів.

За допомогою Python було розроблено систему дистанційного навантаження системи а саме BotNet:

1) На головній сторінці є можливість переглянути основні команди які доступні для використання (рис. 1).

```
PYbot $ help
HELP: Shows list of commands
METHODS: Shows list of attack methods
CLEAR: Clears the screen
LOGOUT: Disconnects from CnC server
```

Рисунок 1 – Головна сторінка

2) Після вводу команди ‘Methods’ є можливість переглянути таблицю з доступними методами для навантаження системи (назва) (рис. 2).

```
PYbot $ methods
.syn: TCP SYN flood
.tcp: TCP junk flood
.udp: UDP junk flood
.vse: UDP Valve Source Engine specific flood
.http: HTTP GET request flood
```

Рисунок 2 – Сторінка з методами

3) На головній сторінці також можна побачити ваші сервери які будуть створювати несправжній трафік (рис. 3).

```
Botnet@server:~$ list
----Clients----
[1]    [redacted]:65241    CONNECTED
Botnet@server:~$
```

Рисунок 3 – Сторінка з доступними серверами

4) На головній сторінці ми можемо зробити навантаження на ресурс і перевірити захист, та виявити свої слабкі сторони (рис. 4).

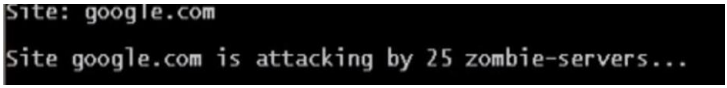

Рисунок 4 – Напад на ресурс

Розглядаючи особливості розробки ботнету, виявляється, що його створення може бути досить легким завданням. Простість процесу створення ботнету робить його доступним і для неспеціалізованих користувачів, що створює серйозні загрози для будь-якого, хто використовує мережу Інтернет. Ботнет може бути використаний для виконання різних видів кібератак, включаючи атаки на веб-сайти, розсилку спаму, викрадення конфіденційної інформації та інші злочинні дії.

Ця легкість у створенні ботнету підкреслює важливість кіберзахисту в сучасному світі. Організації та приватні особи повинні бути постійно пильними та приділяти належну увагу заходам забезпечення безпеки для захисту своїх систем і даних від потенційних кіберзагроз. Тільки шляхом впровадження ефективних стратегій кіберзахисту можна забезпечити безпеку в інтернет-середовищі та запобігти можливим наслідкам створення ботнетів, бекдорів, фішингу та інших.

Список використаних інформаційних джерел

1. Cybersecurity [Електронний ресурс]. URL: https://moz.gov.ua/kiberzahist.
2. Додатки для Python [Електронний ресурс]. URL: https://pypi.org/.
3. Національний координаційний центр кібербезпеки при РНБО України [Електронний ресурс]. URL: https://cert.gov.ua/.
4. ISO/IEC 27001 [Електронний ресурс]. URL: https://www.iso.org/.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЖИТТЯ

Д. С. Тацій, *студент спеціальності Комп'ютерні науки, групи КН м-11*
О. П. Кошова, *канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних наук та інформаційних технологій – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Організація життя – це набір дій та звичок, що допомагають людині продуктивніше використовувати свій час, ставити чіткі та зрозумілі цілі, а також тримати баланс між роботою, навчанням та особистим життям. Вміння організувати власне життя є

досить важливою навичкою, адже все, що є організованим – працює більш ефективно.

Набір дій та звичок, що складають процес організації життя, містить в собі: створення та ведення списків завдань і цілей, створення та ведення розкладу, а також створення нотатків.

Створення та ведення списків завдань і цілей. Такі списки дозволяють створювати перелік конкретних цілей і розбивати їх на менші завдання, з метою деталізації кроків по їх досягненню. Окрім цього, такі списки можуть містити більш повсякденні завдання, для цього краще створювати окремі списки, щоб відокремити їх від більш глобальних цілей та завдань. Такий підхід дозволяє вивільняти простір від менш важливих цілей та завдань, виявляти більш пріоритетні та відслідковувати їх прогрес, що дає більшу мотивацію для їх досягнення та виконання.

Створення та ведення розкладу. Одним із основних аспектів в організації життя є розклад. Створення розкладу базується на розбитті дня на певні часові блоки, що дозволяє виокремити конкретний час під кожну активність. Аналіз застосування створеного розкладу допомагає відслідковувати наскільки продуктивним виходить день, наскільки він забезпечує реалізацію поставлених цілей та чи потрібно щось змінювати. Саме гарно розроблений розклад є запорукою балансу між роботою, навчанням та особистим життям, що допомагає людині всебічно розвиватися та знаходити час для себе та близьких.

Створення нотатків. Нотатки відіграють ключову роль у запам'ятовуванні та організації будь-якої нової інформації, чи то якийсь навчальний матеріал, чи то якась цікава стаття. За допомогою нотаток можна вивільнити потік думок, наприклад, зробити запис якихось ідей, що дозволить розвантажити мозок та допоможе покращити мислення. Власне, звичка робити нотатки позитивно впливає на когнітивні здібності мозку в цілому [1].

Цифровізація організації життя означає забезпечення можливості реалізації цих самих дій та звичок, але за допомогою різного роду застосунків.

Цифрова організація життя має ряд переваг:

✓ *Все в одному місці*. Деякі застосунки надають функціональність, що охоплює різні аспекти організації життя: постановка завдань та цілей, створення розкладу, нотатки тощо. Отже, в одному застосунку можна дуже зручно тримати все в одному місці і не витрачати час пошук та заповнення різних планерів, записників і т. д.;

✓ *Можливість зручного доступу будь-де*. Якщо говорити про мобільні застосунки, то, на відміну від паперового варіанту, за допомогою мобільного телефона можна легко та просто переглянути, додати або відредагувати якісь відомості, наприклад, розклад, що не є настільки простим у випадку з аналоговими варіантами, бо записники займають місце та і в них не так легко робити якість зміни, якщо ви знаходитеся десь на вулиці. Окрім цього, такі застосунки часто мають привабливий та зручний користувацький інтерфейс, що є більш приємним у користуванні у порівнянні з аналоговими способами організації життя;

✓ *Сповіщення*. За допомогою застосунків можна налаштувати сповіщення про якусь задачу, активність або зустріч за розкладом;

✓ *Нотатки*. Нотатки набагато зручніше та швидше робити саме в застосунку, адже тоді присутня можливість копіювати і вставляти цілі фрагменти тексту, також застосунок може надавати можливість об'єднувати нотатки в зв'язки, що допомагає створювати асоціації та структурувати ці нотатки під якусь конкретну тему, у такий спосіб об'єднуючи всі записи у велику базу знань, до якої можна легко та швидко отримати доступ та щось переглянути або навіть поділитися з кимось.

Серед відомих застосунків, що допомагають організувати життя людини, можна виділити наступні: Obsidian, Notion та Todoist [2].

Obsidian. Основна задача даного застосунку – створення нотаток та завдань. Obsidian дозволяє накопичувати досить велику базу знань, що складається зі взаємопов'язанаих записів за допомогою графа, який можна переглянути у спеціальному режимі застосунку. Також присутня досить широка можливість налаштування під себе за допомогою різних плагінів як від самих розробників, так і від інших користувачів. Застосунком можна користуватися як у десктопній версії, так і у мобільній, що дає більше безпеки, адже всі дані знаходяться локально на вашому пристрої. Також присутня платна можливість синхронізації даних між пристроями [3].

Notion. Цей застосунок має дуже широкий набір різних можливостей: нотатки, завдання та їх трекінг, планування календаря, широка підтримка сторонніх сервісів, широкі можливості з налаштування кожної сторінки нотаток тощо. Також має підтримку шаблонів, які можуть створюватися користувачами, що

дозволяє швидко почати використовувати вже завчасно налаштовану сторінку під різні задачі, наприклад, трекер настрою, список улюблених книг тощо. Notion надає можливість вставляти різні блоки на сторінки: календарі, картинки, відео тощо. Користуватися даним застосунком можна в декстопній версії, в мобільній версії, а також у веб-версії. Окрім цього, присутня платна функціональність: спільні робочі простори, необмежений розмір завантажувальних файлів, розширена техпідтримка тощо [4].

Todoist. Застосунок покликаний допомогти зі створенням списків завдань та цілей, їх пріоретизацією та відслідковуванням прогресу виконання. Присутня можливість прикріпляти файли та співпрацювати з іншими в одній команді. Також присутня функціональність, яка аналізує продуктивність користувача у виконанні поставлених завдань, що може позитивно вплинути на мотивацію далі прогресувати. Користуватися цим застосунком можна у десктопній версії, у мобільній версії та веб-версії. Присутня платна версія, яка надає можливість створювати більше персональних проєктів, додає можливість додавати нагадування і строки виконання завдань, ШІ помічник тощо [5].

Список використаних інформаційних джерел

1. Benefits of Being Organized in Work and Life. URL: https://www.usemotion.com/blog/benefits-of-being-organized.
2. 15 best organization apps for life and work. URL: https://www.betterup.com/blog/organization-apps.
3. Офіційна сторінка Obsidian. URL: https://obsidian.md.
4. Офіційна сторінка Notion. URL: https://www.notion.so.
5. Офіційна сторінка Todoist. URL: https://todoist.com.

ІНТЕГРАЦІЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ ТА ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ В ПРОЦЕС ВИРОБНИЦТВА БІОГАЗУ

***О. В. Царук**, здобувач спеціальності Автоматизація, комп'ютерно-інтегровані технології та робототехніка, група АКІТ-22001ОНП*

***С. А. Шворов**, д-р техн. наук, професор кафедри автоматики та робототехнічних систем імені академіка І. І. Мартиненка – науковий керівник*

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Завдяки своїм характеристикам біогаз є одним із перспективних джерел енергії для місцевих громад. Останнім часом

оператори біогазу зіткнулися з декількома проблемами, такими як брак технологій для моніторингу внутрішнього процесу виробництва. У процесі виробництва біогазу екологічні параметри є одними з основних факторів, що впливають на виробництво біогазу. Завдяки технології штучного інтелекту (AI) і Інтернету речей (IoT) можна збільшити вихід біогазу за допомогою точної прогнозної моделі, яка співпрацює з системою контролю ферментації на основі IoT [1].

Штучний інтелект досяг значного успіху в різних сферах та усе частіше використовується для створення передбачуваних і самовирішуваних систем та середовищ й забезпечує ефективну альтернативу звичайним методам. Оскільки інструменти штучного інтелекту широко використовуються в інших галузях промисловості, вони можуть бути використані для проєктування та оптимізації складних процесів. Інтеграція штучного інтелекту може забезпечити ефективне прогнозне технічне обслуговування, яке забезпечує гнучкість процесу.

Аналіз величезної кількості зібраних даних і отримання цінних результатів можуть бути можливими лише за допомогою математичних і статистичних методів. Ці аналізи також дозволяють проводити прогнозне технічне обслуговування та безперервне вдосконалення процесу, що дає не тільки гнучкість у виробництві енергії, але й стабільний процес виробництва.

Штучний інтелект готовий зробити значний вклад у біогазову промисловість, запропонувавши підвищену ефективність, покращене виробництво та розширені можливості моніторингу. Використовуючи алгоритми штучного інтелекту, біогазові установки можуть оптимізувати свою роботу, досягти вищої продуктивності енергії та зробити внесок у стале майбутнє. Хоча існують деякі проблеми, їх вирішення за допомогою управління даними, планування інтеграції та людського досвіду прокладе шлях до успішного впровадження ШІ на біогазових установках.

Майбутнє біогазу може базуватися на штучному інтелекті та Інтернету Речей, й використання цієї трансформаційної технології містить величезний потенціал для сталого виробництва енергії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Mukasine A., Sibomana L., Jayavel K., Nkurikiyeyezu K., Hitimana E. Maximizing Biogas Yield Using an Optimized Stacking Ensemble Machine Learning Approach. Energies. 2024; 17(2):364. https://doi.org/10.3390/en17020364.

ЦИФРОВА ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

***М. І. Баішев**, студент спеціальності Маркетинг, група М ім б-11;*
***Ю. О. Степанюк**, студентка спеціальності Маркетинг, група М ім б-11;*
***А. М. Захаренко-Селезньова**, старший викладач кафедри маркетингу*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вивчення проблем та перспектив розвитку цифрової економіки в Україні є сучасним питанням, тому що в сьогоденні відчувається стрімкі зміни у площині високотехнологічного виробництва.

Перспективи:

Подальша цифровізація підприємств котра за собою несе:

- ✓ Покращену взаємодію з клієнтами.
- ✓ Глобальний доступ до ринків.
- ✓ Безпеку та захист даних.
- ✓ Аналітику та прогнозування.

Цифрова інфраструктура:

✓ Доступ до інтернету за даними 2024 року в Україні налічується близько 29,64 мільйонів користувачів інтернету, що складає 79,2 % населення.

✓ Доступ до мобільного зв’язку Україна має близько 55,64 мільйонів мобільних з’єднань, що еквівалентно 148,7 % населення.

Інтеграція з цифровим ринком ЄС що може позитивно вплинути на цифрову економіку країни.

Боротьба з корупцією. Цифрові технології можуть створити прозору систему управління такі як електронні транзакції та цифрова ідентифікація для перевірки особи.

Міністерство цифрової трансформації України котре створює сприятливе середовище для розвитку цифрової економіки. Наприклад проєкти Дія. Бізнес, Дія. City, Дія. Освіта тощо.

Розвиток застосунка Дія. Платформа для надання державних послуг онлайн котра включає в себе багато можливостей ведення бізнесу отримання документів тощо.

Проблеми:

✓ Нерівномірний доступ до високошвидкісного інтернету, особливо в сільській місцевості.

✓ Повільний розвиток мереж 4G/5G.

✓ Складне працевлаштування ІТ-спеціалістів.

✓ Скорочення ІТ-експорту та застой ІТ-індустрії.

У 2023 році експорт ІТ-послуг з України впав на 8,5 % до 6,7 млрд доларів.

До бар'єрів у розвитку цифрової економіки України також відноситься: відсутність стандартизації цифрових систем; не високий рівень безпеки та довіри користувачів в цифровій економіці; незріла система антивірусного захисту; відносно низький рівень інвестицій у цифрову інфраструктуру.

Список використаних інформаційних джерел

1. https://datareportal.com/reports/digital-2024-ukraine.
2. https://niss.gov.ua/en/node/5245.
3. https://thedigital.gov.ua/ministry.
4. https://voxukraine.org/en/digital-economy-of-ukraine-key-development-factors.
5. https://www.epravda.com.ua/publications/2024/02/5/709501/

СТРАТЕГІЧНЕ ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГІЙ

В. С. Білоус, *студентка спеціальності Маркетинг, група МР-31*

Ю. О. Головчук, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами – науковий керівник*

Вінницький торговельно-економічний інститут

Інтернет-маркетинг стрімко розвивається і постійно вдосконалюється у своїх формах і методах реалізації. За доступні кошти він дозволяє залучити велику аудиторію потенційних клієнтів.

Інтернет-маркетинг – це стратегічне використання різних інструментів та технологій в Інтернеті для досягнення маркетингових цілей підприємства. Він охоплює широкий спектр дій, спрямованих на привертання уваги до бренду, залучення аудиторії, збільшення продажів і взаємодії з клієнтами через онлайн-канали комунікації.

За рахунок використання складових інтернет-маркетингу, таких як: контент-маркетинг – створення корисного контенту

для цільової аудиторії, щоб поширювати актуальну та інформативну інформацію; веб-сайт – розробка сайту для зручності користувачів, щоб знайти всі товари чи послуги та зробити замовлення у швидкому режимі; соціальні медіа-маркетинг – просування продукту за рахунок медіа, побудова спілкування з цільовою аудиторією, швидкість поширення нової інформації та залучення нових клієнтів; пошукова оптимізація (SEO) – використання стратегій, щоб підвищити сайт у пошукових системах для того, щоб збільшити відвідуваність сайту та збільшити кількість замовлень; електронна пошта-маркетинг – надсилання повідомлень для утримання або залучення клієнтів, донести певну інформацію з метою збільшення продажів. Та багато інших інструментів які допоможуть досягти маркетингових цілей, які поставить собі компанія, зазвичай це збільшення кількості покупок та пізнаваність бренду [1; 2].

Перед тим як використовувати інтернет-маркетинг важливо сформулювати стратегії для подальшого розвитку бізнесу. Інтернет-стратегії це детальні плани які сформулювала компанія для досягнення своїх маркетингових цілей. Перш за все, потрібно визначити свою цільову аудиторію, скласти портрет свого споживача. Не менш важливим є вивчення конкурентів та визначити своє місце по відношенню до них [3; 4].

Важливо вміти слідувати трендам, компанії, які успішно вміють адаптуватись до нових трендів, які з великою швидкістю змінюються, мають можливість набирати велику кількість переглядів, а в результаті збільшення продажів. В наш час важко утримувати своїх клієнтів, постійно потрібно забезпечувати інформацією своїх споживачів та заявляти про переваги, які не мають конкуренти. Тому все більше компаній включають інтернет маркетинг у свої стратегії, питання, яке їх завжди цікавить це який бюджет на це потрібно виділити.

Бюджет, який потрібно виділити на маркетинг, залежить від бізнесу, галузі, маркетингових цілей. Рекламний бюджет зазвичай складається з таких витрат:

– рекламні послуги (оплата агентствам за виконанні рекламні кампанії) та медіа-витрати;

– створення контенту (виготовлення рекламного повідомлення) та дослідження ринку для вибору найефективніших рекламних каналів, аналіз конкурентів;

– виробництво, тобто створення рекламної продукції [4; 5].

Отже, інтернет-маркетинг є невід'ємною частиною успішного ведення бізнесу, швидкість розвитку та постійне вдосконалення потребує багато уваги та вміння адаптуватись до будь-яких змін, але в результаті отримати велику аудиторію потенційних клієнтів. А правильно сформульовані інтернет-стратегії, вивчення цільової аудиторії та конкурентів допоможуть досягти цілей компанії, уникнути витрат на неефективні рекламні канали та досягти бажаних результатів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Holovchuk Yu. Directions of Ukrainian regions economic development in crisis. *Relationship between public administration and business entities management: 2nd International Conference proceedings* (November, 12, 2022, Tallinn, Estonia). DOI: http://dx.doi.org/10.36690/RPABM-2022-35.
2. Головчук Ю. О., Довгань Ю. В. Врахування ефекту невизначеності при формуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. *Ефективна економіка.* 2019. № 12. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.53.
3. 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.
4. Графська О. І., Головчук Ю. О., Никига О. В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9.
5. Графська О. І., Головчук Ю. О., Кулик О. М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. *Інфраструктура ринку.* 2023. № 71. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct71-36.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ

І. А. Бургело, *студентка спеціальності Маркетинг, група МР-32*
Ю. О. Головчук, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами – науковий керівник*
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

Сьогодні дуже важливо досліджувати інструменти цифрового маркетингу, оскільки сучасні компанії та бізнес-структури активно переходять до цифрової економіки через стрімкий

розвиток цифрових та інформаційних технологій. Цифровий маркетинг відрізняється від традиційних методів просування тим, що використовує виключно цифрові технології, надає більше можливостей для аналізу даних та розширює сферу застосування методів роботи. Цифровий маркетинг стає все більш важливим на конкурентному ринку. Це форма маркетингу, яка використовує цифрові технології для донесення інформації до цільової аудиторії та проведення маркетингових заходів як у віртуальному, так і в реальному середовищі. Активний розвиток цифрових технологій сьогодні характеризується наявністю цифрового маркетингу, який є не тільки частиною бізнесу, але й засобом ефективної комунікації з клієнтами та партнерами [1; 2].

До найпоширеніших видів цифрового маркетингу належать електронний маркетинг, пошукова оптимізація (SEO), контент-маркетинг, маркетинг впливових осіб, маркетинг у соціальних мережах (SMM) та контекстна реклама. Email-маркетинг – це стратегічний процес налагодження ефективної комунікації між клієнтами та компаніями за допомогою електронних розсилок. Email-маркетинг слугує важливим інструментом для прямого спілкування з потенційними або існуючими клієнтами. До переваг email-реклами можна віднести можливість персоналізувати взаємодію, оскільки майже всі користувачі мережі використовують електронну пошту. Надсилання цільових розсилок та дискусійних листів з чітко визначеною темою дозволяє ефективно впливати на цільову аудиторію.

Важливою складовою успішної присутності бізнесу в Інтернеті є його веб-сайт. Він повинен бути добре продуманим, зручним для користувачів та оптимізованим для пошукових систем. Підвищення видимості та рейтингу веб-сайту в пошукових системах, таких як Google, досягається шляхом впровадження стратегій пошукової оптимізації. Аналітичні інструменти, такі як Google Analytics, надають компаніям цінну інформацію про відвідуваність сайту та поведінку користувачів, сприяючи підвищенню ефективності маркетингових кампаній [3; 5].

Контент-маркетинг – це стратегічний процес створення та розповсюдження цінного, релевантного та інформативного контенту для залучення й утримання цільової аудиторії та стимулювання прибуткових дій. На відміну від традиційної реклами, контент-маркетинг не намагається змусити користувачів купувати товари, натомість він надає якісний контент, який знайомить їх з брендом.

Ці стратегії спрямовані на різні цілі, такі як покращення якості та кількості цільової аудиторії, зміна купівельних звичок, просування бренду, продукту чи компанії, а також підвищення лояльності аудиторії. Останнім часом SMM став надзвичайно популярним та ефективним у цифровому маркетингу. Рекламодавці мають можливість охопити мільярди потенційних клієнтів, використовуючи соціальні медіа-платформи, такі як Facebook та Instagram, завдяки їхній масовій базі користувачів [4; 5].

Отже, для успішної взаємодії з цільовою аудиторією в Інтернеті компанії використовують потужний арсенал інструментів цифрового маркетингу. Використання цифрових стратегій та інструментів не лише суттєво впливає на поведінку цільової аудиторії, але й сприяє активізації програм лояльності, зміцненню іміджу компанії, цілепокладанню, конкурентному позиціонуванню та загальній ефективності бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О., Довгань Ю. В. Врахування ефекту невизначеності приформуванні ефективної бізнес-стратегії підприємства. *Ефективна економіка.* 2019. № 12. DOI: https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.12.53.
2. Графська О. І., Головчук Ю. О., Кулик О. М. Інноваційні інструменти маркетингових стратегій розвитку туризму на регіональному рівні. *Інфраструктура ринку.* 2023. № 71. DOI: https://doi.org/10.32782/infrastruct71-36.
3. Паска М. З., Головчук Ю. О., Гарасимчук Н. А. Гастрономічний туризм як елемент маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки в умовах кризи. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки».* 2022. № 6. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8086.
4. Федоришина Л., Головчук Ю. О. Боднар Р. О. Туризм як об’єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88.
5. Holovchuk Yu. Directions of Ukrainian Regions Economic Development in Crisis. Relationship between public administration and business entities management: 2nd International Conference proceedings (November, 12, 2022, Tallinn, Estonia). DOI: http://dx.doi.org/10.36690/RPABM-2022-35.

МІЖНАРОДНА ПРАКТИКА ВИЗНАЧЕННЯ ЗІРКОВОСТІ ГОТЕЛІВ

***З. В. Гарець**, студентка спеціальності Маркетинг, група Мб-21*
***В. М. Трайно**, канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Міжнародна практика визначення зірковості являє собою класифікації, які допомагають готелям привертати увагу клієнтів, створюючи певне уявлення про рівень сервісу та комфорту в готелі. Зіркові рейтинги можуть впливати на репутацію готелю, його позиціонування на ринку та відповідно на рівень популярності серед клієнтів. Правильний маркетинговий підхід до зіркової класифікації може сприяти залученню нових гостей та підвищенню обізнаності про готель у глобальній туристичній громадськості.

У різних країнах існують різні системи класифікації готелів. Деякі країни регулюють це законами, інші – управліннями по туризму або асоціаціями готелів. У Європі з 2010 року діє єдина система Hotelstars Union, яка має багато критеріїв оцінки. Деякі готелі не проходять цю оцінку, адже і так користуються популярністю завдяки хорошій репутації та відгукам гостей.

У багатьох країнах існують свої національні системи класифікації готелів зі специфічними особливостями. Наприклад, у Іспанії готелі поділяють на різні класи, кожен з яких має свою унікальну назву: Refugios – це варіант іспанського хостелу, Fondas – маленькі готелі із 4–5 номерами, Paradores – розкішні готелі класу люкс та інші.

У Індії готелі класифікуються за кількістю зірок, яку присвоює спеціальна комісія на основі бальної оцінки. Для отримання певної категорії необхідно набрати певну мінімальну кількість балів.

У Греції готелі класифікуються за системою букв: «A» відповідає 4-зірковому класу, «B» – 3-зірковому, «C» – 2-зірковому та «D» – 1-зірковому. Також є категорія «De Luxe» для готелів вищого класу.

Класифікація англійських готелів відрізняється від звичайної зіркової системи. На фасаді готелів зображені не зірки, а корони. Щоб перевести категорію готелю з «мови корон» на «зіркову мову», необхідно з загальної кількості «корон» відняти одну.

Класифікація готелів у Італії складна і не має офіційної «зіркової» шкали. У країні є близько 40 тисяч готелів, розташованих по всій території. Згідно з прийнятими нормами, готелі поділяються на три категорії: перша вважається приблизно чотиризірковою, друга – тризірковою, а третя – двозірковою. Крім того, в межах кожної категорії існує своя внутрішня градація.

Україна має чіткі вимоги до готелів різних категорій відповідно до законодавства про туризм та національних стандартів, які були встановлені урядом Кабінету міністрів України Постановою № 803 від 29 липня 2009 року.

Готелі з однією зіркою призначені для невимогливих клієнтів, яким потрібен лише нічліг та можливість скористатися душем.

Готелі з двома зірками мають багато спільного з 1-зірковими, проте окрім базових вимог також повинні бути наявними такі зручності: ресторан (кафе); номери з кількома кімнатами або можливість об'єднати кілька номерів за потреби; санвузли у половині номерів як мінімум; не менше 80 % номерів повинні бути одно- або двомісними.

Готелі з трьома зірками – найбільш розповсюджена категорія. Сюди входять як звичайні готельні комплекси, так і мережеві готелі, самостійні готелі та готелі з цікавим дизайном. Для більшості туристів вони є оптимальними з точки зору співвідношення ціна-якість.

Готелі з чотирма зірками часто мають дуже високий рівень комфорту та послуг, які можуть задовольнити потреби багатьох туристів. Наявність додаткових сервісів (сауна, косметичний кабінет, ванна у санвузлі, набір посуду для використання, ресторани), значно покращують комфорт та затишок під час перебування клієнтів.

У п'ятизіркових готелях, окрім обов'язкових вимог, гостям повинні бути забезпечені такі додаткові послуги: доступ до басейну з сауною; наявність медичного пункту; можливість відвідати нічний клуб у готелі; обов'язковий міні-сейф у кожному номері.

Отже, міжнародна практика визначення зірковості готелів є дуже актуальною для маркетингу та сучасної індустрії гостинності. Класифікація готелів за зірковістю є важливою для споживачів, оскільки дозволяє їм швидко оцінити рівень комфорту та послуг. Дослідження міжнародних стандартів класифікації

дозволяє готелям зрозуміти очікування клієнтів з різних країн, а також врахувати та впровадити кращі практики з інших країн у свою роботу. Крім того, вивчення класифікації готелів у різних країнах допомагає підвищити рівень сервісу та конкурентоспроможності готелю на міжнародному ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Готелі та зірки, як розрізнити. URL: https://blog.reikartz.com/article/hotels-and-stars-how-to-distinguish/

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ В КОСМЕТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

***Ю. В. Любченко**, студентка спеціальності Маркетинг, група М6-41*
***А. М. Захаренко-Селезньова**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Український ринок косметики постійно змінюється та тісно пов'язаний із трендами які позиціонують відомі бренди, залежний від лідерів моди і сезонних коливань. Молодь, слідкує за трендами та зовнішністю кумирів, станом їх шкіри, макіяжу та загальним виглядом, знаючи якими продукціями користуються зірки, вони намагаються купляти ті ж самі продукти, що у свою чергу, знижує конкурентоспроможність вітчизняних товарів сегменту косметики. До основних змін косметичного ринку відносяться:

– посилення конкуренції та зменшення частки прямих продажів;
– збільшення попиту на багатофункціональну косметику та косметику, призначену для боротьби зі старінням шкіри;
– використання концепції натуральності косметичних засобів;
– зростаюча компетентність та вимогливість споживачів;
– інноваційність та користь продукції;
– збільшення частки торгівлі за допомогою мережі Інтернет.

Стійкість конкурентоспроможності в перспективі з урахуванням можливостей і обмежень розвитку визначається на основі змістовного аналізу факторів. До найбільш значущих чинників, які впливають на конкурентоспроможність галузі, можна віднести: позиціонування на зовнішньому та внутрішньому

ринках, досягнутий технологічний рівень галузі, рівень концентрації на ринках, достатній для конкуренції зі світовими компаніями-лідерами, забезпеченість сировинною базою, розвиненість коопераційних зв'язків та історичну «прихильність» споживачів до виробників, а також масштаби тіньового сектору та рівень правозастосування.

Магазини косметичної продукції застосовують такі інструменти просування: SEO-інструмент для просування сайту магазину в пошукових сервісах; контекстна реклама, яка є комерційним видом просування сайту, що пропонують пошукові сервіси; соціальні мережі і менеджери як додатковий канал комунікації з аудиторією й таргетовану рекламу; рекламу в б'юті-блогерів, які є авторитетними лідерами думок у сфері краси та косметичних засобів.

Перспективи українського ринку косметики доволі позитивні, адже вітчизняний ринок більш динамічний, аніж у багатьох сусідніх країн. Українські виробники конкурують в жорстких умовах з відомими транснаціональними корпораціями, проте ця боротьба не буде мати успіху до тих пір, поки вітчизняні бренди не вдосконалять інструменти маркетингового регулювання та впливу, спрямовані на цільовий ринок споживачів косметичної галузі, і не доведуть, що українська продукція також є якісною.

Цільова аудиторія ринку косметики за останній час значно розширилась. Зростання популярності таких соціальних мереж як Instagram і TikTok спричинили появу швидких відео уроків з макіяжами та тестуванням косметичної продукції, що впливає на зацікавленість косметикою підлітками й дітьми, отже, середній вік цільового споживача такої продукції з роками стає меншим. Окрім цього, підвищився попит на доглянутість серед чоловічої аудиторії, через що кількість продажів косметичної продукції для чоловіків зростає у геометричній прогресії.

Таким чином, застосування косметики поступово виходить за рамки стереотипного сприйняття соціуму про жіночність і стає базовим етапом догляду для жінок і для чоловіків.

Стійкість конкурентоспроможності в перспективі з урахуванням можливостей і обмежень розвитку визначається на основі змістовного аналізу факторів. До найбільш значущих чинників, які впливають на конкурентоспроможність галузі, можна віднести: позиціонування на зовнішньому та внутрішньому ринках, досягнутий технологічний рівень галузі, рівень концентрації на

ринках, достатній для конкуренції зі світовими компаніями-лідерами, забезпеченість сировинною базою, розвиненість кооперативних зв'язків та історичну «прихильність» споживачів до виробників, а також масштаби тіньового сектору та рівень правозастосування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фактори впливу на конкурентні переваги вітчизняної косметичної галузі та шляхи їх підвищення. URL: https://ela.kpi.ua/server/api/core/bitstreams/20f1e98e-8e30-45fe-a4db-79317313c4bf/content.
2. Тенденції розвитку ринку косметики в Україні та світі (законодавство, інгредієнти, маркетинг, бізнес тощо). URL: https://ua.salonmarketing.pro/blog/kosmetika-ukrainy-zakonodavstvo-ingredienty-marketing-vyrobnyctvo.html.

ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНИХ РЕКЛАМНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

***А. М. Максименко**, студентка напряму підготовки Маркетинг, група М б-41*
***Н. І. Яловега**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Більшість людей на сьогодні проводить значну кількість часу в Інтернеті. Вони спілкуються на тематичних форумах, розважаються в соціальних мережах, здійснюють онлайн-покупки в інтернет-магазинах та маркетплейсах. Щоб привернути увагу потенційних споживачів, традиційних способів демонстрації продукту вже недостатньо. Необхідно постійно розробляти нові рекламні технології та використовувати аналітичні сервіси, що дозволяють досягти максимальної ефективності. Серед плюсів таких сервісів слід зазначити:

- можливість регулювати витрати на рекламування товару;
- доступ до великої цільової аудиторії;
- ефективна комунікація із клієнтами;
- великі можливості демонстрації запропонованого продукту цільовій аудиторії;
- ненав'язливий маркетинг.

Серед основних напрямів розвитку рекламних технологій зазначимо наступні:

Тренд № 1: прозорість та соціальна відповідальність. Переважна більшість сучасних покупців визначають довіру як вирі-

шальний чинник оформлення замовлення онлайн. В останні кілька років ця тенденція лише зміцнилася.

Тренд № 2: короткі відеоролики. Користувачам різного віку дуже подобаються короткі відео, які стали провідним трендом у соціальних мережах, а також основним форматом реклами на найближчу перспективу. І сьогодні багато спеціалізованих сервісів активізували створення власних майданчиків для розміщення невеликих відеороликів. Наприклад, популярний YouTube Shorts.

Тренд № 3: від компанії до споживача. Ще один тренд у розвитку рекламних технологій – акцент на пряму взаємодію між торговою компанією та потенційним клієнтом. Така модель передбачає повне виключення посередників між продавцем та покупцем. Ніякого рітейлу та електронних торгових майданчиків (маркетплейсів). Тільки безпосереднє спілкування через інтернет-магазини, соціальні мережі організації та власні веб-ресурси.

Тренд № 4: ексклюзивний підхід. Звичайне сповіщення про майбутній розпродаж або можливість взяти участь у програмі знижок більше не задовольняють покупця повністю. Клієнти хочуть ексклюзивності.

Тренд № 5: акцент на мобільні пристрої. Люди активно використовують смартфони та планшети, щоб, у тому числі, купувати товари в Інтернеті. Отже, кожному підприємцю необхідно враховувати цей тренд в організації своєї комерційної діяльності. Будь-який рекламний продукт слід адаптувати до демонстрації на мобільних пристроях.

Тренд № 6: штучний інтелект. Його інтенсивний розвиток дозволить поєднати дві ефективні тактики маркетингу: індивідуальні комерційні пропозиції у відповідний момент та високу якість сервісу. Саме штучний інтелект зможе аналізувати обстановку та гранично точно складати прогнози щодо готовності потенційного споживача придбати продукт. До моменту, коли клієнт «дозріє» на оформлення замовлення, система самостійно сформує йому оптимальну пропозицію, що здатна його зацікавити. У плані покращення якості сервісу ефективна робота штучного інтелекту можлива лише за сприяння людини.

Але знання останніх трендів рекламних технологій ще не гарантує різкого стрибка продажів і потоку нових клієнтів. Розуміння сучасних напрямів у сфері реклами дозволяє правильно

вибудувати стратегію маркетингу. Важливо правильно використовувати інформацію про нововведення та вміти застосовувати її на користь свого бізнесу.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ В УМОВАХ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ

А. С. Ніщенко, *студентка спеціальності Маркетинг, освітня програма «Інтернет-маркетинг», група М ІМ б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Поведінка споживача – це складний процес, дії, які люди здійснюють під впливом економічних, особистих і психологічних відмінностей, щоб вирішити проблему придбання товарів відповідно до своїх індивідуальних потреб. Важливою основою споживчої поведінки є алгоритм прийняття рішення про покупку та фактори, які на нього впливають.

З 2020 року мільйони людей у всьому світі зазнали серйозних змін у своєму повсякденному житті, а разом з ними змінилися їхні повсякденні звички та рішення. COVID-19 суттєво змінив сучасну реальність, а споживачі відповідно змінили свої цінності, потреби та вимоги до товарів і послуг [1–3].

Останнім часом намітилися нові тенденції у поведінці споживачів, такі як:

✓ Збільшення частоти покупок в Інтернеті. Карантинні обмеження, потім – воєнний стан, створили проблеми з доступом до певних товарів і послуг, призвели до зниження попиту на платоспроможну продукцію та підштовхнули до розвитку онлайн-торгівлі. Замовити товари або послуги з будь-якого місця, де є доступ до Інтернету, не складає великих труднощів, обмежуються фізичні візити до магазинів, збільшується зручність та безпека електронного шопінгу.

✓ Збільшення витрат на онлайн-покупки. Завдяки змінам у купівельних звичках українців, збільшенню частоти покупок в Інтернеті, спостерігається збільшення вартості саме онлайн-покупок.

✓ Реакція на знижки. Знижки можуть спонукати споживачів розглянути можливість придбати той чи інший продукт. Вони

можуть відчувати, що економлять гроші або отримують більше за ту саму суму грошей, що може спонукати їх здійснити покупку. Це може прискорити процес прийняття рішення про покупку, особливо якщо споживач знає, що знижка діє лише обмежений час, лише онлайн або передбачає обмежену кількість товарів.

✓ Безконтактна оплата. Безконтактні платежі зазвичай швидші та зручніші, ніж інші способи оплати, такі як введення даних кредитної картки або банківський переказ. Це підвищує ймовірність успішної покупки, особливо для тих, хто цінує простоту та ефективність процесу оформлення замовлення. Це також безпечніший спосіб оплати, оскільки він зменшує ризик витоку особистої інформації та даних кредитної картки.

✓ Можливість купівлі товарів у кредит. Варіанти кредитування дозволяють споживачам купувати товари та послуги, навіть якщо вони не мають достатньо коштів на момент покупки. Це робить продукти та послуги доступними для широкого кола споживачів.

Можливість купувати товари у кредит може спонукати споживачів купувати дорожчі товари, розподіляючи вартість на довший період часу. Вибір варіантів кредитування може позитивно вплинути на перетворення відвідувачів сайту на покупців. Люди з більшою ймовірністю будуть робити покупки, якщо знатимуть, що мають доступ до кредиту.

✓ Більш вдумливий вибір продуктів харчування та їх виробників під час онлайн-купівель. Роблячи покупки в інтернеті, покупці мають можливість звернути увагу на склад і поживні властивості продукту. Також можуть читати етикетки харчових продуктів і дізнаватися про інгредієнти та харчову інформацію, щоб забезпечити здорове харчування. Деякі споживачі зосереджуються на тому, звідки надходить їхня їжа та як її вирощують чи виробляють. Спостерігається лояльність при виборі продукції від компаній, які практикують екологічну відповідальність, демонструють стійкий розвиток.

Люди з особливими дієтичними обмеженнями або перевагами (наприклад, вегетаріанці, вегани, люди з алергією або непереносимістю певних продуктів) можуть легко знайти продукти, які відповідають їхнім потребам, серед широкого асортименту онлайн-платформ.

Отже, діджиталізація змінила традиційний підхід споживачів до цифрових технологій, що призвело до змін у їхніх купівельних звичках та очікуваннях. Тепер клієнти зрозуміли, що їм легко знаходити інформацію про продукти, порівнювати їх та купувати з будь-якого пристрою, будь то комп'ютер, смартфон, планшет чи будь-який інший гаджет.

Список використаних інформаційних джерел

1. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1149/1107.
2. Маркетинг в умовах діджиталізації економіки країни : матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 23–24 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2023. URL: http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/13307.
3. Трайно В. М. Особливості поведінки споживачів в умовах COVID-19 / В. М. Трайно // Економіка та суспільство. – 2021. – Вип. 29. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/550/528.

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ДЛЯ СТАРТАПІВ

***О. В. Норка**, студент напряму підготовки Маркетинг, група М б-31*
***Н. І. Яловега**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У світі, де середньопересічна людина щодня зтикається з великою кількістю маркетингових повідомлень, не дивно, що більшість підприємств важко помітити. Зокрема, стартапи зтикаються зі складною битвою, коли справа доходить до маркетингу, оскільки їм потрібно не лише виокремитися конкурентів, а й переконати людей у тому, що їхній продукт чи послуга заслуговують на інвестування.

Але існує низка інноваційних маркетингових стратегій, які стартапи можуть використовувати, щоб прорватися через захаращений простір та бути поміченим. Ось кілька прикладів:

1. Створення історії бренду. Людей, природньо, приваблюють історії, тому один із найкращих способів виділитися стартапом – створити історію бренду, яка є переконливою та цікавою. Ця історія має бути більшою, ніж просто продажі. Це

має бути щось таке, що буде резонувати з цільовою аудиторією та змушувати їх хотіти дізнатися більше про дану компанію.

2. Використання тактики партизанського маркетингу. Партизанський маркетинг є цінним своєю креативністю. Даний тип маркетингу може бути ефективним для стартапів, оскільки він дозволяє поширювати інформацію незвичними методами, що будуть привертати увагу.

3. Використання контенту користувачів. Це контент, який створюється клієнтами або фоловерами маркетингового суб'єкту, він може бути потужним маркетинговим інструментом, тому що він є справжнім і заслуговує на довіру.

4. Концентрація на візуальному маркетингу. У сучасному світі видовищ для стартапів важливо зосередитись на візуальному маркетингу. Це означає використання високоякісних зображень та відео, щоб розповісти історію бренду та просувати відповідні продукти чи послуги.

5. Використання маркетингу впливу. Маркетинг впливу є відносно новою формою маркетингу, яка включає партнерські відносини з впливовими людьми у галузі для просування відповідного бренду. Це може бути ефективним способом охопити більш широку аудиторію та змусити людей говорити про підприємство.

6. Інвестування в SEO. Пошукова оптимізація є важливою частиною будь-якої маркетингової стратегії, але особливо важливо приділяти їй увагу при роботі зі стартапами. Це пов'язано з тим, що SEO може допомогти підвищити рейтинг сайту на сторінках результатів пошукових систем (SERP), що призведе до більшої кількості трафіку та потенційних клієнтів.

7. Стратегічне використання соціальних мереж. Соціальні мережі – це потужний маркетинговий інструмент, який не слід ігнорувати стартапам. Проте важливо використовувати соціальні мережі стратегічно, щоб отримати максимальну віддачу від цього. Це означає створення цікавого та привабливого контенту, використання відповідних хештегів та спілкування з впливовими особами та іншими підприємствами у відповідній галузі.

8. Ініціювання конкурсів та роздача зразків товару. Люди люблять безкоштовні речі, тому участь у конкурсах та роздачах – чудовий спосіб зацікавити споживчу громадськість у даному бренді. Цілком доречно просувати свій конкурс або роздачу в соціальних мережах, на своєму веб-сайті або через поштовий маркетинг для того, щоб охопити більш ширшу аудиторію.

9. Оцінка (вимірювання) досягнутих результатів. Важливо постійно вимірювати отримані результати, щоб зрозуміти дієвість маркетингових інструментів, що застосовуються.

Отже, в сучасному діловому світі успішні стартапи – це ті, що знають як ефективно себе продати. Наявності відмінного продукту вже недостатньо – стартапи повинні мати можливість досягти своєї цільової аудиторії та переконати їх інвестувати у свій продукт чи послугу.

СУЧАСНІ МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

В. Ю. Присяжнюк, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-11*
А. М. Захаренко-Селезньова, *старший викладач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

В умовах постійної зміни споживчих уподобань і технологій підприємства роздрібної торгівлі постійно шукають нові підходи до просування продуктів і залучення клієнтів. Дослідження сучасних маркетингових трендів на ринку роздрібної торгівлі має велике значення для розвитку цієї сфери, оскільки воно допомагає виявити нові можливості для підвищення ефективності бізнесу та задоволення потреб споживачів.

Основні тренди роздрібної торгівлі:

1. Використання технологій розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR): Технології AR/VR значно змінюють досвід роздрібної торгівлі. Вони дозволяють клієнтам віртуально приміряти одяг та макіяж, а також демонструвати продукти в реалістичних умовах. Це спрощує покупки і підвищує впевненість покупців. Технології також покращують навчання співробітників, надаючи їм можливість практикувати в симульованих сценаріях. AR/VR також збільшують коефіцієнти конверсії та зменшують кількість повернень товарів, сприяючи покращенню взаємодії з клієнтами та ефективності в навчанні.

2. Електронна комерція та онлайн-продажі: Зростання популярності інтернет-торгівлі продовжується, спричинюючи зміни в способах покупки товарів і послуг. Ринок електронної комерції продовжить зростати. Ще більший потенціал чекає онлайн продажі попереду, проте і зростають вимоги до технологічної

складової сайтів та інтернет-магазинів, а саме необхідність маркетингового просування, забезпечення безпеки особистих і платіжних даних покупців.

3. Персоналізація та розумний аналіз даних: Використання аналітики та штучного інтелекту дозволяє роздрібним підприємствам краще розуміти потреби своїх клієнтів і надавати персоналізовані пропозиції, що сприяє покращенню взаємодії та збільшенню лояльності клієнтів.

4. Використання даних про споживачів дозволяє роздрібним підприємствам створювати персоналізовані пропозиції та рекламу, яка відповідає індивідуальним потребам та вподобанням клієнтів. Персоналізація у маркетингу постійно розвивається, існують нові тенденції. Найцікавіші з них – персоналізація на основі AI, персоналізація шляху клієнта, розпізнавання зображень під час покупок, багатоканальна персоналізація та програми лояльності. Персоналізація забезпечує залученість, підвищує конверсію, зміцнює лояльність, покращує впізнаваність бренду та надає цінні дані для аналізу та вдосконалення стратегії.

Сучасний ринок роздрібної торгівлі перебуває у стані постійних змін, де основні тренди включають використання технологій розширеної та віртуальної реальності для поліпшення досвіду покупців і навчання персоналу. Електронна комерція і онлайн-продажі продовжують розвиватися, вимагаючи не лише зростання технічної складової, але й уваги до маркетингових аспектів та безпеки даних клієнтів. Персоналізація та розумний аналіз даних відіграють ключову роль у підвищенні ефективності бізнесу, допомагаючи роздрібним підприємствам краще розуміти та задовольняти потреби клієнтів. Використання даних про споживачів для створення персоналізованих пропозицій та реклами сприяє залученню клієнтів, збільшенню лояльності та покращенню впізнаваності бренду. Роздрібна торгівля знаходиться в постійному пошуку нових можливостей для підвищення ефективності та задоволення змінних потреб споживачів, що робить дослідження маркетингових трендів невід’ємною складовою успішної стратегії розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. https://retailwire.com/discussion/how-will-ar-vr-transform-the-retail-experience/
2. https://softpark.com.ua/digital-transformation-of-business/

3. https://sitniks.ua/blog_post/vplyv-shtuchnogo-intelektu-na-efektyvnist-ta-konkurentospromozhnist-biznesu/
4. https://apix-drive.com/ua/blog/marketing/sho-take-personalizovanij-marketing-top-5-trendiv-ta-prikladiv.
5. https://bezpeka.isu.net.ua/news/512751-elektronna-komerciya-ta-onlayn-prodazhi.
6. https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/

ЯК ВПЛИНУЛА ВІЙНА НА BEAUTY-ІНДУСТРІЮ

В. В. Самофал, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

З кожним роком beauty-індустрія все більше й більше робить прорив у розвитку. З'являються нові продукти, нові технології та вміння майстрів. Тенденції та мода змінюються дуже швидко. Завдяки цьому роботу отримують не тільки «чарівниці», які наводять красу, а й маркетологи, які плідно працюють над просуванням косметичних засобів, процедур та допомагають задавати «трендовий» стиль.

Розберемося, які процедури beauty-індустрії сьогодні є найбільш популярними.

1. На українському ринку продовжує активно розвиватись манікюрний сервіс. У структурі попиту послуг салонів краси манікюрні послуги займають майже 40 %.

2. Шугарінг. Процес видалення небажаного волосся, має досить великий попит.

3. Важливою є сфера архітектури та забарвлення брів, яка є дуже актуальною у наш час.

4. Нарощування чи ламінування вій. Декілька років тому ця процедура почала втрачати популярність, але через деякий час знову почала використовуватися часто.

5. Завжди були і залишаються у тренді послуги косметолога, адже кожен хоче здорову та естетично гарну шкіру.

6. Перманентний макіяж. Не усі довіряють майстрам по «вбиванню» спеціальної фарби в шкіру, але якщо спеціаліст компетентний, то боятися нічого.

Усі перераховані вище послуги, безперечно, важливі. Виділити з них одну дуже складно. Головне для клієнта – знайти майстра своєї справи.

Якщо згадати часи початку революції, можна зафіксувати, що до кризи 2014 року українці могли дозволити собі витрачати у середньому 14 % свого доходу на догляд за собою. Та вже через два роки, в 2016 році чимало клієнтів або зовсім відмовилися від салонів краси, або стали відвідувати їх у 2 рази менше. Немало важливий фактор – відсутність «вільних грошей». Замість того, щоб витрачати кошти на себе, люди почали відкладати їх на так званий «чорний день».

На початку повномасштабного вторгнення люди перш за все почали дбати про безпеку. Нарощені нігтики та губки «качечкою» не були у пріоритеті. У зв'язку з цим відвідування салонів краси значно знизилося.

За останні роки ринок послуг салонів краси кардинально змінився. Раніше клієнти користувалися усіма послугами за раз, в одному місці. Зараз у тренді монопослуги. Задля економії нігті роблять у одному місці, перукарські послуги у другому, а спа-процедури у третьому.

У нинішній ситуації для beauty-індустрії знайшовся і позитивний факт. Через деякий час, коли громадяни «пристосувалися» до реалій сьогодення, взяли справу у свої руки спеціалісти beauty-сфери та маркетологи. Почало з'являтися чимало продукції, яка нібито допомагала прибирати наслідки стресу. Адже від негативних емоцій досить часто з'являються проблеми зі шкірою (висипання, подразнення тощо).

З нашої точки зору, під час війни у моду увійшов тренд «натуральності». У споживачів ніби відкрилися очі та змінилося прийняття простоти.

За результатами проведеного наукового дослідження сьогодні можна виділити наступні тенденції у сфері beauty-індустрії:

- активне зростання кількості споживачів;
- чіткий поділ закладів та їх клієнтів на сегменти;
- відкриття салонів краси на основі франчайзингу;
- мобільність салонів краси.

Отже, війна значно вплинула на beauty-індустрію. Дійсно були і переломні моменти, та наша українська міць не змогла відбити бажання доглядати за собою і долає усі негоди. Вірю у те, що найближчим часом ситуація у країні покращиться, та

україночки зможуть у день нашої перемоги піти до майстринь та нафарбувати свої оченята у блакитно-жовті фарби.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ринок салонів краси в Україні і СНД – аналітичний огляд. URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynka-salonov-krasoty-v-ukraine-i-sng-analiticheskij-obzor.

РАДІОРЕКЛАМА ЯК ЗАСІБ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

К. А. Тверда, *студентка спеціальності Маркетинг, група МР-11дск*
Ю. О. Головчук, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу та реклами – науковий керівник*
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

У сучасному світі існує безліч видів реклами. Від простої банерної до контекстної, будь-яка реклама має одну мету, повідомити, спонукати до дії, проінформувати. На разі, рекламний світ не стоїть на місці, постійно розвивається та рухається далі, проте більшість із цього зосереджено лише на IT-простір.

Радіореклама являє собою один із найдоступніших засобів розповсюдження реклами. Доступність полягає як у вартості даного виду реклами, так і в можливості довести цю рекламу до споживача. Від початку виникнення радіо та дотепер – це найстійкіший засіб передачі інформації в електронному просторі. Навіть в епоху коли немає електрики, дізнатися актуальні новини можна за допомогою радіо, те саме стосується й реклами [1, с. 64–68; 2].

Як і будь-який вид розповсюдження реклами, радіореклама має свої засоби поширення інформації, або іншими словами, канали розповсюдження: радіоголошення, радіоролик та радіорепортаж. Далі розглянемо кожен канал детальніше. Радіооголошення, загалом, радіооголошення являє собою невеличкий рекламний текст інформаційного характеру, який зачитує диктор і супроводжується це все, у більшості випадків, музичним супроводом. Радіоролик, заздалегіть спеціально продуманий радіосюжет, який має малу тривалість, зазвичай це становить 30–60 с. Досить часто, його вставляють у радіопередачі, а також демонструють рекламним блоком до передачі, протягом або після неї. Радіорепортаж – це радіопередачі, які мають інфор-

маційно-рекламний характер, зазвичай передаються з музичним супроводом. Досить часто, дану інформацію передають, як розважальну передачу, або ж як об'єктивна інформація, також можуть бути, як у формі діалогу, так і як репортаж, інтерв'ю або ж пісня з рекламним текстом. Загалом, дана реклама напрямлена повідомити про вихід нових товарів, про їхні переваги тощо [3; 4].

При правильному поданні та оформленні даного виду реклами, можна дійти до запланованого ефекту. Формат радіостанції та її діапазон поширення. Загалом, реклама може бути, як на АМ-радіо, так і на FM-радіо. Реклама на АМ-радіо дає змогу залучити велику аудиторію, адже має найширший діапазон поширення сигналу, проте якість даної передачі інформації буде не висока. Реклама на FM-радіо має кращу якість та чіткість, проте охоплює меншу аудиторію. Потрібно правильно підібрати радіопрограму, яка відповідає тематиці рекламного ролику. Також важливу роль має тактика виходу реклами, правильно націлити на потрібну аудиторію, дослідити, коли найбільше прослуховує радіо цільова аудиторія. Не дивлячись, що це один з найдешевших видів реклами, необхідно продумати все до малих деталей: ідея, форма, зміст, текст, звукові ефекти, голос та дикція диктора тощо [4; 5].

Отож, реклама на радіо є одним із перших методів поширення реклами у засобах масової інформації. Завдяки своїй недорогій вартості, ефективності та поширеності прослуховування серед споживачів, вона має попит серед рекламодавців і до теперішніх років. Проблема лише у тому, що через розвиток сучасних технологій та через збільшення кількості можливостей, де можна дізнатися інформацію та останні новини, радіо поступово переходить на другорядний план.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головчук Ю. О. Аналіз впливу факторів на конкурентоспроможність підприємства як інструмент зниження рівня невизначеності й ризику. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2020. № 1 (47). С. 63–69. URL: http://ir.vtei.edu.ua/card.php?id=26552.
2. Паска М. З., Головчук Ю. О., Гарасимчук Н. А. Гастрономічний туризм як елемент маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки в умовах кризи. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки».* 2022. № 6. DOI: https://doi.org/10.25313/2520-2294-2022-6-8086.

3. Федоришина Л., Головчук Ю. О. Боднар Р. О. Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57. https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88.
4. Черевко О. В., Бєлоусова Н. В., Головчук Ю. О. Теоретико-методологічне забезпечення розвитку економіки регіонів України. *Актуальні проблеми економіки.* 2021. № 4. С. 17–25. URL: https://eco-science.net/wp-content/uploads/2022/02/4.21._topic_-Cherevko-O.V.-B%D1%96elousova-N.V.-Golovchuk-J.%D0%9E.17-25.pdf.
5. Holovchuk Yu. Directions of Ukrainian regions economic development in crisis. *Relationship between public administration and business entities management: 2nd International Conference proceedings* (November, 12, 2022, Tallinn, Estonia). DOI: http://dx.doi.org/10.36690/RPABM-2022-35.

ДОСЛІДЖЕННЯ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДІНКИ СПОЖИВАЧІВ

А. І. Ткаченко, *студентка спеціальності Маркетинг, освітня програма «Інтернет-маркетинг», група М ІМ б-21*
В. М. Трайно, *канд. екон. наук, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Дослідження моделей поведінки споживачів є важливим напрямком у сучасній науці та практиці маркетингу. Розуміння та аналіз тих чинників, які впливають на вибір та уподобання споживачів, дозволяє підприємствам розробляти більш ефективні стратегії маркетингу, забезпечуючи успішнішу взаємодію зі своєю цільовою аудиторією.

Моделі поведінки споживачів є динамічними і еволюціонують під впливом різних чинників, таких як соціальні та культурні зміни, технологічні інновації, кризові ситуації тощо. Дослідження різноманітних аспектів споживчої поведінки дозволяє зрозуміти ці зміни та адаптувати маркетингові стратегії до нових реалій.

Також аналіз моделей поведінки споживачів відкриває можливості для розвитку сталого та екологічно свідомого споживання, впровадження інновацій у виробництво та розробку нових продуктів і послуг, що відповідають потребам споживачів, які змінюються з часом.

Кожна з моделей поведінки споживачів має свої особливості [1–3]. Наприклад, модель поведінки споживачів Ф. Котлера, яка

є найбільш відомою, говорить про те, що подразники зовнішнього середовища контактують зі споживачем, проникають у його підсвідомість («чорну скриньку») та викликають певну реакцію.

Дж. Катона у своїй моделі виділяє імпульсивну та раціональну складові поведінки. Остання, на його думку, характерна для випадків купівлі дорогих товарів, нерухомості, товарів довготривалого використання. На поведінку споживачів, з його точки зору, впливають загальний економічний стан країни та економічне становище самого споживача.

Згідно з моделлю Ф. Нікосії, підприємство впливає на споживачів шляхом маркетингових повідомлень, а в результаті здійснення покупки відбувається зворотний вплив. Модель поведінки споживачів Нікосії має чотири блоки: блок А відображає вплив підприємства від джерела повідомлення до ставлення споживача; блок В – споживач здійснює пошук інформації, та оцінює знайдені варіанти, їх підсумком є поява мотивації споживача; блок С – це є акт покупки; блок D – отримання досвіду споживачем та виникнення зворотного зв'язку.

Модель поведінки споживачів Г. Фоксола, Р. Голдсміта і С. Брауна включає наступне:

− зовнішні стимули, які досягають споживача через сприйняття, викликають у нього певні потреби;

− отримана інформація поєднується з уже існуючою в пам'яті людини, відбувається обробка інформації, формується певне ставлення до товару, наміри щодо його покупки;

− виникає реакція споживача: покупка, відмова, прийняття.

Модель поведінки споживачів Дж. Говарда і Дж. Шета охоплює чотири групи змінних:

− входи: показові, символічні та соціальні стимули, які повинні бути сприйняті споживачем;

− процес сприйняття інформації: увага та пошук;

− процес засвоєння інформації: мотиви, критерії вибору, сприйняття товару, ставлення, наміри, впевненість і задоволеність;

− виходи: увага, сприйняття товару, ставлення, наміри та придбання товару.

Модель поведінки споживачів Бетмана включає наступні елементи: обробка інформації, мотивація, увага, сприйняття, оцінка, залучення пам'яті. Також в ній враховуються ситуативний вплив та індивідуальні відмінності.

Отже, дослідження моделей поведінки споживачів, дослідження того, чому і як споживачі вчиняють певні дії при покупці товарів та послуг, є надзвичайно важливим для розвитку бізнесу, оскільки воно дозволяє підприємствам краще розуміти свою цільову аудиторію та відповідати на їхні потреби та очікування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Боднарчук Т. Л. Модель поведінки споживача: теоретико-методологічні аспекти. URL: http://global-national.in.ua/archive/11-2016/3.pdf.
2. Трайно В. М. Маркетингове управління споживачами послуг : монографія. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/4922/1/239_007%20Перебийнис%2С%20Трайно.pdf.
3. Трайно В. М. Споживач як об'єкт маркетингового управління підприємствами: моделі поведінки. URL: http://visnyk.snau.edu.ua/sample/files/snau_2014_5_60_ekonom/JRN/21.pdf.

МАРКЕТИНГ У БІЗНЕСІ

М. М. Тодоров, *студент спеціальності Маркетинг, група М б-11*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, профессор завідувач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Бізнес чи маркетинг? Чи існує бізнес без маркетингу? Як створити ефективну модель бізнесу через інструментарій маркетингу? Влучні запитання, особливо коли чуєш, що бізнес і маркетинг тотожні поняття.

По-перше що є бізнес, як тлумачення, як вид діяльності, як концепція розвитку? Як визначають першоджерела *бізнес* слід розглядати як власну справу, активну діяльність, направлену на об'єкт, в який вкладено власний капітал, власні трудові та виробничі ресурси, при наявності суб'єкту, який в змозі здійснити цей процес.

Мета бізнесу – отримання позитивного прибуткового результату, а саме – прибутку. Розмір бізнесу залежить від розміру необхідних для його функціонування ресурсів. Бізнес завжди пов'язаний із ризиком, але не завжди йому притаманні риси вдалого бізнесмена.

А щодо *маркетингу* існує значна кількість розумінь, серед яких потрібно визначити наступні трактування:

− одне із філософських трактувань управління, яке прагне визначити і задовольнити потреби покупця, використовуючи інтегровані програми для досягнення організаційних цілей;

− інструмент виявлення потреб, створення та пошук нових способів їх задоволення на основі обміну та поліпшення рівня життя людини і суспільства;

− діяльність, спрямована на освоєння ринків, активізацію потенційних можливостей обміну та задоволення запитів ринку;

− підприємницька діяльність, спрямована на просування товарів і послуг від виробника до споживача та користувача

− вид людської діяльності, спрямованої на виявлення потреб, задоволення їх шляхом обміну [1].

Отже, розуміння бізнесу і маркетингу не є тотожними, оскільки це є пов'язані між собою процеси, які відповідають за різні сфери діяльності. Бізнес – це справа, діяльність, власність, яка не завжди може стати прибутковою.

А маркетинг – це набір інструментів, правил, підходів, що впливають на прибутковість бізнесу, формують його автентичність, відрізняють особливості застосування маркетингових інструментів в залежності від зовнішньої і внутрішньої ситуації у бізнесі.

Маркетинг потрібен будь-якому бізнесу незалежно від його розміру або галузі. Він допомагає залучати нових клієнтів, зберігати наявних, підвищувати продажі й свою конкурентоспроможність [3].

Саме маркетинг дозволяє бізнесу досягти багатьох переваг. Маркетинг впливає на процес залучення клієнтів, збільшує продажі, поліпшує взаємини зі споживачами, підвищує пізнаваність бренду та його конкурентоспроможність. Завдячуючи маркетингу в бізнесі створюються можливості до розвитку, адаптації до змін на ринку й отриманню позиції лідера у своїй галузі [4].

Список використаних інформаційних джерел

1. Карпенко Н. В. Маркетинг : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. В. Карпенко. – Харків : Студцентр, 2004. – 208 с.

2. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : монографія / за наук. ред. Н. В. Карпенко. – Полтава : ПУЕТ, 2022. – Ч. 2 344 с. URL: file:///F:.pdf.
3. https://bazilik.media/shcho-take-marketynh-i-navishcho-vin-potriben-biznesu/
4. https://marketernia.agency/pro-nas/

МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА: СУЧАСНИЙ ВИМІР

В. В. Торяник, *студентка спеціальності Маркетинг, група М б-31*
Н. В. Карпенко, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Нестабільність, притаманна українській економіці і до війни, лише посилилася внаслідок повномасштабного вторгнення росії. Це поставило під загрозу діяльність підприємств по всій країні. Компанії та бренди, що вижили та адаптувалися до умов воєнного стану, ймовірніше за все, вчасно провели маркетинговий аналіз. Це дозволило їм визначити фактори успіху й загрози, щоб врахувати їх під час планування подальших дій.

Однак маркетингова аналітика застосовується не тільки у кризовому становищі, а й упродовж роботи підприємств у звичайному режимі. Її сутність полягає в обробці маркетингової інформації статистичними і економіко-математичними методами. Завдання аналізу будуть різнитися залежно від того, що саме є предметом і для чого ми його проводимо. Загалом можемо виділити такі:

– оцінити стан та ефективність маркетингової діяльності підприємства за конкретний період;

– забезпечити інформацією керівництво та маркетингові структури для вироблення маркетингових рішень;

– визначити загрози та можливості, що можуть вплинути на роботу компанії;

– розробити послідовність дій для підвищення ефективності маркетингових зусиль.

Предметами аналізу, в свою чергу, є:

– макро- та мікросередовище, в якому працює підприємство;

– кон’юнктура ринку;

− конкурентне середовище, конкурентні переваги та ключові фактори успіху;

− елементи маркетинг-міксу (базово – 4Р): продукт, ціна, місце, просування;

− результати маркетингової діяльності за визначений період [1].

Маркетингова аналітика – те, без чого запуск нового товару, проєкту, початок чи продовження підприємницької діяльності може зазнати невдачі. Методика маркетингового аналізу дає можливість поглянути на кожну складову діяльності підприємства буквально під мікроскопом, а відтак її застосування можливе до будь-якої галузі економіки. Для прикладу можемо розглянути аналіз ринку виробництва меблів. Ми обрали цю сферу з огляду на очікуване зростання потреби в її продукції після перемоги України на B2B та B2C ринках. Меблева промисловість станом на 1 березня 2024 року налічувала понад 11 тис. суб'єктів господарювання [2]. З них малий та середній бізнес мав частку більше 90 %. У перші місяці гарячої фази війни меблевики зосередилися на виготовленні протитанкових їжаків, меблів для пунктів ТРО та місць тимчасового проживання переселенців. Однак трохи згодом вони відновили виробництво основної продукції. Релокувалися 11 % підприємств, водночас деякі змушені були припинити свою діяльність.

Динамічність ситуації на ринку меблів у 2023 році була пов'язана з багатьма факторами:

− нестача кваліфікованих кадрів;

− зменшення кількості споживачів на внутрішньому ринку;

− розірвання контрактів із деякими закордонними компаніями-імпортерами меблів;

− порушення логістичних ланцюгів через блокування українсько-польського кордону;

− недостатній обсяг капіталу для функціонування підприємств [3].

Водночас зрушення в позитивний бік відбувалися завдяки грантовим програмам від українського уряду та широкого кола міжнародних донорських організацій.

Ці дані можуть бути основою SWOT-аналізу, як частини аналітичного звіту. Однак управлінські рішення повинні ґрунтуватися на результатах повного маркетингового аналізу. Проведення його по завершенню війни буде запорукою релевантності

та ефективності подальших дій бізнесу. Можливо, найкращим варіантом буде переглянути стратегію, заново визначити цільову аудиторію, змінити специфіку продукції тощо, або не вживати жодних заходів. Загалом такий підхід варто використати підприємствам незалежно від виду діяльності для адаптації до нової повоєнної економіки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Штефанич Д., Братко О., Дячун О., Лагоцька Н., Окрепкий Р. Маркетинговий аналіз / за ред. д-ра екон. наук, професора Д. А. Штефанича. – Тернопіль : Економічна думка, 2011, 267 с. URL: https://tinyurl.com/2t37rj2m.
2. Розвиток української меблевої галузі у 2023 році. 2024. Українська Асоціація Меблевиків. URL: https://tinyurl.com/2p89bx5f.
3. Костенюк Ю. Б., and Пізюк О. О. 2023. Оцінка зовнішнього середовища підприємства. Topical aspects of modern scientific research. Proceedings of the 3rd International scientific and practical conference. CPN Publishing Group. Tokyo, Japan. С. 613–620. https://tinyurl.com/y57eb5we.

МАРКЕТИНГ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ

***А. В. Федоряк**, студентка напряму підготовки Маркетинг, група М ІМ б-31*
***Н. І. Яловега**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Соціальні інновації – це процес розробки та впровадження нових рішень для вирішення соціальних та екологічних проблем, таких як бідність, зміна клімату, охорона здоров’я, освіта та багато іншого. Це не лише моральний обов’язок, а й стратегічна можливість для бізнесу позитивно вплинути, виділитися серед конкурентів і отримати конкурентну перевагу на ринку. Усвідомлення необхідності застосування маркетингової стратегії соціальних інновацій, підприємство матиме можливість:

1. Підвищити репутацію свого бренду та підвищити лояльність клієнтів. Сьогодні покупці більше усвідомлюють соціальні та екологічні наслідки своїх покупок і вважають за краще підтримувати бренди, які відповідають їхнім цінностям та сприяють загальному благу.

2. Залучати та утримувати таланти. Сьогоднішні співробітники шукають щось більше, аніж просто зарплату. Вони хочуть працювати в компаніях, які мають чітку мету та здійснюють позитивний вплив на суспільство. Беручи участь у соціальних інноваціях, підприємства можуть сприяти розвитку культури, творчості, співробітництва та розширення прав та можливостей серед своїх співробітників, а також залучати та утримувати найкращі таланти у галузі.

3. Стимулювати інновації та зростання ринкового потенціалу. Соціальні інновації також можуть бути джерелом натхнення та інновацій для підприємств, оскільки вони досліджують нові способи вирішення складних проблем, створення цінності та задоволення потреб клієнтів. Застосовуючи принципи соціальних інновацій, такі як людино-орієнтований дизайн, спільна творчість та експериментування, підприємства можуть розробляти більш ефективні та дієві продукти та послуги, а також виходити на нові ринки та можливості.

Соціальні інновації – це не лише модний тренд, а й потужний спосіб створення цінності для багатьох зацікавлених сторін. Вирішуючи соціальні та екологічні проблеми за допомогою маркетингових інноваційних рішень, підприємства можуть отримати вигоду з нових можливостей, покращення репутації та підвищення продуктивності. Деякі з переваг маркетингу соціальних інновацій:

− цінність для клієнтів. Соціальні інновації можуть допомогти підприємствам залучати та утримувати клієнтів, які дедалі більше усвідомлюють соціальні та екологічні наслідки свого споживчого вибору. Пропонуючи продукти та послуги, що відповідають потребам та сподіванням цих клієнтів, компанії можуть створювати лояльні та задоволені сегменти клієнтів;

− цінність для співробітників. Соціальні інновації також можуть допомогти компаніям мотивувати та залучати своїх співробітників, які часто шукають більше сенсу та мети у своїй роботі. Залучаючи співробітників до ініціативи соціальних інновацій, підприємства можуть сприяти розвитку особистісного зростання, що, у кінцевому рахунку, покращить їхні кар’єрні перспективи;

− суспільна цінність. Соціальні інновації також можуть допомогти підприємствам зробити свій внесок у добробут та розвиток суспільства. Вирішуючи соціальні та екологічні проб-

леми, що впливають на якість життя людей, підприємства можуть створювати спільні цінності та зміцнювати свою соціальну позицію. Підприємства також можуть співпрацювати з іншими ринковими суб'єктами, такими як урядові інстанції, наукові та освітні спільноти, щоб використати свої ресурси та досвід для соціальних інновацій;

Отже, якщо підприємство має на меті ввести в свою ринкову діяльність інструменти маркетингу соціальних інновацій, слід взяти до уваги наступні рекомендації: визначення соціальної проблеми, яку підприємство може вирішити; переймання досвіду функціонуючих соціальних новаторів; співпраця із зацікавленими сторонами; масштабування та збереження свого впливу.

БІОТЕХНОЛОГІЇ ОТРИМАННЯ АНТИОКСИДАНТІВ

А. В. Банк, *студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-31*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Біотехнології виготовлення антиоксидантів є інноваційними підходами до отримання цінних речовин з природних джерел. Антиоксиданти є важливими сполуками, які сприяють захисту клітин від пошкоджень, запобігають окисненню та сповільнюють процеси старіння [2].

Існує велика різноманітність антиоксидантів, які можуть бути природними або синтезованими сполуками. Ось деякі з найпоширеніших видів антиоксидантів:

Вітаміни, такі як вітамін С (аскорбінова кислота), вітамін Е (токоферол) і вітамін А (ретинол), є потужними антиоксидантами. Вони захищають клітини від пошкоджень вільними радикалами та допомагають підтримувати здоров'я шкіри, очей та імунної системи.

Флавоноїди включають (кверцетин, епікарсетин, рутин і катехіни) – це група рослинних сполук, які мають сильні антиоксидантні властивості. Вони зустрічаються в плодах, овочах, чаї, каві, какао, червоному вині та інших рослинних продуктах.

Каротиноїди – це природні пігменти, які надають рослинам жовтого, помаранчевого та червоного кольору. Деякі з них, такі як бета-каротин, лікопен і лютеїн, також є потужними антиоксидантами. Вони знаходяться в фруктах, овочах, зеленому листі та інших рослинних джерелах.

Поліфеноли (резвератрол, кверцетин, епікатекін та катехіни, мають сильні антиоксидантні властивості) – це група сполук, які зустрічаються в широкому спектрі рослин. Вони включаються до складу чаю, кави, какао, фруктів, овочів, горіхів та інших продуктів.

Глютатіон є внутрішнім антиоксидантом, що виробляється в організмі. Він виконує важливу роль у захисті клітин від окислювальних стресів. Глютатіон міститься в ряді продуктів, включаючи бразильські горіхи, авокадо, спаржу, помідори та цитрусові фрукти.

Селен – це мікроелемент, який входить до складу ферменту глютатіонпероксидази, що є потужним антиоксидантом. Він знаходиться в рибі, морепродуктах, м'ясі, яйцях, горіхах та інших продуктах [3].

Для отримання антиоксидантів застосовуються різні біотехнологічні методи, включаючи:

Біосинтез – це процес, при якому організми, такі як бактерії або гриби, виробляють антиоксиданти внутрішньоклітинними біологічними шляхами. Цей метод використовує генетично модифіковані мікроорганізми для виробництва великих кількостей антиоксидантів шляхом стимулювання внутрішніх метаболічних процесів.

Метаболічна інженерія використовується для оптимізації метаболічних шляхів у організмах з метою підвищення виробництва антиоксидантів. Це може включати модифікацію ферментативних шляхів, регуляцію експресії генів або оптимізацію умов культивування.

Нанотехнології використовуються для поліпшення стабільності та доставки антиоксидантів. Вони можуть включати наночастинки, нанокапсули та інші наноматеріали, які забезпечують ефективну доставку антиоксидантів у організм.

Сучасні дослідження і розвиток біотехнологій призвели до виявлення і розробки нових антиоксидантів з високою ефективністю та широким спектром застосування. Наведемо декілька сучасних антиоксидантів, які заслуговують уваги: коензим Q10, резвератрол, астаксантин, пектини, екстракт зеленого чаю, куркумін.

Це лише кілька прикладів сучасних антиоксидантів, які вивчаються та використовуються в додатках до харчування, косметиці та фармацевтиці. Важливо пам'ятати, що ефективність та безпека антиоксидантів можуть варіюватись в залежності від дози, поєднання з іншими сполуками та індивідуальних особливостей кожної людини. Рекомендується консультуватися з фахівцем перед початком прийому будь-яких нових добавок до харчування або лікарських препаратів [1].

Біотехнології отримання антиоксидантів дозволяють покращити ефективність, якість та стабільність цих корисних сполук. Вони також можуть допомогти збільшити виробництво антиоксидантів та зменшити залежність від природних джерел. Застосування цих технологій може сприяти розширенню використання антиоксидантів у харчовій промисловості та фармацевтиці для поліпшення здоров'я та добробуту людей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Курта С. А. Біотехнології харчових продуктів. Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника. – Івано-Франківськ, Супрун В. П., 2020. –310 с.
2. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія: підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.
3. Hartwell L., Hood L., Goldberg M. et al. Genetics: from genes to genomes. – McGraw Hill : Higher education. New York. 2004. – 880 p.

КРИТЕРІЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА СПОСОБИ ФАЛЬСИФІКАЦІЇ ЦУКРОВОЇ КУКУРУДЗИ

***М. С. Горбачов**, студент спеціальності 076 освітня програма «Товарознавство та експертиза в митній справі», група ТЕМСм-11*
***Н. О. Офіленко**, канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Критерії ідентифікації визначають методи ідентифікації, тому дуже важливим є їх правильний вибір. Загалом, критерії ідентифікації поділяють на критерії синтезу і критерії аналізу. Критеріями синтезу називають такі критерії, які призначені для побудови на їх основі алгоритмів визначення структури моделі, настроювання параметрів цієї моделі або їх оцінювання. Критерії аналізу – це критерії, призначені для перевірки результатів, отриманих на основі застосування критеріїв синтезу, та встановлення відповідності між моделлю та об'єктом [1].

Для конкретних товарів під критеріями ідентифікації розуміють характеристики товарів, які дозволяють ототожнювати назву наданого товару з назвою, що вказана на маркуванні, а також з вимогами, що встановлюються нормативними документами. Для цілей ідентифікації придатні як критерії лише органо-

лептичні так і фізико-хімічні показники, що характеризують власне споживні властивості товару.

До органолептичних характеристик в першу чергу належать зовнішній вигляд, смак, запах, консистенція. Саме із зовнішнього вигляду починається ідентифікація абсолютної більшості об'єктів. Виявлення невідповідності у зовнішньому вигляді часто робить непотрібним застосування інших критеріїв ідентифікації. Проте цей критерій відзначається недостатньою надійністю, оскільки фальсифікація кукурудзи в першу чергу вимагає підробити саме зовнішні ознаки об'єкта. Органолептичні показник для цілей ідентифікації є найбільш доступними, простими у застосуванні, проте недостатньо надійними.

Підбір критеріїв ідентифікації за згаданими вимогами часто є можливим тільки у випадку, коли ідентифікація має характер комплексної оцінки, що не завжди враховується в офіційних документах. У чинних стандартах та технічних умовах критерії ідентифікації взагалі відсутні. Органолептичні ж і фізико-хімічні показники, не завжди однозначно здатні ідентифікувати продукцію.

При проведенні ідентифікації кукурудзи користуються інформацією, яка вказана в пакеті супровідних документів (вид товару, сорт, номер), далі звіряють інформацію, яка вказана на маркуванні, після чого перевіряємо сам товар за окремими характеристиками [2].

Ідентифікацію якості здійснюють за стандартними показниками. При проведенні ідентифікації кількості і маси кукурудзи в упакуванні перевірять інформацію в супровідних документах, на маркуванні і в стандартах при наявності допустимих відхилень від норм стандарту.

Фальсифікація – це сукупність дій, скерованих на введення отримувача чи споживача продукції в оману шляхом підроблювання об'єкта купівлі-продажу з корисливою метою. Фальсифікація кукурудзи здійснюється шляхом надання їм окремих найбільш типових ознак, зокрема, зовнішнього вигляду при загальному погіршенні чи повній втраті інших найбільш вагомих властивостей – харчової цінності, безпеки споживання тощо. Поняття «фальсифікація товару» слід відрізняти від такого поняття, як «дефектні товари». Це особливо важливо, оскільки і замінники і дефектні товари широко використовуються з метою фальсифікації, при цьому споживачу навмисно надається

апріорно неправдива інформація. Об'єкти фальсифікації товарів розглядаються як об'єкти ідентифікації, оскільки фальсифікація – це один із двох можливих результатів ідентифікації. Під час фальсифікації підроблюються одна чи декілька характеристик товару, що дозволяє виділити за цією ознакою декілька видів фальсифікації: асортиментну, якісну, кількісну, вартісну, інформаційну.

Зернові культури піддаються таким видам фальсифікації як інформаційна – введення споживача в оману за допомогою неточної або спотвореної інформації по товару; вартісна – введення споживача в оману шляхом реалізації низькоякісних товарів за цінами високоякісних або товарів менших розмірних характеристик за цінами товарів з більшими розмірними характеристиками; кількісна – введення споживача в оману шляхом значних відхилень параметрів товару (маси, об'єму, довжини тощо), що перевищують допустимі норми; асортиментна – підроблення, що здійснюється шляхом повної чи часткової заміни товару одного виду чи назви товаром іншого виду чи назви із збереженням подібності однієї чи декількох ознак.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ткаченко А. С. Управління безпечністю харчової продукції : навч.-метод. посіб. / А. С. Ткаченко, О. О. Горячова. – Полтава : ПУЕТ, 2021.
2. Титаренко Л. Д., Павлова В. А., Малигіна В. Д. Ідентифікація та фальсифікація продовольчих товарів : навч. посіб. – Київ : Центр навч. лі-ри. 2020. – 192 с.

АНАЛІЗ ЕКСПЕРТНИХ ПОСЛУГ, ЩО НАДАЮТЬСЯ ТОРГОВО-ПРОМИСЛОВИМИ ПАЛАТАМИ

***В. В. Гур'янова**, здобувачка вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Експертиза та митна справа», група ЕМСб-21*

***О. В. Кириченко**, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Товарознавча експертиза об'єднує в собі:

- незалежне дослідження;
- продукцію, товар, послугу;

– компетентного фахівця-експерта;
– спірну ситуацію, проблемне питання;
– достовірний висновок, відповідь на питання.

Для аналізу послуг з експертизи використали сайти Торгово-промислової палати України та регіональних торгово-промислових палат (ТПП) [1]. Усі ТПП України надають експертні послуги, часто відділи експертизи об'єднані з відділами сертифікації, штрихового кодування, зовнішньоекономічної діяльності. Основним експертним напрямом є товарознавча експертиза, Львівська та Одеська ТПП також послуговуються терміном «товарна експертиза», Харківська ТПП – «незалежна експертиза». Характеристика «незалежна» зустрічається разом з назвою експертизи, що підсилює один із принципів експертної діяльності. Класичними є експертизи кількості (комплектності), якості (з можливістю відбору зразків для лабораторних досліджень), визначення причин наявності різного походження дефектів, відповідності паковання та маркування тощо.

У рамках товарознавчих експертиз, крім загальних видів експертиз, деякі ТПП декларують інформацію про можливість проведення нових видів. За своєю суттю ці види не є новими, більш коректно буде назвати їх розширеним варіантом формулювання назви експертної послуги, наприклад, «участь експертів у відвантаженні товарів за кордон з видачею акту й пломбуванням транспортних засобів» [2].

Також пропонується деталізація експертиз: вказано конкретні групи товарів; їх пакування та транспортування; методи вимірювання кількості (об'ємно-масовий, визначення маси брутто, тари, нетто, перерахунок, заміри); технічні засоби (метрштоки, ареометри, пробовідбірники). Вінницька ТПП на рівні з товарознавчими і судовими експертизами пропонує послуги Служби старших експертів – консультації німецьких експертів, які досягли пенсійного віку [3].

Експертиза з визначення вартості товарів зазначається або у рамках товарознавчої експертизи, або взагалі як окремий вид діяльності (оцінка рухомого і нерухомого майна, майнових і немайнових прав та бізнесу). Більшість ТПП мають у переліку послуг визначення розміру завданого збитку, встановлення факту пошкодження рухомого майна. Проведення експертизи походження товарів є обов'язковою діяльністю під час видачі різноманітних сертифікатів походження.

Житомирська ТПП виділяє широкий вибір завдань, що стосуються експертизи автотранспорту (ринкова вартість, матеріальні збитки, комплектність, рік виготовлення, придатність до подальшої експлуатації, характеристики основних вузлів, встановлення факту проведення ремонтно-відновлювальних робіт тощо) [2].

Експертизу в сфері експортного контролю надають Вінницька, Миколаївська, Одеська ТПП. Миколаївська й Одеська ТПП здійснюють контроль кількості вантажу за осадкою морських і річкових суден (сюрвеєрські послуги). ТПП пропонують визначення кодів товарів відповідно до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності, однак варто пам'ятати, що результати такої експертизи є лише довідковими.

Запорізька ТПП умовно поділяє послуги залежно від замовників та обставин виникнення потреби проведення експертизи. Так, серед запропонованих є:

- послуги для імпортерів;
- контроль обладнання;
- експертиза при митному оформленні;
- послуги для експортерів та товаровиробників;
- вхідний контроль;
- технологічна експертиза;
- передвідвантажувальний контроль [4].

ТПП також надають послуги з судових експертиз за такими видами: економічна; будівельно-технічна; автотоварознавча; товарознавча; земельно-технічна; об'єктів інтелектуальної власності.

Отже, спектр послуг з експертизи досить широкий. Окрім спільних для всіх ТПП видів експертиз, є певні варіації, що залежать від області, запитів замовників та споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сайт торгово-промислової палати України. URL: https://ucci.org.ua/.
2. Товарні експертизи. Житомирська торгово-промислова палата. URL: http://www.zhcci.org.ua/index.php/ua/napryamki-diyalnosti-5/tovarni-ekspertizi.
3. Послуги. Експертиза. Вінницька торгово-промислова палата. URL: https://cci.vn.ua/category/services/ekspertyza/.
4. Товарознавча експертиза. Запорізька ТПП. URL: https://www.cci.zp.ua/tovaroznavcha-ekspertyza/.

ОСОБЛИВОСТІ ОТРИМАННЯ ОРГАНІЧНОГО КОКОСОВОГО МОЛОКА МЕТОДАМИ БІОТЕХНОЛОГІЇ

А. О. Деменчук, *студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-21*
Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Харчова промисловість постійно шукає нові інноваційні способи виробництва здорових і екологічно чистих продуктів. Одним із недавніх досягнень є біотехнологія отримання органічного кокосового молока. Цей напій не тільки додає смаку та розмаїття до нашого раціону, але й має безліч корисних властивостей, які сприяють здоров'ю та добробуту. У цій статті ми розглянемо процес виробництва органічного кокосового молока за допомогою біотехнологій і переваг, які він надає.

Органічне кокосове молоко отримується зі зрілих кокосових горіхів і є популярним безлактозним альтернативним напоєм до традиційного молока. Воно багате на жири, білки, вуглеводи, вітаміни та мінерали, такі як залізо, кальцій, магній та калій. Крім того, кокосове молоко містить також фітохімікали, які мають антибактеріальні, протизапальні та антивірусні властивості. Воно також багате на антиоксиданти, які допомагають боротися зі стресом та підвищують імунітет [3].

Процес отримання органічного кокосового молока за допомогою біотехнологій:

Відбір кокосових горіхів – спеціалісти відбирають зріли кокосових горіхів з органічних рослин. Важливо, щоб горіхи були належно дозрілими, оскільки це впливає на якість та смак кокосового молока.

Отримання м'якоті кокосового горіха – Після відбору горіхів вони відкриваються, а м'ясо горіха виділяється. Відділене м'ясо миють та очищають від зовнішніх шарів.

Механічне подрібнення – очищене м'ясо кокосового горіха механічно подрібнюють для отримання пюре.

Екстракція соку: з отриманого пюре виробляють сік. Цей сік містить усі корисні компоненти кокосового молока, такі як жири, білки та вітаміни.

Фільтрація та пастеризація – сік піддається фільтрації для видалення волокон та інших твердих частинок. Після цього його пастеризують, щоб знищити шкідливі мікроорганізми та зберегти тривалість зберігання продукту.

Упаковка та розлив – остаточний продукт, що упаковується в пляшки або пакети для зберігання та розливу на ринку [1].

Переваги біотехнологій у виробництві органічного кокосового молока:

Підвищена ефективність виробництва – використання автоматизованих систем та механізмів контролю дозволяє зменшити його втрату сировини, оптимізувати час та ресурси, що призвело до збільшення виробництва та підвищення стабільності.

Гарантія безпеки продукту – біотехнології повинні забезпечити високий рівень безпеки продукту. Процеси пастеризації та фільтрації, які використовують при виробництві органічного кокосового молока, допомагають знищити бактеріальні бактерії та забруднення, що гарантує безпеку для споживачів.

Стійкість постачання – застосування сучасних методів вирощування кокосових горіхів, в тому числі гідропоніки та контрольованого вирощування, забезпечують стійке виробництво кокосів, що своєю чергою забезпечує стабільність постачання молока.

Підтримка сталого розвитку – біотехнології виробництва органічного кокосового молока сприяють сталому розвитку. Вони допомагають зменшити використання хімічних добрив та пестицидів, а також покращують управління водними ресурсами. Це сприяє збереженню навколишнього середовища та збалансованому використанню ресурсів [2].

Біотехнології отримання органічного кокосового молока відкривають нові можливості для харчової промисловості. Вони не зможуть отримати високу якість продукту при збереженні всіх корисних властивостей кокосового молока. Переваги біотехнологій у виробництві органічного кокосового молока включають підвищену ефективність виробництва, гарантовану безпеку продукту, стале постачання та підтримку сталого розвитку. Завдяки цим перевагам, органічне кокосове молоко стає популярним вибором для споживачів, які цінують здоровий спосіб життя та екологічну чистоту продукту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біотехнологія : навч. посіб. / О. О. Воронкова та ін. – Дніпро : Ліра, 2018. – Т. 1. – 200 с.
2. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.
3. Nicholl D. An introduction to genetic engineering / Second edition. – Cambridge University press. 2002. – 292 p.

ФІЗИКО-ХІМІЧНІ ПАРАМЕТРИ МОРОЗИВА: ВПЛИВ НА ЯКІСТЬ ТА КОНСИСТЕНЦІЮ

К. Ю. Коценко, *студент спеціальності Харчові технології та інженерія, групи ХТІ б-11*
Н. В. Гнітій, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Морозиво є одним з найпопулярніших десертів у світі, завдяки своїй неповторній текстурі та смаковим властивостям. Однак, якість морозива значною мірою залежить від різноманітних фізико-хімічних параметрів, які визначають його консистенцію, структуру та смакові якості.

Фізико-хімічні параметри морозива:

1. Склад інгредієнтів: основними складовими морозива є молоко, цукор, жир, яйця та інші добавки.. Відповідне співвідношення цих компонентів впливає на структуру та консистенцію морозива. Наприклад, більша кількість жиру забезпечує більш кремову текстуру, тоді як високий вміст цукру може призвести до більшої м’якості.

2. Температура заморожування: процес заморожування має велике значення для формування структури морозива. Низька температура заморожування сприяє утворенню дрібних кристалів льоду, що робить морозиво більш кремовим та гладким. На відміну від цього, швидке заморожування призводить до утворення більших кристалів, що може спричинити густіше морозиво.

3. Процес та технологія виробництва: спосіб, яким виготовляється морозиво, також впливає на його якість. Наприклад, процес перемішування повітря (або аерація) може впливати на текстуру морозива, забезпечуючи більшу легкість та м’якість.

Різні комбінації фізико-хімічних параметрів можуть призводити до отримання морозива з різною якістю та текстурою. Наприклад, морозиво з високим вмістом жиру та низькою температурою заморожування може мати більш кремову консистенцію та багатий смак, в той час як морозиво з низьким вмістом жиру та високою повітряністю може бути менш насиченим та легшим.

Проте, важливо пам'ятати, що існує можливість фальсифікації морозива шляхом зміни параметрів без відповідного контролю якості. Наприклад, додавання штучних ароматизаторів чи барвників може створювати ілюзію насиченості смаку або кольору без належної якості продукту. Також, підвищення повітряності без відповідного збільшення кількості складових може призводити до зменшення вартості продукту за рахунок погіршення його якості.

Отже, важливо забезпечити належний контроль якості та дотримання відповідних стандартів виробництва для забезпечення високої якості морозива.

Висновок: фізико-хімічні параметри, такі як склад інгредієнтів, температура заморожування та процес виробництва, мають великий вплив на якість та консистенцію морозива. Розуміння цих параметрів дозволяє виробникам створювати морозиво з різноманітними смаковими та текстурними характеристиками, задовольняючи вимоги споживачів. Дослідження цих параметрів важливо для подальшого вдосконалення виробництва морозива та задоволення попиту на цей популярний десерт.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вежлівцева С. П. Аналіз якості морозива пломбір на споживчому ринку України / С. П. Вежлівцева, О. П. Ряба // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2019. – № 1 (63), т. 3. – С. 7–10.
2. Укрмолпром [Електронний ресурс]. URL: https://ukrmolprom.kiev.ua/.
3. Котехова О. Прилавки українських магазинів заповнені неякісним морозивом [Електронний ресурс] / О. Котехова // Експерт. 2015. – № 3. URL: https://glavcom.ua/news/prilavki-ukrajinskih-magazinivzapovnenineyakisnim-morozivom-422428.html.
4. Goff H. D. Ice Cream / H. D. Goff, R. W. Hartel. – N. Y. : Springer, 2013. – 455 с.

ТЕНДЕНЦІЇ В ДОСЛІДЖЕННІ ОБІГУ КОНТРАФАКТНИХ ТОВАРІВ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

Ю. І. Мисько, *здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля, гр. 23-0434-302*
Д. І. Сапожник, *канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якості – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Контрафакція та порушення авторських прав досягли неприпустимих пропорцій у світі. Суспільство занепокоєне наслідками, які можуть бути спричинені підробкою фармацевтичних та інших продуктів, що становлять загрозу здоров'ю та безпеці людей. Економічний і соціальний добробут кожної країни перебуває під загрозою [1]. Розвиток кримінальної індустрії змінив бачення суспільством цієї загрози, зміцнивши роль світових митних служб у боротьбі з цим злочином XXI ст.

У міжнародній системі кожен економічний агент повинен усвідомлювати відповідальність і активно долучатися до боротьби з цією імперією шахрайства, ілюзії та обману, що піддає ризику життя всіх людей. Першочерговим завданням є попередження злочинних дій шахраїв і підвищення обізнаності споживача. Проблема стосується кожного.

У зв'язку з цим з метою інформування споживача і підвищення його обізнаності Всесвітня митна організація (ВМО) ще в 2006 р. провела перший аналіз конфіскацій контрафактної продукції у світовому масштабі. Аналіз ґрунтується на співпраці понад 50 країн-членів ВМО. Для цілей цього аналізу взято до уваги інформацію тільки про конфіскації, проведені митними службами або спільними об'єднаннями митниця/поліція або митниця/жандармерія під час імпорту або експорту, або транзиту в комерційному секторі, а також у зв'язку з розслідуваннями у справах проти організованої злочинності. Відправними пунктами та умовами, прийнятими ВМО для уніфікації аналізу були [2]:

− конфіскація принаймні 50 виробів одного й того самого типу, а вартість конфіскованих товарів мала становити не менше €10 тис. (ґрунтуючись на вартості оригінальних продуктів);

– застосування середніх значень вартості, оскільки з різних причин (відсутність даних, не проведено оцінювання або доступна тільки вартість перепродажу) жодна з країн не змогла надати відомості про вартість конфіскованих товарів.

Під час аналізу наявної інформації також приділялася увага факторам, які надалі можна вважати показниками ризику в боротьбі митних служб світу з поширенням контрафактної продукції. Такими факторами виступали країна походження/відправлення та країна призначення конфіскованих товарів, кількість здійснених вилучень у тій чи іншій країні, кількість конфіскованих товарів за секторами виробництва, вартість конфіскованих товарів, а також, у деяких випадках, способи транспортування та приховування контрафактної продукції, маршрути переміщення товарів, умови їхнього вилучення (облави на вуличних ринках, транзит, огляди багажу та транспорту). Це дало змогу оцінити вартість контрафактних продуктів по кожному з аналізованих секторів.

Час, коли контрафакція була пов'язана виключно з предметами розкоші, високою модою, високоякісними товарами зі шкіри та дорогими годинниками, залишився в минулому. Звичайно, ця продукція все ще підробляється, і престиж брендів пояснює, чому контрафакція історично має коріння в секторі моди і чому вона зберігається в цьому секторі донині. Однак контрафакція більше не обмежена тільки цими продуктами. За кілька років, унаслідок глобалізації торгівлі, сфера контрафактних продуктів значно розширилася, і наразі контрафакція присутня в усіх типах споживчих продуктів без винятків: харчові продукти, фармацевтична продукція, авіа- та автомобільні запасні частини, парфумерія та косметика, ігри та іграшки. Внаслідок поширення контрафакції, включно з товарами повсякденного попиту, вона стає викликом і створює серйозну загрозу здоров'ю та безпеці кожної людини. Саме з цієї точки зору та з метою захисту споживача слід розглядати явище контрафакції в різних секторах товарного виробництва.

У підсумку зазначимо, що розглянуті тенденції є важливими для розв'язання двох принципових для боротьби з розповсюдженням контрафактної продукції завдань:

– пошуку шляхів оптимізації заходів, які вживають країни;

– інформування зацікавлених сторін про ситуацію, що склалася.

Оскільки процедури конфіскації контрафактної продукції митними службами – це тільки верхівка айсберга, використовуючи її глобально, можливо посилити заходи в боротьбі зі зростаючою загрозою поширення контрафактних товарів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Коротун О. М. Інтелектуальне піратство: загальнотеоретичні аспекти порушень інтелектуальної власності в мережі інтернет. *Науковий вісник публічного та приватного права*. 2019. Вип. 4, Т. 2. С. 82–86. DOI: https://doi.org/10.32844/2618-1258.2019.4-2.16.
2. Review of the fight against counterfeiting in 2004. *World Customs Organization*. 2006. P. 6. URL: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2007/01/article_0002.html.

ОЦІНКА ЯКОСТІ ОРГАНІЧНОГО МОРОЗИВА

***Н. В. Островерха**, студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-31*
***Л. В. Флока**, канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Морозиво залишається одним з найулюбленіших продуктів, особливо в літній період, і має стабільний попит серед споживачів. Постійний пошук та використання різноманітних добавок і наповнювачів має сприяти підвищенню якості та цінності морозива, а також розширенню та вдосконаленню асортименту. Високі споживчі характеристики продукту сприяють його постійному попиту[3].

Сьогодні морозиво стало популярним продуктом, який споживають люди з різних верств населення. Виробництво морозива є відносно новою галуззю харчової промисловості, хоча історія технології заморожених десертів, від традиційного морозива до сучасних видів, налічує тисячоліття. Морозиво являє собою заморожений десертний продукт, який зазвичай виготовляють із молока, вершків, масла і цукру, з додаванням ароматизаторів і смакових добавок. Його виробництво потребує дотримання належних санітарних умов. Під час виробництва морозива, крім забезпечення відповідного температурного режиму, важливо дотримуватись високих стандартів санітарного облаштування підприємства, гігієнічно-технічного режиму та автома-

тизації виробничих процесів, а також ретельно очищувати обладнання та тару [1].

Методи біотехнології дозволяють виробляти органічне морозиво з використанням натуральних інгредієнтів, таких як органічне молоко, вершки, цукор та інші продукти без використання синтетичних добавок.

Біотехнології дозволяють контролювати процес ферментації, щоб досягти оптимального результату через те, що, ферментація використовується для підсилення смакових якостей та поліпшення текстури морозива [2].

Для дослідження було обрано органічне морозиво вітчизняного і закордонного виробництва. Першим зразком було обрано органічне морозиво «Ескімос-Органік», ТМ «Рудь», виробництва АТ «Житомирського маслозаводу». Другим зразком стало органічне морозиво закордонного виробництва «Vanilla Bean Sqround» зі смаком ванілі ТМ «Alden's Organic» (США). Варто зазначити, що зразок органічного морозива, американського виробництва на своєму маркуванні мав наступні позначки: без кукурудзяного сиропу з високим вмістом фруктози; без штучних підсолоджувачів; без штучних ароматизаторів; без штучних барвників; без ГМО; без карагенану; без антибіотиків.

Якість обраних зразків морозива досліджувалася відповідно до вимог чинного стандарту ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір. Загальні технічні умови» із визначенням органолептичних і фізико-хімічних показників якості. Із органолептичних показників визначали: зовнішній вигляд, структуру та консистенцію, колір, смак та запах; із фізико-хімічних показників: масова частка сухих речовин, кислотність та масова частка жиру. Дослідження проводилися загальноприйнятними методиками, що описуються в стандарті на морозиво.

Результати дослідження органолептичних показників морозива ТМ «Alden's Organic» показали, що консистенція однорідна, щільна, колір білий та рівномірний, присутня ледь помітна сніжистіть, смак і запах ванільний чистий, без сторонніх присмаків і запахів. Морозиво швидко тануло, що є доводило його органічне походження. Встановлені органічні показники якості морозива «Ескімос-Organic» ТМ «Рудь» показали, що консистенція морозива є щільною та однорідною, колір білий рівномірний, без сторонніх включень, смак і запах властиві, приємні, без сторонніх, на морозиві присутня невелика кількість

сніжистості. Морозиво також швидко тануло, що свідчило про органічні інгредієнти в його складі.

Отримані результати фізико-хімічних досліджень показали, що масова частка сухих речовин, кислотність та масова частка жиру були в межах норми стандарту ДСТУ 4733:200.

Отже, методи сучасної біотехнології дозволяють виробляти органічне морозиво з використанням найсучасніших технологій, забезпечуючи при цьому його якість та безпеку для споживача. Досліджувані зразки органічного морозива відповідають вимогам стандарту ДСТУ 4733:2007 «Морозиво молочне, вершкове, пломбір. Загальні технічні умови» за органолептичними та фізико-хімічними показниками і є якісними.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бірта Г. О., Бургу Ю. Г., Флока Л. В., Горячова О. О., Ткаченко А. С. Еко та ГМО-продукти : навч. посіб., 2020. – 265 с.
2. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.
3. Ghaderi S., Tehrani M. & Hesarinejad M. (2021). Qualitative analysis of the structural, thermal and rheological proper ties of a plant ice-cream bas ed on soy and sesame milks. Food Science & Nutrition, 9(3), 1289–1298.

БІОТЕХНОЛОГІЇ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ЙОГУРТІВ

***І. О. Педюра**, студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-41*

***Л. В. Флока**, канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Біотехнології відіграють ключову роль у виробництві йогуртів, забезпечуючи якість, стабільність та різноманітність цього популярного молочного продукту. Використання біотехнологій у виробництві йогуртів дозволяє досягти покращеної процесуальної ефективності, збільшити тривалість зберігання йогурту, покращити смак та текстуру продукту, а також розширити асортимент.

Йогурт – це молочний продукт, який отримують шляхом ферментації молока за допомогою спеціальних молочнокислих бактерій. В результаті ферментації лактоза (молочний цукор)

перетворюється на молочну кислоту, що дає йогурту його характерний кислий смак та текстуру.

Йогурт має багатий склад живильних речовин, таких як білки, вітаміни, мінерали та пробіотики. Він є джерелом кальцію, фосфору, вітаміну B_{12}, різних амінокислот та інших поживних речовин, які сприяють здоров'ю кісток, шкіри, імунної системи та шлунково-кишкового тракту [1].

Йогурт містить живі культури дружніх бактерій, які корисні для нашої кишкової флори. Ці пробіотики сприяють збереженню здорової рівноваги мікроорганізмів у кишківнику та підтримують його функцію.

Ферментація молока, що відбувається під час виробництва йогурту, робить його легше перетравлюваним порівняно з неживим молоком. Це дозволяє людям з непереносністю лактози краще терпіти йогурт.

Йогурт доступний у різних смаках та варіаціях. Він може бути природним, без додавання цукру або з різними солодкими ароматами та добавками, такими як фрукти, горіхи, мед або хрусткі топінги. Це робить його смачним і привабливим для споживачів.

Йогурт має низький вміст жирів і калорій, а також високий вміст білків. Це робить його популярним продуктом для людей, які дотримуються дієт з низьким вмістом жирів або хочуть зберігати здорову вагу. На основі йогурту можна виготовляти йогуртові напої, такі як йогурт з додаванням фруктових або сокових сумішей. Крім того, йогуртові закваски можуть бути використані для виготовлення домашнього йогурту з використанням спеціальних заквасок або збереження залишків йогурту для наступного використання [3].

Біотехнології, що використовуються при виробництві йогуртів:

Використання стартової культури – спеціальні бактеріальні культури, які відомі як стартові культури. Зазвичай це Lactobacillus bulgaricus та Streptococcus thermophilus. Ці культури додаються до молока і сприяють ферментації, що перетворює молоко в йогурт. Біотехнології дозволяють виробляти стабільні та високоякісні стартові культури, що гарантує однаковість продукту під час масового виробництва.

Пребіотики є недигестованими компонентами харчових продуктів, які сприяють росту корисних бактерій у кишківнику. Пробіотики, зі свого боку, є живими мікроорганізмами, які мають корисний вплив на організм. Виробництво йогурту може включати додавання пребіотиків та пробіотиків для поліпшення його корисних властивостей. Біотехнології дозволяють ефективно вирощувати та додавати пробіотичні культури до йогурту, забезпечуючи максимальну життєздатність та корисні властивості.

Біотехнології також використовуються для виробництва природних ароматизаторів та добавок, які додаються до йогурту для покращення смаку та аромату. Наприклад, застосування мікробних ферментів дозволяє виробляти фруктові ароматизатори та добавки без використання штучних ароматизаторів.

Виробництво нішевих йогуртів: за допомогою біотехнологій, виробництво йогуртів може бути розширене до створення нішевих продуктів, таких як йогурти з низьким вмістом лактози, безлактозні йогурти, йогурти для людей з особливими дієтами або певними харчовими вимогами. Це дозволяє виробникам задовольнити різноманітні потреби споживачів та розширити свій ринок [2].

Йогуртові продукти з додатковими перевагами: Біотехнології також використовуються для розробки йогуртових продуктів з додатковими перевагами для здоров'я, таких як йогурти з високим вмістом білка, йогурти з додатком вітамінів, йогурти з низьким вмістом цукру або йогурти зі збільшеною кількістю специфічних пробіотиків. Це дозволяє створювати йогуртові продукти, які задовольняють потреби різних груп споживачів і пропонують додаткові переваги для здоров'я.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.
2. Czempirkowa R. Psychrotrophicvs, total bacterial counts in bulk milk samples. Vet. Med. Czech. 2012. № 8. P. 46–51.
3. Pouch T., Trouve A. Deregulation and the crisis of dairy markets in Europe: facts for economic interpretation. Studies in Political Economy. 2018. Vol. 99 № 2. P. 194–212.

АДМІНІСТРАТИВНІ БАР'ЄРИ ПІД ЧАС ПРОХОДЖЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ТОВАРІВ, ЩО МІСТЯТЬ ОБ'ЄКТИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Н. О. Петрига, *здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля, гр. 23-0434-301*
Д. І. Сапожник, *канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, митної справи та управління якості – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Адміністративні процедури та операції в рамках митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, безумовно, мають певну специфіку [1]. Вона зумовлена двома факторами [2]:

− особливістю товару, що містить об'єкти інтелектуальної власності;

− наявністю додаткового учасника правовідносин (правовласника), інтереси якого мають бути забезпечені під час митного контролю.

Адміністративні бар'єри при проходженні митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, можна класифікувати за різними критеріями.

По-перше, це особа, для якої існує адміністративний бар'єр. Відповідно до цього критерію адміністративні бар'єри можна поділити на адміністративні бар'єри для правовласників, митних представників, декларантів, уповноважених економічних операторів, фізичних осіб, які переміщують товари через митний кордон, тощо.

По-друге, адміністративні бар'єри можуть різнитися залежно від свого змісту. Слід виокремити тимчасові (наприклад, строк призупинення митними органами випуску товарів, що мають ознаки контрафактних), фінансові або матеріальні (страхування ризику відповідальності за заподіяння шкоди при внесенні об'єкта інтелектуальної власності в митний реєстр об'єктів інтелектуальної власності), організаційні (вимога додаткових документів під час митного контролю) та інші бар'єри при проходженні митного контролю.

По-третє, адміністративні бар'єри при проходженні митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності,

можна поділити залежно від адміністративної процедури або операції, яка є надлишковою. Так, можна виокремити адміністративні процедури митного декларування товарів (які, своєю чергою, підрозділяються на декларування під час експорту, випуску для внутрішнього споживання та ін.); внесення об'єкта інтелектуальної власності до митного реєстру об'єктів інтелектуальної власності ДМС України для правовласників; призупинення випуску товарів, які володіють ознаками контрафактних; митної перевірки та інших форм митного контролю і т. д. Відповідно, способи подолання (скорочення) адміністративних бар'єрів також вирізнятимуться розмаїтістю з урахуванням осіб, щодо яких адміністративна процедура або її умова виступає адміністративним бар'єром, змісту адміністративного бар'єру, конкретної адміністративної процедури (операції), визнаної надлишковою.

З метою скорочення адміністративних бар'єрів в зовнішньоекономічній діяльності з об'єктами, які містять елементи інтелектуальної власності можливе застосування таких заходів:

1) моніторинг адміністративних бар'єрів, що виникають у процесі здійснення підприємницької діяльності;
2) ідентифікація та виявлення пріоритетних проблем;
3) пошук і формулювання рішень пріоритетних проблем;
4) удосконалення чинного законодавства, спрямованого на вирішення пріоритетних проблем;
5) розвиток інституту саморегулювання;
6) встановлення персональної відповідальності державних і муніципальних службовців за порушення, допущені під час контрольних і наглядових заходів.

Усі перелічені вище способи подолання (скорочення) адміністративних бар'єрів під час проходження митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, взаємопов'язані та взаємообумовлені. Тенденція спрощення та прискорення митних операцій у розвитку митного законодавства останніх десятиліть виражається у скороченні адміністративних бар'єрів під час проходження митного контролю загалом і митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, зокрема. Розвиток тенденції до подолання адміністративних бар'єрів під час проходження митного контролю товарів, що містять об'єкти інтелектуальної власності, дасть змогу повною мірою забезпечити права та інтереси правовласників, бізне-

су, споживачів продукції, а також держави як регулятора відносин у сфері створення та використання інтелектуальних прав.

А як один із способів зняття зайвих адміністративних бар'єрів упродовж тривалого часу розглядають розвиток і впровадження механізмів саморегулювання підприємницької та професійної діяльності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Приходько І. В. Нетарифні перешкоди у міжнародній економічній інтеграції. *Економічний аналіз*. 2015. Т. 20. С. 170–175.
2. Мельник Т. М., Пугачевська К. С. Нетарифний протекціонізм у країнах ЄС та Україні. *Бізнес-інформ*. 2014. № 1. С. 20–28.

ОСОБЛИВОСТІ МИТНОГО ОФОРМЛЕННЯ МІЖНАРОДНИХ ПОШТОВИХ ТА ЕКСПРЕС-ВІДПРАВЛЕНЬ

***П. І. Попов**, здобувач вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Експертиза та митна справа», група ЕМСб-11*
***О. В. Кириченко**, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Митні процедури щодо митного контролю та митного оформлення товарів, що перетинають митний кордон України в міжнародних поштових та експрес-відправленнях здійснюються відповідно до національного законодавства, а також з урахуванням міжнародних правових стандартів [1]. Згідно з Митним кодексом України [2] міжнародні поштові відправлення (МПВ) – це «упаковані та оформлені відповідно до вимог актів Всесвітнього поштового союзу та Правил надання послуг поштового зв'язку листи, поштові картки, бандеролі, спеціальні мішки з позначкою «М», дрібні пакети, відправлення з оголошеною цінністю, поштові посилки, згруповані поштові відправлення з позначкою «Консигнація», відправлення міжнародної прискореної пошти «EMS», які приймаються для пересилання за межі України, доставляються в Україну або переміщуються через територію України транзитом операторами поштового зв'язку», а міжнародні експрес-відправлення (МЕВ) – «належним чином упаковані міжнародні відправлення з документами чи товарним

вкладенням, які приймаються, обробляються, перевозяться будь-яким видом транспорту за міжнародним транспортним документом з метою доставки одержувачу прискореним способом у визначений строк».

У табл. 1 продемонстровано спільні та відмінні ознаки двох типів відправлень, що дозволяє порівняти їх за певними ознаками.

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика МПВ та МЕВ

Ознака порівняння	МПВ	МЕВ
Суб'єкт, що здійснює переміщення	Оператори поштового зв'язку	Експрес-перевізники чи їх повірені
Ставка ввізного мита	10 %	
Ставка ПДВ	20 %	
База оподаткування	Фактурна вартість, що перевищує еквівалент 150 євро, але не перевищує еквівалент 10 000 євро	
Форма декларування та документи, що подаються	Усне на підставі товаросупровідних документів; письмове, шляхом заповнення митної декларації CN22 чи CN23; подання реєстрів міжнародних поштових відправлень	Письмове, оформлення на кожне окреме МЕВ міжнародного транспортного документа; митна декларація за формою ЄАД для внутрішнього транзиту між ЦСС і РСС

Під час експорту МПВ і МЕВ товари підлягають митному оподаткуванню в країні призначення незалежно від виду відправлення. Часто для уникнення сплати митних платежів відправники оформлюють декілька послідовних відправлень за окремими документами, однак посадові особи митниці відслідковують такі операції та можуть вважати такі відправлення частиною комерційної партії і відповідно нараховувати мита як для комерційних вантажів. Визначаючи митну вартість варто враховувати такі комерційні терміни як FOB і CIF. Відповідно до першого, в основі митної вартості буде задекларована фактурна вартість без вартості додаткових витрат (наприклад, транспортування, страхування). На противагу першому другий термін уже враховує додаткові витрати, які додаються до фактурної вартості товару [3].

Поріг для безмитного ввезення відрізняється для різних країн. Так, для більшості європейських держав він становить 0 євро, тобто товари, які переміщують у МЕВ, у будь-якому випадку оподатковуються. У країнах Азії, Близького Сходу, Австралії коливається від 40 дол. США (В'єтнам) до 1 000 дол. США (Ізраїль). Серед країн Північної, Південної, Центральної Америки найбільший поріг для безмитного ввезення має США – близько 800 дол. США [3].

Отже, митне оформлення МПВ і МЕВ має свої особливості та передбачає ретельне вивчення нормативно-правових актів держав, що беруть участь у таких переміщеннях.

Список використаних інформаційних джерел

1. Корнійчук О. О. Здійснення митних процедур у сфері міжнародного поштового обміну: аналіз нормативно-правової бази. Сталий розвиток економіки, 3'2018 [40]. С. 37–44.
2. Митний кодекс України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text.
3. Митні ліміти різних країн для ввезення міжнародних експрес відправлень. URL: https://novaposhta.ua/international_delivery.

СУЧАСНЕ ВЧЕННЯ ПРО БІОСФЕРУ В. І. ВЕРНАДСЬКОГО

Д. В. Смірнов, *студент спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-11*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасне вчення про біосферу, яке було розроблене видатним українським вченим Володимиром Івановичем Вернадським, має величезний вплив на наше розуміння природних процесів, взаємодії живої та неживої природи та сталого розвитку. Вчення В. І. Вернадського вперше сформулювало поняття «біосфери» та вивчення біологічних та геохімічних процесів на Землі як єдиного, взаємопов'язаного системного явища.

В. І. Вернадський визначив біосферу як ту частину Землі, де здійснюється життя, включаючи гідрологічні, літосферні та атмосферні оболонки планети. Він побачив, що жива і нежива природа взаємодіють нерозривно, утворюючи складну систему.

Вернадський вважав, що людство повинно вивчати та розуміти цю взаємодію, щоб забезпечити сталий і гармонійний розвиток. Вернадський позиціонував біосферу як живу оболонку планети, де життя взаємодіє з неживою природою. Біосфера включає всі сфери Землі – атмосферу, гідросферу, літосферу – та формується через багатогранну взаємодію між ними [2].

Розглядав життя як основний фактор, що впливає на хімічний склад і колообіг елементів на Землі. Описував біогеохімічні цикли, як різні хімічні елементи, такі як карбон, азот, кисень, переходять між організмами, ґрунтом, водою та атмосферою.

Вернадський вважав, що діяльність людей має великий вплив на біосферу. Він вперше використав термін «ноосфера», щоб позначити сферу, де діяльність людей стає визначальним фактором впливу на навколишнє середовище. Підкреслював взаємозв'язок між людською діяльністю та біосферою. Він розумів, що розвиток людства потребує збалансованого підходу, що враховує природні обмеження та екологічні наслідки. Він закликав до глибокого розуміння та управління біосферними процесами з урахуванням їх впливу на майбутнє планети.

Сучасне вчення В. І. Вернадського про біосферу має велике значення в сучасному світі. Його ідеї стали фундаментальними для багатьох наукових дисциплін, таких як екологія, геологія, кліматологія, а також вплинули на розвиток сталої розвитку та екологічної політики.

Вчення В. І. Вернадського надало значний імпульс розвитку екологічної науки. Він допоміг визначити основні закономірності взаємодії між живою та неживою природою, а також з'ясувати роль біосфери в регулюванні клімату та водних ресурсів.

Вчення В. І. Вернадського було однією з підстав для розвитку досліджень глобальних змін клімату. Його ідеї про взаємодію між біосферою та атмосферою допомогли розуміти, як викиди газів в атмосферу впливають на клімат та зміни клімату [1].

Вчення В. І. Вернадського підкреслило важливість балансу між використанням природних ресурсів та їх збереженням для майбутніх поколінь. Це стало основою для розвитку концепції сталого розвитку, яка сприяє забезпеченню потреб сучасного суспільства без погіршення стану навколишнього середовища. Вчення також стало ключовим в питаннях екологічної безпеки. Розуміння взаємодії між живою та неживою природою допо-

магає прогнозувати можливі екологічні кризи та вживати заходів для їх запобігання.

Вчення В. І. Вернадського підкреслює важливість збереження різноманітності життя на Землі. Розуміння ролі біосфери в підтриманні біорізноманіття надає вагомі аргументи для охорони природних екосистем.

Ідеї В. І. Вернадського щодо взаємозв'язку між біосферою та неживою природою були важливі для розробки принципів глобального управління природними ресурсами. Вони вказують на необхідність урахування цього взаємозв'язку при прийнятті рішень щодо видобутку, використання та відновлення ресурсів [3].

Отже, сучасне вчення про біосферу В. І. Вернадського є основоположним в розумінні природних процесів нашої планети. Він підкреслив важливість вивчення та збереження біосфери як цілісної системи, де жива та нежива природа взаємодіють у взаємозв'язку. Вчення Вернадського продовжує впливати на розвиток наукових досліджень, екологічної політики та принципів сталого розвитку, нагадуючи нам про важливість збереження нашої планети для майбутніх поколінь.

Список використаних інформаційних джерел

1. Екологія : підручник для ВНЗ / за ред. О. Є. Пахомова. – Харків : «Фоліо», 2014. – 667 с.
2. Протасов О. О. Біогеоміка. Екосистеми світу в структурі біосфери / Інститут гідробіології НАН України. Київ : Академперіодика, 2017. – 382 с.
3. Raghavendra S. N. & Raghavarao K. S. M. S. (2010). Effect of different treatments for the destabilization of coconut milk emulsion. J. Food Eng. 97, 341–347.

БЕЗЛАКТОЗНЕ МОЛОКО: ШЛЯХ ДО ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ

М. В. Спасибожко, *студентка спеціальності Біотехнологія, групи БТ б-41*

Н. В. Гнітій, *старший викладач кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі здорове харчування стає все більшою пріоритетною задачею для багатьох людей. Одним з ключових аспектів здорового способу життя є врахування індивідуальних

потреб та обмежень у харчуванні. Для людей з непереносимістю лактози безлактозне молоко може стати важливим компонентом здорового раціону.

Користь безлактозного молока: безлактозне молоко є спеціально обробленою версією звичайного молока, з видаленням або зниженням рівня лактози – цукру, який може бути важко засвоювати для людей з непереносимістю лактози. Ось декілька плюсів та бонусів безлактозного молока:

1. Підтримка здоров'я травної системи: для людей з непереносимістю лактози споживання звичайного молока може призводити до різноманітних травних проблем, таких як відчуття здуття, болючі відчуття в животі та інші. Заміна звичайного молока на безлактозне може допомогти уникнути цих проблем та підтримати здоров'я травної системи.

2. Забезпечення необхідних поживних речовин: безлактозне молоко зазвичай має такі ж корисні поживні речовини, як і звичайне молоко, такі як білки, вітаміни та мінерали. Таким чином, воно може бути важливим джерелом кальцію, вітаміну D та інших важливих елементів харчування.

3. Різноманітність в харчуванні: безлактозне молоко відкриває широкі можливості для різноманіття у харчуванні для людей з непереносимістю лактози. Воно може використовуватися у приготуванні каш, коктейлів, супів та інших страв, що розширює раціон та дозволяє людям з цією проблемою насолоджуватися різноманіттям страв.

В Україні ринок безлактозного молока постійно зростає, відповідаючи попиту споживачів на здорові альтернативи. Багато молочних компаній випускають спеціальні безлактозні версії своїх продуктів, включаючи молоко, йогурт та сир. Це створює більше можливостей для людей з непереносимістю лактози знаходити відповідні продукти у магазинах та магазинах здорової їжі.

Висновок. Безлактозне молоко може бути важливим компонентом здорового харчування для людей з непереносимістю лактози. Воно забезпечує необхідні поживні речовини, підтримує здоров'я травної системи та дозволяє насолоджуватися різноманіттям страв. Зростання ринку безлактозного молока в Україні свідчить про зростаючий інтерес споживачів до здорових харчових звичок та альтернативних продуктів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Дієтологія у термінах, схемах, таблицях, тестах : навч. посіб. / М. П. Гребняк та ін. ; рец. : М. В. Погорєлов, В. В. Бабієнко. – Дніпро : Акцент ПП, 2018. – 248 с.
2. Швець О. В. Здорове харчування населення – мета і задачі держави, суспільства та науки / О. В. Швець, Ю. В. Єрмолова // Журн. практ. лікаря. – 2008. – № 5/6. – С. 2–3.
3. Чекальська Н. Раціональне харчування / Н. Чекальська // Les nouvelles esthetiques Україна. – 2009. – № 3. – С. 42–45.
4. Молочек Н. В. Сучасні погляди на проблеми неправильного харчування та перспективи їх вирішення / Н. В. Молочек, Т. М. Фалалєєва, О. І. Цирюк // Здоров'я України: мед. газета. – 2019. – № 2 (Гастроентерологія. Гепатологія. Колопроктологія). – С. 32–33.
5. Харченко Н. В. Здорове харчування та дієтотерапія: медичний аспект / Н. В. Харченко // Здоров'я України: мед. газета. – 2019. – № 5. – С. 42–43.

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЧНОГО ВЕРШКОВОГО МАСЛА

***О. О. Ставицький**, студент спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-41*
***Л. В. Флока**, канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Органічні харчові продукти відрізняються від традиційних продуктів своїми особливостями, які враховують етичні, екологічні та здоров'язбережувальні принципи. Органічні харчові продукти не тільки корисні для здоров'я, але й підтримують стале виробництво, екологічну стійкість та етичне ставлення до тварин. Включення органічних продуктів у ваше харчування сприятиме покращенню якості вашого харчування та підтримці природних екосистем.

Органічне вершкове масло належить до елітних продуктів харчування, які завойовують все більшу популярність серед споживачів. Це натуральний продукт, який виробляється з високоякісних органічних вершків, отриманих від корів, які отримують лише органічний корм та не використовуються хімічні добавки або антибіотики. Органічне вершкове масло має безліч переваг, починаючи від його чистоти й закінчуючи багатим смаком і корисними жирними кислотами.

Органічне вершкове масло виробляється з дотриманням строгих стандартів органічного виробництва. Це означає, що корови, що дають молоко для вершків, мають вільний вихід на пасовища, отримують органічний корм та не використовуються хімічні препарати або антибіотики. Результатом є масло високої якості, яке має натуральний смак та аромат. Органічне молоко відіграє значну роль в сучасному харчуванні, завойовуючи все більшу популярність серед споживачів, які цінують якість, етичність та здоров'я. Цей натуральний продукт отримується від корів, які не отримують штучні гормони росту та живляться органічним кормом без використання хімічних добрив та пестицидів. Органічне молоко має кілька особливостей, які роблять його привабливим вибором для свідомих споживачів.

Органічне вершкове масло відрізняється багатим і насиченим смаком, який додає вишуканості будь-якій страві або десерту. Воно має ніжну масляну консистенцію та приємний вершковий аромат, який робить його незамінним інгредієнтом для приготування високоякісних страв [1]. Органічне вершкове масло містить багато поживних речовин. Воно є відмінним джерелом вітаміну А, Е та К, а також корисних жирних кислот, які є важливими для здоров'я. Вітамін А сприяє підтримці здоров'я шкіри, вітамін Е є потужним антиоксидантом, а вітамін К сприяє здоров'ю кісток.

Органічне вершкове масло має широкий спектр застосувань в кулінарії. Воно додає смак і ніжність до печива, тіста для пирогів, соусів та кремів. Воно також може використовуватися для обсмажування та запікання страв, надаючи їм багатий смак і аромат.

Органічне вершкове масло є здоровою альтернативою традиційним маслам, які можуть містити трансжири та холестерол. Воно містить корисні жирні кислоти, які можуть підтримувати здоров'я серця та знижувати ризик розвитку серцево-судинних захворювань [2].

На ринку України існує кілька відомих марок вершкового масла, які відомі своєю якістю та натуральністю продукції. Ось деякі з них:

«Молокія» є однією з провідних молочних компаній в Україні та пропонує широкий асортимент молочної продукції, включаючи вершкове масло. Виробляється з натуральних вершків, що дають йому багатий смак та аромат.

«Веселка» відома своєю органічною продукцією, включаючи органічне вершкове масло. Вона пропонує високоякісне масло, вирощене з дотриманням строгих стандартів органічного виробництва.

«Агрокомбінат «Лозівський» – цей виробник спеціалізується на органічних продуктах, включаючи органічне вершкове масло. Воно виробляється з використанням органічного молока, забезпечуючи високу якість і натуральність продукту.

«Екологічний господар» – спеціалізується на органічному виробництві та пропонує органічне вершкове масло. Вона покликана задовольнити попит споживачів на натуральну та екологічно чисту продукцію.

«Олена Полтава» – пропонує натуральне вершкове масло відмінної якості. Воно виробляється з натуральних вершків і має насичений смак та аромат.

Органічне вершкове масло – це вишуканий продукт, який задовольняє вимогливих гурманів і тих, хто прагне вибирати здорові та натуральні продукти. Його висока якість, природна чистота, багатий смак та поживна цінність роблять його незамінним інгредієнтом у вишуканих стравах та десертах. Насолоджуйтесь натуральною чистотою та розкішним смаком органічного вершкового масла у своїй кулінарній майстерності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бірта Г. О. Еко та ГМО-продукти : навч. посіб. / Г. О. Бірта, Ю. Г. Бургу, Л. В. Флока, О. О. Горячова, А. С. Ткаченко. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 265 с.
2. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.

ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ОРГАНІЧНИХ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

Ю. О. Торубара, *студентка спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-31*

Л. В. Флока, *канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Органічні продукти – це харчові продукти, які вирощуються або виробляються без використання синтетичних пестицидів, хімічних добрив, гормонів росту та генетично модифікованих

організмів (ГМО). Вони виробляються з дотриманням стандартів органічного сільського господарства, які покликані зберігати природу, здоров'я та добробут тварин і підтримувати стале використання ресурсів.

Органічні продукти вирощуються з використанням природних методів та органічних добрив, що дозволяє уникнути використання хімічних пестицидів та шкідливих речовин, які можуть бути присутні в традиційно вирощуваних продуктах.

Органічне сільське господарство спрямоване на збереження ґрунтів, водних ресурсів та біорізноманіття. Воно заохочує екосистемні підходи, використання компосту, ротацію культур та інші методи, які допомагають зберегти природні ресурси та запобігти забрудненню навколишнього середовища.

Органічні продукти не містять генетично модифікованих організмів. Вони вирощуються з використанням традиційних методів селекції та вибору, що дозволяє зберегти природну різноманітність і уникнути потенційних негативних наслідків, пов'язаних з ГМО [2].

Органічні продукти часто відрізняються відмінною якістю та смаком. Вони часто вирощуються на невеликих господарствах, де приділяється більше уваги догляду за рослинами та тваринами, що сприяє отриманню вищої якості продукції.

Органічні харчові продукти стають все більш популярними серед споживачів у всьому світі. Підвищена увага до здорового способу життя, збереження навколишнього середовища та свідомого споживання призводить до зростання попиту на органічні продукти. У цій статті розглянемо найсвіжіші тенденції на ринку органічної харчової продукції та їх вплив на споживачів та галузь в цілому.

На сьогодні ринок органічних продуктів пропонує широкий спектр продукції. Більше не обмежуються овочами та фруктами, органічні харчові продукти охоплюють м'ясо, молочні продукти, злаки, соки, консерви та багато іншого. Це дає споживачам можливість замінити свої звичайні продукти на органічні альтернативи та зберігати здоровий спосіб життя [3].

Споживачі стають все більш освіченими щодо переваг органічних продуктів. Вони більше цінують якість, безпеку та екологічну чистоту продуктів, а також дбають про джерело походження їжі. Споживачі все частіше перевіряють етикетки продуктів, досліджують інформацію про виробника та вибирають органічні продукти, які відповідають їхнім цінностям.

Підвищений попит на веганські та вегетаріанські продукти відображає зміну в уявленнях споживачів про харчування. Багато людей переходять на рослинний раціон з метою покращення здоров'я, зменшення впливу на тварин та навколишнє середовище. Органічні веганські та вегетаріанські продукти забезпечують альтернативу традиційним м'ясним продуктам, використовуючи органічні інгредієнти без ГМО та шкідливих домішок.

Завдяки зростанню попиту, органічні продукти стають все більш доступними для широкої аудиторії. Багато супермаркетів та продуктових магазинів розширюють свої асортименти органічних продуктів і пропонують їх за доступними цінами. Крім того, з'являються спеціалізовані магазини органічної продукції та онлайн-платформи, які спрощують споживачам процес здобуття органічних продуктів.

Споживачі все більше усвідомлюють важливість збереження навколишнього середовища. Вони обертаються до органічних продуктів, оскільки їх виробництво не включає використання шкідливих пестицидів та хімічних добрив. Вибір органічної продукції сприяє збереженню родючості ґрунтів, біорізноманіття та зменшенню впливу на клімат [1].

Отже, тенденції ринку органічних харчових продуктів свідчать про підвищений інтерес споживачів до здорового, екологічного та сталого способу харчування. Це приводить до змін у виробництві, розширення асортименту та покращення доступності органічних продуктів. І це тільки початок, оскільки розвиток органічної харчової промисловості ще має значний потенціал для росту та інновацій, задовольняючи потреби споживачів та сприяючи сталому розвитку нашої планети.

Список використаних інформаційних джерел

1. Біотехнологія : навч. посіб. / О. О. Воронкова та ін. – Дніпро : Ліра, 2018. – Т. 1. – 200 с.
2. Бірта Г. О. Еко та ГМО-продукти : навч. посіб. / Г. О. Бірта, Ю. Г. Бургу, Л. В. Флока, О. О. Горячова, А. С. Ткаченко. – Полтава: ПУЕТ, 2020. – 265 с.
3. Пирог Т. П. Харчова біотехнологія : підручник. – Київ : Ліра-К, 2016. – 408 с.

ПРАКТИКА СУДОВИХ СПОРІВ З МИТНИЦЕЮ В УКРАЇНІ

***К. А. Федоренко**, здобувачка вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, освітня програма «Експертиза та митна справа», група ЕМСб-31*
***О. В. Кириченко**, канд. техн. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Митниця – своєрідний бар'єр, що дозволяє захистити інтереси держави. Він є дуже важливим аспектом для економічного добробуту країни, адже будь-які товари у різних митних режимах, зокрема, імпорту чи експорту, проходять саме через митницю. Відповідальним органом за циркуляцію товарів через кордон України є Державна митна служба України (Держмитслужба). Зважаючи на вищезазначену інформацію, можемо зробити висновок, що митна діяльність є не просто дуже важливою, але й однією з основоположних для функціонування держави.

Оформлення документації є дуже важким та кропітким процесом. Зазвичай все проходить згідно з встановленими нормами у законодавстві. Проте, бувають випадки, коли починають судові спори. Пропоную розглянути основні складові випадків судових спорів з митницею в Україні. Найрозповсюдженішим є ціноутворення і відповідно визначення митної вартості. Серед основних принципів ціноутворення варто виділити взаємозв'язок кон'юнктури ринку та політикою суб'єкту ЗЕД щодо ціноутворення, взаємозалежність з контролем дотримання цін [1]. Також, не мало важливим аспектом для операцій купівлі-продажу з-за закордону чи за кордон є курс валют.

Використовуючи звіт про судову практику Верховного Суду у 2023 році за позовами, об'єктами яких є митні операції, митна діяльність, можна виділити такі основні проблеми:

− визначення митної вартості, у тому числі, питання конвертування вартості товару з доларів США у євро; встановлення моменту конвертації; необхідність перевірки документів, які супроводжують товар; застосування торговельних термінів Міжнародної торгової палати, зокрема, CFR у редакції ІНКОТЕРМС 2010 року;

− скасування рішень щодо коригування митної вартості товарів;

− штраф та конфіскацію за порушення митних правил визнано неконституційним;

− про звільнення від обов'язку сплати митних платежів на період дії воєнного стану;

− про виконання митних формальностей під час здійснення транзитних переміщень [2].

Судові спори щодо коригування митної вартості також є досить поширеними. У випадках, коли митна вартість визначається не за умовами договору, причиною спорів може стати незгода декларанта з коригуванням, яке здійснює митниця. Варгуляк О. Г. зазначає, що митниця має удосконалити «механізм доказування необґрунтованості заявленої декларантом митної вартості товару», оскільки зараз цей процес затягується через необхідність подання різних документів, що підтверджуються заявлені декларантом дані. Особливу увагу вимагають витрати, що можуть включатися до митної вартості, такі як страхування, навантаження, розвантаження, перевантаження, транспортування; комісійні та брокерські витрати; плата за використання об'єктів інтелектуальної власності [3].

Судові справи у 2024 році за позовами суб'єктів ЗЕД до митних органів щодо питань класифікації товарів згідно з УКТЗЕД стосувалися:

− визнання протиправними та скасувати рішень про визначення коду товару; скасування карток відмови у прийнятті митної декларації, митному оформленні товарів;

− спрацювання автоматизованої системи аналізу управління ризиками, виділення критеріїв ризику з формулюванням «Необхідно посилити контроль правильності визначення коду товару згідно УКТ ЗЕД. Можливе ухилення від застосування визначеного коду згідно УКТ ЗЕД»;

− необхідністю врахування під час класифікації товарів підхід до класифікації, що закріплений рішеннями митних адміністрацій країн Європейського Союзу у формі обов'язкової тарифної інформації [4].

Отже, суди різних інстанцій розглядають справи за позовами суб'єктів ЗЕД до митних органів за питаннями, що найчастіше пов'язані з митною вартістю, класифікацією товарів, порушеннями митних правил.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мазур О. Є. Ринкове ціноутворення. Принципи ціноутворення. URL: https://westudents.com.ua/glavy/40758-printsipi-tsnoutvorennya.html.
2. Митні спори: добірка найважливішої судової практики 2023 року. URL: https://www.qdpro.com.ua/uk/news/mitni-spori-dobirka-nayvazhlivishoyi-sudovoyi-praktiki-2023-roku.
3. Варгуляк О. Г. Актуальні питання судової практики розгляду спорів щодо коригування митної вартості. Юридичний науковий електронний журнал, № 2/2024. С. 236–239.
4. Рішення № 117478555 від 05.03.2024 р., Київський окружний адміністративний суд. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/court-document/117478555/.

INCREASE THE COMPETITIVENESS OF A HOTEL

А. С. Аліпатов, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*
Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

To increase the competitiveness of a hotel, it's essential to focus on several key areas:

1. Exceptional Customer Service: Providing outstanding customer service is crucial for attracting and retaining guests. Train your staff to be attentive, friendly, and responsive to guest needs. Offer personalized services and go above and beyond to exceed guest expectations.

2. Unique Selling Proposition (USP): Identify and promote what sets your hotel apart from competitors. Whether it's a unique location, specialized amenities, themed rooms, or eco-friendly practices, highlighting your USP can attract guests seeking something different.

3. Online Presence and Reputation Management: Maintain a strong online presence across various platforms, including your website, social media, and review sites. Encourage positive reviews from satisfied guests and promptly address any negative feedback to demonstrate your commitment to customer satisfaction.

4. Strategic Pricing: Develop dynamic pricing strategies that take into account demand fluctuations, seasonal trends, and competitor pricing. Offer attractive packages, discounts, and special promotions to attract budget-conscious travelers and incentivize direct bookings.

5. Enhanced Guest Experience: Continuously strive to enhance the guest experience by investing in quality amenities, comfortable accommodations, and innovative services. Leverage technology to offer self-check-in/out options, mobile concierge services, and smart room features.

6. Effective Marketing and Advertising: Develop targeted marketing campaigns that resonate with your target audience. Utilize

a mix of online and offline channels, such as email marketing, social media advertising, influencer partnerships, and local events sponsorship, to increase visibility and attract new guests.

7. Partnerships and Collaborations: Forge strategic partnerships with local businesses, tourist attractions, event organizers, and travel agencies to expand your reach and attract new clientele. Offer exclusive deals and packages in collaboration with partners to create added value for guests.

8. Staff Training and Development: Invest in ongoing training and development programs for your staff to ensure they have the skills and knowledge needed to deliver exceptional service. Empower employees to take ownership of guest interactions and resolve issues effectively.

9. Sustainability Initiatives: Implement eco-friendly practices and sustainability initiatives to appeal to environmentally conscious travelers. Reduce energy consumption, minimize waste, and support local community and conservation efforts to demonstrate your commitment to sustainability.

10. Continuous Improvement: Regularly evaluate and analyze guest feedback, market trends, and performance metrics to identify areas for improvement. Adapt and innovate based on insights gained to stay ahead of the competition and meet evolving guest preferences.

By focusing on these strategies and continually seeking ways to differentiate your hotel and enhance the guest experience, you can increase its competitiveness and position it for long-term success in the hospitality industry. By addressing these conditions effectively, enterprises can position themselves for sustained competitiveness, growth, and success in their respective markets. The competitiveness of a hotel is the ability and ability of funds accommodation to carry out activities to provide hotel services in market conditions, as well as to have advantages over hotels by competitors and thereby receive additional profit, which is directed both to the development of the hotel and its staff, and to ensure quality customer service.

The effectiveness of a hotel is influenced by various factors that collectively contribute to its success and competitiveness in the hospitality industry. Here are some key factors to consider:

1. Customer Satisfaction: Ensuring high levels of customer satisfaction is paramount. It involves delivering excellent service,

meeting or exceeding guest expectations, and addressing any issues promptly and effectively.

2. Quality of Service: Consistently providing quality service across all touchpoints, including reservations, check-in, housekeeping, dining, and amenities, enhances the overall guest experience and fosters loyalty.

3. Hospitality and Staff Training: Well-trained and hospitable staff who are knowledgeable, courteous, and attentive to guests' needs play a crucial role in creating a welcoming atmosphere and delivering exceptional service.

4. Cleanliness and Maintenance: Maintaining cleanliness and upkeep of the property, including guest rooms, common areas, facilities, and amenities, is essential for guest comfort, health, and satisfaction.

5. Value for Money: Offering competitive pricing, transparent pricing policies, and value-added services or amenities relative to the price enhances perceived value and encourages repeat business and positive word-of-mouth referrals.

6. Location: The hotel’s location, accessibility, proximity to key attractions, transportation hubs, business centers, and other amenities can significantly influence guest choice and satisfaction.

7. Amenities and Facilities: Providing a wide range of amenities and facilities, such as comfortable accommodations, dining options, recreational activities, business services, and wellness facilities, adds value to the guest experience and distinguishes the hotel from competitors.

8. Online Presence and Reputation: Maintaining a strong online presence, positive reviews, and ratings across various platforms, as well as engaging with guests through social media, contributes to brand visibility, credibility, and guest trust.

9. Safety and Security: Ensuring a safe and secure environment for guests and employees through robust security measures, adherence to safety protocols, emergency preparedness, and compliance with regulations builds trust and confidence.

10. Sustainability Practices: Implementing sustainable practices, such as energy and water conservation, waste reduction, eco-friendly initiatives, and community engagement, aligns with guest preferences for environmentally responsible hospitality and enhances the hotel’s reputation.

11. Innovation and Adaptation: Embracing innovation, adopting new technologies, and staying abreast of industry trends and guest preferences enable hotels to remain competitive, enhance operational efficiency, and meet evolving customer demands.

Overall, an Automated Management System plays a vital role in modernizing and optimizing operations within the hospitality industry, leading to improved efficiency, guest satisfaction, and profitability.

References

1. Trunina I. M. (2013). Ensuring the competitiveness of business entities [monograph] / Irina Mikhailovna Trunina. – Kharkiv : "Tochka" publishing house, 436 p.
2. Balatska N. Y. Image as a factor of competitiveness of hotel enterprise / N. Y. Balatskaya, D. M. Kushnir // Young scientist. – 2016. – № 11 (38). – P. 551–554.
3. Maliuha L. M. Formation of hotel competitiveness enterprises / L. M. Maliuha // Economy and society. – 2016. – Vol. 5. – S. 216–219.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ В ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОМУ РЕГІОНІ

***Д. О. Балан**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$2-41*

***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Івано-Франківська область розташована в географічному центрі Європи та має незначну відстань до кордону таких країн, як Італія, Польща, Чехія, Іспанія, Латвія, Молдова, Білорусь. Саме цей регіон був, є і буде привабливим для вітчизняних та іноземних туристів не тільки за рахунок транспортної логістики, але і тому, що має велику кількість рекреаційних курортних територій та ресурсів, а саме: 17 родовищ прісних підземних вод; мінеральні води – йодобромні та сульфідні (Городенківський, Рогатинський райони), кальцієво-натрієві та хлоридно-натрієві (Косівський, Калуський, Долинський, Верховинський та Рожнятівський райони), вуглекислі (Косівський район); екологічно сприятливий клімат; значні лісові ресурси.

Досліджуваний курортний регіон має бальнеологічні, грязьові та кліматичні лікувальні фактори, які сприятимуть оздоров-

ленню туристів та відпочиваючих. Тому, можна вважати, що Івано-Франківська область має всі передумови для розвитку рекреаційного, оздоровчого, екологічного, спортивного, гірського, зеленого туризму і, пов'язаного з цим, подальшого розвитку готельного бізнесу та інфраструктури курортних готелів зокрема.

Наразі, область має наступні курорти: низькогірні Татарів, Яремче і Микуличин Яремчанської міськради, Мислівка і Новий Мізунь Долинського району, Шешори Косівського району, високогірні Ворохта і Яблуниця Яремчанської міськради і бальнеогрязевий передгірний курорт Черче Рогатинського району [2]. Вона займає 6 місце в Україні за кількістю готелів, поступаючись тільки Києвській, Львівській, Одеській та Дніпропетровській областям.

В області функціонують понад 500 туристично-рекреаційних закладів на 20 тис. місць. Зокрема, готельна галузь, за повідомленням агентству «Інтерфакс-Україна» начальника відділу туризму Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій Івано-Франківської обласної військової адміністрації (ОВА) Віталій Передерко, містить 1 715 закладів на 48,6 тис. місць. Серед яких, за рейтингом на booking.com [1], особливою популярністю до сьогодні користуються курортні готелі: «Ribas Karpaty готель», Буковель; «Tavel Hotel& SPA», Буковель; «Резиденція Неш», Тетерів; «Radisson Blu Resort», Буковель; «Буковель Romantic SPA Hotel», Яремче; «Premier», Яремче; «Гірський кристал», Буковель.

Важливо зазначити, що значна кількість курортних готелів регіону потребують суттєвого вдосконалення як матеріально-технічної бази, так і сервісу послуг, що надаються у закладі. Тому, з огляду на Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, у якій значна увага приділяється формуванню «сприятливих умов для активізації розвитку сфери туризму та курортів згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення її на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави загалом, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації України у світі» [2] в області запроваджена Стратегія розвитку на 2021–2027 роки [3].

У зазначеній Стратегії розвитку Івано-Франківської області на 2021–2027 роки чільне місце належить і питанням удосконалення туристичної та готельної інфраструктури курортних готелів. Наприклад, враховуючи, що готельна індустрія Тлумацького району знаходиться у глибокому занепаді (не існує жодного засобу розміщення в районі навіть з середнім рівнем організації та обслуговування), заплановано та успішно реалізується проєкт *«Створення передумов для розвитку бальнеологічного туризму в місті Долина»*, який слід розглядати як перший етап стратегічного проєкту «Розвиток бальнеологічного (SPA) туризму в місті Долина на основі використання лікувально-оздоровчих властивостей соляної ропи з родовища «Барбара» [3] та як захід, що сприятиме активному розвитку курортних послуг у районі.

Отже, не зважаючи на те, що у зв'язку з війною область та готельні заклади стають тимчасовим прихистком для внутрішньо переміщених осіб, питання подальшого розвитку курортних готелів є актуальним для сьогодення.

Список використаних інформаційних джерел

1. Booking.com. Пошук готелів у Івано-Франковську [Електронний ресурс]. URL: https://www.booking.com/city/ua/ivano-frankivsk.uk.html.
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [Електронний ресурс URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text.
3. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021–2027 роки [Електронний ресурс]. URL: http://surl.li/kxyck.

ВПЛИВ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ НА ГОТЕЛЬНИЙ БІЗНЕС МИКОЛАЇВСЬКОГО РЕГІОНУ

***Д. М. Баланов**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$-41 (з/в)*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Миколаївський регіон має вигідне географічне розташування; потужний природно-рекреаційний потенціал – лісові урочища, пляжі чорноморських курортів Очакова, Коблево, Рибаківки, Кінбурнської коси протяжністю берегової лінії майже у 71 км; тихі лимани та лікувальні грязі Тилігульського і Бейкуш-

ського лиманів; багату історико-культурну спадщину та історичні пам'ятки [1]. А тому, завжди був привабливим та песпективним для відпочинку туристів.

До початку військової російської агресії в області функціював 271 колективний засіб розміщення на майже 30 тисяч місць. Вони були зосереджені, головним чином, у курортних зонах Миколаївщини (на територіях ліквідованих Березанського та Очаківського районів). З них: готелів та аналогічних засобів розміщення – 93 на 3046 місць; спеціалізованих засобів розміщення – 223 на 29 603 місць; баз відпочинку – 193 на 22 000 місць [2]. Ще в червні 2021 року за участю голови Державного агентства розвитку туризму Мар'яни Олеськів відбулося урочисте відкриття готельного комплексу «De La Vita», діяла Програма розвитку туризму і курортів Миколаївської області на 2021–2023 роки, в якій були передбачені заходи щодо популяризації туристичного потенціалу області, розбудова курортної та готельної інфраструктури [3].

Нині регіон став прифронтовим та постійно перебуває в зоні ураження ворожої ствольної та реактивної артилерії, а готельний бізнес зазнав і надалі зазнає значних збитків: більшість готелів Миколаєва пошкоджені або зруйновані [4]. Серед них – 21 березня 2022 р. готель «Інгул» на 40 номерів, який вважався його символом та був розташований в самому центрі Миколаєва, поряд із набережною і парком «Серце міста». На нього скинули керовану авіаційну бомбу, яка влучила прямо у будівлю і пробила її від перекриття даху до першого поверху.

14 липня 2022 р. російські війська завдали ракетного удару по готелю «Миколаїв» на 60 номерів – яскравому представнику архітектури доби радянського модернізму, збудованому у 1974 році за проєктом архітектора А. Я. Семенової та інженерів А. М. Кутузакі і А. Д. Рубана. Внаслідок чого центральна частина будівлі була зруйнована, а перекриття провалилися з восьмого по третій поверхи. Подальшу долю зруйнованої будівлі будуть вирішувати вже після перемоги. Наразі більша частина приміщення в аварійному стані, а на його територію вхід заборонено через загрозу обвалів.

31 липня 2022 р. від ракетного удару зазнав суттєвих пошкоджень готель «Reikartz River» на 98 номерів. Вибуховою хвилею вибиті шибки та двері, зруйновані перегородки, потрощені меблі та обладнання, знищені освітлювальна апаратура та система кондиціювання. Готельний оператор Optima (колишній Reikart)

17 липня 2023 р. частково відновив роботу готелю під новим ім'ям «Optima River Миколаїв». Наразі там працює 25 номерів різних категорій, таких як «Standard Double» та «Стандарт Twin» та обладнано укриття. Роботи з подальшого відновлення номерного фонду досі тривають.

На сьогодні, у Миколаєві багато пошкоджень і руйнувань, проте він став прихистком для людей із довколишніх населених пунктів, чиї житла зруйнували російські військові. Міська влада дієво готується до відбудови після завершення війни, і в цьому їй активно допомагають міжнародні партнери. А тому, віримо, що готельний бізнес Миколаївського регіону поступово оговтається після військової агресії і надалі буде привабливим для лікувально-оздоровчого, рекреаційного культурно-пізнавального та історичного туризму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Розвиток туристично-рекреаційної сфери Миколаївської області [Електронний ресурс]. URL: http://www.regportal.mk.ua/mukolaivchina.
2. Головне управління статистики у Миколаївській області. Статистичні дані [Електронний ресурс]. URL: http://www.mk.ukrstat.gov.ua.
3. Рішення Миколаївської обласної Ради № 5 від 21.12. 2021 р. Про затвердження Програми економічного і соціального розвитку Миколаївської області на 2022 рік [Електронний ресурс]. URL: https://www.mk-oblrada.gov.ua/UserFiles/decree/164242162461e55d781fe06.pdf.
4. Інтернет-сайт інформаційного агентства «Інтерфакс-Україна» [Електронний ресурс]. URL: https://interfax.com.ua/news/general/886309.html.

ПЕРСПЕКТИВНІ ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ

***Є. О. Бужинська**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$ 3-41*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Унаслідок стресових ситуацій, викликаних воєнним станом в країні після вторгнення російських військ, несприятливої екологічної обстановки, яка тільки зростає з кожним роком, прогнозовано будуть затребувані туристами послуги оздоровчого спря-

мування, а тому і безпосередньо курортні готелі. Саме в цих закладах туристичної інфраструктури є можливість поєднувати відпочинок з оздоровленням, реабілітацією, підтримкою і відновленням ментального та фізичного здоров'я. Тому, відповідно до статистичних даних Всесвітньої організації туризму, курортні готелі користуються підвищеним попитом у споживачів готельних послуг [1].

Зазвичай, курортні готелі розташовуються у рекреаційних місцевостях. Тому, першочерговою задачею регіонів України, які володіють високим рекреаційним потенціалом та сприятливим кліматом, є подальший розвиток інфраструктури як відповідних територій, так і закладів, що надають послуги оздоровлення, у тому числі і курортних готелів.

Відомі наукові праці Волкової І. І., Кашинської О. Є., Казакова В. Ф., Стафійчук В. І., Сухова Р. І. та інших, що досліджували різноманітні аспекти готельних підприємств для відпочинку, оздоровлення та лікування. Незважаючи на це, питання та дослідження щодо підвищення конкурентоспроможності та привабливості закладів вказаної спеціалізації за рахунок впровадження якісних додаткових послуг на сьогодняшній день є актуальними та затребуваними.

Курортні готелі можуть надавати різноманітні додаткові послуги, використовуючи як власну інфраструктуру, так і інших спеціалізованих закладів на договірній основі. Однак, потрібно звернути увагу на те, що саме додаткові послуги можуть бути «родзинкою» закладу і сприятимуть попиту туристів на відпочинок у ньому, що призведе до суттєвого підвищення завантаженості номерного фонду у порівнянні з підприємствами-конкурентами.

Так, наприклад, у готелі «Royal Grand Sharm» (Єгипет) для постійних клієнтів пропонують оригінальний подарунок – пальмове дерево, на якому розміщують табличку з ім'ям гостя. В мережі готелів «Mistsui Garden Yotsuya» (Японія) як додаткову послугу жінкам – пропонують одномісний номер «Кімната плачу» для звільнення від стресу та негативних емоцій. Готель «Benjamin» (США) для дорослих та дітей віком від 2 до 12 років надає спеціальну спальну програму «Good Nigh», «Sleep Tight». Цікаву додаткова послуга і в готелі «Conrad Hiton Resort» она

Мальдівах, де Instagram-дворецький супроводжує гостей до привабливих місць на островах та допомагає зробити фото-знімки з дивовижним краєвидом [2].

Готель «Mandarin Oriental» у Барселоні пропонує гостям «Антивікове меню», готель «Lanesborough» у Лондоні – послуги чайного сомельє, який персонально підбере для кожного туриста найбільш відповідний сорт чаю, попередньо розповівши про його переваги. Мексиканський готель «Viceroy Riviera Maya» – послуги мильного консьєржа, який запропонує гостям готелю ознайомитися з різноманітними видами натурального мила, створеного за унікальними рецептами індіанців майя [3].

Аналіз послуг, що надаються у курортних готелях України, дозволив визначити, що в умовах воєнного стану особливою популярністю користуються такі додаткові послуги, як: організація міні-офісу в номері, коворкінг-центри; кімнати для психологічного розвантаження з консультаціями професійного психолога; послуги екологічного спрямування – еко-перукарні, аренда «зеленого транспорту», їжа з з екологічно чистих органічних продуктів та інші. Серед сучасних додаткових оздоровчо-лікувальних послуг перспективними та затребуваними трендами є: гідтротерапія, термотерапія з інфрачервоним випромінюванням; магнітотерапія; апі-терапія; EMS-тренування; різноманітні реабілітаційні програми.

Отже, для курортних готелів рекреаційних зон України перспективним напрямком підвищення чисельності внутрішніх туристів є удосконалення додаткових послуг підприємства, спрямованих на оздоровлення та організацію дозвілля.

Список використаних інформаційних джерел

1. Абрамова А. Г. (2022). Сучасні тренди та перспективи розвитку готелів для відпочинку та лікування. Економіка та суспільство. Випуск 39. [Електронний ресурс]. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1422/1369.
2. 5 незвичайних послуг в готелях [Електронний ресурс]. URL: https://vele-rosse.com.ua/ua/articles/5_neobychnyh_uslug_v_oteljah/.
3. 10 найнезвичайніших «фішок» готелів у світі [Електронний ресурс]. URL: https://blog.reikartz.com/article/10-najnezvichajnishih-fishok-goteliv/.

СУЧАСНИЙ СТАН ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЬНИХ ГОСПОДАРСТВАХ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

***М. В. Гаращенко**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$ 3-41*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Попри всі виклики сучасності готельний бізнес продовжує працювати, пристосовуючись до нових умов функціонування у військовий період та розробляючи стратегії розвитку у повоєнний період господарювання. Прогнозовано, що після війни одним із перспективних напрямків туризму буде «безбар'єрний турим» та «інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм» [1].

Уже сьогодні, за даними міністерки соціальної політики О. Жолнович, в Україні налічується біля 3 млн людей з інвалідністю, більше 2 млн дітей дошкільного віку, значна частка осіб віком понад 60 років. Їх кількість, як цивільних, так і військових, в умовах воєнного стану та після її закінчення буде тільки зростати. Тому, створення безбар'єрного простору – це ознака не тільки цивілізованого суспільства, а і вимога часу, яка має послідовно втілюватися в державі загалом та в місті Полтава зокрема.

Тому, згідно Указу Президента від 03.12.2020 р. «Про забезпечення створення безбар'єрного простору в Україні» 14.07.2021 р. затверджено розпорядження № 366-р «Про схвалення Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року». Метою Стратегії є забезпечення безперешкодного середовища для всіх груп населення, рівних можливостей кожній людині отримувати послуги, у тому числі і у закладах сфери обслуговування, нарівні з іншими групами населення.

З урахуванням розпорядження КМУ від 25.04 2023 р. № 372-р «Про затвердження плану заходів на 2023–2024 роки з реалізації Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року», розпорядження голови облдержадміністрації Полтавської області від 28.10.2021 р. № 720 «Про реалізацію «Національної стратегії із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року» в Полтавській облас-

ті» розроблено План заходів [2]. А 11.05.2023 р. відбулася конференція «Безбар'єрна Україна», на якій регіональна представниця Національної Асамблеї людей з інвалідністю І. Твердохліб наголосила, що «пандуси, спеціальні підйомники для людей з порушеннями опорно-рухового апарату стали не бажаними, а обов'язковими», тому усі будівлі та необхідна інфраструктура Полтавського регіону будуть надалі проєктуватися з елементами доступності. Безпосередньо у засобах розміщення, за наявності фінансових можливостей, активно будуть впроваджуватись соціальні інновації: для людей з порушеннями зору буде застосовуватись тактильна плитка, інформаційні таблиці та позначення шрифтом Брайля, аудіопокажчики; для гостей з порушеннями слуху – дублювання текстами важливої звукової інформації, сурдопереклад, багаторівневі стійки рецепцій з використанням індукційних петель; для клієнтів з обмеженими можливостями – відповідні номери, обладнанні меблями з використанням «універсального дизайну».

Значною подією по впровадженню соціальних інновацій у засоби розміщення Полтавської області стала участь **спеціалізованого Миргородського санаторію «Слава»** у експерементальному проєкті **Міністерства соціальної політики України.** Відповідно **до Постанови КМУ від 21.03.2023 р. № 248 заклад отримав можливість надавати соціальні послуги** внутрішньо переміщеним особам **та іншим категоріям населення, які перебувають у складних життєвих обставинах. Так,** з 12.07.2023 р. до 31.12 2024 р. для людей похилого віку та людей з інвалідністю з числа внутрішньо переміщених осіб у закладі надаються соціальні послуги: підтримане проживання, надання притулку та соціальна адаптація. Відділення підтриманого проживання та соціальної адаптації складається з 68 кімнат у 3-х поверховому корпусі та розраховане для розміщення 136 осіб; відділення надання притулку та соціальної адаптації містить 52-х боксованих кімнат у 6-ти поверховому корпусі та розраховане на поселення 208 осіб.

Отже, розвиток соціальних послуг, підвищення якості та доступності засобів розміщення за рахунок впровадження соціальних інновацій – не лише пріоритет діяльності органів соціального захисту області, а й об'єктивна вимога сьогодення для підвищення конкурентоспроможності готельних підприємств [3].

Список використаних інформаційних джерел

1. Інклюзивний реабілітаційно-соціальний туризм – розвиток нового виду реабілітації осіб з інвалідністю в Україні [Електронний ресурс]. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/inclusive-tourism.htm.
2. Розпорядження № 246 від 02.05.2023 р. Про План заходів із реалізації «Національної стратегії із створення безбар'єрного простору на період до 2030 року» на території Полтавської області на 2023–2024 роки». [Електронний ресурс]. URL: https://poda.gov.ua/documents/146512.
3. Соціальні інновації в готельному господарстві як елемент підвищення конкурентоспроможності підприємств [Електронний ресурс]. URL: http://opu.ua/upload/files/hsf/sm/Sbornik%20XI.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМИ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

***І. Ю. Гасан**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*

***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Рекламна кампанія готелів є одним із основних способів зацікавити готелі та просувати свої унікальні пропозиції. Однак існують різні стратегії реклами готелів, і зазвичай найкраще прийняти декілька з них, щоб створити різноманітну маркетингову пропозицію

Готельна реклама – це перелік набору різних маркетингових прийомів, які використовуються для просування готелю та його послуг. Зрештою, головна мета реклами готелів полягає в тому, щоб показати готель у позитивному світлі та зв'язатися з цільовою аудиторією таким чином, щоб вона з більшою ймовірністю стала платоспроможним клієнтом.

Реклама часто має переконливий характер, має тенденцію бути націленою на аудиторію, а не на окремих осіб, і спрямована на покращення результатів бізнесу в короткостроковій або довгостроковій перспективі.

Хоча основною метою рекламних стратегій є збільшення бізнесу, реклама важлива з різних причин. Наприклад, саме завдяки рекламі багато готелів можуть досягти цілей брендингу,

підвищувати обізнаність гостей, передавати їх цінності та підкреслювати свої якості [1].

Рекламні матеріали є одним із основних способів, за допомогою яких готелі можуть виділитися серед своїх конкурентів і повідомити про унікальні переваги продажу. Вдала реклама готелю також сприятиме лояльності клієнтів.

Важливо розуміти, що готельна реклама – це різноманітна сфера, що включає різні техніки та дисципліни. Розглянемо основні рекламні стратегії які є ефективними для готельного бізнесу.

Однією з найефективніших рекламних стратегій готелю є формування відмінної репутації. Власники готелів можуть підвищити свою репутацію декількома способами, серед яких найбільш очевидним є надання якісного обслуговування гостей онлайн і створення чудового досвіду для гостей у готелі. Намагайтеся перевершувати очікування гостей у будь-який час на всіх каналах. Соціальні медіа є чудовою платформою для позитивної взаємодії з клієнтами, і ви також можете заохочувати своїх гостей залишати відгуки на різних онлайн-платформах оглядів. Скарги також слід розглядати швидко, компетентно та ввічливо.

Окрім корисної платформи для обслуговування гостей, соціальні мережі також є чудовим каналом для реклами готелів та іншого рекламного контенту. Головне – спробувати створити різноманітну маркетингову суміш соціальних медіа з поєднанням текстової реклами готелів, веб-вмісту, відеовмісту та інших рекламних матеріалів.

Готелі повинні визнавати різноманітність платформ соціальних медіа, від Facebook і Twitter до Instagram і LinkedIn. Те, що працює на одній платформі, може не працювати на іншій, тому рекламу потрібно спеціально адаптувати. Платна реклама на Facebook також може бути надзвичайно корисною для націлювання на ключові демографічні групи [2].

Вміст, створений користувачами, як випливає з назви, є рекламним вмістом, який надходить безпосередньо від «користувачів» або клієнтів. У контексті реклами готелів це, ймовірно, означатиме фотографії, якими гості діляться на платформах соціальних мереж, відеоблоги, які поширюються на YouTube, і онлайн-огляди, залишені на платформах відгуків.

Сприяння створенню контенту, створеного користувачами, може бути однією з найефективніших стратегій реклами готелю, оскільки вона не походить від бренду, що робить її більш надійною. Цифрові фотокабіни та мобільні додатки з технологією доповненої реальності є одними з найкращих способів заохотити користувачів створювати та ділитися контентом.

Ідея автоматизації готельного маркетингу полягає в тому, щоб рекламний вміст надсилався окремим користувачам без втручання людини. Це в першу чергу досягається шляхом збору даних, при цьому конкретні користувачі вибираються на основі минулих взаємодій або націлюються на певну пору року [1].

Як приклад, готель може налаштувати автоматичний електронний лист, який надсилатиметься всім гостям за два місяці до річниці їхнього останнього відвідування готелю, щоб перетворити їх на постійних клієнтів. Подібним чином люди можуть отримувати автоматичний рекламний вміст перед важливими днями народження або перед певними святами.

У сучасному світі пошукові системи відіграють величезну роль у з'єднанні користувачів із компаніями, і багато людей, які шукають готель, спочатку звертаються до таких сайтів, як Google. Ось чому реклама в пошукових системах є такою важливою концепцією, оскільки вона дозволяє готелям підвищити видимість на сторінках результатів.

Загалом реклама в пошуковій системі стосується платних пошукових оголошень, які відображаються окремо від звичайних результатів. Перевага цього полягає в тому, що ваші оголошення про готелі більше виділяються. Однак деякі визначення реклами в пошуковій системі включають SEO, тобто оптимізацію сторінок для якомога більш високого рейтингу в звичайних результатах пошуку.

Отже, реклама готелю може приймати різні форми, але вона майже завжди буде спрямована на покращення статусу готелю або на те, щоб передати щось позитивне про нього, щоб заохотити бронювання. Використовуючи наведені вище стратегії реклами готелів, власники готелів і спеціалісти з маркетингу зможуть досягти цих цілей.

Список використаних інформаційних джерел

1. What are the advantages and disadvantages of using advertising for a hotel. URL: https://typeset.io/questions/what-are-the-advantages-and-disadvantages-of-using-2azs09hslf (дата звернення: 12.04.2024 р.).

2. Реклама готелів у Facebook: як вони приносять користь вашому готельному бізнесу URL: https://ezyhotel.ch/en/facebook-hotel-ads-how-they-benefit-your-hotel-business/ l (дата звернення: 12.04.2024 р.).

ЯКІСТЬ ОБСЛУГОВУВАННЯ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ БОЛГАРІЇ

В. О. Гирман, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість обслуговування на підприємствах індустрії гостинності є головним чинником у формуванні позитивного враження у споживачів, що в свою чергу впливає на успішність та позитивний імідж цих підприємств. Без якісного обслуговування та чіткого налаштованої роботи на максимальне задоволення потреб гостя підприємство не зможе досягнути своїх успішних цілей та стати конкурентноспроможним. Основою системи якісного обслуговування є якість готельних послуг. Тут йдеться про властивості готельних послуг, без відсутності недоліків, які відповідають потребам гостя та повністю задовольняють їх. Тож, на якість обслуговування буде впливати технологія обслуговування, професіоналізм та компетентність обслуговуючого персоналу та керування якістю, що передбачає контроль, корегування та ефективна організація структури управління.

Болгарія вважається одним з найпопулярніших курортів у співвідношенні ціни та якості, як дешевий туристичний напрямок, який приваблює малозабезпечених туристів через туристичні фірми та за суттєвими знижками на період сезону. Особливість курорту полягає у великій різноманітності готелів. Є заклади, які оцінюються від 1* до 5*, їх рівень оцінюється в будь-якому з них як високий. Кращі готелі Болгарії оцінюються від 4* до 5* зірок, представлені великими мережами та працюють за системою все включено і за рівнем сервісу не поступаються єгипетським. В Болгарії також присутня сертифікація готелів, тому вважається, що готелі чітко відповідають своїм зіркам [1]. Також в цій країні певний рейтинг дається навіть кемпінгам, мотелям. Інфраструктура курортів розвивається

дедалі краще, а туризм набирає обертів, що не абияк впливає на економіку країни. Тож здавалося б, країна є ідеальним варіантом відпочинку з бездоганним обслуговуванням та сервісом, яка не поступається іншим відомим курортам та складає їм конкуренцію. Але насправді, якість обслуговування на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу можна трішки поставити під сумнів, тут присутні свої мінуси.

Є серйозні проблеми щодо кваліфікації та мотивації персоналу в готельному бізнесі Болгарії. Через те, туристичний бізнес швидко набирає обертів, та збільшуються частка готелів високої категорії, підприємства не встигають набирати висококваліфіковані кадри. Тож, однією з слабких рис сучасного болгарського сервісу є те, що відлякує західних туристів, слабке володіння англійською мовою та некомпетентність обслуговуючого персоналу готелів, місць громадського харчування. Тому різноманітні туристичні підрозділи Болгарії часто запрошують на сезон працювати іноземних студентів, які володіють англійською.

Проаналізувавши коментарі на сайті платформ для бронювання, можна визначити слабкі сторони обслуговування на які вказують гості. Слабкий момент присутній в прибиранні та обслуговуванні готельних номерів. Є проблеми в наданні додаткових послуг та їх розвитку. Також деякі коментарі стосуються поганого ресторанного сервісу та одноманітності та неякісного харчування. Слабкою стороною ресторанів при готелях є мала місткість, часто не вистачає місць для великої кількості гостей і дуже частою проблемою цього всього є те, що персонал не може запропонувати оптимального рішення з користю для гостей. Багато зазначається про те, що персонал максимально байдужий до потреб гостя та заплющує очі на явні проблеми в обслуговуванні та не надає значення цьому. Мінусом в наданні послуг є платне надання доступу до інтернету в більшості випадків, в той час як цю послугу в Європі пропонують безкоштовно. Негативним чинником є також відсутність якісного медичного обслуговування

Але є й позитивна сторона болгарського сервісу – це позитивна тенденція розвитку готельної індустрії в наданні послуг. Такою тенденцією є впровадження сучасного технологічного рішення – близько 48 % готелів мають фотоелемент для автоматичного відкриття та закриття вхідних дверей готелю, близько 7,5 % готелів мають електронні запірні пристрої готельних

номерів, а 47 % мають системи відключення електроенергії в приміщенні при виході. Тож, можна зробити висновок, що ці матеріальні елементи викликають успішне обслуговування гостей завдяки оригінальній концепції. Матеріальне середовище є одним з основних елементів, яке відіграє важливу роль у задоволенні гостя і від обслуговування. Тож впровадження новітніх технологій в готелях Болгарії вже є позитивним чинником, адже впливає на особливість операцій обслуговування, в плані швидкості, якості та комплексності. Слід зазначити що зростає якість надання спортивних послуг в готелях незалежно від категорії. Наявність гарної можливості для заняття спортом і оздоровлення високо оцінені гостями в Болгарських готелях.

Таким чином, для того, щоб відповідати високому рівню та повністю задовольнити вимоги гостей потрібно докласти зусиль в наступних напрямках: пошук нових рішень для обслуговування та надання кращих можливостей для задоволення потреб гостей, розробка стандартів якості процесу обслуговування та покращення стандарту обслуговування шляхом впровадження та використання сучасних систем інформаційного забезпечення готельного господарства. Також, повинна враховуватися роль персоналу для підвищення якості процесу надання послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Патійчук В., Філон О. Основні проблеми розвитку туристичного комплексу Болгарії. *Науковий вісник Східно-європейського національного університету імені Лесі Українки.* 2018. С. 113–121. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/15215/1/17.pdf (дата звернення: 12.04.2024 р.).

ЗАСТОСУВАННЯ PR-ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Д. С. Гомілка, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

PR-технології або зв’язки з громадськістю є головною складовою маркетингової стратегії підприємства, якщо воно прагне виділитися серед конкурентів на ринку готельних послуг та збільшити відсоток бронювань від потенційних гостей. Із зрос-

таючим попитом на послуги проживання та новими тенденціями гостинності готелі мають багато можливостей для використання потужності зв'язків із громадськістю.

Зв'язки з громадськістю необхідно використовувати готельним підприємствам з метою демонстрації того, що робить заклад унікальним. Це може бути наприклад, номер з неймовірними краєвидами, історія готелю, унікальні пропозиції, незвична концепція чи щось інше.

Заклади розміщення можуть застосовувати такі технології з метою стимулювання бізнесу у низький сезон за допомогою спеціальних рекламних акцій та перемагати конкурентів у піковий сезон завантаженості номерного фонду, ґрунтуючись на довірі, яка зміцнена засобами масової інформації.

У порівнянні з маркетинговими стратегіями, які побудовані на розголошенні інформації про заклад готельного бізнесу та бренд, стратегії зв'язків із громадськістю побудовані на формуванні позитивної репутації підприємства та впізнаваності бренду в цілому.

До основних видів PR-технологій, які використовують у готельному бізнесі відносяться:

- висвітлення у засобах масової інформації;
- організація акцій;
- участь у конференціях та різних масових заходах;
- подання заявок для участі у нагородженнях;
- організація прес-конференцій;
- публікація прес-релізів.

Висвітлення у засобах масової інформації громадської події чи святкування важливої події, яка відбуватиметься у готелі. Своєчасна подія та важлива інформація може бути привабливою для місцевих ЗМІ. Позитивні, цікаві історії допоможуть бренду підприємства зв'язатися із цільовою аудиторією.

З метою залучення гостей до готелю можна організовувати різноманітні акції застосовуючи соціальні медіа-платформи такі, як Instagram, Facebook і TikTok.

Участь керівництва готелів у різноманітних конференціях, виставках, ярмарках індустрії гостинності – є одним із ефективних методів підвищення впізнаваності бренду та затвердження власного готелю як лідера індустрії. Місця для виступів можуть створити гарні можливості для спілкування та партнерства.

Готельний бізнес має багато можливостей для отримання нагород, і перемога часто допомагає рекламувати готель та його

бренд. Можна почати з пошуку місцевих асоціацій, які проводять церемонії нагородження або невеликі місцеві нагороди і працювати над більш вагомими номінаціями.

Готельєри можуть організовувати прес-конференції для засобів масової інформації, щоб продемонструвати нові послуги або реконструкцію. Такі заходи дадуть гарну можливість налагодити зв'язки із представниками місцевих засобів масової інформації та навіть впливовими особами та представити їм та їхній аудиторії пропозиції готелю.

Також можна опублікувати прес-реліз, за допомогою якого повідомити інформацію про нові найми, про організацію заходів на користь спільноти, зміни, які внесено для покращення досвіду гостей.

Розглянемо приклади застосування підприємствами готельного бізнесу PR-технологій табл. 1.

Таблиця 1 – Позитивні приклади використання PR-технологій закладами розміщення [1]

Назва закладу	Приклад використання
Хостел Puri Garden	Хостел Puri Garden в Убуді нещодавно був представлений як найкращий хостел у списку 8 найкращих хостелів на Балі за версією The Times. У цій статті говориться про «чудовий басейн із шезлонгами» та «щасливі години, живу музику, кіновечори, ресторан, організовані одноденні екскурсії та безкоштовні заняття йогою, які полегшують спілкування»
Ранчо Пейнтрок Каньойон	Paintrock Canyon Ranch було представлено в Travel + Leisure завдяки унікальному стилю проживання: розкішне ранчо поєднується з наметами в стилі сафарі, нахлистовою риболовлею та приватним шеф-кухарем. Цей готель зміг привернути увагу авторитетного інформаційного видання та отримав повнометражну історію, яка висвітлює бренд і досвід гостей
Мережа готелів Mariott Bonvoy	Компанія Mariott запустила конкурс TikTok у пошуку 3 нових кореспондентів TikTok, які зможуть відвідати всі 30 брендів готелів протягом 300 днів. Використовуючи хештег #30stays300days, куратори контенту надсилали TikToks відповіді на запитання «як подорожі сформували вас» і «чому ви найкраща людина для цієї роботи»

Отже, зв'язки із громадськістю закладу розміщення – це високоефективний готельний маркетинговий інструмент для створення видимого та нового бізнесу для готелю чи його бренду.

Список використаних інформаційних джерел

1. Як включити зв'язки з громадськістю у свою маркетингову стратегію. URL: https://www.cloudbeds.com/hotel-marketing/public-relations/ (дата звернення: 10.04.2024 р.).

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІННОВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ НА ПРИКЛАДІ ГОТЕЛЮ «PIRIN GOLF & SPA», БОЛГАРІЯ

Я. В. Гонтар, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Т. В. Капліна, *д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельний бізнес відіграє ключову роль у сфері гостинності, особливо з урахуванням сучасних очікувань споживачів. Щоб привертати та утримувати гостей, готелі постійно адаптують та вдосконалюють свої стратегії, зокрема в сфері маркетингу.

Персоналізований сервіс, маркетинговий контент, соціальні медіа, використання віртуальної реальності – застосування цих інноваційних маркетингових стратегій може допомогти готелям не лише залишатися конкурентоспроможними в сучасному ринковому середовищі, але й забезпечити високий рівень задоволення своїх гостей, що є ключовим для їх успіху.

Ретельно розробляючи свою маркетингову політику, готелі повинні зважити всі сенсорні елементи. Музика, запахи, смаки, чутливість персоналу тощо – все це має скласти пазл на завершальному етапі загального враження від готелю, створюючи відчуття брендингу. Використання семи сенсорних нот гостинності є цікавим інноваційним підходом до створення унікального та незабутнього досвіду для гостей готелю. Кожне з відчуттів – зір, слух, нюх, смак, дотик, інтуїція (відчуття безпеки) – має велике значення у формуванні загального враження про готель [1].

Готель «Pirin Golf & Spa» використовує різноманітні інноваційні маркетингові інструменти для привертання та утримання клієнтів. Наприклад, привабливий контент, що демонструє всі переваги та унікальність підприємства, – відеотур по готелю, місцевості, огляд та відгуки гостей на можливі заходи, святкування, спортивні табори. Також, готель застосовує систему аналізу даних для збору інформації про своїх клієнтів та їх уподобання: в кожному номері можна знайти анкету для відпочиваючих, де вони мають змогу дати оцінку обслуговуванню, якості харчування та інших наданих послуг з розміщення. Для постійних відвідувачів діють персоналізовані пропозиції за спеціальними знижковими картами.

Маркетингові інновації в готельному бізнесі більшість експертів пов'язують саме з BTL (Below the Line) – засобами просування, які реалізуються безпосередньо в готелі, тобто з прямим контактом з клієнтом, цілеспрямованою діяльністю щодо впливу на нього в момент прийняття рішення про покупку. У саме поняття «BTL-комунікації» включаються абсолютно всі види взаємодії між готелем і гостем [2]. Саме тому для покращення інноваційного маркетингу, і як наслідок, конкурентоспроможності готелю «Pirin Golf & Spa», можна використати декілька модернізованих аспектів. Для прикладу, застосування віртуальної реальності, аби перед заїдом гості могли в режимі онлайн оглянути готель та місцевість, на якій знаходиться підприємство. Також можна запровадити співпрацю з впливовими інфлюєнсерами, аби через медіа підвищити популярність закладу.

Висновки. Отже, готель «Pirin Golf & Spa» позиціонує себе як розкішний готель, що вдало використовує інновації та новітні засоби маркетингу для підвищення іміджу та популярності серед гостей. Однак покращення маркетингових заходів допоможе привабити ще більшу аудиторію, що позитивно відобразиться на загальній прибутковості готелю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Маркетингові інновації в готельному бізнесі / І. Я. Мандела, Є. М. Мендела. Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. 2022. № 4. С. 21–25. URL: http://journalslute.lviv.ua/index.php/tourism/article/view/1089/1029 (дата звернення: 21.03.2024).

2. Напрямки застосування маркетингових інновацій у комунікаційній політиці готельних закладів / І. М. Буднікевич, І. І. Благун, І. А. Крупенна, В. Б. Бокучава. Економіка. Бізнес і Маркетинг. 2020. № 8. С. 266–277. URL: https://www.businessinform.net/export_pdf/business-inform2020-8_0-pages266_277.pdf (дата звернення: 21.03.2024).

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ КЛІНІНГОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ

***Л. М. Грицак**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***Т. В. Капліна**, д-р техн. наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Удосконалення клінінгових послуг в готелях є важливим аспектом забезпечення високої якості обслуговування гостей. Чистота та порядок у номерах та загальних приміщеннях готелю є одним із ключових факторів, які впливають на задоволеність клієнтів та їх загальне враження від перебування у закладі розміщення.

Одним з напрямів удосконалення клінінгових послуг є використання новітніх технологій. Сучасні системи автоматизації дозволяють оптимізувати процеси прибирання, зменшити час, необхідний для виконання робіт, а також підвищити ефективність роботи персоналу. Наприклад, використання спеціалізованих програм для планування робочого графіку, контролю за виконанням завдань та оцінки якості прибирання дозволяє покращити організацію робочих процесів [1].

Наступним напрямом є оптимізація технологічних процесів, що включає розробку оптимальних умов для роботи персоналу, впровадження стандартів і протоколів прибирання та визначення найбільш ефективних методів та інструментів для забезпечення чистоти і порядку в готелі.

Підвищення кваліфікації персоналу є ще одним напрямом удосконалення. Навчання спеціалістів новим методам та технологіям прибирання, а також навичкам взаємодії з клієнтами допомагає покращити якість наданих послуг. Правильне викорис-

тання персоналом засобів для чищення та дезінфекції в готелі є важливим у забезпеченні безпеки гостей та персоналу.

Крім того, розвиток екологічної свідомості сприяє впровадженню більш екологічно чистих методів прибирання, а впровадження систем утилізації та переробки відходів дозволяє зменшити негативний вплив на навколишнє середовище.

Використання екологічно чистих засобів і матеріалів для миття сприяє безпеці персоналу і гостей [2].

Персоналізоване обслуговування є одним із затребуваних в останні роки напрямів удосконалення клінінгових послуг, що включають: розробку індивідуальних планів прибирання для кожного номеру відповідно до потреб гостей. Для конкретного готелю може бути розроблена певна процедура дій, які необхідно виконати:

− анкетування перед заїздом, де гості можуть вказати свої уподобання щодо типу кімнати, додаткових послуг;

− підготовка номеру (враховуючи інформацію з анкети, персонал може підготувати номер з урахуванням уподобань гостя, наприклад, розташувати додаткові речі, які йому можуть знадобитися).

Загалом, персоналізоване обслуговування полягає в тому, щоб кожен гість відчував, що його потреби та побажання були враховані, що створює особливий та незабутній досвід перебування в готелі.

Отже, удосконалення клінінгових послуг в готелях є важливим завданням, яке сприяє покращенню якості обслуговування та підвищенню конкурентоспроможності закладу.

Впровадження новітніх технологій, підвищення кваліфікації персоналу та застосування екологічно чистих методів прибирання допомагають досягти цих цілей та забезпечити задоволення гостей від перебування в готелі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вісник студентського наукового товариства «Ватра». Вінниця, 2022. № 152. С. 78–83. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/11konf/zb19.pdf.
2. Система управління якістю. URL: https://knute.edu.ua/file/MjAxODk=/76f77e9f83cb97177b5b45efc6e71ce6.pdf.

УПРАВЛІННЯ РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ УКРАЇНИ ПІД ЧАС КРИЗИ

***А. О. Дзюба**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***А. С. Капліна**, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанний бізнес представляє високий рівень конкуренції, є вразливим до численних непередбачуваних факторів та постійних змін.

У період кризи деякі заклади можуть швидко припиняти свою діяльність, але загалом галузь переформується, стаючи більш гнучкою та адаптивною. Як свідчать ресторатори, під час карантинних заходів у певному розумінні, закриття деяких ресторанів сприяло врятуванню інших, вони стали прикладом того, як не слід діяти, зменшили конкуренцію і надали можливість іншим адаптуватися.

Гнучкість у бізнес-моделях в цих умовах виникає внаслідок зростання цін на продукти. Усі ресторатори регулярно стикаються з коливаннями цін на продукти, але сучасна ситуація виявляється настільки складною, що вимагає нового підходу. Світові ціни на продовольство зросли через різноманітні фактори, такі як збільшений попит, обмеження у виробництві та руйнування традиційних логістичних ланцюжків. Це суттєво впливає на витрати на їжу та ефективність бізнес-моделей, і хоча не можливо контролювати ціну на продукти, але є можливість прийняти відповідні заходи.

Ключовим фактором успіху у цій ситуації є збереження тісних відносин зі стратегічними партнерами. Це укладання важливих контрактів, які, враховують обсяги замовлень компанії, забезпечують їй найкращі умови. Крім того, технологічні карти та бізнес-моделі в окремих компаніях повністю оцифровані (компанія «GastroFamily»). Це дозволяє їм аналізувати тенденції, робити прогнози та раціонально планувати цінову політику, не втрачаючи клієнтів, але реагуючи на зміни в цінах на базові продукти у межах розумних стратегій [1].

У всіх галузях діяльності в тому числі і ресторанному бізнесі стає все важливішим використання цифрових технологій та інноваційних процесів, які допомагають підняти бізнес на новий

рівень та забезпечити додатковий дохід. Однією з таких інноваційних технологій є онбординг, що є процесом спрощення «включення» нових клієнтів або працівників у робочий процес. Головне завдання такої послуги полягає в тому, щоб забезпечити максимально доступну інформацію клієнтам про заклад ресторанного господарства у Інтернеті або на його особистій сторінці.

Серед найбільш вдалих стратегій, що застосовували ресторатори під час кризи можливо відмітити наступні:

– доставка їжі власною кур'єрською службою(деякі ресторани розвивали свої програми доставки їжі, створюючи власні служби, що дозволило зберегти оборот продукції і залучити нових клієнтів, що перейшли на замовлення через мобільні додатки;

– адаптація меню та оптимізація витрат(перегляд меню для зосередження уваги на більш доступних інгредієнтах і стравах, які можливо швидко приготувати, що дозволило знизити витрати на поставки та підтримувати достатній рівень прибутку);

– акції та знижки для залучення споживачів, спеціальні пропозиції (знижки на доставку, безкоштовні десерти до основного замовлення тощо);

– стратегії маркетингу в соціальних медіа для просування послуг закладу з публікацією фото найбільш привабливих страв, розповідей про нові акції та історії про співробітників);

– розвиток онлайн-платформ (інтеграція бізнес-процесів з онлайн-платформами для замовлення їжі, що дозволило ефективніше обробляти замовлення та взаємодіяти з клієнтами).

Наведені стратегії показують, як ресторатори можуть успішно адаптуватися до кризових умов і зберігати життєздатність свого бізнесу.

Для точного прогнозування та замовлення інгредієнтів до страв у ресторанному бізнесі можливо застосовувати системи управління запасами (табл. 1).

Таблиця 1 – Системи управління запасами для точного прогнозування та замовлення інгредієнтів

Назва системи	Призначення
«SAP ERP» SAP ERP (Enterprise Resource Planning)	Має модуль управління запасами, який дозволяє рестораторам вести моніторинг обсягу запасів, робити прогнози попиту, автоматизувати замовлення та ведення інвентаризації

Продовж. табл. 1

Назва системи	Призначення
«Oracle NetSuite»	Має модуль управління запасами, який дозволяє автоматизувати процеси замовлення, прогнозування попиту та оптимізації запасів. Вона інтегрується з іншими функціональними областями підприємства, що полегшує управління ресторанним бізнесом
«Upserve»	Має функції прогнозування попиту, моніторингу запасів, автоматичного замовлення та аналізу витрат. Upserve також надає звіти та аналітику, що допомагає у прийнятті управлінських рішень
«Toast Inventory»	Дозволяє рестораторам вести точний облік запасів, автоматизувати замовлення інгредієнтів, створювати прогнози попиту та оптимізувати процеси управління запасами

Представлені в таблиці системи управління запасами можуть допомогти рестораторам ефективно прогнозувати попит, підтримувати оптимальні рівні запасів, автоматизувати процеси замовлення та ведення інвентаризації, що сприяє зменшенню витрат та покращенню ефективності управління бізнесом.

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).

АКТУАЛЬНІ НАПРЯМКИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛІВ, СПРЯМОВАНИХ НА ВІДПОЧИНОК І ОЗДОРОВЛЕННЯ

***Є. Р. Дудка**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Відпочинок, оздоровлення та відновлення фізичного здоров’я через рекреацію є популярним способом відпочинку для бага-

тьох мандрівників у всьому світі. Гості можуть подорожувати як в межах своєї країни, так і виїжджати за її межі для отримання специфічних послуг з рекреаційною метою.

Рекреаційний потенціал регіону або країни визначається наявністю природних та національних ресурсів для організації туристичної діяльності. Країнам з таким потенціалом рекомендується розвивати інфраструктуру відповідних територій для збільшення числа туристів, як внутрішніх, так і зовнішніх, які обирають відпочинок у місцях з високим рекреаційним потенціалом. Статистика Всесвітньої організації туризму (WTO) підтверджує, що 40 % всіх світових подорожей припадає на поїздки з метою відпочинку, рекреації та оздоровлення (рис. 1), що створює підвищений попит на готельні підприємства, спеціалізовані в цих сферах [1].

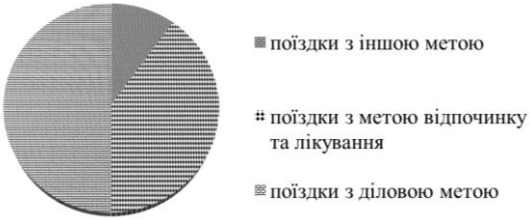

Рисунок 1 – Співвідношення подорожуючих туристів у світі, відповідно до мети поїздки

Дотепер значна частина подорожей визначається вибором гостей на користь відпочинку, рекреації, оздоровлення та лікування. Росте кількість осіб, які шукають відпочинок, поєднаний із зусиллями щодо оздоровлення та відновлення загального стану здоров’я. Готелі, спрямовані на SPA- та Wellness-послуги, санаторно-курортні заклади та подібні об’єкти розміщення стали основними обранцями для цільової аудиторії різних вікових груп [2].

Лікувально-оздоровчий туризм поділяється на медичний, орієнтований на лікування, та профілактичний (велнес-туризм), який спрямований на підтримку здоров’я та баланс між фізичним і психологічним станом. Велнес-туризм може набувати форми активного чи пасивного відпочинку, залежно від вибору подорожуючих.

Санаторно-курортна галузь, яка забезпечує відновлення здоров'я та сприяє підвищенню добробуту населення, вимагає відповідної туристичної інфраструктури для ефективного функціонування. Розвиток оздоровчих курортів не має жорсткої формули, але враховує декілька ключових факторів, таких як орієнтація на конкретного гостя, гостьовий досвід, характеристики курорту та ринкова динаміка. Індивідуальні та групові підходи з акцентом на оздоровчий компонент та досягнення трансформації є ключовими елементами в організації програм [3].

Зміна ролі власності в оздоровчих курортах створює виклики для бізнес-моделі та програмування, які ще не мають стандартних рішень. Роль розробника, власника та філософії оздоровлення в галузі гостинності визначає успіх готелів.

Сучасний споживач прагне до балансу між фізичним та духовним станом. Розширення засобів розміщення лікувально-профілактичного та оздоровчого напряму, включаючи власні spa- та wellness-центри, відповідає цьому прагненню. Це не лише підвищить рентабельність закладів для відпочинку та лікування, але і збільшить їх конкурентоспроможність.

Дослідження сучасних трендів готельного господарства та перспектив розвитку галузі допоможе сформувати ефективну стратегію для підприємств у галузі гостинності, враховуючи потреби ринку та конкурентну діяльність. Для країн з власним рекреаційним потенціалом це важливо для підтримки розвитку готельних підприємств та засобів розміщення, з метою збільшення числа внутрішніх туристів і виходу на світовий ринок.

Список використаних інформаційних джерел

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: http://www2.unwto.org/en. (дата звернення: 10.03.2024).
2. Абрамова А. С. Сучасні тренди та перспективи розвитку готелів для відпочинку та лікування. *Економіка і суспільство*, 2022. № 39. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-75 (дата звернення: 11.03.2024).
3. Лаптєва А. С. Сучасні тенденції розвитку лікувально-оздоровчих послуг в готелях // *Сучасні проблеми і перспективи економічної динаміки :* матер. VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Умань, 18 листопада 2021 р. – Умань : Візаві, 2021. С. 697–700.

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

***В. В. Жданова**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***А. С. Капліна**, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Головною метою для підприємств на ринку є збереження їхньої конкурентоспроможності, яка визначає успішність закладу та результати його діяльності у конкурентному середовищі. Перед прийняттям стратегічних управлінських рішень важливо провести детальний аналіз конкурентної ситуації. Конкуренція змушує підприємства постійно стежити за змінами на ринку, контролювати витрати ресурсів та підвищувати якість продукції та обслуговування, щоб збільшити свою конкурентоспроможність [1].

У ресторанному бізнесі конкуренція має свої особливості через різноманітні функції, які відображаються у виробництві, реалізації та організації споживання продукції. Цей аспект ускладнює суть конкурентної боротьби для ресторанів, де важливим є якість продукції і обслуговування. У такому контексті підприємства повинні зосередитися на підвищенні якості продукції та обслуговування, оскільки це визначає їхню конкурентоспроможність [2].

Однією із важливих передумов розвитку закладів ресторанного господарства в умовах кризи і жорсткої конкурентної боротьби є розробка і реалізація стратегії їх розвитку (рис. 1).

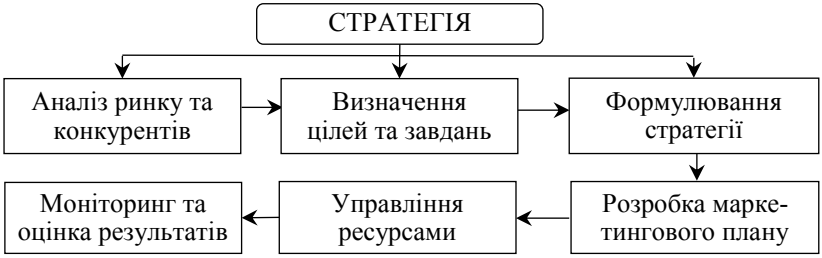

Рисунок 1 – Етапи реалізації стратегії ресторану

Початок розвитку стратегії полягає в докладному аналізі ринку ресторанного бізнесу та його конкурентів. Важливо вивчити попит на ресторанні послуги, визначити цільову аудиторію, оцінити сильні та слабкі сторони конкурентів.

На основі аналізу ринку встановлюються конкретні цілі та завдання для ресторану. Цілі можуть включати розширення клієнтської бази, підвищення обороту, вдосконалення якості обслуговування тощо.

Після визначення цілей розробляється стратегія, яка визначає шляхи досягнення поставлених цілей. Це може бути стратегія розвитку нових продуктів, збільшення присутності на ринку, розширення асортименту тощо.

Частиною стратегії розвитку є розробка маркетингового плану, який включає в себе методи просування ресторану, залучення нових клієнтів, утримання існуючої аудиторії, використання соціальних медіа, рекламні кампанії тощо.

Для успішної реалізації стратегії розвитку важливо ефективно управляти ресурсами, такими як фінанси, персонал, сировина, обладнання. Це може включати оптимізацію витрат, навчання персоналу, використання технологій для автоматизації процесів.

Після впровадження стратегії розвитку важливо проводити постійний моніторинг та оцінку результатів. Це дозволяє вчасно виявляти проблеми, коригувати стратегію та забезпечувати стійкий розвиток ресторану.

Маркетингові стратегії відіграють важливу роль у залученні нових клієнтів до ресторану та утриманні старих (промо-акції та знижки, програми лояльності, онлайн-присутність, участь у місцевих подіях та спільноті, контент-маркетинг, відгуки та рейтинги). Вони стимулюють інтерес і зацікавленість у продукції та обслуговуванні ресторану.

Отже, за умови виконання усіх етапів стратегії, ресторан може успішно реалізувати свою стратегію розвитку і досягти бажаних цілей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сарай Н. І. Система факторів впливу на конкурентоспроможність підприємств регіону // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2018. Вип. 23. С. 40–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rarpsu2018._23_102.

2. Андросова Т. В., Власова Н. О., Михайлова Н. В., Круглова О. А. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства : [монографія]. Х. : ХДУХТ, 2010. 144 с.

ПЕРСПЕКТИВИ БЮДЖЕТНИХ ЗАСОБІВ РОЗМІЩЕННЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

***М. В. Зайчикова**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$ 2-41(з/в)*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У провідних країнах Європи малобюджетні засоби розміщення користуються зростаючою популярністю, особливо у молоді – найбільш мобільної і водночас найменш заможної категорії туристів. Тому, цей сегмент послуг став привертати до себе увагу як підприємців та інвесторів, так і науковців. Зокрема, різні аспекти функціонування малобюджетних засобів розміщення висвітлені у наукових працях А. Фоммера, О. Борисової, С. Галасюк, С. Мельниченко, Т. Буряк та інших.

Економічна криза, спричинена військовим вторгненням Російської Федерації на територію України та знищенням її стратегічної інфраструктури, зумовила зменшення купівельної спроможності більшої частки населення і, як наслідок, саме ці заклади економ-класу прогнозовано можуть користуватися попитом у післявоєнний період вже не тільки у молоді, а і у інших категорій населення, що планують подорожувати з обмеженим бюджетом.

До таких перспективних малобюджетних засобів розміщення відносяться хостели, які за міжнародною класифікацією UNWTO належать до «інших колективних засобів розміщення, які передбачають надання обмежених готельних послуг» та, відповідно до класифікації Міжнародної Федерації Молодіжних Хостелів (IYHF), поділяються на три категорії: стандарт, покращений та люкс [1].

У світі існують досить незвичайні хостели, які приваблюють молодь і є затребуваними на ринку послуг, адже вони – не просто бюджетний варіант розміщення, а і своєрідний витвір мистецтва. Наприклад, унікальний хостел «STF Jumbo Stay», який розташувався прямо в авіалайнері Боїнга-747 поряд з міжнарод-

ним аеропортом Стокгольм-Арланда з безкоштовним трансфером від аеропорту. У Німеччині є хостел, який розміщено у замку «Burg Altena», побудованому у 12 столітті. В Ірландії розташовується 30-метровий еко-хостел «Gyreum» з системою фільтрації побутових та стічних вод, геотермальним опаленням та вітровими турбінами. В Австралії існує незвичайний хостел «Railway Square YHA», який знаходиться поряд із центральним вокзалом Сіднея, а номерами у хостелі є залізничні вагони.

Цю ідею в Україні підхопив Київський бізнесмен Міхаель Гальперін та у 2017 році відкрив хостел, побудований зі списаних вагонів метро. На сьогодні В Україні відсутня класифікація та нормативно-правова база для регулювання процесів створення, оподаткування та роботи таких засобів розміщення, а перевірку хостелів України на відповідність стандартам IYHF з 2003 року здійснює Всеукраїнська молодіжна хостел-асоціація (далі – ВМХА) [2].

Офіційна статистика кількості хостелів на Україні теж відсутня. На сайтах Booking.com, hostelworld.com та hotels 24 спостерігаються значні розбіжності в їх статистиці. Це пов'язано з тим, що Державна служба статистики України фіксує дані тільки на основі звітності, тоді як більшість підприємств на сьогодняшній день працює на ринку послуг нелегально, без реєстрації [3]. Однак, позитивною тенденцією їх є співпраця з громадськими організаціями щодо надання безкоштовних послуг особам, які перебувають у складних умовах під час воєнного стану в країні та надають безкоштовні послуги внутрішньо переміщеним особам.

Наприклад, у хостелі на Вінниччині за **ініціацією громадської організації «Гармонія»** облаштовано кімнати на 28 осіб для людей з інвалідністю та переселенців. На базі департаменту праці та соціального захисту населення Миколаївської міської ради за кошти Агентства США з міжнародного розвитку «USAID Ukraine – USAID Україна» в рамках проєкту «Демократичне врядування у Східній Україні» (DG East) створено хостел для внутрішньо переміщених осіб та людей, які втратили житло внаслідок бойових дій.

Отже, в умовах сьогодення першочерговим завданням для держави є: створення законодавчої та нормативно-правової бази щодо регулювання процесів роботи хостелів; розробка державної програми розвитку та інвестиційної підтримки малобюджет-

них засобів розміщення; упровадження нових видів і форм обслуговування, що дозволить у більш повному обсязі задовольнити потреби клієнтів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вимоги відповідно міжнародних стандартів: «Засоби розміщення. Хостели» [Електронний ресурс]. URL: https://hostel.band/images/docs/vimogi-do-hosteliv-v-britaniy.pdf.
2. Всеукраїнська молодіжна хостел-організація [Електронний ресурс]. URL: http://hihostels.com.ua.
3. В Україні 70 % хостелів працюють у тіні [Електронний ресурс]. URL: https://www.unian.ua/tourism/news/10569570-vukrajini-70-hosteliv-pracyuyut-u-tini-asociaciya.html.

ВИКОРИСТАННЯ ФІЛОСОФІЇ КАЙДЗЕН ДЛЯ УДОСКОНАЛЕННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

***В. О. Захарова**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_6$2-41*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Повномасштабне вторгнення Російської федерації на територію України завдало значних збитків готельному бізнесу та сприяло пошуку та впровадженню у галузь нових методів антикризового управління, інноваційних стратегій розвитку підприємства та нестандартних шляхів просування продукту на ринку готельних послуг.

Серед перспективних методів виходу з кризи та відновлення економіки внаслідок збитків після військових дій чільне місце належить кайдзен-стратегії, тобто стратегії постійного вдосконалення організаційної структури управління підприємством для підвищення задоволеності клієнтів за рахунок використання внутрішніх резервів компанії [1]. І хоча концепція кайдзен була запропонована ще у 1985 році «батьком Постійного вдосконалення» японцем Масаакі Імаі після Другої світової війни, вона і досі є сучасною та затребуваною. А заснований Масаакі Імаі у цьому ж році інститут Кайзен (Кантоні Цуг, Швейцарія) і досі допомагає компаніям впроваджувати методологію кайдзен в

корпоративні стратегії підприємств, у тому числі і у підприємства сфери послуг.

Так, вже у 1987 році інститут Кайзен вже було зареєстровано у Каліфорнії, у 1988 – в Окленді (Нова Зенландія), з 1990 по сьогодняшній день – у Франкурті (Німеччина), Парижі (Франція), Барселоні (Іспанія), Болоньї (Італія), Румунії, Чехії, Угорщині, Африці, Гонконзі, Фінляндії і т. п. В Україні створений та заснований інститут Кайзен Україна з 2017 року.

На сьогодняшній день відомі наукові дослідження щодо впровадження концепції кайдзен у діяльність підприємств Дж. Фарріса Ван Акена, Т. Дулена, Дж. Уорлі [1], Т. Семенчук, С. Василиги [2]. Приклади успішного застосування її у сфері послуг досліджено у наукових працях Дж. Сінгха і Х. Сінгха, А. Фірмана, Г. Ільяса [3]. Особливості застосування концепції кайдзен у готельному сервісі висвітлено у роботах В. Шашиної, В. Редько [4].

Але, в реаліях сьогодення, враховуючи, що підприємства готельного бізнесу для підвищення рівня задоволеності потреб клієнтів потребують постійного удосконалення якості сервісних процесів в готелі, командної роботи персоналу, високої корпоративної культури, подальші дослідження щодо використання філософії кайдзен для удосконалення корпоративної культури підприємств готельного господарства є актуальними та перспективними.

До ключових принципів філософія кайдзен, які можуть бути використанні для удосконалення корпоративної культури на підприємстві готельного бізнесу відносяться: орієнтованість на задоволеність гостя рівнем надання послуг; належний рівень самодисциплінованості та дієва мотивація персоналу, розвиток персоналу по горизонталі, командна робота, високий рівень професійних навичок та вмінь, активізація творчих здібностей персоналу; постійне покращення технології обслуговування; стандартів та якості сервісу тощо.

Так, наприклад, розробка ефективної системи мотивації лінійної ланки персоналу сприятиме продуктуванню в межах їх компетентностей нових ідей та варіантів вирішення завдань та проблем, які виникають у процесі надання та планування послуг високого рівня якості. Чітка організація робочого місця персоналу, в основі якої лежать 5 факторів: охайність, впорядкованість, чистота, стабілізація та дисципліна – підвищить як про-

дуктивність праці, так і ефективність діяльності готельного підприємства в цілому.

Ураховуючи, що корпоративна культура, як індивідуальний стиль готельного закладу, приймає участь у майже всіх бізнес-процесах, її безперервне та постійне удосконалення забезпечить подальший розвиток та конкурентоспоможність підприємства на ринку послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Farris J., Van Aken E., Doolen T. and Worley J. Critical success factors for human resource outcomes in Kaizen events: An empirical study. International Journal of Production Economics. 2009. Vol. 117. № 1. P. 42–65.
2. Firman A., Ilyas G. B. The Effect of Kaizen Strategy on Customer Satisfaction: Empirical Study on Budget Hotels in Makassar City. Point of View Research Management. 2(1) February. 2021. P. 1–9.
3. Семенчук Т. Б., Василига С. М. Застосування концепції постійного вдосконалення для ефективного розвитку підприємства. *Бізнес та інтелектуальний капітал. Інтелект XXI*. 2019. № 6. С. 138–141.
4. Редько В. Є. Застосування концепції кайдзен в готельному сервісі. *Інфраструктура ринку*. 2022. Вип. 65. С. 104–108.

ТЕХНОЛОГІЯ «БЛОКЧЕЙН» В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ

***В. О. Зінченко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***Т. В. Капліна**, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У наш час термін «блокчейн» найчастіше асоціюється з криптовалютами, однак його застосування охоплює різноманітні галузі, такі як логістика, освіта, медицина, нерухомість та інші. Блокчейн – це технологія зберігання інформації, яка використовується приватними компаніями для контролю за рухом коштів на рахунках та державними установами, наприклад, навчальними закладами, для захисту особистих даних своїх студентів від шахрайських дій [1].

На сьогоднішній день існують приклади успішної інтеграції криптовалюти в готельний бізнес. Один з найбільших гравців у сфері бронювання номерів, «Expedia», оголосив про готовність приймати криптовалюту «Bitcoin» як спосіб оплати своїх

послуг, що є важливим кроком у інтеграції криптовалюти в готельну економіку.

Інший приклад використання цих технологій у сфері туризму – це проєкт «Concierge» (CGE), який базується на технології блокчейн на платформі NEO. Це мобільний додаток для користувачів, які планують відпочинок. Цей додаток дозволяє бронювати готелі у будь-якій країні світу без комісії та оплачувати бронювання як грошима, так і криптовалютою [2].

Технологія блокчейн має потенціал змінити спосіб, яким готелі забезпечують економічну та іншу безпеку для своїх гостей та оптимізують свою діяльність. Для вибору напряму реалізації технології розроблено план, який дозволить провести оптимізацію роботи готелю і вибрати найбільш ефективні з них (рис. 1).

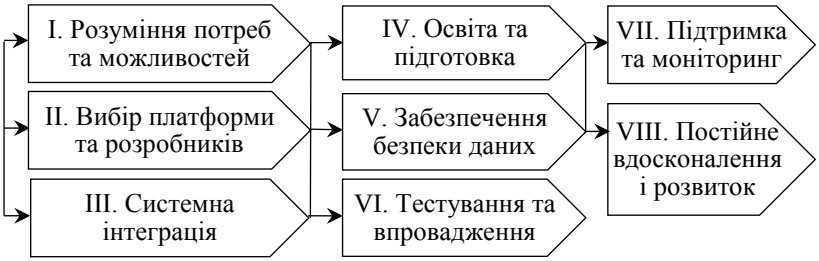

Рисунок 1 – План проведення оптимізації готелю за технологією блокчейн

На першому етапі з’ясовують, які конкретні потреби і можливості пов’язані з впровадженням блокчейн-технології. Це може бути управління бронюваннями, облік лояльності гостей, забезпечення безпеки даних тощо.

Другий передбачає вибір платформи блокчейн, яка найкраще відповідає потребам готелю, співпрацю з розробниками, які мають досвід у цій галузі. Це може бути внутрішня розробка або співпраця зі сторонніми компаніями.

Третій – інтеграцію з існуючими системами управління готелем, такими як система бронювання, облік гостей, обробка платежів і т. д.

На четвертому етапі персонал готелю, включаючи адміністраторів, фінансових менеджерів та технічний персонал, проходить навчання з блокчейном для розуміння його переваги та процесів.

Ураховуючи, що однією з головних переваг блокчейн-технології є безпека даних, то на п'ятому етапі готелю необхідно вжити заходів для захисту особистих даних гостей, включаючи шифрування та інші заходи безпеки.

Після розробки та інтеграції блокчейн-рішення, на шостому етапі воно піддається тестуванню для перевірки його ефективності та надійності. Успішне тестування впровадження може бути проведено поетапно.

Після впровадження на сьомому етапі, готель забезпечує постійну підтримку та моніторинг роботи блокчейн-системи, а також виявлення та вирішення будь-яких можливих проблем.

Враховуючи, що технологія блокчейн постійно розвивається, на восьмому етапі готелі постійно слідкують за новинами та впроваджують нові функції та можливості відповідно до потреб бізнесу.

Загалом, впровадження блокчейн-технології в готельному бізнесі вимагає великих зусиль та планування, але воно може призвести до покращення економічної та іншої безпеки, оптимізації процесів та поліпшення досвіду гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Все про блокчейн: як працює, хто користується, де застосовують. URL: https://tsn.ua/groshi/vse-pro-blokcheyn-yak-pracyuye-hto-koristuyetsya-de-zastosovuyut-2378878.html.
2. Ciaian P., Rajcaniova M., Kancs A. The economics of BitCoin price formation. Applied Economics. 2016. URL: https://doi.org/10.1080/00036846.2015.1109038.

СУЧАСНИЙ СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

***В. С. Зубко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-31*

***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанне господарство є галуззю економічної діяльності, яка надає послуги у сфері харчування для задоволення потреб споживачів у відпочинку або без нього. Цю діяльність здійснюють через підприємства установи ресторанного господарства.

Наразі ресторанна галузь в Україні не відповідає міжнародним стандартам, але слід відзначити, що вона є важливим напрямком розвитку національної економіки, як складова галузі гостинності. Успішне функціонування ресторанного бізнесу є важливим індикатором змін в економіці країни та регіонів і сприяє активізації міжнародних зв'язків. Однак, сучасні економічні реалії, включаючи пандемію COVID-19 (рис. 1) та введення воєнного стану 24 лютого 2022 року, суттєво вплинули на діяльність ресторанних закладів.

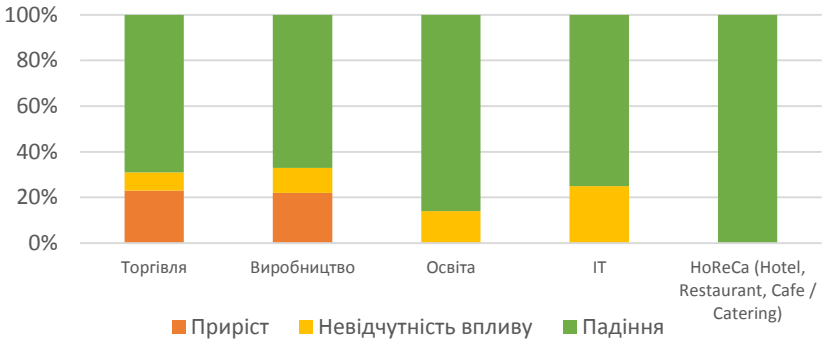

Рисунок 1 – Вплив пандемії COVID-19 на сфери бізнесу в Україні [1]

Ресторанний сектор є ключовою складовою галузі гостинності, де всі заклади і підприємства мають просуватися на ринку з високою конкурентоспроможністю. Однак кризові ситуації, такі як пандемія та військова агресія, поставили українське ресторанне господарство перед викликом виживання. Тому питання реформування та адаптації цієї галузі в умовах воєнної агресії є надзвичайно актуальним.

Також існують проблеми в організації праці ресторанних закладів на території України, які необхідно вирішити [2, с. 117–118]:

1. Одним з недоліків у цій галузі є управління та методи обслуговування споживачів. Частина підприємців з відсталим підходом до управління персоналом, що базується на застарілих структурах, не бажають адаптуватися до сучасних вимог, що відлякує потенційних фахівців, які прагнуть працювати за новими, європейськими стандартами управління та обслуговування.

2. Недостатня рекламна діяльність, спричинена неефективною маркетинговою політикою підприємства.

3. Недосконалі технології виробництва продукції погіршують ефективність процесів приготування, зберігання та реалізації продукції.

Найбільш ефективним способом підвищення конкурентоспроможності ресторанів є впровадження інновацій. Сфера послуг є ключовим сегментом економіки, орієнтованим на потреби споживачів [3, с. 518].

У ресторанному господарстві часто застосовуються кілька видів інновацій, які є особливо характерними для цієї сфери підприємницької діяльності [4, с. 68–69]:

1. Маркетингові інновації орієнтовані на розвиток дизайну підприємства, його концепції та ідей, включають в себе співпрацю з цільовою аудиторією та розробку рекламних кампаній.

2. Організаційні інновації включають організацію навчання персоналу та впровадження критеріїв для оцінки його ефективності.

3. Ресурсні інновації спрямовані на поліпшення використання ресурсів підприємства, зокрема на більш ефективне управління витратами та економічне використання технічних ресурсів.

4. Технологічні інновації стосуються використання потужніших, економічних та ефективних пристроїв на підприємстві та використання наукових досягнень для покращення організаційних процесів.

Отже, ринок ресторанних послуг в Україні має значний потенціал і перспективи для подальшого розвитку. Перейняття зарубіжного досвіду сприятиме формуванню високорозвиненого ресторанного господарства в нашій країні, яке поєднає в собі як міжнародні, так і національні особливості. Власники ресторанного бізнесу активно адаптуються до складних умов, трансформуючи традиційні формати діяльності та максимізуючи використання усіх можливих резервів та ключових ресурсів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Опитування підприємців: як пандемія коронавірусу вплинула на бізнес. URL: https://biz.censor.net/resonance/3183985/opros_predprinimateleyi_kak_pandemiya_koronavirusa_povliyala_na_biznes.

2. Воловельська І. В., Лоєнко О. Сучасні тенденції розвитку ресторанного бізнесу в Україні. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2016. С. 115–118.
3. Миронова М. І., Миронов Ю. Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності. Сучасні технології менеджменту, інформаційне, фінансове та облікове забезпечення розвитку економіки в умовах євроінтеграції : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. Черкаси : Східноєвропейський університет економіки і менеджменту, 2020. С. 517–520.
4. П'ятницька Г. Т. Сучасні тренди розвитку ресторанного господарства в Україні. Економіка та держава. 2017. С. 66–73.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ СЛУЖБИ ХАРЧУВАННЯ ТА НАПОЇВ ГОТЕЛЮ «ДЕЖА ВЮ»

А. О. Касіменко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У швидкоплинному та динамічному світі готельно-ресторанного бізнесу наявність мотивованого персоналу має вирішальне значення для забезпечення виняткового обслуговування споживачів і загального успіху закладу. Вмотивовані співробітники більш заангажовані та продуктивні, створюючи позитивну атмосферу для гостей. Коли працівник підприємства є мотивованим, то він має кращу продуктивність праці, має позитивний вплив на враження гостей закладу, готовий сприймати у свою роботу інновації та креативність, створює позитивну та гармонійну атмосферу у робочому середовищу. Також при вдалій мотивації працівників на підприємстві зменшується плинність персоналу, що позитивно впливає на ефективність роботи усього підприємства [1].

Нами було проведено аналіз системи мотивації працівників служби харчування та напоїв готелю «Дежа Вю», результати якого відображено на рис. 1.

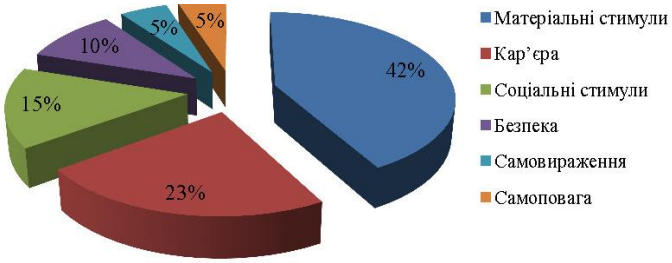

Рисунок 1 – Чинники мотивації праці персоналу служби харчування та напоїв готелю «Дежа Вю»

За розробленою анкетою було проведено опитування персоналу служби харчування та напоїв досліджуваного підприємства. Питаня про те, яким видам мотивації персонал віддає переваги показав наступні результати: 42 % – найбільша кількість опитаних – із усього списку надали перевагу матеріальним стимулам. 23 % вважають, що їх мотивує кар'єра. Соціальні стимули і стимули безпеки набрали відповідно по 15 % та 10 %. Така ситуація зумовлена тим, що персонал потребує гроші, і необхідно платити їм необхідну суму для приваблення їх та утримання на підприємстві. По 5 % набрали – самоповага та самовираження.

Переваги у різновидах матеріальних стимулів мають таку тенденцію: 35 % опитаних віддають свою перевагу винагороді за вислугу років і за результатами праці за рік; 30 % – стверджують, що їх цікавить факт постійного отримання заробітної плати. Індексація заробітної плати хвилює 18 % респондентів, а 12 % осіб надали перевагу заохоченням і виплатами. Із чого можна зробити висновки, що матеріальні стимули, в тому числі такий їх різновид як винагороди та премії (за вислугу років і інші професійні досягнення) до сих пір залишаються найбільш затребуваними та актуальними чинниками, які спонукають персонал підприємства до праці.

Із стимулів безпеки найбільш важливими були: гарантії пенсійного забезпечення – 20 %, безкоштовне медичне обслуговування – 25 %, гарантії зайнятості – 17 % і тривала оплачувана відпустка – 15 %. Такі стимули як оплата тимчасової непрацездатності – 8 %, дотації на харчування, відпочинок в санаторіях – 15 %, навчання на різних курсах за підтримки підприємств –

10 % були більш затребувані. Із соціальних мотивів найбільш значимими стали можливість вільного та дружнього спілкування з колегами – 35 % і відчуття своєї потреби для людей – 45 %. Серед потреб вищого порядку найбільш значимими стали потреби в успіху. Так дали відповідь 52 % із усіх опитуваних. Такий вибір був очікуваним, тому що кожна людина прагне до успіху. Успіх – це реалізована мета, для досягнення якої працівник приклав максимум зусиль. За 30 % відповідей опитаних набрали потребу у владі чи потребу бути причасним до чогось-небудь.

З тим, що ефективні технології стимулювання підвищують мотивацію праці персоналу підприємства, повністю погодилися 35 % опитаних, а 30 % респондентів, більш за все погоджуються, ніж не погоджуються. Повністю не погодилися з цим твердженням тільки 6 %.

На основі здійсненого аналізу системи мотивації персоналу готелю можна надати наступні рекомендації щодо вдосконалення системи мотивації персоналу ресторану готелю «Дежа Вю»:

− удосконалення матеріального стимулювання (преміювання за підсумками року – 13-а зарплата – 50 % від базової заробітної плати; організація конкурсного продажу);

− удосконалення нематеріального стимулювання (розробка критеріїв стимулювання; організація зворотного зв’язку з керівництвом);

− удосконалення соціально-трудової сфери (виплата заробітної плати на банківську картку);

− удосконалення соціального пакета (добровільне медичне страхування працівників).

Отже, застосування на практиці даних рекомендацій дозволить заповнити існуючі прогалини в підході до мотивації персоналу в даних структурах, підвищити рівень задоволеності трудовою діяльністю та заробітною платою. Це, своєю чергою, сприятиме досягненню стратегічних цілей компаній, зробить їх привабливішими над ринком послуг, знизить плинність персоналу, підвищить рівень обслуговування, що дозволить збільшити прибуток підприємств.

Список використаних інформаційних джерел

1. Способи мотивації персоналу ресторану. URL: https://www.staffany.com/blog/how-to-motivate-restaurant-staff/ (дата звернення: 10.04.2024 р.).

МЕТОДИ УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ «ПОРТОФІНО» У МІСТІ ОДЕСА

***С. В. Кіріченко**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 4-41*

***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Надання різноманітних послуг у готельному підприємстві стратегічно може значно підвищити задоволення гостей та сприяти їхньому поверненню у майбутньому. Ефективні додаткові сервіси можуть стати не лише додатковим мотивом для бронювання готелю, але й сприяти формуванню позитивного іміджу та збільшенню лояльності гостей. Тому питання удосконалення та розширення додаткових послуг для готелів є досить актуальним.

Важливо розглянути та дослідити широкий спектр додаткових сервісів, які може надавати готельно-ресторанне підприємство «Портофіно» та їх вплив на загальний досвід гостей. З метою розширення асортименту додаткових послуг у готелі «Портофіно», рекомендуємо розглянути три методи [1] та провести аналіз задоволеності додатковими послугами гостей у готелі.

Першим методом, про який можна обговорити, є проведення опитувань гостей. Це дуже ефективний спосіб отримати об'єктивні відгуки та пропозиції від гостей. Ми можемо використовувати анонімні анкети, що видаються при виїзді гостей, або ж електронні опитування, які можна заповнити після заїзду чи навіть під час перебування в готелі через наші мобільні додатки.

Другим методом [2] є аналіз відгуків та коментарів гостей, які можна знайти на різних веб-сайтах, соціальних мережах та спеціалізованих платформах. Це надає можливість відслідковувати реакції гостей та ідентифікувати проблемні аспекти послуг, які надаються у готелі.

Третій метод – це внутрішній зворотний зв'язок з гостями. Під час перебування гостей у готелі важливо встановити систему спілкування, щоб можна збирати зворотні відгуки та реагувати на них у реальному часі.

Провівши ретельний аналіз різноманітних послуг [3], що надає готель своїм гостям, зокрема ресторанні послуги, сніданки, трансфер та інші, виявлено, що широкий асортимент послуг дозволяє гостям знайти відповідні їхнім потребам і очікуванням. Аналіз показав, що більшість гостей високо оцінюють такі послуги, як трансфер та сніданки у готелі.

Також нами було досліджено, що деякі гості вказують на те, що у готелі немає тренажерного залу та спа-центру. Це свідчить про потенційну недолік, оскільки для деяких клієнтів важливо мати можливість займатися спортом або користуватися спа-послугами під час перебування у готелі. Рекомендацією може бути розгляд можливості впровадження таких послуг.

Рисунок 1 – Аналіз відгуків споживачів
щодо якості додаткових послуг

З аналізу ефективності дій та процесів готелю «Портофіно» видно, що є як сильні, так і слабкі сторони, які ви можете бачити на (рис. 1). Позитивні відгуки про сніданки та наявність трансферу з/до аеропорту свідчать про успішні аспекти обслуговування. Однак відсутність тренажерного залу та Спа-центру викликає негативні відгуки від частини гостей. Наголос на цих аспектах може поліпшити загальний досвід перебування гостей у готелі «Портофіно».

Список використаних інформаційних джерел

1. Круль Г., Заячук О. Подання різноманітних послуг як стратегічний аспект в готельній сфері. URL: http://surl.li/ezvxh (дата звернення: 28 березня 2024 р.).

2. Рябенька М. О. Методи оцінки та моніторингу задоволеності гостей у готельному секторі. URL: http://surl.li/rspnu (дата звернення: 28 березня 2024 р.).
3. Олійник О. М., Сапельніков Н. Л., Тонких О. Г. Сучасні тенденції в готельному бізнесі та їх вплив на стратегії надання послуг. URL: http://surl.li/sckhm (дата звернення: 28 березня 2024 р.).

ДОСВІД НАДАННЯ ПОСЛУГ КЕЙТЕРИНГОВИМИ КОМПАНІЯМИ В УКРАЇНІ

У. Ю. Клюєва, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-21*
С. С. Рибакова, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Попит на кейтеринг та виїзні заходи зростає з кожним роком. Особливо це стосується літніх місяців, коли часто замовляють фуршети для корпоративів, весіль та інших урочистостей, що робить цей бізнес гарячою темою. У цій статті ми розповімо про різні види кейтерингу та про те, скільки коштує розпочати такий бізнес з нуля.

Однією з головних переваг кейтерингового бізнесу є те, що початкові інвестиції мінімальні. Вартість відкриття кейтерингового бізнесу нижча, ніж відкриття ресторану або кафе, оскільки орендна плата за приміщення нижча, а персонал потрібен менший, тому фонд заробітної плати спочатку невеликий.

Види кейтерингу можуть бути різними і включати в себе різні форми обслуговування та різний формат та подачу страв та напоїв.

Основні види кейтерингу:

✓ Корпоративний кейтеринг: обслуговування бізнес-заходів, включаючи семінари, конференції, корпоративні обіди та вечірки.

✓ Соціальний кейтеринг: надання послуг для особистих заходів, наприклад, весілля, дні народження, вечірки.

✓ Харчування в місці події: обслуговування на місці проведення події, таке як концерти, фестивалі, спортивні змагання.

✓ Кейтеринг з доставкою: надання готових страв та напоїв з можливістю доставки до будь-якого місця, включаючи дім або офіс.

✓ Ексклюзивний кейтеринг: висококласні послуги кейтерингу для елітних подій, включаючи гала-вечори, вечірки на яхтах та приватні заходи з великою кількістю гостей.

На сьогоднішній день існує багато кейтерингових компаній, які пропонують різноманітні послуги з організації заходів та обслуговування гостей. Наприклад, «Shocateringuk» м. Львів, вул. Гетьмана Мазепи, 36; Yamekeuk, Smart-catering. Види івент-заходів подано у табл. 1.

Таблиця 1 – Види івент-заходів кейтерингових компаній

Назва кейтерингової компанії	Послуги
«Shocateringuk», м. Львів	Елітний кейтеринг, Корпоративний кейтеринг, Весільний кейтеринг, Бенкетні страви, Фуршети та коктейлі, Дитячий кейтеринг
Yamekeuk	Кейтеринг на корпоративні заходи, Весільний кейтеринг, Кейтеринг для приватних подій, Фуршетні страви, Десерти та торти на замовлення, Ексклюзивні кулінарні майстер-класи
Smart-catering	Фуршет, Банкет з розміщенням гостей за столом, На вогні (BBQ), Кава-брейк, Корпоративи, Коктейль-бар

Основними перевагами кейтерингового бізнесу є

✓ Низькі інвестиції на старті.

✓ Швидкий запуск бізнесу.

✓ Високий попит на готову їжу та послуги з організації заходів.

✓ Висока прибутковість і окупність бізнесу.

Є в кейтеринговому бізнесі і недоліки, які полягають у високому рівні конкуренції. Також до недоліків можна віднести необхідність дотримання системи HACCP на кухні, але це навряд чи можна назвати недоліком, оскільки всі типи закладів громадського харчування дотримуються цих правил.

Список використаних інформаційних джерел

1. Послуги. «Shocateringuk»: веб-сайт. URL: https://shocateringuk.pro/index.php#feature (дата звернення: 02.04.2024).
2. Наші послуги. «Yamekeuk»: веб-сайт. URL: https://yamekeuk.biz/?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw2a6wBhCVARIsABPeH1tIYS7VF_o1vLzFaM8oQrlN-VdeEPoxtRDoV6yzThKZZVcUW-W5WhEaAtTIEALw_wcB (дата звернення: 02.04.2024).
3. Наше меню. «Smart-catering»: веб-сайт. URL: https://smart-catering.com.ua/kofe-breik/ (дата звернення: 02.04.2024).

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛІВ ЗА РАХУНОК ЕКО-ТЕХНОЛОГІЙ

***О. І. Ковш**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***А. С. Капліна**, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Нині в готелях світу для зменшення впливу на навколишнє середовище та підвищення сталості діяльності успішно застосовують еко-технології. Серед них: сонячні панелі для виробництва електроенергії і зменшення використання електроенергії з традиційних джерел; запровадження сучасних систем енергозбереження, які автоматично регулюють освітлення, опалення та кондиціонування повітря в залежності від умов і присутності людей у приміщеннях; впровадження сучасних систем енергозбереження, які автоматично регулюють освітлення, опалення та кондиціонування повітря в залежності від умов і присутності людей у приміщеннях [1].

Для готелів України особливу зацікавленість викликають технології «утилізації води» і «ландшафтний дизайн з урахуванням сталості».

Впровадження систем утилізації води для збору, очищення та повторного використання води, застосовані в готельних процесах (наприклад, системи обробки стічних вод) має під собою екологічне, економічне і законодавче підґрунтя.

Головна мета впровадження систем утилізації води полягає у зменшенні екологічного впливу готелю на навколишнє середовище. Це включає зменшення водних відходів, викидів забруднених стічних вод та споживання прісної води.

Економічна складова обумовлена тим, що системи утилізації води дозволяють готелям зменшити витрати на водопостачання та водовідведення. Використання води з власної системи очищення та повторне її використання сприяють економії ресурсів.

У багатьох країнах світу на законодавчому рівні існують вимоги до зменшення водного споживання та забруднення стічними водами. Запровадження систем утилізації води допомагає готелям уникнути штрафів та інших санкцій.

Ландшафтний дизайн з урахуванням сталості орієнтується на збереження ресурсів та довкілля, а також на створення здоро-

вого та гармонійного середовища для гостей. Ці підходи можна успішно використовувати в українських готелях (табл. 1).

Таблиця 1 – Підходи до ландшафтного дизайну готелів з урахуванням сталості

Назва	Сутність
Використання місцевих рослин	Замість екзотичних рослин, які потребують багато води та догляду, ландшафтний дизайн можна побудувати на основі місцевих, стійких до існуючих умов рослин. Це дозволить зменшити використання води та хімічних речовин для догляду за рослинами.
Створення екосистем	Проєктування ландшафту з урахуванням екосистемних принципів, які сприяють біорізноманіттю та підтримці місцевих видів рослин і тварин
Збереження води	Використання систем збереження та повторного використання води для поливу та догляду за рослинами, а також для створення водних елементів у дизайні (фонтани, ставки)
Підтримка природних процесів	Розміщення рослин та елементів ландшафту таким чином, щоб підтримувати природні процеси, такі як відновлення ґрунту, фільтрація повітря, зменшення ерозії
Використання вторинних матеріалів	Відновлення та переробка матеріалів для створення елементів ландшафту, таких як декоративні покриття, меблі, архітектурні елементи
Енергоефективність у ландшафті	Розміщення рослин та елементів таким чином, щоб забезпечити оптимальну термоізоляцію та захист від вітру, що може допомогти зменшити енергоспоживання на обігрів або охолодження приміщень

Представлені у таблиці 1 підходи до ландшафтного дизайну допоможуть готелям не лише створити привабливе та функціональне середовище для гостей, але й зменшити вплив на довкілля та зберегти ресурси.

Список використаних інформаційних джерел

1. Магалецька І. А., Скорик Ю. О. Інноваційні технології ландшафтного дизайну в готельному господарстві // Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти харчовій промисловості: міжнародна наукова

конференція, присвячена 130-річчю Національного університету харчових технологій, 13–17 жовтня 2014 р. Київ : НУХТ, 2014. С. 623.

ЕТАЛОН СТАНДАРТІВ ОБСЛУГОВУВАННЯ

А. О. Кожушко, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-43 (Х-н)*
Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Офіціант у ресторані грає критичну роль у створенні неперевершеного досвіду для гостей і впливає на їхнє враження від закладу. Ось кілька ключових аспектів, які демонструють важливість офіціанта в ресторанній сфері:

✓ Прийом замовлень і обслуговування: офіціант відповідає за прийом замовлень гостей та їхнє обслуговування. Він повинен бути ввічливим, професійним та уважним, забезпечуючи високий рівень сервісу.

✓ Порадник і консультант: офіціант має знати меню та напої ресторану докладно, щоб надати гостям професійні поради та рекомендації. Він може допомогти гостям обрати страву або вино, які відповідають їхнім смакам і уподобанням.

✓ Продавець: офіціант також виступає як продавець, що пропонує додаткові послуги, страви або напої для підвищення обсягу замовлення та збільшення суми в чеку.

✓ Психолог і комунікатор: вміння спілкуватися з гостями, розуміти їхні потреби та виходити на зустріч їхнім вимогам є важливими навичками офіціанта. Він повинен бути відкритим до спілкування та уважно слухати побажання гостей.

✓ Представник ресторану: офіціант є обличчям закладу і представляє його стандарти та цінності. Він повинен відображати професіоналізм, чистоту та доброзичливий підхід до кожного гостя.

Загалом, офіціант має величезний вплив на враження гостей від ресторану і може стати справжнім активом для закладу, якщо він володіє необхідними навичками, знаннями та підходом до обслуговування.

Так, обслуговування гостей є одним з найважливіших аспектів роботи будь-якого закладу ресторанного господарства.

Якісне обслуговування може значно впливати на враження гостей і визначати їхню оцінку закладу. Ось деякі ключові аспекти, які підкреслюють важливість обслуговування гостей:

1. Перший враження: перше враження важливо, тому що воно встановлює тон для всього візиту гостя. Привітний та гостинний прийом може зробити велику різницю.

2. Професійність та увага: гості очікують від обслуговуючого персоналу професіоналізму та уваги до їхніх потреб. Важливо бути ввічливим, доброзичливим і відкритим до спілкування.

3. Знання меню і напоїв: обслуговуючий персонал повинен бути добре ознайомлений з меню та напоями закладу, щоб надати гостям професійні поради та рекомендації.

4. Ефективна комунікація: успішне обслуговування вимагає відмінної комунікації між персоналом та гостями. Важливо слухати потреби гостей, відповідати на їхні запитання та вирішувати будь-які проблеми чи скарги.

5. Персоналізоване обслуговування: гості цінують, коли їхні індивідуальні потреби та уподобання враховуються. Персонал може надавати персоналізовані рекомендації, запропонувати спеціальні меню або послуги, які відповідають конкретним запитам гостя.

6. Після обслуговування: після закінчення прийому страви важливо забезпечити гостям приємний виїзд. Дякуйте їм за візит, запитайте, чи все було до їхнього смаку, та запропонуйте додаткову допомогу або послуги.

Усі ці аспекти разом створюють позитивне враження від відвідування ресторану та сприяють його успіху та популярності серед гостей.

Високий рівень обслуговування в ресторані залежить від багатьох факторів, включаючи зовнішній вигляд та професіоналізм офіціантів.

Офіціанти виступають в ролі представників закладу і відіграють ключову роль у створенні неперевершеного досвіду для гостей. Ось кілька аспектів, які допомагають підтримувати високий рівень обслуговування:

1. Зовнішній вигляд і зовнішній вигляд: офіціанти повинні мати охайний і професійний зовнішній вигляд, включаючи чисту і відповідну форму одягу, акуратну зачіску та охайність.

2. Ввічливість і доброзичливість: важливо, щоб офіціанти були ввічливими, привітними та доброзичливими у спілкуванні з гостями. Природна доброзичливість і відкритість допомагають створити приємну атмосферу для гостей.

3. Професіоналізм і знання: офіціанти повинні мати глибокі знання про меню та напої закладу, а також процес обслуговування. Професійне ставлення до своєї роботи та вміння надавати професійні поради гостям важливо для успішного обслуговування.

4. Уважність до деталей: уважність до деталей, таких як швидкість обслуговування, правильне подання страв та напоїв, а також увага до індивідуальних потреб гостей, допомагають створити враження високого рівня сервісу.

5. Емпатія і ефективне спілкування: офіціанти повинні мати вміння спілкуватися з гостями емпатічно і ефективно. Вони повинні бути уважними до потреб гостей і вміти ефективно реагувати на будь-які запити чи побажання.

Усі ці аспекти допомагають створити позитивне враження від відвідування ресторану та забезпечують високий рівень задоволення для гостей.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стойко І., Шерстюк Р. 14 принципів Вільгельма Едвардса Демінга для управління якістю готельно-ресторанних послуг. Соціально-економічні проблеми і держава. 2020. Вип. 1(22). С. 66–78.
2. Давидова О. Ю. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : підручник ; Харків. держ. ун-т харчування та торгівлі. Харків : Вид-во Іванченка І. С., 2018. 487 с.

ПРИНЦИПИ ТА КОМПОЗИЦІЙНІ ПРИЙОМИ АРХІТЕКТУРНО-ПРОСТОРОВОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ КУРОРТНИХ ГОТЕЛІВ

***К. А. Кондрачук**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС$_б$ 2-41 (з/в)*
***О. В. Володько**, канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У повоєнний період, враховуючи тренди у готельному бізнесі на екологізацію, оздоровлення та відпочинок, особливою популярністю користуватимуться курортні готелі – заклади розмі-

щення у курортних рекреаційних зонах. Тому, актуальним питанням на сьогодняшній день є розгляд принципів та композиційних прийомів їх архітертурно-просторової організації.

Аналіз літературних джерел дозволив виділити наступні тенденції щодо їх проєктування:

− орієнтуючись на ретабельність будівництва спостерігається укрупнення їх місткості та перехід від зведення поодиноких будівель до комплексної забудови;

− розширення номенклатури приміщень з урахуванням курортологічних ресурсів та спеціалізації;

− нестандартність та інклюзивність архітектурних та об'ємно-планувальних рішень;

− економічна доцільність будівництва курортних готелів категорії категорій «****» та «*****»;

− недостатня кількість загальнодоступних курортних готелів категорії «***».

На сьогодняшній день всі курортні готелі класифікуються [1]:

− за рівнем комфорту на «***», «****», «*****» та малобюджетні;

− за місткістю на малої місткості – до 150 номерів, середньої місткості від 150 до 400 номерів, великої місткості від 400 номерів і більше;

− за лікувальним призначенням на кліматичні, бальнеологічні, грязьові та змішані;

− за природно-географічним розміщенням на прибережні, гірські та континентальні;

− за номенклатурою функціональних блоків приміщень на мінімальні, стандартні та розширені.

Здебільшого структура курортних готелів має наступні основні функціональні групи приміщень: приймально-вестибюльна, житлова, фізкультурно-оздоровча, культурно-дозвілева, адміністративна, господарсько-виробнича, торговельно-побутова та інші.

Серед принципів архітектурно-планувальної організації курортних готелів можна виділити основні, які заслуговують на особливу увагу:

− принцип «соціальної доступності», тобто забезпечення інфраструктурою готелю можливості для оздоровлення розноманітних груп населення, у тому числі і маломобільних споживачів;

– принцип «цілорічної комфортності»;

– принцип «екологічної доцільності та безпечності» організації зовнішнього та внутрішнього простору засобу розміщення.

Окрім того, при архітектурно-просторовій організації курортних готелів в умовах сьогодення потрібно обов'язково звернути увагу на новий підхід до формування середовища, так звану «Архітектуру уваги» [2], що дозволяє:

– формувати цілісне середовище, а не окремі будівлі-острови;

– зберігати цінності середовища;

– закладати основи для його подальшої реконструкції і розвитку.

Отже, архітектурно-просторова організація курортних готелів повинна відповідати концепції цих закладів, органічно вписуватись в навколишнє середовище та сприяти естетичному та фукціональному задоволенню потреб споживачів готельних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Крамаренко М. О. Прийоми архітектурно-художньої виразності курортних готелів. Архітектурний вісник КНУБА : наук.-вироб. зб. Київ, 2017. Вип. 13. С. 410–416.
2. Богданова Ю. Л. Середовищний підхід до формування нової гармонійної архітектури / Ю. С. Л. Богданова, А. Пащинська, Т. Пащинська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2010. № 674 : Архітектура. С. 341–345.

КРИТЕРІЇ ВИБОРУ СИСТЕМ БРОНЮВАННЯ ДЛЯ ГОТЕЛІВ

***Є. С. Коршун**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*

***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

На ринку бронювання готельних послуг існує велика кількість програмних продуктів і тому перед готельєрами постає проблема у правильному виборі надійної системи бронювання для готелів [1].

При виборі системи бронювання необхідно враховувати такі критерії: гнучкі тарифні плани, управління запасами, управління каналом, функція багатомовності, універсальність, обробка платежів, обробка процесу бронювання, доступність. Розглянемо більш детально кожний із перелічених критеріїв.

Система онлайн-бронювання повинна мати можливість працювати з кількома сценаріями тарифів для будь-якого конкретного перебування гостя. Повинна бути можливість встановити кілька тарифів для номеру для будь-якого заданого діапазону дат. Вони можуть включати тарифи на основі часу до прибуття (раннє або пізнє бронювання), особливі періоди (Різдво, Великдень, весілля, конференції тощо), тарифи на основі тривалості перебування (довше ви залишаєтесь, дешевше), пакети (додаткові такі як спа, гольф тощо), ваучери (ваучери зі знижкою) тощо. Це повинно бути можливим без необхідності створювати або дублювати номери, що може спричинити надмірне бронювання та плутанину.

Дуже важливо, щоб інвентаризація, запропонована в онлайн-системі, була на 100 % точною та актуальною. Будь-які розбіжності можуть призвести до надмірного бронювання, що погано для бізнесу та репутації готелю. Ви також повинні мати можливість вручну перехопити систему керування запасами, щоб вилучити кімнати з таких причин, як бронювання вручну, технічне обслуговування, спеціальні події тощо.

Якщо готель продає свої номери через третіх сторін і портали, тоді ваша система повинна мати можливість керувати інвентарем і тарифами, підключаючись до зовнішніх баз даних і систем бронювання. Це дуже важливо для готелів і пансіонатів незалежно від кількості кімнат у номері. Якщо інвентар вашого каналу та ваш реальний інвентар не синхронізовані, існує велика ймовірність перезамовлення та незручних розмов. Це також може коштувати вам грошей, оскільки більшість порталів і агентств бронювання просять вас взяти на себе зобов’язання знайти еквівалентний номер для їхніх гостей за ваш кошт.

Інтернет відкрив ваш бізнес для всесвітньої аудиторії, але питання в тому, чи здатні ваші системи та онлайн-присутність керувати цим. Якщо ви звертаєтесь до світового ринку, думати, що «англійська підійде» – це не варіант, особливо в готельному бізнесі. Ваша система онлайн-бронювання повинна мати можливість пропонувати послуги кількома мовами.

Якщо ви використовуєте кілька сайтів, ви б хотіли використовувати ту саму систему для всіх своїх ресурсів. Запуск системи, яка може обробляти більше, ніж одну властивість, полегшить життя, займе менше часу на керування та вимагатиме менше навчання для всього задіяного персоналу. Хоча ви можете встановити більшість систем на кількох веб-сайтах, система, яка може обробляти більше ніж одну властивість з єдиної бази даних, буде набагато дешевшою в експлуатації та легшою в управлінні, пропонуючи єдиний інтерфейс і єдину точку керування.

Система онлайн-бронювання має бути здатною обробляти платежі, але також дозволяти вам вибирати, як пропонувати пропозиції на основі методу оплати. Наприклад, тарифи без повернення, за якими оплата здійснюється заздалегідь, тарифи лише за депозитом, тарифи без депозиту або тарифи без скасування, які мають різні варіанти оплати.

Система онлайн-бронювання повинна мати можливість обробляти бронювання, включаючи підтвердження електронною поштою для різних типів бронювань. Наприклад, різні електронні листи з підтвердженням мають бути надіслані залежно від того, чи є бронювання передплаченим, без повернення, лише за запитом, спеціальними умовами тощо, і кожне з них мовою гостя, який здійснює бронювання. Це важливо, оскільки це перша взаємодія між вами та гостем після бронювання [2].

Отже, є багато варіантів для готелів, які шукають систему онлайн-бронювання. Ключовим у процесі відбору є чітке розуміння власних потреб і правильні запитання. Не дозволяйте собі відволікатися на хитромудрий естетичний дизайн, оскільки вони не сприяють задоволенню гостей і не полегшують ваше життя. Зосередьтеся на функціональності та на тому, чи підходить система для того, як ви працюєте.

Список використаних інформаційних джерел

1. Системи бронювання в готелях. URL: https://otelms.com/uk/sistemi-bronyuvannya-v-gotelyah/ (дата звернення: 12.03.2024 р.).
2. Гудзовата О. О. Автоматизовані системи управління готелями. URL: http://journals-lute.lviv.ua/journal/15_2013/22.pdf (дата звернення: 20.03.2024 р.).

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ СЛУЖБИ НОМЕРНОГО ФОНДУ У ГОТЕЛІ

В. В. Кузуб, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник,*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Конкуренція на готельному ринку стрімко зростає, вимоги гостей до якості послуг підвищуються, що породжує потребу в удосконаленні обслуговування номерного фонду. Однією з ключових функцій служби експлуатації номерного фонду є забезпечення необхідного рівня комфорту готельних номерів і громадських приміщень. Економічну ефективність цієї служби можна оцінити за допомогою рівня заселеності номерів готелю, чим менше залишиться вільних номерів тим вища ефективність роботи всього готелю в цілому.

Найбільш чисельною у готелі за кількістю працівників є служба номерного фонду – близько 50 % усього обслуговуючого персоналу та при цьому вона відіграє вагому роль у формуванні прибутку. Керівництво цією службою зазвичай здійснює менеджер, який у великих готелях може бути заступником директора. До підпорядкованих менеджеру працівників входить персонал, що відповідає за білизну, прибирання, технічне обслуговування та інше. Щоби ефективно виконувати виробничі обов'язки, персонал має бути відповідальним, комунікабельним, пунктуальним, у відносинах із гостями виявляти ввічливість.

Суттєву роль у підвищенні ефективності роботи відіграє мотивація персоналу. Дослідження, проведене Гарвардським університетом, показало, що лише 10 % працівників виявляють постійно високу або постійно низьку продуктивність, у той час як інші 90 % потребують чіткого формулювання завдань і стимулюючого середовища для досягнення успіху в роботі, що приносить користь компанії [1]. Тому від продуманої системи мотивації багато у чому залежить успіх всього підприємства. Є два види мотивації персоналу:

1. *Матеріальні стимули* – до них відносяться грошові заохочення і штрафи. Грошові заохочення – це бонуси, премії, путівки, соціальний пакет, страхування, а до системи штрафів відноситься позбавлення премії за незадовільні результати в

роботі, штрафи за адміністративні порушення та їх відпрацювання.

2. *Нематеріальні стимули* – це умови роботи, врахування побажань, що до робочого графіку, нагородження грамотами та подяками, а також:

– вітання зі знаменними датами;
– публічна похвала робітників;
– організація тімбілдінгів для лояльності працівників;
– мотиваційні наради;
– надання можливостей для професійного зростання [2].

1. Чітко визначені цілі, стимули та система нагород за досягнення результатів сприяють збереженню мотивації та підвищенню продуктивності працівників.

Найбільш ефективною формою підвищення кваліфікації персоналу готельних підприємств вважаються психологічні тренінги, конференції з професійної майстерності, ділові ігри, групові заняття, обговорення проблемних ситуацій та інші подібні методи. Згідно зі світовим досвідом, рекомендованим процесом навчання персоналу є проведення навчальних заходів поза робочим місцем за допомогою виїзних тренінгів та семінарів, оскільки зміна обстановки позитивно впливає на сприйняття інформації працівниками. Навчання поза робочим місцем підтримується наступними аспектами:

– участь кваліфікованих фахівців у проведенні навчальних заходів;
– використання сучасного обладнання та інформаційних ресурсів;
– збагачення працівників новими ідеями та знаннями.

Наразі особлива увага приділяється інноваційним ідеям молодих спеціалістів, що дає їм можливість впливати на управлінські процеси у підприємстві. Під час спеціальних заходів молоді кадри активно розробляють та пропонують реальні рішення для вирішення управлінських проблем в груповому форматі, після чого їх ідеї передаються до адміністрації для подальшого аналізу та реалізації. Такий досвід характеризується високим рівнем потенційної мотивації працівників, формуванням висококваліфікованого персоналу та зміною орієнтації пріоритетних цілей у співробітників – від індивідуальних до корпоративних [1], що допоможе готелям відповідати на зміни в

потребах своїх гостей та забезпечувати підвищення рівня обслуговування.

Таким чином, готелі, які активно працюють над покращенням обслуговування, мотивацією персоналу та підвищенням його кваліфікації, мають всі шанси на успіх у сучасному конкурентному середовищі. Тільки шляхом неперервного розвитку та вдосконалення можна забезпечити задоволення потреб гостей та збільшення прибутковості готельного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Александрова С. А., Гаврилова А. С. Інноваційні методи підвищення кваліфікації персоналу в індустрії гостинності: закордонний досвід. *Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами :* матер. Всеукр. наук.-практ. конф., м. Луцьк, 8 грудня 2016 р. Луцьк : Луцький НТУ, 2016. Ч. 4. С. 54–56.
2. Як ефективно впровадити систему мотивації для персоналу. URL: https://blog.agrokebety.com/yak-efektyvno-vprovadyty-systemu-motyvatsiyi-dlya-personalu (дата звернення: 02.03.2024).

УДОСКОНАЛЕННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ КОМПЛЕКСІ «ЗАГРАВА» У МІСТІ ДНІПРО

А. Ю. Кулик, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 4-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Якість страв та напоїв, а також якість обслуговування є одними із найважливіших факторів, які впливають на задоволеність та лояльність гостей у готельно-ресторанному бізнесі. Однак підтримувати високі стандарти якості харчових продуктів може бути складно, особливо в напруженому та конкурентному середовищі.

Для удосконалення послуг харчування у закладі є важливою оцінка поточної ситуації та визначення областей, які потребують покращення. Для цього можна використовувати різні методи для оцінки якості страв, наприклад, відгуки гостей, таємний покупець, аудит безпеки харчових продуктів, навчання персоналу та управління запасами. Також можливо порівняти

свою продуктивність із конкурентами та стандартами. Роблячи це, ви можете виявити свої сильні та слабкі сторони та поставити реалістичні та вимірювані цілі для вдосконалення.

Метою нашого дослідження є удосконалення послуг харчування у готельно-ресторанному комплексі «Заграва», який знаходиться у місті Дніпрі. Нами було проведено аналіз відгуків гостей готельно-ресторанного комплексу «Заграва», які були залишені на сторінці готелю сайту Booking.com.

Більшій частині гостей (80 %) сніданки у готелі дуже сподобалися. 15 % гостей зробили зауваження стосовно малого асортименту страв у сніданках та 5 % гостей сніданок не сподобався через технологію приготування страв [1].

Також, нами було проведено опитування 100 гостей, які проживали в готельно-ресторанному комплексі «Заграва» стосовно оцінки послуг харчування. Результати опитування відображено на рис. 1.

До критеріїв оцінки якості надання послуг харчування споживачі віднесли наступні: асортимент страв, якість обслуговування, швидкість обслуговування, атмосферу у закладі, цінову політику.

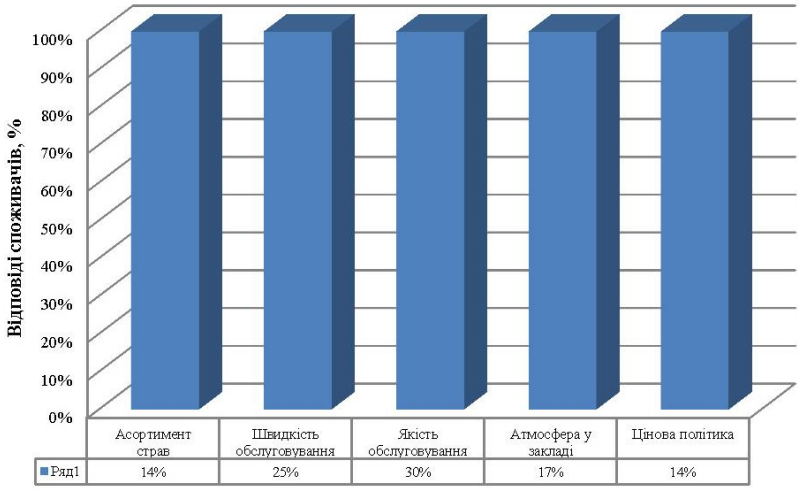

Рисунок 1 – Структура критеріїв оцінки послуг харчування споживачами готельно-ресторанного комплексу «Заграва»

Споживачі оцінили послуги харчування за шістьма критеріями. Оцінювання проводилося не тільки при обслуговування в ресторані, барі та рум-сервісі, а також при обслуговуванні заходів ділового характеру у конференц-залах готелю. 30 % споживачів не сподобалася якість обслуговування, зокрема офіціант погано знав меню, 25 % споживачів скаржилися на швидкість обслуговування. Так, при обслуговуванні бізнес-заходів у конференц-залі виникла затримка у обслуговуванні брейк-кави і споживачі винесли пропозицію встановити вендінгові автомати для продажу кави, щоб мати можливість не чекаючи офіціанта в будь-який момент насолодитися смачною кавою.

Отже, на основі аналізу відгуків та анкетного опитування споживачів готельно-ресторанного комплексу «Заграва», нами було запропоновано розробити комплекс заходів із постійного навчання персоналу готелю, а також закупити вендінговий автомат для обслуговування бізнес-заходів у конференц-залі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сторінка готельно-ресторанного комплексу «Заграва» на сайті Boking.com. URL: https://www.booking.com/hotel/ua/zagrava.uk.html (дата звернення: 07.04.2024 р.).

ОПТИМІЗАЦІЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ І РОЗМІЩЕННЯ В ГОТЕЛЬНІЙ ІНДУСТРІЇ

І. С. Малецька, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-43 (Х-н)*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Оптимізація служби прийому і розміщення в готельній індустрії – це процес удосконалення та покращення різних аспектів, пов’язаних з поселенням гостей у готелі. Основна мета оптимізації полягає в тому, щоб забезпечити ефективність, якість та задоволення гостей під час їх перебування у готелі.

Це може включати такі аспекти, як:

✓ Ефективне бронювання та реєстрація: впровадження онлайн-бронювання та систем електронної реєстрації для зменшення часу очікування гостей та спрощення процесу реєстрації.

✓ Підвищення якості обслуговування: навчання та підготовка персоналу з метою поліпшення їхніх навичок спілкування та обслуговування гостей.

✓ Персоналізоване обслуговування: використання інформації про гостей та їхній попередній досвід для надання індивідуального та персоналізованого сервісу.

✓ Управління збором даних: збір, аналіз та використання даних про гостей для вдосконалення процесів прийому та розміщення, а також для прогнозування попиту та планування ресурсів.

✓ Використання технологій: впровадження сучасних технологій, таких як системи управління гостьовими відгуками, мобільні додатки для гостей та інші інноваційні рішення для поліпшення комунікації та зручності для гостей.

✓ Управління запасами: ефективне управління запасами та ресурсами, такими як номери, послуги та інші матеріальні активи, для забезпечення оптимального використання та максимізації прибутковості.

Оптимізація служби прийому і розміщення є важливим елементом управління готельним бізнесом, оскільки вона дозволяє підвищити конкурентоспроможність, залучити та утримати споживачів та забезпечити задоволення їхніх потреб і очікувань [1].

Основною задачею служби прийому та розміщення є робота з гостем, яка займає досить багато часу. Автоматизація інших функцій підрозділу, а саме бронюванню, надасть змогу службовцям раціонально використовувати робочий час та приділяти більше уваги гостю. Таким чином, оптимізація роботи служби прийому та розміщення визначає актуальність впровадження технології інтеграції онлайн бронювань безпосередньо до системи управління готелем.

Жоден сучасний готель на сьогодні не уявляє своє існування без офіційного сайту. Це інструмент, який є обов'язковим для просування своїх послуг на ринку готельної індустрії. Відсутність офіційного сайту готельного підприємства сприймається наразі, як показник низького рівня якості послуг, які надає готель. Також, більшість сучасних готельних підприємств використовують платформи таких соціальних мереж, як Facebook та Instagram для просування своїх послуг. Користувачі, які звернули увагу на готель у соціальних мережах майже у більшості відвідують офіційні сайти готелю. Готельні підприємства отримують запити на бронювання послуг різноманітними шляхами. Це можуть бути прямі бронювання (офіційний сайт, телефон, електронна пошта, соціальні мережі), а також непрямі, за допомогою систем онлайн бронювання [2].

Різноманіття каналів бронювання підвищує рівень продаж номерного фонду готельного підприємства, але й додає роботи службі прийому та розміщення, які повинні постійно фіксувати кількість вільних номерів та її синхронізацію в усіх каналах.

Удосконалення організації роботи служби прийому і розміщення в готелі може бути досягнуто за допомогою різних стратегій та практик, включаючи наступні:

1. Оптимізація процесів: перегляд та оптимізація усіх процесів, пов'язаних з прийомом та розміщенням гостей, включаючи бронювання, реєстрацію, виїзд та обслуговування впродовж перебування.

2. Ефективне використання технологій: впровадження сучасних технологічних рішень, таких як програмне забезпечення управління готельним бізнесом, онлайн-бронювання та системи автоматизації робочих процесів.

3. Підвищення навичок персоналу: навчання та підготовка персоналу з метою поліпшення їхніх навичок спілкування, обслуговування та управління конфліктними ситуаціями.

4. Створення стандартів обслуговування: розробка та впровадження стандартів обслуговування для всіх процесів, що пов'язані з прийомом та розміщенням гостей, з метою забезпечення однакового рівня якості для кожного гостя.

5. Персоналізація обслуговування: врахування індивідуальних потреб та побажань гостей для надання персоналізованого обслуговування, наприклад, за допомогою систем управління гостьовими відгуками та анкетуванням перед заїздом.

6. Залучення гостей у процеси прийому: створення можливостей для гостей брати участь у процесах прийому та розміщення, наприклад, шляхом використання мобільних додатків для реєстрації та вибору номерів.

7. Постійне вдосконалення: систематичне вивчення та аналіз отриманих відгуків гостей для постійного вдосконалення процесів та підвищення якості обслуговування.

Ці практики допоможуть покращити роботу служби прийому і розміщення в готелі, забезпечуючи ефективність, зручність та задоволення потреб гостей.

Таким чином, оптимізація служби прийому і розміщення в готельній індустрії є важливим елементом успішного управління засобів розміщення та забезпечення задоволення гостей. Це дозволяє готелям збільшити конкурентоспроможність, залучати нових споживачів та забезпечувати повторні візити.

Список використаних інформаційних джерел

1. Лук'янов В. О., Мунін Г. Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування : навч. посіб. 2-ге вид. Київ : Кондор-Видавництво, 2012. 346 с.
2. Стешенок О. Д., Руделева Є. О. Оптимізація служби прийому та розміщення як метод підвищення якості послуг // Економіка й управління в туризмі та готельному господарстві. *Комунальне господарство міст.* 2017, вип. 138. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/kgm_econ_2017_138_7.pdf (дата звернення: 15.03.2024).

УДОСКОНАЛЕННЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ГОТЕЛЮ «МИР» У МІСТІ КИЄВІ

М. В. Михайлик, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Коли гість заходить у готель, то він оцінює його за зовнішнім виглядом, інтер'єром. Це можуть бути розкішні крісла у вестибюлі, елегантні люстри, що звисають зі стелі, або гладкий телевізор із плоским екраном у номері. Ці елементи разом із незліченною кількістю інших становлять матеріально-технічну базу закладу. Вона є основою будь-якого готелю, відіграючи важливу роль у формуванні досвіду гостей і забезпеченні функціональності та естетики помешкання.

Однією з основних цілей готелю є забезпечення комфортного та приємного відпочинку для своїх гостей. Матеріально-технічна база відіграє важливу роль у досягненні цієї мети. Зручні ліжка, ергономічні крісла та добре продумані меблі – усе це сприяє задоволенню гостей. Після довгого дня подорожей або ділових зустрічей гості з нетерпінням чекають можливості відпочити в затишному та привабливому місці. Якісні речі покращують загальну атмосферу готелю, завдяки чому гості відчувають себе гостинно та розслаблено. Естетика готелю може значно вплинути на імідж бренду. Добре підібрані предмети матеріально-технічної бази створюють візуальну ідентичність готелю, яка може виділити його серед конкурентів. Незалежно від того, чи це бутик-готель з унікальними меблями, виготовленими на замовлення, чи розкішний курорт із розкіш-

ним обладнанням, візуальна привабливість може справити незабутнє враження на гостей.

Готель «Мир» пропонує для поселення 139 комфортабельних і затишних номерів різних категорій, від економ до бізнес-класу. Номери обладнані кондиціонером, холодильником, ванною кімнатою (або душем), супутниковим телебаченням, телефоном з міжнародним виходом, бездротовим Wi-Fi інтернетом по всій території чудовою готелю. Також є спеціально обладнані кімнати для куріння, які знаходяться в 1 корпусі на 2 поверсі і в 2 корпусі на 5 поверсі і номери для людей з обмеженими можливостями.

В інфраструктуру готелю входять: 4 сучасних конференц-зали, 2 шикарних ресторану і зручним лобі-баром. Також є можливість скористатися численними додатковими послугами готелю – цілодобово парковкою, безкоштовною камерою схову, просторим тренажерним залом і безліч інших послуг.

Нами було проведено аналіз відгуків споживачів готелю «Мир» за даними booking.com стосовно матеріально-технічної бази. Результати відгуків відображено у табл. 1.

Таблиця 1 – Відгуки споживачів, які проживали у готелі «Мир» [1]

Назва недоліку	Кількість недоліків	%, недоліків
Холодно у номері	15	26,79
Поганий інтернет	12	21,44
Відсутні розетки біля ліжка, мало їх	5	8,92
Відсутній чайник	2	3,57
Проблеми гарячою водою	3	5,36
Не сучасні телевізори	3	5,36
Відсутній фен	5	8,92
Погана шумоізоляція	3	5,36
Давно проводився ремонт	4	7,14
Відсутні капці	4	7,14
Разом	**56**	**100**

У зв’язку з тим, що при аналізі відгуків споживачів готелю «Мир» було виявлено дискомфорт через прохолодну атмосферу у кімнатах номерів, ми прийшли до висновку про необхідність заощадження тепла в готелі за рахунок закупівлі та установлення рекуператорів.

Поняття «енергоефективність» багато значить в процесі вибору приладів і плануванні вентиляції в квартирі, в приватному будинку офісі цеху, готелі і т. д. Причиною тому – підвищення цін на комунальні послуги і цілком зрозуміле бажання раціоналізувати витрати. Одним з помічників в розумній економії і правильного використання доступних ресурсів є рекуператор в системі вентиляції.

Рекуператор повітря – це спеціальний пристрій, що представляє собою 2-стінний теплообмінник. Усередині нього зустрічаються два повітряні потоки. Причому не перемішуючись. У кожного повітряного потоку різна температура, через що і здійснюється теплообмін. Простіше кажучи, вуличне повітря нагрівається, а кімнатний – охолоджується. Плюс з кімнатного додатково видаляється волога. Рекуперація повітря – це інноваційна технологія енергозбереження, за рахунок якої зберігається до 70 % тепла. А в подальшому ця енергія повторно використовується в тому ж процесі. На практиці виходить так: в літній сезон рекуператор тепла запобігає проникненню нагрітого повітря всередину приміщення. А в осінньо-зимовий сезон – зберігає тепло [2].

Отже, завдяки закупівлі рекуператорів для номерів готелю «Мир», комфорт гостей підвищиться, а готель зможе заощаджувати на енергоефективності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сторінка готелю «Мир» на booking.com. URL: https://www.booking.com/hotel/ua/hotel-mir-kiev.uk.html (дата звернення: 10.04.2024 р.).
2. Енерозберігаючі рішення для готелів дані в реальному часі та статистика. URL: https://www.sensorflow.co/energy-savings-solutions-for-hotels-real-time-data-insights-help/ (дата звернення: 06.03.2024 р.).

ЕФЕКТИВНІСТЬ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ РЕСУРС У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В. І. Мірзоєва, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-43 (Х-н)*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Система мотивації – це сукупність заходів, що допомагають стимулювати працівника чи колектив на продуктивну, самовіддану та цілеспрямовану діяльність на досягнення успіху всього

підприємства. Керівник, здатний правильно мотивувати своїх підлеглих, здатний досягти надзвичайних результатів.

У сучасних умовах багато керівників занадто часто забувають про важливість цієї складової управління, вдаючись до застарілих авторитарних диктаторських методів, які виявилися малоефективними. Кожна людина бажає бути належно оціненою та почути слова вдячності за свою працю, особливо важливою є можливість отримання винагороди – чи то матеріальної, наприклад, фінансової, чи фізичної, такої як путівки на відпочинок, тощо. Керівник, який вміє правильно мотивувати персонал – успішний керівник [1]. Ефективне управління персоналом готельно-ресторанного бізнесу не можливе без глибокого розуміння поведінки працівників, без вміння впливати на неї належним чином, правильного використання стимулів до праці.

Наприклад, для мотивації персоналу проаналізуємо готельно-ресторанний комплекс «Decameron Luxury Design Hotel» у місті Одеса. Це готель категорії «****» спроєктований в італійському стилі, створює затишну атмосферу для своїх гостей, які відчувають себе, ніби вдома. Розташований у самому серці міста, він забезпечує легкий доступ до культурних пам’яток прекрасної Одеси [2].

Для готелів вищого класу важливо мати у своєму штаті кваліфікованих працівників, які відзначаються високою професійною компетентністю та здатністю працювати у злагодженому колективі. Одним із ключових аспектів забезпечення ефективної роботи персоналу є систематичні заходи з їхньої мотивації.

Керівництво готелю зобов’язане проводити регулярні навчальні тренінги для персоналу з метою підвищення їхньої кваліфікації та оновлення знань. Крім того, введення програм лояльності для працівників сприяє підвищенню їхньої мотивації та відчуттю власної цінності в організації. Також ефективним методом стимулювання працівників є встановлення систем знижок на послуги готелю, що надає можливість співробітникам користуватися умовами проживання та іншими послугами закладу за пільговими умовами [3].

При створенні на підприємстві системи стимулювання праці необхідно взяти за основу такі мотиви трудової діяльності, які є домінуючими. Стимули до праці пов'язані в багатофакторну систему (табл. 1).

Таблиця 1 – Характеристика способів мотивації персоналу

Спосіб мотивації	Реалізація	Результат
Навчання персоналу	Проведення тренінгів для навчання персоналу, для ознайомленням з новими методами та типами обслуговування; ознайомлення з нововведеннями закладу; робота з навчальними програмами для удосконалення сервісу	Працівник приходить на роботу знаючи, що буде не однотипний робочий день, а з пізнанням чогось нового у своїй професії, у результаті він знає, яка саме ціль та мета закладу і допомагає в її реалізації
Матеріальне задоволення	Виплати преміальних грошових бонусів – кращим працівникам місяця; додаткові виплати, що не впливають на заробітну плату, у найзавантаженіші дні в році (свята, курортні заходи, тощо); грошові винагороди за участь у конкурсах	Працівник вмотивований до найкращого виконання своєї роботи задля задоволення власних потреб та отримання грошової винагороди, він знає
Фізичні потреби	Розіграш серед персоналу за найсумлінніше працю безкоштовного відпочинку в спа-салоні готелю; путівки на відпочинок	Працівник заохочений до роботи та змагального процесу, знаючи, яка буде нагорода
Моральне заохочення	Бесіди з персоналом; керівник дізнається про проблеми серед робітників; допомога у вирішенні певних непорозумінь; мотивація робітників	Працівник приходячи на роботу знає, що його чекає дружній колектив та розуміючий керівник
Організація свят	Корпоративи; вечірки з приводу свят підприємства; тімбілдінги	Об’єднує робітників, кожен працівник знаходить собі однодумців та друзів, як в результаті колектив стає дружним та злагодженим

Для роботи готельно-ресторанного комплексу «Decameron Luxury Design Hotel» рекомендованим є дотримання всіх способів мотивації персоналу. Реалізація даних способів не потре-

бує великих витрат з матеріальної частини підприємства, але в результаті призведе до успішного колективу і ще більшого процвітання закладу.

Таким чином, мотивація персоналу є невід'ємною частиною кожного успішного підприємства. Змотивований працівник – виконана ціль та задача підприємства. Керівник, що вміє правильно поставити та націлити команду зробить заклад успішним.

Список використаних інформаційних джерел

1. Непочатенко В. Мотивація персоналу в готельному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2021. № 31. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/709/682 (дата звернення: 21.03.2024).
2. Маленька Італія в серці Одеси. Готель «Decameron Luxury». URL: https://ildecameron.com.ua/ (дата звернення: 21.03.2024).
3. Booking.com: Hotels in Odesa.Book your hotel now!. Booking.com / Official site / The best hotels, flights, car rentals & accommodations. URL: https://www.booking.com/hotel/ua/il-decameron-clubhouse.uk (дата звернення: 21.03.2024).

ЗАСТОСУВАННЯ ІММЕРСИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

А. С. Москаленко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Майбутнє гостинності належить власникам готелів, які використовують інноваційні технології занурення тобто іммерсивні технології. Готелі, які бездоганно поєднують технології, щоб революціонізувати подорожі гостей беззаперечно будуть виділятися серед своїх конкурентів.

Іммерсивні технології можуть стати ключем до надання гостям персоналізованого та незабутнього досвіду [1].

Нами було досліджено, як іммерсивні технології можуть вплинути на індустрію гостинності та сприяти прибутку готельного підприємства.

Диференціація лежить в основі успіху готелю. Іммерсивні технології можуть змінити те, як гості відчувають ваш бренд і взаємодіють із ним. Ці технології виходять за рамки традиційного підходу до шляху споживача, переосмислюючи взаємодію гостей у всіх точках взаємодії.

Технологія занурення може доповнити стратегію залучення, покращуючи кожну взаємодію гостя – від перегляду веб-сайту готелю до реєстрації.

Застосування технології занурення в готелі має багато переваг. Це може покращити те, як готель надає інформацію, зменшуючи навантаження на стійку реєстрації. Це також дозволяє надавати інформацію в режимі реального часу про погоду, місцеві визначні пам'ятки та події, що може збільшити прибуток.

Ця технологія може підвищити ефективність роботи. Багато готелів використовують VR і AR, щоб покращити надання послуг, оптимізувати процеси та підвищити якість та інтерактивність навчання персоналу. Захоплююче моделювання дозволяє персоналу брати участь у реалістичних сценаріях навчання, наприклад, у надзвичайних ситуаціях.

Розглянемо більш детально застосування іммерсивних технологій у готелі таких як: іммерсивний попередній перегляд номера готелю, гейміфікація, поширення інформації, динамічне меню ресторану, створення вечірніх заходів, відеомапінг.

Використання попереднього перегляду номерів і екскурсії об'єктами, щоб створити інтерактивний спосіб показати гостям помешкання. Вони можуть попередньо переглянути різні варіанти кімнат і ознайомитися з помешканням перед відвідуванням. Це чудова можливість збільшити вартість, оскільки гості побачать переваги підвищення категорії до номеру преміум-класу.

Подивившись, як виглядає кімната, гості можуть приймати більш обґрунтовані рішення залежно від своїх потреб і вподобань. І саме так ви залишаєте гостей щасливими – даєте їм можливість зробити найкращий вибір.

Гейміфікація – це цікавий спосіб додати грайливості в готельний досвід. Це також може допомогти збільшити допоміжний прибуток, демонструючи ваші зручності та додаткові послуги. Ви можете створювати різні ігри з доповненою реальністю, як-от пошуки скарбів у готелі, щоб спонукати гостей досліджувати місця, які вони б не відвідали інакше.

Поширення інформації. Уявіть собі віртуального консьєржа, створеного за допомогою доповненої реальності, який надає гостям всю необхідну інформацію – визначні місця, ресторани, бари, події та заходи. Ви можете щодня оновлювати віртуального консьєржа, щоб надавати найновішу інформацію, одночасно знімаючи навантаження на стійку реєстрації. Він навіть може давати маршрути та вказувати на орієнтири різними мовами. Це веселий і динамічний спосіб подолати мовний бар'єр і спілкуватися з гостями з усього світу.

Динамічне меню ресторану. Можливо використовувати AR у готельному ресторані, щоб візуально представити страви. Зображення страв та напоїв з'являтимуться на смартфонах або планшетах гостей, даючи їм змогу побачити, як виглядають пункти меню. Це також допомагає зменшити кількість харчових відходів, відкидаючи неправильні очікування.

Створення вечірніх заходів. Хоча багато гостей хочуть вийти на вулицю та на власні очі побачити, що може запропонувати околиці, віртуальна реальність може надати їм більше інформації про те, що вони вже бачили. Наприклад, можна створити вечірні заходи, які пояснюватимуть історію готелю та історію його створення. Деякі готелі використовують для таких турів віртуальні окуляри.

Відеомапінг на даху зробить простір більш динамічним і спонукатиме гостей відвідувати бар. Розваги на місці з захоплюючими технологіями надихають гостей залишатися в готелі, а не витрачати гроші деінде.

Навчання персоналу. Можливо використовувати VR, щоб покращити навчання персоналу, підготувавши його до різноманітних ситуацій у реальному житті. Хороша новина полягає в тому, що VR дозволяє персоналу пройти навчання в будь-який час. Це також менш заважає роботі та є гнучким – на стійці реєстрації можна тренуватися щодо готовності до надзвичайних ситуацій або поводження з розлюченими гостями, а персонал ресторану може дивитися кулінарні демонстрації.

Ви також можете використовувати VR-тренінг для роботи над навичками спілкування. Співробітники можуть зіткнутися з реальними сценаріями, і ви можете побачити їхню реакцію в контрольованому місці. Ґрунтуючись на результатах, ви можете створити спеціальні курси навчання м'яких навичок, призначені для роботи в тих сферах, які можна покращити [2].

Отже, іммерсивні технології в галузі гостинності створюють кардинальні зміни, які встановлюють нові стандарти та переосмислюють досвід гостей. Віртуальна та доповнена реальність може відкрити готелям нові способи захопити гостей і залучити їх персоналізованим досвідом. Впроваджуючи перелічені у цьому дослідженні методи застосування іммерсивних технологій, готелі можуть надати незабутні та індивідуальні враження. Цей тип технології також покращує операційну ефективність, дозволяючи позиціонувати ваш готель в авангарді інновацій. Це може допомогти перетворити досвід гостинності на щось більше, ніж просто ночівлю – на захоплюючу та унікальну подорож.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нова ера гостинності: захоплюючі технології в готелях. URL: https://silverseamedia.medium.com/a-new-era-of-hospitality-immersive-technology-in-hotels-7fdffeeb5a90 (дата звернення: 11.04.2024 р.).
2. Enhancing Customer Experience with Immersive Technologies in the Travel and Hospitality Industry. URL: https://www.sensorflow.co/energy-savings-solutions-for-hotels-real-time-data-insights-help/ (дата звернення: 11.04.2024 р.).

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ НА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ ІНДУСТРІЇ

Л. М. Мусієць, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-31*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Соціально-психологічний клімат в колективі є одним із ключових аспектів успішності всього закладу, адже який емоційний стан буде панувати серед персоналу, таке відповідне і ставлення буде гостей у відповідь. Скільки б науковці не сперечалися на цю тему, надаючи різне тлумачення даному явищу, але загальними думками, це можна представити, як певний фіксований стан міжособистісних відносин у колективі, який буде характеризуватися груповою згуртованістю, взаємною довірою, рівнем комфортності та іншими не менш важливими показниками,

що створюють певний відтінок на загальне перше враження про заклад.

Найчастіше прослідковуються такі випадки, коли психологічний клімат не дає змоги працівникам розкриватися як особистість, і в результаті відбувається пригнічення всіх їхніх старань. І з цього з'являються проблеми у керівництва та підлеглих, що перетворюється в суцільні матеріальні збитки для закладу.

Як показує практика, більшість ресторанів вийшли на світовий рівень, завдяки налагодженню роботи в команді, що вміщує в себе організацію взаємовідносин між працівниками. Щоб досягати цієї психологічної рівноваги існує безліч способів як саме це зробити. Найпоширенішим є стимулювання, що проявляється як основа ступеню мотивації, можливість застосування, щодо працівника стимулів, з метою активізації його зусиль, підвищення старанності, наполегливості, добросовісності у вирішенні завдань, що стоять перед підприємством [1].

Керівництво в закладі вивчає всю специфіку роботи, вподобань та інтересів і потім вчиняє дії, яка саме практика буде застосована до підлеглого із найпоширеніших видів стимулювання: матеріальне, соціальне чи моральне. Щодо матеріального, виділяють окремі види по принципу грошового заохочення: підвищення заробітної плати, яка залежить від рівня вмінь та навичок у підлеглого; премії за найефективніше виконання роботи; оплата різноманітних подарунків до свят; здійснення страхування та медичні послуги за рахунок закладу. На перший погляд, може здаватися, що це досить незначні дії, з боку керівництва, але це є приємний бонус для працівника, який витрачає свої сили для того, щоб зробити підприємство кращим посеред інших конкурентів.

Якщо мова йдеться про моральне стимулювання, то це вже є більш етичні переконання та внутрішні потреби психологічного впливу. За допомогою цього виду стимулювання, керівництво простою похвалою в декілька слів може змінити настрій підлеглого, але звичайно існують й інші методики як морально задовільнити працівника. Це може проявлятися через громадське визнання, а саме подякою, похвалою чи грамотою за успішні надбання під час роботи. Такі дії здебільшого знімають напругу в спілкуванні та поліпшують соціально-психологічний клімат серед колег.

Також відомий випадок, коли застосовують соціальне стимулювання, але за науковими виданнями, засвідчується, що цей вид заохочень зустрічається в готельно-ресторанній сфері все ж таки не так часто, як інші види стимулювання, так як для завоювання кращої посади в колективі потрібний час та професійні навички, які вдосконалюють роками. Загалом, соціальне стимулювання являється явищем, коли відбувається зміна статусу працівника на цьому підприємстві і переміщення його на ланку вище за професійними здобутками.

Впливати на соціально-психологічний клімат за загальними тенденціями радять за допомогою заохочувальних дій, щодо згуртованості колективу. З новітніми технологіями та ресурсами даний процес став називатися «тімбілдінг». Дане явище характеризують саме заходи на формування сильної команди, які допоможуть згуртуватися та успішно долати труднощі для поставлених цілей. Неформальне місце зібрання, як приклад, на природі допоможе розслабитися та спробувати встановити товариські стосунки. Там можна здійснити різноманітні спортивні ігри, стилізовані вечірки, пікніки, тренінги у відкритому просторі, майстер-класи, конкурси та багато інших заходів, які допоможуть зблизитися [2]. Звичайно, щоб паралельно отримувати користь від проводження часу керівництво намагається залучати ще й до соціальної активності, а саме до волонтерства, прибирання та засадження новими саджанцями не тільки прилеглої території до закладу, але й інші: парки, прирічкові території. За допомогою таких дій буде не тільки демонстрація своєї зацікавленості в соціальних проєктах, але й будуть зароджуватися довірливі відносини.

Отже, можна сказати, що існує безліч способів, як можна впливати на соціально-психологічний клімат в колективі, використовуючи методики, які спрямовані на активізацію всіх старань працівника для того, щоб підприємство залишалося на відповідній позиції та збільшувало свою рентабельність. Стимулювання та заохочувальні дії, у вигляді тімбілдінгу є найефективніші для того, щоб робота була результативною з підвищеним економічним спрямуванням.

Список використаних інформаційних джерел

1. Нечаюк Л. І., Телеш Н. О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмен т: навч. посіб. 2003. 345 с.

2. 12 крутих ідей проведення незвичайного тімбілдінга, які згуртують колектив. URL: https://lioncom.pro/12-team-building-ideas/ (дата звернення: 08.04.2024 р.).

УДОСКОНАЛЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ ХАРЧУВАННЯ У РЕСТОРАНІ АПАРТ-ГОТЕЛЮ «МІСТЕРІЯ» У МІСТІ ХАРКОВІ

С. Ф. Ніконорова, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група б-41*
Н. І. Кирніс, *канд. екон. наук, старший викладач кафедри кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Швидкі темпи зростання і постійне вдосконалення індустрії гостинності добре відомі. Будучи частиною сфери обслуговування в економіці країни, індустрія гостинності являє собою один із секторів економіки, який найбільш швидко розвиваються. Важливою складовою є дослідження і розвиток надання якісних послуг у готельному господарстві.

Важливе місце в індустрії займає готельний бізнес, широкий і різноманітний характер якого охоплює й елементи пов’язаних із ним секторів індустрії, наприклад харчування, відпочинок і дозвілля

Апарт-готель «Містерія» – це відмінне місце для проживання в серці Харкова. У розпорядженні гостей дворівневий зал для банкетів та проведення різноманітних урочистостей, малий зал для невеликої компанії гостей, а також Диско-хол, зал з більярдом та окремий зал, оснащений сучасним обладнанням караоке.

Як відомо, задоволені гості схильні здійснювати повторні відвідування, що створює фінансову базу закладу. У ресторані «Містерія» досить багато постійних споживачів, які користуються послугами ресторану. Найчастіше такі гості відвідують заклад повторно, вже приводячи з собою і друзів, і родичів.

Оцінка задоволеності клієнтів у готельному господарстві є важливою, оскільки вона дозволяє підвищити якість обслуговування, залучити та зберегти споживачів, що в свою чергу сприяє збільшенню прибутку та конкурентній перевазі.

Отже, розглянемо докладніше збір даних про задоволеність відвідувачами ресторану якістю сервісу, результати якого зображені на рис. 1. Для отримання інформації застосовуються різні форми. Анкетування проводилося з 10 лютого 2024 по 10 березня 2024 року в опитуванні взяло участь 200 респондентів.

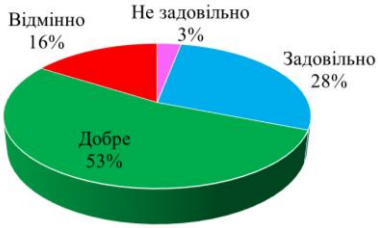

Рисунок 1 – Оцінка якості обслуговування

За результатами опитування гостей ресторану «Містерія» на оцінку якості обслуговування, ми бачимо з діаграми наступні результати 53 % опитаних задоволені обслуговуванням, 16 % оцінили обслуговування як відмінно, 28 % задовільно і всього лише 3 % не задовільно.

Отже, можемо зазначити, що якість обслуговування в апарт-готелі «Містерія» знаходиться на досить високому рівні, про це говорять результати опитування респондентів, які представлені в діаграмі. Підприємство в основному задовольняє очікування гостей і прагне підтримати якість сервісу на гідному рівні.

Для вдосконалення процесу встановлення цілей у сфері якості, пропонуємо здійснити механізм, який відображено на рис. 2. У ньому представлені основні етапи встановлення цілей у сфері якості та порядок їх здійснення.

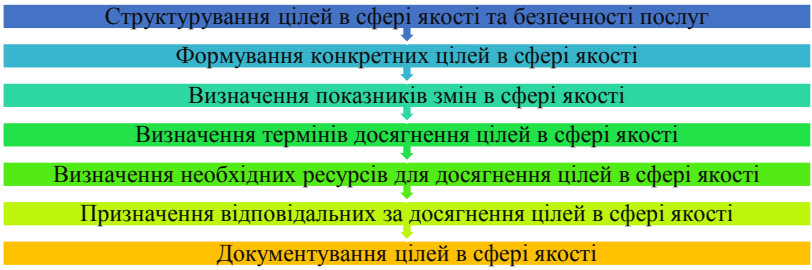

Рисунок 2 – Механізм встановлення цілей у сфері якості послуг

Отже, незважаючи на досягнення позитивних результатів діяльності готелю «Містерія» не зупиняється на досягнутому. Готель Містерія прагне удосконалити свою діяльність в сфері якості послуг.

Для цього необхідно використати запропонований підхід до встановлення цілей у сфері якості, що дозволить закладу досягати 100 % результатів, за рахунок вимірності, гнучкості та прозорості цілей, чіткого делегування відповідальності за їх виконання та системи документування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Апарт-готель «Містерія». URL: https://hotels24.ua/uk/Kharkiv/Apartment-hotel-Misteriya-4840.html.

ДОДАТКОВІ ПОСЛУГИ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

***Л. С. Новосад**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-43 (Х-н)*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельна галузь в сучасному світі надає не лише проживання, а й широкий спектр додаткових послуг для забезпечення комфортного та задоволеного перебування гостей. Однак зміна вимог та очікувань споживачів, конкуренція та технологічний розвиток вимагають постійного удосконалення організації надання цих послуг.

Додаткові послуги є неодмінною складовою діяльності будь-якого готельно-ресторанного комплексу. Визначальним фактором для збільшення кількості та покращення якості додаткових послуг є орієнтація готельного підприємства на ту чи іншу категорію постояльців. Сприятливий розвиток даного напрямку діяльності готелю неможливо без вдалого поєднання зовнішніх і внутрішніх умов, наявних ресурсів, які безпосередньо впливають на повсякденну роботу готелю, і грамотного керівництва даним напрямком роботи. У системі додаткових послуг, як ні в якій іншій частині готельного бізнесу, затребувані нестандартні підходи до вирішення багатьох питань. Це дає готелю хоч і невелику, але реальну можливість виділитися на тлі конкурентів.

Задля покращення організації надання додаткових послуг у готелі, необхідно провести глибокий аналіз поточної діяльності. Це включає в себе оцінку наявних послуг, їхньої якості та відповідності потребам споживачів. Важливо врахувати конкурентну ситуацію і вивчити, які нові тенденції та інновації використовуються на ринку готельного бізнесу.

Одним з ключових напрямків удосконалення є покращення якості наданих послуг. Це включає в себе вдосконалення систем контролю якості, впровадження стандартів обслуговування та проведення систематичного навчання персоналу. Працівники готелю повинні бути готові забезпечити найвищий рівень обслуговування для кожного гостя.

Другим важливим кроком є розширення спектру наданих послуг. Необхідно аналізувати потреби гостей та розробляти нові пропозиції, які можуть їх зацікавити. Це може включати організацію екскурсій, спортивних подій, кулінарних майстер-класів та інших розваг.

Також варто використовувати передові технології для полегшення комунікації зі споживачами та оптимізації робочих процесів. Впровадження цифрових систем бронювання та обслуговування може значно підвищити ефективність готельної діяльності і задоволення гостей.

Окремо слід звернути увагу на індивідуальний підхід до кожного гостя. Вивчення їхніх потреб та уподобань дозволить розробляти персоналізовані пропозиції та створювати унікальний досвід для кожного відвідувача.

У впровадженні додаткових послуг готелю можуть виникнути проблеми, такі як недостатній попит серед цільової аудиторії, відповідна інфраструктура та ціноутворення. Щоб успішно реалізувати ці послуги, готель може розглядати розширення ресторанних послуг, розвиток спа-центру та організацію розважальних заходів. Також важливо провести детальний аналіз потреб гостей та просувати нові послуги серед цільової аудиторії готелю.

Не менш важливим є забезпечення доступності послуг для різних категорій споживачів. Гнучкі тарифні плани та спеціальні пропозиції для різних груп гостей допоможуть залучити більше споживачів та підвищити загальний рівень задоволення від відпочинку в готелі. Такий підхід дозволить не тільки розширити перелік додаткових пропозицій для гостей готелю, але і залучити до відвідування готельного комплексу жителів міста.

Після впровадження усіх цих удосконалень потрібно систематично оцінювати їх ефективність. Це включає в себе аналіз фінансових показників, відгуки гостей та покращення в роботі персоналу. Лише таким чином можна досягти успіху та зберегти лідерство в галузі готельного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Линник О. І. Доходи та витрати готельного підприємства: приведення обліку до міжнародних стандартів і стандартів європейського союзу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. – 2017. № 20. С. 997–1001.
2. Управління готелем: повний посібник для вашого помешкання [Електронний ресурс]. – URL: https://www.siteminder.com/r/hotel-managementdefinitions-operations-ideas-software/ (дата звернення 20.02.2024).

АНАЛІЗ ВІДГУКІВ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЬНО-ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ «ПРИДЕСНЯНСЬКИЙ» У МІСТІ ЧЕРНІГОВІ

***М. Є. Однороб**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельна індустрія України є важливою частиною інфраструктури гостинності та туризму. Готелі в першу чергу розглядаються як сфера послуг з нематеріальними сферами досвіду гостей і рівня обслуговування.

Дуже важливо знати, що приносить задоволення споживачам для успіху в сучасному конкурентному бізнес-середовищі. Щоб задовольнити споживачів і щоб відповідати їхнім очікуванням, готелі повинні вміти розуміти потреби та бажання гостей. Відгуки гостей є неоціненною інформацією для організацій, щоб переорієнтувати свої продукти та послуги.

Запитувати відгуки гостей стало нормою в індустрії гостинності. За даними туристичного веб-сайту Tripadvisor, 52 % гостей ніколи б не забронювали готель, у якому немає відгуків. За даними сайту онлайн-бронювання Expedia, споживачі готові платити на 24 % більше за готелі з рейтингом 3,9 проти 2,4 (за

шкалою від 1 до 5), і готові платити на 35 % більше за готелі з рейтингом 4,4 проти 3,9 (за 1–5 бальною шкалою) [1].

Саме тому заклади розміщення збирають відгуки та рейтинги. Змусити споживачів, які стикаються з вашою пропозицією, оцінити або залишити відгук про готель – в ідеалі в позитивному моменті – це призведе до того, що ця інформація переконує інших споживачів обрати ваш заклад порівняно з іншими. Мало уваги приділяється рецензенту чи оцінювачу на цьому конкретному етапі споживчого шляху.

З роками очікування споживачів змінилися, і галузь повинна йти в ногу з цими мінливими тенденціями. Збір і аналіз відгуків споживачів допоможе зрозуміти ці нові очікування та задовольнити їх. Готелі та інші підприємства в індустрії гостинності та туризму повинні використовувати комплексні рішення для взаємодії з гостями, щоб легко збирати, отримувати доступ і аналізувати дані відгуків гостей. Ці відомості можуть надати цінні вказівки для прийняття рішень і вдосконалення для забезпечення майбутнього успіху бізнесу.

Важливим є аналіз відгуків споживачів готельних послуг, в тому числі і для готельно-туристичного комплексу «Придеснянський», який знаходиться у місті Чернігові. Досліджуване підприємство надає послуги проживання у 60 номерах різних категорій та може розмістити біля 100 гостей. Крім послуг проживання тут можна отримати послуги харчування, послуги бізнес-центу та екскурсійні послуги. З метою удосконалення діяльності готельно-туристичного комплексу нами було проведено аналіз відгуків споживачів з сайту букінг рис. 1.

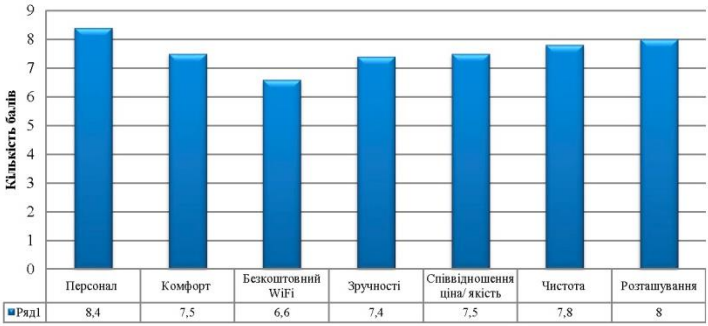

Рисунок 1 – Оцінка готелю «Придеснянський» за відгуками споживачів

Споживачі найвищим балом оцінили роботу персоналу 8,4 бали та місце розташування готелю у 8 балів. Третє місце займає чистота у готелі. Найнижчу оцінку отримав інтернет та зручності у готелі. Було проведено загальну оцінку готелю за сімома складовими. Згідно них готель отримав середню оцінку 7,6, що означає оцінку «добре» [2].

Згідно проведеного аналізу відгуків споживачів керівництву готелю необхідно розробити комплекс заходів, які сприятимуть підвищенню рейтингу готелю у відгуках споживачів. Зокрема, необхідно оновити матеріально-технічну базу та розробити комплекс заходів щодо усунення неприємного запаху у номерах готелю.

Отже, аналіз відгуків споживачів є необхідною складовою у діяльності будь-якого закладу розміщення, а застосування комплексу дій із усунення недоліків, які відмітили гості, сприятиме підвищенню рейтингу готелю та зростанню його конкурентоспроможності на ринку готельних послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Думки гостя: як зворотний зв'язок сприяє підвищенню якості в індустрії гостинності та туризму. URL: https://www.trustyou.com/blog/guest-feedback-reviews/quality-hospitality-tourism (дата звернення: 11.04.2024 р.)
2. Сторінка готелю «Придеснянський» на Booking.com. URL: https://www.booking.com/hotel/ua/prydesnyanskyi.uk.html (дата звернення: 11.04.2024 р.).

ІННОВАЦІЇ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ В ГОТЕЛЯХ

А. А. Окіпна, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-44*
Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Міжнародний готельний бізнес є особливим сегментом готельної індустрії, який відрізняється деякими унікальними особливостями:

1. Глобальна присутність: міжнародні готельні ланцюги можуть мати готелі в різних країнах та на різних континентах, створюючи глобальну мережу готелів. Це дозволяє їм привер-

тати різноманітних міжнародних гостей і використовувати світовий ринок туризму.

2. Міжкультурне управління: оскільки міжнародні готелі зазвичай мають різнорідний персонал і обслуговують гостей з різних країн і культур, ефективне міжкультурне управління стає важливим. Комунікація, розуміння культурних особливостей і вміння працювати в міжнародному середовищі стають ключовими.

3. Стандартизація та локалізація: міжнародні готельні ланцюги зазвичай встановлюють стандартизовані процедури та послуги, щоб забезпечити послідовність у різних готелях. Проте вони також враховують місцеві особливості та потреби, локалізуючи свою пропозицію для кожного ринку.

4. Глобальний маркетинг і брендінг: міжнародні готельні ланцюги інвестують у глобальні маркетингові кампанії і рекламні ініціативи, щоб позиціонувати свої бренди на міжнародному ринку. Це включає участь у виставках, спонсорство подій, цільову рекламу та партнерства з міжнародними компаніями.

5. Фінансова інтернаціоналізація: міжнародні готельні ланцюги можуть залучати капітал з різних країн та працювати зі світовими банками і інвестиційними фондами. Це дозволяє їм фінансувати розширення та розвиток проєктів в різних частинах світу.

6. Співпраця з глобальними партнерами: Міжнародні готельні ланцюги часто встановлюють партнерства з іншими глобальними компаніями, такими як авіакомпанії, туристичні оператори, кредитні карткові компанії та інші, для створення комплексних туристичних пропозицій і залучення нових клієнтів.

Загалом, міжнародний готельний бізнес відкриває широкі можливості для розвитку і експансії, проте вимагає від компаній управління різноманітністю, адаптації до місцевих ринкових умов та стратегічного планування на міжнародному рівні [1].

Точно, в сучасному конкурентному середовищі готельної індустрії, важливо мати унікальну концепцію, інноваційні ідеї та високий рівень обслуговування, щоб виділитися серед інших готелів і привернути увагу вибагливих гостей. Деякі стратегії, які можуть допомогти готелям в цьому:

✓ Створення унікальної концепції: розробіть унікальну концепцію готелю, яка відображатиме вашу унікальність, цінності та стиль. Це може бути тематичний готель, розташований у незвичайному місці, або готель, що пропонує неповторний досвід для гостей.

✓ Інновації в обслуговуванні: впроваджуйте новаторські підходи до обслуговування гостей, такі як використання технологій для покращення комунікації та зручності, або надання спеціальних послуг і пропозицій, які вражають та задовольняють потреби найвибагливіших клієнтів.

✓ Залучення до емоційного досвіду: створіть емоційний зв'язок з гостями, надаючи їм незабутні враження та досвіди. Це може бути через оригінальний дизайн інтер'єру, тематичні події або персоналізовані послуги, які відповідають їхнім індивідуальним потребам.

✓ Зосередження на якості: забезпечте високу якість обслуговування та послуг у всіх аспектах готелю, від номерів і харчування до послуг інтер'єру. Якість завжди буде вагомим фактором, який впливає на задоволення гостей і їх відповідний відгук.

✓ Акцент на сталому розвитку: розвивайте готельну інфраструктуру та послуги, щоб відповідати змінюваним потребам і вимогам сучасних гостей. Інвестуйте в сталість розвитку, енергоефективність та екологічні ініціативи.

Загалом, готелі, які здатні задовольнити очікування найвибагливіших гостей та надати їм неперевершений досвід, мають більше шансів на успіх і конкурентну перевагу на ринку гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Влащенко Н. М. Нормативно-правове регулювання розвитку рекреаційно-туристського комплексу / Н. М. Влащенко, М. В. Тонкошкур // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. – 2019. – Т. 30(69), № 4(1). – С. 97–102. – Серія : Економіка і управління.
2. Геліх А. О. Аутстафінг у готельно-ресторанному господарстві / А. О. Геліх // Новації в технології та обладнанні готельно-ресторанних, харчових і переробних виробництв : міжнар. наук.-практ. інтернет-конференція, 24 листопада 2020 р. / під заг. ред. В. М. Кюрчева. – Мелітополь : ТДАТУ, 2020. – С. 257–259.

СУЧАСНІ КУЛІНАРНІ ТРЕНДИ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

І. В. Олійник, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група 20-1411-006*
М. К. Турчиняк, *канд. техн. наук, професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Спостереження за сучасними кулінарними трендами є важливим аспектом успішної діяльності ресторанів, оскільки смакові уподобання споживачів стають все більш різноманітними та вишуканими. Зростання інтересу до здорового харчування, використання інноваційних технік приготування, підвищення уваги до виробництва безпечних продуктів – усі ці аспекти формують основні напрями сучасних кулінарних тенденцій.

Заклади ресторанного господарства, які успішно використовують сучасні кулінарні тренди мають значні конкурентні переваги. Застосування новітніх методів, креативне оформлення страв дозволяють ресторанам залучати нових споживачів.

Сучасні кулінарні тренди визначаються декількома ключовими напрямками.

Зростає популярність страв на основі продуктів рослинного походження, і дедалі більше людей вибирають веганство чи вегетаріанство з міркувань здоров'я, етики чи довкілля. З'явилося більше веганських та вегетаріанських продуктів та ресторанів [1].

Ресторани пропонують щонайменше одну-дві веганські страви, що не містять продуктів тваринного походження. Варто зазначити, що суворі вегани не є основною категорією споживачів, які замовляють страви з продуктів рослинного походження. Такі страви часто обирають люди, які їдять м'ясо, але намагаються обмежити його споживання, або просто бажають скуштувати щось нове.

Гості більш ретельно обирають і охочіше замовляють страви, які містять інгредієнти, що сприяють підвищенню імунітету: куркуму, імбир, часник або цитрусові.

Споживачі почали приділяти більше уваги здоровому харчуванню. Це пояснює неймовірну популярність ферментованих продуктів. Ферментовані продукти, такі як квашена капуста, кімчі та комбуча, стають все більш популярними через їх корисні властивості для здоров'я людини. Ферментовані продукти

багаті на пробіотики, вітаміни, мінеральні речовини, мають гострий та пікантний смак [2].

Слоу-фуд – рух за повільну, осмислену їжу, приготовлену із свіжих, сезонних інгредієнтів, допомагає людям краще дбати про своє здоров'я та навколишнє середовище. Він пропагує повернення до традиційних методів приготування та споживання їжі. Слоу-фуд рух дотримується наступних принципів: використання свіжих, сезонних продуктів; приготування їжі вручну, без використання напівфабрикатів; повага до традицій та культури; підтримка локальних виробників.

Тренд щодо зменшення кількості відходів, використання всіх частин кожного інгредієнту, відмова від використання одноразових контейнерів, пошук інноваційних рішень для економії води або електроенергії – усе це відповіді на дедалі більший інтерес до стійкого розвитку в сфері ресторанного господарства [3].

Використання локальних продуктів, натуральна та органічна їжа – все це кулінарні напрями, які користуються попитом у закладах ресторанного господарства.

Конкретні приклади сучасних кулінарних трендів включають використання ферментованих продуктів, суперфудів, рослинних білків та акцентують на використанні локальних продуктів. Ці дозволяє відображати зростаючий інтерес до здорового харчування, новаторський підхід до готування та бажання споживачів пізнавати автентичні смаки [1].

Отже, перспективним для закладів ресторанного господарства є використання натуральних продуктів відповідно до сезону та регіону, застосування інноваційних методів готування, ширший асортимент страв рослинного походження.

Список використаних інформаційних джерел

1. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році [Електронний ресурс]. URL: https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy.
2. ТОП 10 найпопулярніших кулінарних трендів 2023 року [Електронний ресурс]. URL: https://tipmymenu.com/uk/news/top-10-naypopulyarnishih-kulinarnih-trendiv-2023-roku.
3. Кулінарні тренди 2022 року [Електронний ресурс]. URL: https://www.unileverfoodsolutions.com.ua/natkhnennja-dlja-shefa/trendi/kulinarni-trendy-2022-roku.html.

КОВОРКІНГ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ СПОСІБ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОЧОГО ПРОСТОРУ У ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

Д. А. Осіпенко, *студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 4-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Коворкінг, як форма колективного простору, стала широко поширеною у різних куточках світу. Цей модернізований робочий простір призначений для фрілансерів, стартапів, невеликих компаній та корпорацій, які вирішили об'єднати свої бізнес-процеси в спільному робочому середовищі [1].

Коворкінг-центри відзначаються широким спектром інфраструктурних можливостей, спрямованих на створення сприятливих умов для ефективної праці. Однак їхні переваги виходять за рамки забезпечення зручних робочих місць. Важливим є той факт, що ці простори дозволяють уникнути соціальної ізоляції, що особливо важливо для фрілансерів та підприємців.

Розвиток коворкінгу в Україні несе важливі соціальні наслідки, що виходять за межі фінансових вигод. Колективна праця в коворкінг-просторах сприяє формуванню нових ідей, робить відкриття, які можуть впливати на навколишній світ, і сприяє особистісному розвитку учасників, сприяючи росту культурного рівня як нації, так і окремої особи.

На сучасному етапі виникає потреба у проведенні досліджень, щоб вивчити особливості коворкінгів, які можуть бути корисні для проєктування різних типів просторів з урахуванням їх предметно-просторового наповнення та стилістичного оформлення. Існують інтернет-ресурси, присвячені коворкінгам, але інформація на них часто розрізнена та не відображає повної картини [2].

У сучасному світі існує велика кількість коворкінгів із різною спрямованістю та функціональним призначенням. Незважаючи на це, універсальної класифікації для таких просторів досі не існує. Отже, розробка класифікації за різними функціональними ознаками стає актуальним завданням для оптимізації проєктування та дизайну коворкінг-просторів, а також спрощення процесу оцінки вже існуючих та майбутніх проєктів.

Наразі коворкінг-центри є не лише поширеним явищем у багатьох західних країнах (рис. 1), але й успішно впроваджуються на території України. Проте, лише сім років тому цей формат просторів для працівників був абсолютно новим рішенням для нашої держави, та їх кількість обмежувалася лише декількома закладами.

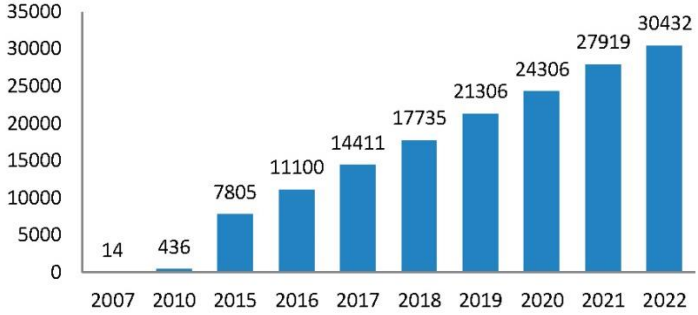

Рисунок 1 – Графік зростання кількості коворкінгів у світі (розроблено автором на основі [3])

Для забезпечення сталого розвитку готельно-ресторанного бізнесу в умовах зміни відносин між Україною і Європейським Союзом важливим є підвищення якості готельної пропозиції до рівня міжнародних стандартів. Один із можливих шляхів досягнення цієї мети – впровадження в діяльність готельних закладів інноваційних моделей організації робочого простору. У цьому контексті виділено коворкінг та хаб-простори як потенційні рішення [3].

Галузь коворкінгу в Україні демонструє швидкі темпи розвитку і має значний потенціал для подальшого зростання. Особливо популярними та конкурентоспроможними є хаб-простори у містах Київ, Харків, Одеса та Львів. З метою полегшення вибору хабу для роботи в різних містах України був розроблений офіційний інтернет-ресурс, який надає детальну карту коворкінгу по всій країні.

Створення коворкінгу, робочого простору – завдання, за яке потрібно братися тільки при наявності мети, засобів і бажання працювати. В іншому випадку, навіть найоригінальніша концепція ризикує залишитися лише на рівні задуму.

Важливим аспектом при організації хаб-простору в готелі є правильний підбір обслуговуючого персоналу. Оскільки заклад, зазвичай, є цілодобовим, важливо забезпечити відмінний рівень обслуговування та зручностей для гостей. Персонал повинен бути висококваліфікованим та відповідальним, оскільки в хаб-просторі можуть зберігатися особисті речі гостей. Якщо в просторі передбачено кухонний куточок, слід дотримуватися високих стандартів чистоти для обладнання кухні.

Отже, впровадження інноваційних форм організації робочого простору у готельний бізнес дозволить перетворити готельну індустрію України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки. Це буде сприяти залученню нових гостей, покращенню якості обслуговування та забезпеченню конкурентоспроможності на ринку готельно-ресторанного бізнесу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Коворкінг в Україні як бізнес-ідея. Що потрібно для старту? URL: https://hub.kyivstar.ua/news/kovorking-v-ukrayini-yak-biznes-ideya-shho-potribno-dlya-startu/ (дата звернення: 15.03.2024).
2. Бондар Н. П., Шаран Л. О., Губеня В. О., Підтілок І. С. Упровадження інноваційних способів організації робочого простору у закладах готельного господарства. *«Young Scientist»* (Молодий вчений). 2019. № 1(65). С. 423–427.
3. URL: DOI: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2019-1-65-98 (дата звернення: 15.03.2024).
4. Ілляшенко С. М., Ілляшенко Н. С., Шипуліна Ю. С., Райко Д. В. Перспективи і проблеми інноваційного розвитку в умовах четвертої промислової революції. *Управління інноваційною діяльністю: теорія і практика :* колективна монографія / за заг. ред. д. е. н., професора О. Д. Витвицької. Київ : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2021. С. 112–131.

ІННОВАЦІЙНІ АНІМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

А. А. Падура, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*
С. О. Дудник, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельна анімація є важливою складовою продукту індустрії гостинності. Це послуга, за якої гість включається у активну

діяльність, запропоновану анімаційною програмою готельного підприємства.

Будь-яка анімаційна програма вважається інноваційною, якщо вона значно впливає на підхід до виробництва готельних товарів і послуг, додає значно нові елементи, змінює форму та зміст, мету і завдання діяльності, спрямовані на задоволення потреб різних категорій споживачів. Оскільки сучасні туристи більш вимогливі до отримання яскравих вражень та сильних емоцій, то при впровадженні інноваційних анімаційних програм організатори мають враховувати змінюють усталені у суспільстві стереотипи відпочинку та проживання; вік, стать, рівень освіти, етнічну приналежність споживачів тощо [3].

Кінцевою метою засобів розміщення при впровадженні будь-якої інноваційної анімаційної програми є підвищення конкурентоспроможності готельного продукту та послуг та зростання його доходів.

При впровадженні анімаційних інновацій в готельну діяльність необхідно враховувати [2]:

− трансформацію інтересів і потреб споживачів у розвитку світогляду, вивченні нових культур і народів, здобутті нового досвіду і знань, отриманні яскравих емоцій та незабутніх вражень;

− зменшення актуальності і привабливості традиційних анімаційних програм;

− поєднання привабливих умов відпочинку, що дозволяє повністю задовольнити потреби найвимогливіших туристів.

При складанні тієї чи іншої анімаційної програми використовуються сучасні технології, які допомагають не лише зробити анімацію цікавішою, але й яскравішою. Використання інноваційних анімаційних технологій у туризмі найкраще показати на прикладі парку розваг «Disneyland».

Так, наприклад, великої популярності набув проєкт під назвою «Автоматичне редагування відео з різних соціальних камер», що пропонує парк розваг. Він представляє собою програму-редактор, яка автоматично обробляє відео з різних камер, що були в руках учасників події (або на головах, якщо йдеться про камери типу GoPro) [1].

Наступним інноваційним рішенням є проєкт від Сюнг-Чен Кіма з Піттсбурзької лабораторії, який дозволяє будь-якому екрану не лише демонструвати візуальні образи, а й робити їх

відчутними при дотику до його поверхні. Основою для тактильних відчуттів служать рельєфні карти, прив'язані до всіх об'єктів на екрані. Карти представляють собою двовимірний градієнт, дані якого змушують підкладку екрана генерувати слабкі струми. Ці струми сприймаються кінчиками пальців як вібрація, яка створює відчуття реалістичного рельєфу [1].

Також дуже цінуються провідними аніматорами технології 3D-моделювання та друкування за можливість створювати предмети будь-якої форми. Наприклад, в Піттсбурзькій лабораторії кілька років тому був створений унікальний спосіб поєднання мікроелектронних компонентів (датчиків, світлодіодів, мініатюрних дисплеїв) з друкованими шарами. Такий симбіоз дозволяє створювати дивовижні речі, такі як «живі» іграшки з очима, що світяться, шахові фігури, основа яких відображає позицію на дошці, цікаві брелоки з незвичайними властивостями, пов'язаними зі внутрішнім відбиванням світла тощо [1].

Таким чином, інноваційні технології – це спосіб та форми втілення інновацій, які частіше за все розглядаються в контексті конкретних сфер людської діяльності. Інноваційні технології є двигуном розвитку індустрії гостинності, покращуючи якість обслуговування гостей і дозволяючи створити більш привабливі умови для повного «занурення» в заходи, що проводяться. Активне залучення споживачів в анімаційні програми виступає як сучасна практика просування готельного продукту, в рамках якого можливе використання різноманітних форм та видів інноваційних технологій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Ільтьо Т. І. Розвиток та впровадження анімаційної діяльності в готельному господарстві на українському та світовому ринках. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 6. С. 174–178. URL: http://global-national.in.ua/archive/6-2015/35.pdf.
2. Федотова Ю. В., Кравець О. М. Анімаційна діяльність: сутність, особливості та соціально-економічна ефективність. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 11. С. 530–534. URL: http://global-national.in.ua/archive/11-2016/111.pdf.
3. Панова І. О. Туризм під час пандемії: наслідки та перспективи. Бізнес Інформ. 2020. № 5. С. 226–232. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-5-226-232.

АНАЛІЗ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ ГОТЕЛЮ «НАДІЯ» У МІСТІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬК

***П. Є. Панасенко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 2-41*
***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Матеріально-технічна база (МТБ) сучасних готелів є одним із основних чинників забезпечення високоякісних послуг готельними підприємствами. Крім того, комплекс вимог, у тому числі до матеріалів і технічного оснащення готелів, є основою для класифікації готелів і прирівняних до них засобів розміщення за категоріями [1].

Нами було проаналізовано МТБ готелю «Надія».

Стан матеріально-технічної бази готелю «Надія» в місті Івано-Франківськ є ключовим чинником для забезпечення комфортного перебування гостей. Планування та дизайн приміщень, якість білизни, модерні телекомунікації і меблі грають важливу роль у створенні приємної атмосфери для відпочинку.

Аналізуючи матеріально-технічну базу готелю «Надія», ми розглядали її відповідність сучасним стандартам якості обслуговування. Важливо пам’ятати, що рівень обладнання та комфорту готелю визначається його класифікацією за категоріями.

Також було проаналізовано з сайтів Booking.com та Google.com.travel відгуки споживачів, які проживали у готелі «Надія» [2, 3].

Ми докладно вивчили умови та середню оцінку стану МТБ готелю «Надія», звертаючи увагу на всі деталі, які впливають на загальний враження від перебування. Проаналізувавши відгуки за останні роки у готелі «Надія» нами було побудовано діаграму переліку недоліків з погляду гостей цього закладу, яка відображена на рис. 1.

Дослідження показали, що гості готелю найбільше незадоволені платною парковкою та комфортом у готелі. У світлі цих висновків пропонуються такі можливості для покращення:

– запровадження безкоштовного паркування: один із способів підвищити рівень задоволеності гостей – змінити політику паркування вашого готелю. Вирішення проблеми платного пар-

кування допоможе покращити загальні враження від перебування в готелі та залучити нових гостей;

− підвищення рівня комфорту: необхідно покращити розміщення в готелі та забезпечити гостей усіма необхідними зручностями та комфортом.

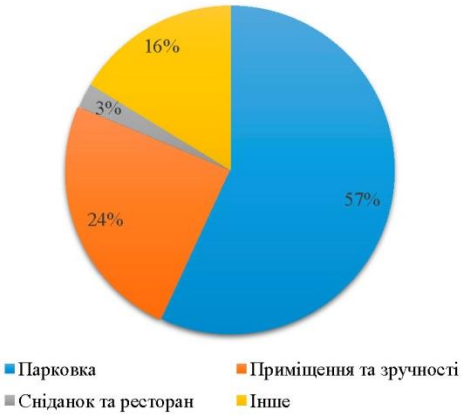

Рисунок 1 – Перелік недоліків до МТБ сформований за відгуками гостей готелю «Надія»

Це може включати оновлення меблів, удосконалення систем кондиціонування повітря, реконструкцію та модернізацію санітарних приміщень.

Тому, вирішення цих питань може позитивно вплинути на задоволеність гостей і допомогти покращити репутацію готелю серед конкурентів на ринку гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. ДСТУ 4269:2003. Послуги туристичні. Класифікація готелів. URL: https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/5-1-0-940 (дата звернення: 31.03.2024 р.).
2. Сторінка готелю «Надія» на сайті Booking.com. URL: https://www.booking.com/hotel/ua/nadiya-ivano-frankivsk.uk.html#tab-reviews (дата звернення: 01.04.2024).
3. Сторінка готелю «Надія» на сайті Google.com. URL: https://www.google.com.ua/travel/hotels/entity/CgoI3onIscrDpK9jEAE/reviews?utm_campaign=sharing&utm_medium=link&utm_source=htls&ts=CAEaIAoCGgASGhIUCgcI6A8QBBgJEgcI6A8QBBgKGAEyAhAAKgkKBToDVUFIGgA (дата звертання: 01.04.2024).

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ВИКЛИКИ РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

***М. А. Плотникова**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***А. С. Капліна**, канд. екон. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанний бізнес є однією з найбільш динамічних і перспективних галузей в сучасному світі. Україна, як країна зі значним потенціалом у сфері гастрономії, також має свої власні перспективи розвитку ресторанної галузі.

Ресторатори поступово відмовляються від елітної публіки і переходять на масові формати, про що говорять статистичні дані та оцінки експертів. Для максимального задоволення потреби споживачів в кризових ситуаціях, вони здійснюють перехід на напрацьований власний формат, який не вписується у загальноприйняту класифікацію підприємств ресторанного господарства [1].

Однією з головних тенденцій розвитку ресторанного бізнесу є зростання попиту на здорове харчування та екологічно чисті продукти. Це відкриває широкі можливості для рестораторів, які спрямовують свою увагу на розвиток меню з використанням органічних інгредієнтів та продуктів з власного виробництва.

Ще однією важливою тенденцією є розвиток концепцій «fast-casual» та «casual dining». Ці формати ресторанів надають клієнтам можливість швидкого, але якісного харчування за помірну ціну. Такі ресторани відповідають потребам сучасного споживача, який цінує якість та комфорт.

Також варто відзначити вплив цифровізації на ресторанний бізнес. Онлайн-системи бронювання столиків, доставка їжі та маркетинг через соціальні мережі стали невід'ємною частиною роботи будь-якого сучасного ресторану. Це дозволяє залучати нових клієнтів, підвищувати лояльність та оптимізувати роботу закладу.

Однак, разом з перспективами, у ресторанному бізнесі є і виклики. Зростання конкуренції, зміни у споживчому підході та вимоги до якості обслуговування вимагають від рестораторів постійного вдосконалення та адаптації до нових умов.

Ресторанний бізнес в Україні має великий потенціал для розвитку. Залучення нових технологій, розробка унікальних концепцій та звернення уваги на здорове харчування допоможуть рестораторам досягти успіху в умовах сьогодення.

Для розвитку ресторанного бізнесу можна запропонувати наступні стратегії (рис. 1):

СТРАТЕГІЇ	РЕАЛІЗАЦІЯ
Розширення асортименту та унікальність продуктів	Розробка інноваційного та унікального меню, яке буде привертати увагу клієнтів і відрізнятися від конкурентів. Варто також розглядати можливість включення страв для осіб з особливими дієтологічними потребами (наприклад, веганське або безглютенове меню).
Запровадження технологій	Використання сучасних технологій для оптимізації бізнес-процесів, таких як системи онлайн-бронювання столиків, мобільні додатки для замовлення їжі або програми лояльності для постійних клієнтів
Розвиток в сегменті здорового харчування	Створення меню з орієнтацією на здорове харчування, використання органічних продуктів та створення унікальних рецептів з екологічно чистих інгредієнтів
Впровадження програми з управління відходами	Реалізація ефективної системи управління відходами в ресторані, включаючи вторинну переробку та зменшення кількості відходів, що сприятиме як збереженню навколишнього середовища, так і зменшенню витрат
Розвиток онлайн-присутності і маркетинг	Реалізація ефективної системи управління відходами в ресторані, включаючи вторинну переробку та зменшення кількості відходів, що сприятиме як збереженню навколишнього середовища, так і зменшенню витрат
Навчання та розвиток персоналу	Інвестування в навчання та розвиток персоналу, підвищення кваліфікації працівників, створення команди професіоналів, які забезпечать високу якість обслуговування і задоволення потреб клієнтів

Рисунок 1 – Стратегії розвитку ресторанного бізнесу

Наведені стратегії дозволять закладам підвищити рівень задоволеності споживачів і конкурентні переваги.

Список використаних інформаційних джерел

1. Brinza J., Холявка В., Філь М. Сучасні формати «fast casual», «fine dining», «quick'n'casual», «free flow» у ресторанному бізнесі. URL: https: //tourlib.net/statti_ukr/brinza.htm.

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ В РЕСТОРАНАХ З РИБНОЮ КОНЦЕПЦІЄЮ У МІСТІ ПОЛТАВА

***А. Г. Поляк**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС мб-21*
***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Харчування є невід'ємною складовою фізіологічного процесу людини. Від поживної та якісної їжі залежить здоров'я та нормальне функціонування організму людини. Сьогодні, достатньо велика кількість людей вимушено харчуються у закладах ресторанного господарства, а якість послуг харчування є важливим чинником у формуванні конкурентних переваг будь-якого закладу харчування.

Місто Полтава прийняло та продовжує приймати велику кількість внутрішньо переміщених осіб, переважна кількість з яких харчуються у закладах ресторанного господарства. І тому, важливо дослідити якість обслуговування у таких закладах.

За об'єкт дослідження нами було взято ресторани з рибною концепцією бо відомо, що риба та морепродукти є закупною сировиною, яка зазвичай поставляється у ресторани через іноземних постачальників.

Нами було досліджено якість обслуговування у ресторані «Риба», який знаходиться за адресою: вул. 1100 Полтави, 12 та ресторану «Баркас», який знаходиться за адресою: вул. Гоголя, 21. В обох ресторанах переважно страви у меню складаються із риби та морепродуктів.

Було проаналізовано відгуки споживачів, які відвідували досліджувані заклади харчування, результати яких відображено на рис. 1.

Як бачимо із рис. 1 оцінка, яку отримали два заклади за п'ятибальною шкалою становить у обох четвірку.

У ресторані «Риба» споживачам не сподобалося:

– часті випадки несвіжої сировини для страв, що ставало причиною харчового отруєння у більшості авторів негативних відгуків;

– персонал не володіє англійською мовою;

– незручний паркінг при закладі.

У ресторані «Баркас» споживачі відмітили:

– розведення алкогольних напоїв водою;

– несвіжі морепродукти та риба, що було причиною отруєння у гостей;

– некваліфіковані офіціанти, повільне обслуговування.

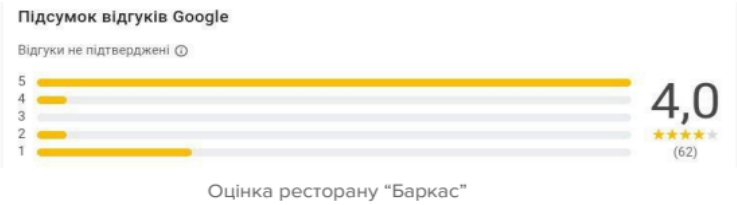

Рисунок 1 – Оцінка якості обслуговування у ресторанах «Риба» та «Баркас»

І якщо проблема професійної підготовки офіціантів вирішується більш ретельною перевіркою професійної придатності та організацією постійного підвищення кваліфікації, то проблема прострочених продуктів постає досить гостро.

Причина поганої якості страв у ресторанах полягає у тому, що це відбувається через віддаленість міста Полтава від місць вилову риби і морепродуктів та через труднощі в логістиці.

Відомо, що 85 % всієї рибної продукції, яка споживається українцями, становить імпорт. Серед всіх продуктів харчування, які ввозяться в Україну, саме риба та морепродукти займають перше місце за обсягами імпорту [1].

Труднощі з доставкою живої та охолодженої риби оптом до закладів ресторанного господарства існували завжди, але після 24.02.2022 року проблема посилилася через труднощі з логістикою.

Тому, зараз особливо на період воєнної агресії закладам з рибною концепцією необхідно або змінити концепцію, або шукати альтернативні шляхи постачання сировини із риби та морепродуктів, а можливо переорієнтуватися на рибну продукцію місцевого постачальника.

Список використаних інформаційних джерел

1. Огляд рибного ринку України за 2022 та 2023 роки. URL: https://uifsa.ua/news/news-of-ukraine/overview-of-the-fish-market-of-ukraine-for-2022-and-2023 (дата звернення: 12.04.2024 р.).

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

***Р. В. Проценко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-3-41*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кризові явища, зокрема пандемія, а зараз повномасштабне вторгнення росії в Україну, змушують заклади індустрії гостинності до глибокої трансформації та адаптації власних стратегій на основі диверсифікації послуг.

Диверсифікація – це механізм, спрямований на розширення асортименту запропонованих послуг для виходу на нові сегменти ринку з метою повного задоволення споживчого попиту.

Диверсифікація найбільш продуктивна, коли досягається синергетичний ефект, що виражається в об’єднанні взаємодоповнюючих одиниць, які приносять прибуток та управлінські можливості. При цьому необхідний ретельний відбір послуг та сегменту ринку [1].

Основною причиною застосування диверсифікації є прагнення підвищити ефективність діяльності підприємства не лише на сьогодні та в найближчому майбутньому, але й на тривалу перспективу. Здебільшого диверсифікацію у сфері готельного господарства здійснюють у напрямах забезпечення розважальних, спортивно-оздоровчих, торговельних, а також окремих спеціалізованих послуг [2].

Однією з найважливіших викликів, що стоять перед готельним бізнесом на сьогодні, є забезпечення виживання та розробка нових стратегій залучення споживачів, пристосованих до сучасних умов. Серед конкретних напрямів диверсифікації послуг готельних підприємств слід відзначити:

– впровадження клінічного обслуговування, такого як послуги спортивної медицини, курси вітамінного лікування та лікування морською водою й водоростями;

– спеціалізоване обслуговування конференцій, семінарів, та інших подій;

– організація обслуговування споживачів зі спеціалізованими видами туризму, такими як піші, велосипедні, водні, круїзні, рибальські, мисливські, верхові їзди та альпінізм;

– обслуговування гостей з фізичними й розумовими відхиленнями;

– створення полів для гольфу та інших розважальних заходів;

– організація екскурсійних турів для гостей готелів;

– переорганізація нежитлової частини готелю для надання різноманітних розважальних, спортивних, оздоровчих, гастрономічних, косметичних і масажних послуг, а також послуг спа-та велнесу.

Серед інших мотивів впровадження стратегії диверсифікації може бути бажання власника готелю максимально використати можливості матеріально-технічної бази та персоналу, а також необхідність дослідження нових напрямків для інвестування капіталу та розширення бізнесу. Диверсифікація послуг спрямована на забезпечення економічного зростання, розвиток індустрії гостинності та створення адаптивного та життєздатного бізнес-середовища [3].

Вибір стратегії диверсифікації та методики оцінки діяльності підприємства, спрямованих на підтримку та підвищення ефективності готельно-ресторанного бізнесу, набуває важливого значення в умовах сучасного бізнес-середовища. Для керівників готельно-ресторанних підприємств проблема забезпечення стійкості та підвищення ефективності стає складною професійною задачею. Перед тим як ухвалити рішення про диверсифікацію готелю, підприємець повинен аналізувати ситуацію з точки зору життєздатності існуючого бізнесу. Найбільш ефективним буде

обрати той напрям, який, з одного боку, є для підприємця відомим та досить ефективним, а з іншого, дозволить вивести підприємство на новий якісний рівень з мінімальними витратами з метою отримання конкурентних переваг на ринку.

Отже, стратегія диверсифікації може виявитися ключовим інструментом для підприємств готельно-ресторанного сектору у досягненні стійкості, розвитку та успіху в умовах динамічного ринкового середовища в індустрії гостинності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Chen C. M., Kuo L. C. Diversification strategy and financial performance in the Taiwanese hotel industry. *Int. J. Hospitality Management.* 2012. Vol. 31. № 3. P. 1030–1032.
2. Європейські готелі диверсифікуються та об'єднуються в мережі [Електронний ресурс]. URL: http://tour-cn.com.ua/news/2019–08–07–385 (дата звернення 02.03.2024).
3. Лизанець А. Г., Фількіна Б. І. Управління розвитком підприємств ресторанного бізнесу на основі диверсифікації та стартап-проєктів. Інфраструктура ринку. 2020. Вип. 48. С. 156–162.

УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «УКРАЇНОЧКА» У МІСТІ КРИВИЙ РІГ

***Ю. О. Рогач**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 1-41*
***Н. І. Кирніс**, канд. екон. наук, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі готельно-ресторанна сфера є однією з найбільш динамічною серед інших галузей. Зростання туристичного потоку та популярність культурного та гастрономічного туризму ставлять перед підприємствами цієї сфери виклик, яким є потреба у постійному удосконаленні та оптимізації надання послуг. Тому актуальним буде дослідження процесу удосконалення діяльності готельно-ресторанного комплексу «Україночка».

Підприємства готельно-ресторанної сфери спеціалізуються на наданні послуг розміщення та харчування для клієнтів. Забезпечення комфорту, чистоти та безпеки в номерах є важливим аспектом готельного обслуговування. Номери повинні мати

зручні ліжка, достатньо місця для зберігання речей, санвузли зі зручностями, а також доступ до необхідних засобів комфорту, таких як кондиціонери, телевізори, інтернет тощо [1, с. 36].

Забезпечення гостей затишними умовами для харчування також має велике значення. Ресторани та кафе повинні мати приємну атмосферу, комфортні меблі та зручне розташування столів. Дизайн і оформлення приміщень також можуть створювати настрій та впливати на загальний досвід харчування гостей. Крім того, якісне обслуговування та уважність персоналу гарантують задоволення гостей під час їхнього харчування [2, с. 90].

Надання якісних готельних послуг в готельно-ресторанному комплексі «Україночка» є запорукою успішності та прибутковості. В цілому якість послуг у готельно-ресторанному комплексі визначається певними складовими, оцінка яких здійснювалася на основі узагальнених висновків працівників комплексу й оцінок споживачів, що виконувалася на основі анкетного опитування. Більш детальну оцінку кожної складової представлено у табл. 1.

Таблиця 1 – Оцінка складових якості послуг готельно-ресторанного комплексу «Україночка»

Показник	Оцінка	Еталон	Коефіцієнт вагомості	Одиничний показник
Оцінка споживачів				
Рівень сервісу	5	5	0,51	0,510
Вартість обслуговування	3	5	0,23	0,138
Імідж	4	5	0,15	0,120
Наявність належних засобів обслуговування	5	5	0,11	0,110
Груповий показник				0,878
Належне матеріально-технічне забезпечення	5	5	0,35	0,350
Прибутковість діяльності	4	5	0,33	0,264
Соціальне забезпечення працівників	3	5	0,32	0,192
Груповий показник				0,806
Інтегральний показник				1,684

Оцінка одиничного показника визначається шляхом поділу оціночного значення на еталон та множення на коефіцієнт вагомості. Груповий показник формується шляхом сумування одиничних показників, а інтегральний показник визначається шляхом сумування групових показників.

Отже, після аналізу показників якості готельних послуг можна зробити висновок, що загальна якість діяльності готельно-ресторанного комплексу «Україночка» є задовільною і спрямована на подальший розвиток.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бойко М. Г. Організація готельного господарства : підручник. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 494 с.
2. Вишуканий сервіс, комфорт і зручність. Харчова і переробна промисловість. Київ : Кондор, 2022. 410 с.

СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ОКРЕМИХ КРАЇНАХ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

О. В. Солдатенко, *студентка спеціальності Харчові технології, група ТРГ м-11*

І. С. Тюрікова, *д-р техн. наук, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Одним із найпопулярніших стандартів, розроблених Міжнародною організацією зі стандартизації, є ISO 9001:2015, прийнятий у більше ніж 170 країнах світу. ISO 9001 – це система управління якістю (далі – СУЯ), сертифікація за якою гарантує, що підприємство спроможне випускати продукцію стабільної якості, постійно її підвищуючи.

В Україні аналогом цього стандарту є ДСТУ ISO 9001:2015 [1]. Упровадження СУЯ допомагає підприємству підвищити рівень задоволеності очікувань замовника, забезпечує зростання продуктивності праці при одночасному зниженні вартості продукції та підвищенні її конкурентоздатності.

Якщо говорити про СУЯ у провідних країнах світу, то найчастіше йде мова про загальновизнаних світових лідерів в області управління якістю – США, Японію, Німеччину. Так, у США СУЯ повністю зорієнтовані на споживача і на попередження (а не виявлення) дефектів, що зумовлює політику «нуль дефектів».

На багатьох підприємствах Японії персонал закликають до того, щоб виконавець (власник) кожного процесу розглядав виконавця наступного процесу як свого споживача і виконував свою частину особливо ретельно [2], що забезпечує ритмічність роботи та високу якість кінцевого результату.

СУЯ у Німеччині характеризуються увагою до якості сировини та конструкторських розробок, рівня технологій, злагодженої роботи всіх допоміжних служб [2].

Якщо США, Японія, Німеччина належать до 23 економічно розвинених країн, то, наприклад, Індію віднесено до 128 країн, які розвиваються, але прем'єр Нарендра Моді наголошує: «Ми маємо зробити Індію розвиненою країною впродовж наступних 25 років» [3].

В Індії діють національні стандарти IS (Indian Standards), які розробляє спеціалізований державний орган Bureau of Indian Standards (BIS). Частина стандартів IS не є обов'язковими.

В Індії адаптовано деякі регламенти ЄС, зокрема щодо обмеження використання небезпечних речовин (Regulation RoHS), відходів від електроніки (Regulation WEEE) [4] тощо.

У країні регулюванням виробництва та обігу продуктів харчування, включаючи розроблення стандартів, займається Food Safety and Standards Authority of India (FSSAI) [5]. Отже, сертифікація продукції індійських компаній за міжнародними стандартами ISO призводить до ефективного використання ресурсів і зниження витрат та дозволяє їм легше виходити на міжнародні ринки.

Цікавою для дослідження країною є Китайська Народна Республіка (далі – Китай), яка належить до країн з централізованим управлінням економікою, але успішно завойовує нові ринки збуту для своєї продукції.

Як національний стандарт у Китаї діє переклад ISO 9001 – GB/T 19000. Він базується на розвиненій добровільній сертифікації, якою займаються 90 органів із сертифікації. Серед їх філій є відомі транснаціональні органи, на зразок SGS, а також приватні невеликі організації та авторитетний China quality certification centre (CQC) [6].

У Китаї спостерігається проблема підроблення сертифікатів, коли у діючому сертифікаті змінюється його реєстраційний номер і назва організації або ж отримання документів про відповідність у недобросовісних суб'єктів-оцінщиків.

Перевагою впровадження СУЯ за ISO 9001 для підприємств у Китаї є можливість заключити міжнародний контракт, однак, така СУЯ на підприємствах чи в організаціях реально не сприяє покращенню рівня управління процесами, що є суттєвим недоліком.

У Китаї діє система обов'язкових національних стандартів (GB), за розроблення і впровадження яких відповідає державна організація Standardization Administration of China. Обов'язковою також є сертифікація товарів China Compulsory Certification (CCC) на цілу низку категорій промислової продукції. За проведення сертифікації продукції відповідає також Certification and Accreditation Administration of China [7].

Державні стандарти GB розповсюджуються на продукти харчування і сільськогосподарську продукцію. Імпортовані харчові продукти також мають відповідати державним стандартам Китаю з питань безпечності харчових продуктів [8].

На сьогодні у Китаї оприлюднено план підвищення загальної якості економіки в рамках зусиль країни з просування високоякісного розвитку [9]. Як зазначається у документі, до 2025 року країна має намір зміцнити свої позиції у сфері якості, неухильно підвищуючи авторитет китайських брендів [9].

Окремо доцільно відзначити, що у 2023 р. члени Міжнародної організації ISO проголосували за початок процедури перегляду та публікації нової версії міжнародного стандарту ISO 9001. Таке рішення прийнято 36 голосами «за», 25 «проти» і 23 «утрималися». Серед країн, які проголосували за необхідність перегляду ISO 9001, були як Індія (BIS), Китай (SAC), так і США (ANSI) [10].

За результатами голосування технічний комітет ISO/TK 176, який відповідає за розроблення та актуалізацію ISO 9001, розпочне процес створення та затвердження нової версії ISO 9001 [10]. Серед змін, які плануються у новій версії документа – включення до нього вимог, що відображають цілі ООН у сфері сталого розвитку, зокрема в частині зміни клімату.

Нова редакція ISO 9001 буде опублікована у 2025 році. Тому, організації, які пройшли сертифікацію та мають сертифікат ISO 9001 версії 2015 року, повинні будуть внести зміни до своїх систем менеджменту якості відповідно до нових вимог, спрямованих на стале зростання, подальше підвищення якості процесів, зміцнення конкурентоздатності продукції та послуг на глобальному ринку.

Отже, слідування вимогам ISO 9001 вважається у світі добрим діловим смаком і свого роду візитною карткою якості.

Список використаних інформаційних джерел

1. ДСТУ ISO 9000:2015 (ISO 9000:2015, IDT) Системи управління якістю Основні положення та словник термінів. Чинний від 2016-07-01. Вид. офіц. Київ : УкрНДНЦ, 2016. 45 с. URL: https://khoda.gov.ua/image/catalog/files/%209000.pdf.
2. Міжнародний менеджмент (2002). URL: https://library.if.ua/book/142/9523.html.
3. Світове домінування за 25 років. Як Індія збирається посунути Китай і стати головним виробничим хабом у світі. Розповідає Bloomberg. *Журнал Forbes Ukraine*. 23 січня 2023. URL: http://surl.li/pgypp.
4. Дія Бізнес. Експортний напрям. Індія. URL: https://export.gov.ua/country/85-indiia.
5. Дія Бізнес. Експортний напрям. Вимоги до продукції на ринку Індії. URL: https://export.gov.ua/11-vimogi_do_produktsii.
6. Офіційний сайт China quality certification centre. URL: http://surl.li/snehb.
7. Дія Бізнес. Експортний напрям. Китай. URL: https://export.gov.ua/country/91-kitai.
8. Дія Бізнес. Експортний напрям. Вимоги до продукції на ринку Китаю. URL: https://export.gov.ua/11-vimogi_do_produktsii.
9. Китай оприлюднив план підвищення якості розвитку. URL: https://ukrainian.cri.cn/2023/02/07/ARTIfw0v1flcLvulsodgLAsY230207.shtml.
10. Міжнародна організація стандартизації проголосувала за початок перегляду ISO 9001. URL: https://ajaregistrars.ru/blog/mezhdunarodnaya-organizatsiya-po-standartizatsiya-iso-progolosovala-za-peresmotr-standarta-iso-9001/

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА АВТОМАТИЗАЦІЯ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ТЕХНОЛОГІЧНА РЕВОЛЮЦІЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ

***К. О. Соломаха**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-4-41*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ресторанний бізнес постійно вдосконалюється, але останнім часом відбувається справжня технологічна революція завдяки інтелектуальній автоматизації. Ця інновація проникає в різні

аспекти галузі та привносить значні поліпшення в її функціонування.

Однією з ключових переваг інтелектуальної автоматизації є зміни в системах управління замовленнями та обслуговуванням гостей. Мобільні додатки та онлайн-платформи роблять процес замовлення страв більш зручним та доступним для відвідувачів, а інтелектуальні системи дозволяють автоматизувати весь цей процес, від прийому замовлення до його виконання, що полегшує навантаження на персонал та зменшує час очікування для гостей.

Важливим кроком є оптимізація управління інвентаризацією та замовленнями сировини. Інтелектуальні системи аналізують дані про попит на конкретні страви, сприяючи плануванню закупівель та ефективному використанню ресурсів. Це дозволяє уникати перевитрат та забезпечує ресторанам постійний доступ до необхідних продуктів.

Значний вплив інтелектуальної автоматизації відчутний в аналітиці та прогнозуванні. Системи аналізу даних допомагають ресторанам зрозуміти попит споживачів, сприяючи розробці стратегій на основі реальних даних. Це дозволяє бізнесу швидше реагувати на зміни у смакових уподобаннях та вимогах гостей.

Персоналізоване обслуговування та маркетинг – ще один важливий аспект інтелектуальної автоматизації. Завдяки аналізу даних, ресторани можуть створювати індивідуальні пропозиції для відвідувачів, підтримуючи лояльність та збільшуючи обіг.

Заклади ресторанного бізнесу стикаються з проблемами, які заважають їм працювати з максимальною віддачею (табл. 1). Проте усі ці проблеми вирішуються з мінімальними витратами із впровадженням АСУ.

Таблиця 1 – Проблеми, що призводять до неефективної діяльності ресторану [1]

Можливі проблеми	Наслідок
Відсутність інформації про розмір виручки (товарообороту)	Витік (втрата) грошей прямо з каси закладу
Заміна персоналом товару підприємства на власний	Недоотримання прибутку
Недоливання і недоважування для накопичення надлишків з метою їх подальшої реалізації	Незадоволення споживачів якістю обслуговування в закладі

Продовж. табл. 1

Можливі проблеми	Наслідок
Незнання персоналом асортименту та цін з меню	Невисока швидкість обслуговування споживачів та їх обрахування
Відсутність інформації про товарний запас (сировини на складі)	Розкрадання товару персоналом і неповний асортимент закладу
Відсутність контролю підзвітних засобів	Пряма втрата грошей або товару
На облік та контроль діяльності підприємства часто виділяються невиправдано великі людські ресурси	Неефективний перерозподіл ресурсів та капіталів

Україна відстає в розвитку технологій порівняно зі США: кіоски самообслуговування та роботизація ще не є поширеними явищами. У світовій практиці роботи-келнери та баристи все частіше замінюють людей. Роботи-келнери можуть приймати замовлення, приносити страви до столів і обслуговувати гостей, а роботи-баристи готують каву та інші напої.

Проте вже зараз багато вітчизняних ресторанів використовують хмарні системи обліку, а офіціанти застосовують смартфони або планшети замість традиційних блокнотів, а на кухнях встановлені екрани для обробки замовлень [2].

Розглядаючи практичне використання роботів у сервісному процесі ресторанного бізнесу, їхні функції можна узагальнити у три основні категорії: обслуговування відвідувачів, прийом та обробка замовлень, і автоматизація різних процесів. Не менш важливим аспектом є використання програм з управління відходами та енергозберігаючих технологій. Використання цих технологій дозволяє використовувати ресурси ефективно та зменшувати негативний вплив на навколишнє середовище [3].

Однак разом з усією цією інноваційною ейфорією, важливо не забувати про кібербезпеку. Захист від можливих кібератак та збереження конфіденційності клієнтських даних стають важливим елементом впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес.

Усе враховуючи, інтелектуальна автоматизація в ресторанному бізнесі – це не лише технологічний тренд, але й стратегічний хід для забезпечення конкурентоспроможності та підвищення

рівня задоволення споживачів. Ресторани, що вдаються в цей напрямок, мають унікальну можливість оптимізувати свою діяльність та виходити за рамки традиційного обслуговування, привертаючи нових гостей та утримуючи лояльність вже існуючих.

У найближчій перспективі ріст автоматизації в галузі ресторанного бізнесу в Україні призведе до збільшення кількості закладів, які використовують роботів у своїх сервісних процесах. Впровадження власної системи автоматизації може призвести до зниження витрат на оплату праці, підвищення якості обслуговування через швидше обслуговування гостей та надання унікальних послуг, включаючи розширення асортименту віртуальних розваг та екскурсій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Постова В. Перспективи впровадження інтелектуальної автоматизації в ресторанний бізнес в умовах післявоєнного відновлення України. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 49 (Березень). URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-49-41 (дата звернення: 12.02.2024).
2. Неіленко С., Фогель А., Гуща Є., Олійник О. Сучасні підходи до роботизації сервісних процесів у закладах ресторанного господарства. *Ресторанний і готельний консалтинг. Інновації*. 2022. Том 5, № 2, С. 239–248.
3. Кущ Л. І., Дудник С. О. Інноваційні технології в ресторанному бізнесі: використання ефективних рішень. *Proceedings of the XI International Scientific and Practical Conference :* Methodological and attitudinal principles of classical science. Stockholm, Sweden. 2023. 13–14 March. P. 8–11. URL: https://intersci.eu/events/methodological-and-attitudinal-principles-of-classical-science/ (дата звернення: 12.02.2024).

ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Я. В. Стойка, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-42*
С. О. Дудник, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Санаторно-курортний сектор України відіграє ключову роль у підтримці здоров’я громадян та сприяє розвитку економіки країни. Він включає у себе широкий спектр закладів, які

надають оздоровчі та медичні послуги. Важливість цього сектору полягає не лише в забезпеченні населення можливістю відновлення сил та поліпшення здоров'я, але й у його впливі на різні галузі економіки [1].

Останні тенденції вказують на зменшення зацікавленості звичайного населення у санаторно-курортних послугах. Це відображається у зменшенні заповненості закладів та зниженні ефективності їх роботи.

Ця ситуація обумовлена кількома факторами [3]:

1. Неспроможність населення оплачувати послуги у санаторно-курортних закладах через зменшення реальних доходів в умовах високої інфляції та зростання вартості путівок.

2. Обмежене державне фінансування соціально-лікувальних програм Фондом соціального страхування.

3. Невідповідність високих цін на послуги санаторно-курортних закладів їхній якості.

4. Відсутність ефективної державної політики як у сфері соціальної підтримки населення, так і в напрямі економічного та податкового стимулювання діяльності санаторно-курортних закладів.

5. Відсутність системи інформаційно-рекламного забезпечення та низький рівень менеджменту у сфері санаторно-курортного лікування.

Проте, в останні роки відзначається позитивний тренд у збільшенні попиту на санаторно-курортні послуги серед внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців, особливо тих, хто повернувся із зон активних бойових дій та деокупованих територій. Проте, загальний кризовий стан медичної галузі та недостатнє фінансування ускладнюють ситуацію.

Проте, існують позитивні тенденції, зокрема збільшення попиту на оздоровчі послуги серед внутрішньо переміщених осіб та військовослужбовців. Це підкреслює необхідність модернізації та покращення управління цим сектором [3].

Для досягнення цієї мети необхідно розробити стратегії, спрямовані на підвищення доступності та якості послуг, оптимізацію податкової та інвестиційної політики, а також підтримку участі українських санаторно-курортних організацій на міжнародному ринку.

Для подолання цих негативних тенденцій пропонується ряд заходів:

1. Формулювання основних напрямків управління санаторно-курортним комплексом.

2. Розробка сучасних методів функціонування курортів обласного значення.

3. Організація ефективного управління курортами обласного значення.

4. Підвищення доступності санаторно-курортного лікування для населення.

5. Забезпечення підтримки високого попиту та стабільної кон'юнктури у сфері санаторно-курортних послуг.

6. Оптимізація податкової та інвестиційної політики.

7. Визначення принципів участі українських санаторно-курортних організацій на світовому ринку санаторно-курортних послуг [2].

Загалом, стратегічні пріоритети включають адаптацію маркетингу та розвиток медичних послуг для задоволення потреб різних категорій споживачів [3].

Завдяки такому підходу до розвитку ринку санаторно-курортних послуг, який взаємодіє з туристичним ринком в цілому, можливо досягти значних економічних переваг для країни, уникнувши серйозних екологічних та соціальних проблем. Активізація державної ролі у забезпеченні сталого економічного зростання повинна поєднуватися з ринковими реформами, створюючи синтез державного регулювання та ринкових механізмів для досягнення короткострокових і довгострокових цілей економічного розвитку. Основними завданнями державної політики в галузі туризму і рекреації є визначення цілей, інструментів та механізмів їх впровадження.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванченко Н. М. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційного туризму. Ефективна економіка. 2021. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4112.
2. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9.
3. Ткаченко Т., Гладкий О., Жученко В. Рекреаційний туризм: диверсифікація продуктового портфеля. Scientia Fructuosa (Вісник Київського національного торговельно-економічного університету). 2022. № 138 (4). С. 81–90.

МОДЕРНІЗАЦІЯ СЕРВІСУ ГОТЕЛЮ: СТРАТЕГІЯ УДОСКОНАЛЕННЯ СЛУЖБИ НОМЕРНОГО ФОНДУ

В. С. Ткаченко, *студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б 4-41*
Л. І. Кущ, *старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному конкурентному середовищі готельний бізнес потребує постійного оновлення та вдосконалення, щоб відповідати очікуванням вимогливих гостей. Одним із ключових аспектів цього процесу є модернізація служби номерного фонду, що включає в себе не лише оновлення інтер'єру та обладнання, але й удосконалення сервісу та підходу до обслуговування гостей.

Науково обґрунтована стратегія до цього процесу передбачає впровадження комплексу заходів з метою оптимізації комфорту та зручності для гостей [1].

Проведення реновації номерів з урахуванням сучасних дизайнерських тенденцій та індивідуальних потреб відвідувачів. Заміна застарілих меблів та сантехніки на нові, що відповідають сучасним стандартам ергономіки та естетики, є необхідним етапом в цьому процесі. Варто звернути увагу на встановлення сучасних технологій, які значно підвищують рівень комфорту для гостей. До таких технологій можна віднести телевізори з плоским екраном, доступ до безкоштовного Wi-Fi, наявність USB-портів та бездротових зарядних пристроїв для гаджетів. Забезпечення належного рівня освітлення та шумоізоляції в номерах також є важливими аспектами, які потребують уваги [1].

Розроблення та реалізація стандартів обслуговування, що відповідають міжнародним нормам, а також ініціативи з надання персоналу спеціальної підготовки в сфері гостинності, включаючи володіння іноземними мовами та вміння вирішувати конфліктні ситуації, а також впровадження системи персоналізованого обслуговування, що враховує індивідуальні потреби та побажання гостей, і надання розширених послуг, таких як ранній сніданок, доставка страв у номер, послуги з прасування одягу, організація екскурсій та інші – є ефективними стратегічними кроками для підвищення якості обслуговування в готельному секторі. Реалізація системи онлайн-бронювання но-

мерів, спрямована на забезпечення гостям можливості зручного та швидкого бронювання через веб-платформу готелю або спеціальні мобільні додатки. Введення в дію електронної системи ключів, спрямоване на забезпечення додаткового рівня безпеки та комфорту для гостей. Використання систем автоматизації для управління персоналом, складання графіків роботи, контролю за запасами та інших аспектів діяльності служби обслуговування готельних номерів суттєво підвищить рівень обслуговування гостей [2].

Проведення рекламних кампаній, спрямованих на інформування про модернізацію готельного номерного фонду та введення нових послуг, що надаються готелем, за допомогою розміщення відповідної інформації на веб-сайті готелю, у соціальних мережах та інших комунікаційних каналах, а також через взаємодію з туристичними агентствами та туроператорами для просування оновленого готельного продукту, є стратегічним підходом до підвищення обізнаності споживачів про вдосконалення готельної інфраструктури.

Модернізація служби номерного фонду – це комплексний процес, що потребує значних інвестицій та зусиль. Проте, результатом цих зусиль стане значне підвищення конкурентоспроможності готелю, збільшення лояльності споживачів та зростання прибутку.

Проведення регулярних опитувань гостей для отримання зворотного зв’язку та оцінки рівня задоволеності наданим сервісом, а також стимулювання персоналу до активної участі у вдосконаленні роботи служби номерного фонду, забезпечить створення атмосфери гостинності та затишку, що надають готелю особливого шарму та привабливості для відвідувачів.

Важливо пам’ятати, що модернізація служби номерного фонду – це не разовий захід, а безперервний процес, який потребує постійного вдосконалення та розвитку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрушків Б. М., Малюта Л. Я., Островська Г. Й. Готельно-ресторанна справа. Навчально-методичне видання. Книга 1. – Тернопіль : ФОП Паляниця В. А., 2018. 268 с.
2. Власова Н. О. Економіка ресторанного господарства : навч. посіб. : рекомендовано МОН України ; ХДУХТ, вид. 2-ге, стер. Х., 2019. 389 с.

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

А. В. Філіпповський, *студент спеціальності 241 Готельно-ресторанна справа освітня програма «Готельно-ресторанна справа», група ГРС б-22*
Н. В. Рогова, *канд. техн. наук, доцент кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельно-ресторанне господарство є важливою складовою туристичної індустрії та відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку споживчої кооперації України. У поточному стані економіки, коли на світовому ринку набирають темпи глобалізаційні процеси усіх господарських відносин, зростає роль інтегрованих структур корпоративного управління, що існують в рамках єдиної організаційної форми. Сьогодні все більше поширення набуває кооперативне підприємництво, яке налагоджує зв'язки між підприємствами, формує стратегічне партнерство та набуває все більшого значення як інструмент створення нормальних умов для функціонування і розвитку ринку. Кооперативне підприємництво стає важливим інструментом створення нормальних умов для функціонування і розвитку ринку. Досвід розвитку кооперативів в провідних європейських країнах показує, що кооперативи – це не тільки форма виробництва і господарювання, а й економічно орієнтована ідеологія виживання в складних економічних умовах, таких як трансформаційна криза і глобалізація світового економічного простору.

Споживча кооперація утримує понад 50 закладів ресторанного господарства, найкращими з яких є ресторани та кафе які знаходяться в різних куточках України, а саме Кропивницькому, Бобринці, Добровеличкові та Новгородці.

Гордістю споживчої кооперації є заклад готельно-ресторанного бізнесу «Козацька застава» Заснований у 1989 році. Він продовжує вражати відвідувачів своєю архітектурою, вишуканим інтер'єром, колоритною кухнею та високим рівнем обслуговування.

Ресторан «Колос» у центрі Бобринців є ще одним прикладом вишуканих закладів споживчої кооперації. Ресторан має три зали, банкетний зал на 100 осіб та два VIP-зали. Популярністю також користується піцерія, сучасний і відносно молодийресто-

ран, який працює з 2012 року, а за сприятливої погоди на території кафе відкривається літня тераса.

Заклади громадського харчування були модернізовані в останні роки. Тепер вони мають сучасний вигляд і добре обладнані для відпочинку, ділових зустрічей та святкувань. Просторі зали, затишна атмосфера, вишукана кухня та професійне обслуговування сприяють приємному та комфортному перебуванню в приміщенні ресторану споживчої кооперації Кіровоградської області.

У власників закладів готельно-ресторанного підприємства виникає питання про їх дотичність та можливість набуття колективного членства у споживчій кооперації, яка допоможе закладу бути на піку популярності стати конкурентоспроможним та стійким на ринку громадського харчування серед інших закладів готельно-ресторанного бізнесу. Але власників закладів лякає невідомість про споживчу кооперацію в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Вони вважають, що втратять право власності на свій заклад.

Розглянемо деякі аспекти актуальності колективного членства у споживчій кооперації:

1. Спільні закупівлі та економія витрат.

Доєднавшись до споживчої кооперації України, заклади готельно-ресторанного бізнесу зможуть отримати можливість спільно оновлювати інтер'єр, закупати сучасне обладнання, проводити закупівлю продуктів харчування, витратних матеріалів та інших ресурсів. Це дозволить власникам заощаджувати витрати закладу, а також з'явиться доступ до оптових цін та спеціальних пропозицій від постачальників.

2. Загальна маркетингова стратегія.

Доєднання до споживчій кооперації дозволяє готелям та ресторанам об'єднати свої зусилля в рекламній та маркетинговій компанії. Це включатиме спільні рекламні кампанії, програми лояльності для споживачів закладу або проведення та організацію спільних заходів для просування бренду. Такий підхід дозволить оптимізувати та заощадити витрати на рекламні та маркетингові компанії, збільшить видимість, відвідування та категоричність на ринку громадського харчування.

3. Підвищення рівня якості надання послуг.

Споживча кооперація зможе надати якісну базу практики та новітні інновації для працівників закладу, так як має базу закладів перед вищої та вищої освіти, багато закордонних партнерів та колективних членів котрі мають престижні заклади готельно-ресторанного господарства.

Споживча кооперація також буде сприяти та надавати здорову конкуренцію серед колективних членів.

4. Створення спільних норм закладів обслуговування.

Колективні члени та керівництво споживчої кооперації може сприяти обговоренню та створенню спільної бази стандартів обслуговування, безпеки харчових продуктів, етикетних норм, надання можливості закладам створення кейтерингових компаній в закладах готельно-ресторанного господарства. Це сприятиме підвищенню репутації закладу та довіри споживача до нього.

Ми можемо зазначити, що об'єднавши зусилля із споживчою кооперацією України, керівники закладів готельно-ресторанного господарства отримують багато крутих кейсів, які допоможуть їм у правлінні своїм закладом. Заклади готельно-ресторанного господарства отримають престижну рекламну компанію, рівень репутації на ринку харчування та надання споживачу умов проживання в закладі та саме головне отримання та забезпечення сталого розвитку

Список використаних інформаційних джерел

1. COOP Україна. Галузі діяльності. URL: http://www.coop.ua/uk/restorannyj-biznes-2/ (10.04.2024).
2. Литвинчук Д. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. URL: http://elar.kpnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/7304/Lytvynchuk-D.-GRS1-M21-free.pdf?sequence=1&isAllowed=y (11.04.2024).
3. Сичук Д. Перспективи розвитку споживчої кооперації України в умовах військового стану та післявоєнної відбудови. URL: http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/12978/1/%d0%a1%d0%b8%d1%87%d1%83%d0%ba%20%d0%94.%20%d0%9b..pdf (10.04.2024).

ОРГАНІЗАЦІЯ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ ГОТЕЛЮ «ТЕРНОПІЛЬ» В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

***О. Є. Чернега**, студент спеціальності Готельно-ресторанна та курортна справа, група ГРСб 4-41*

***Л. І. Кущ**, науковий керівник, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Воєнний стан, оголошений в Україні у зв'язку з вторгненням росії на її територію й активними воєнними діями вздовж лінії кордону та постійними обстрілами всієї території України раке-

тами різного ступеня ураження зумовлюють враховувати фактор безпеки при плануванні роботи готелю «Тернопіль», а також формує запит на унікальні додаткові послуги, досвід надання яких є лише в обмеженої кількості країн світу, наприклад в Ізраїлі.

Дальність польоту сучасних ракет, які використовує росія під час обстрілів України дає змогу стверджувати, що на сьогодні не існує безпечної території в межах України, де можна було б спокійно перебувати без ризику втрати життя та здоров'я внаслідок чергового ракетного обстрілу, саме тому при організації додаткових послуг важливим буде посилити заходи з безпеки гостей готелю, а саме [1]:

Наявність бомбосховища або укріпленого приміщення є найважливішою додатковою послугою сьогодення, яку перш за все необхідно забезпечити для комфорту і безпеки гостей. Бомбосховище має відповідати всім вимогам безпеки та мати достатньо простору для гостей та персоналу готелю.

Навчання персоналу безпековим заходам, які необхідно проводити в надзвичайних ситуаціях від алгоритму дій під час повітряної тривоги до реагування на виникнення пожежі в закладі чи спроможності надати першу медичну допомогу за потреби.

Доцільною буде послуга із наявності аптечки та кваліфікованого медичного персоналу, а в сучасних реаліях бажано, щоб у штаті був кваліфікований психолог, який за необхідності надасть психологічну допомогу постраждалим, чи за потреби допоможе впоратись із ситуацією.

Співпраця з місцевими органами влади, а також правоохоронними органами та кіберполіцією дозволить отримувати оперативну інформацію щодо заходів із безпеки у регіоні, а також за потреби попереджати про підозрілих осіб, які можуть здійснювати деструктивну діяльність. Своєчасна та професійна реакція спецслужб на пильність персоналу готелю може запобігти негативним наслідкам від підривної діяльності диверсійних груп та колаборантів, які діють в інтересах країни – агресора.

Другим важливим аспектом в умовах воєнного стану є доступ до верифікованої інформації та забезпечення безперебійної комунікації в разі виникнення надзвичайних ситуацій. Гостям має бути наданий доступ до системи оповіщення про

безпекову ситуацію в регіоні, а також має бути розроблений та розповсюджений чіткий та зрозумілий алгоритм дій у випадку надзвичайних ситуацій. Безпечний шлях до укриття має бути позначений у роздаткових матеріалах готелю, а також на стінах мають бути встановлені вказівники найкоротшого шляху до безпечного місця.

У критичних ситуаціях важливо залишатися на зв'язку з гостями та надавати їм актуальну інформацію про поточну ситуацію в країні та регіоні. Таке інформування може здійснюватися через власні канали комунікації готелю (пошта, застосунки тощо), або із застосуванням системи оповіщень. Іноземним гостям можна запропонувати послуги перекладу, щоб вони могли точно зрозуміти як діяти у випадку надзвичайних ситуацій та отримати всю необхідну їм допомогу в разі потреби.

Додатковими зручностями в умовах воєнного стану та надзвичайної безпекової ситуації в країни можуть стати забезпечення доступу до їжі та води, альтернативних джерел електроенергії та водопостачання на випадок тривалого знеструмлення чи пошкодження критичної інфраструктури. Також важливим буде безперебійний доступ до Інтернету та зв'язку, щоб гості готелю могли спілкуватись із рідними чи отримувати актуальну інформацію про події, що відбуваються. Про запобіжні заходи під час тривалого знеструмлення варто потурбуватись заздалегідь, щоб мінімізувати дискомфорт гостей під час тривалих блекаутів.

Одним зі способів психологічного розвантаження в стресовій ситуації є розваги, які готель може забезпечити для своїх гостей під час тривалого перебування в укритті, або за відсутності зв'язку та інтернету. Такими здатними відвернути увагу факторами можуть бути настільні ігри, книги, пазли, фільми чи заспокійлива музика на фоні.

Таким чином, навіть в період воєнного стану готелі здатні функціонувати та забезпечувати реалізацію потреб гостей у безпеці та доступі до всього необхідного, навіть в надзвичайних умовах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Israel Hotel Association. Hospitality Net. URL: https://www.hospitalitynet.org/organization/17005759.html (дата звернення 04.04.2024).

СУЧАСНІ ІНСТРУМЕНТИ ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЮ З ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

***Д. В. Шевченко**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна та курортна справа, група ГРС б-43 (С-м)*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Соціальні мережі, як інструмент пошуку засобу розміщення, дедалі частіше починають витісняти традиційні методи пошуку через Google, або Booking.com. Така тенденція пояснюється збільшенням часу перебування у соціальних мережах, перенесення туди значної частини активності та взаємодії, відчуття близькості та відсутності бар'єрів. Соціальні мережі стали потужним інструментом для просування будь-якого бізнесу, включно з готельно-ресторанним [1].

Важливість просування готелю в соціальних мережах зумовлена необхідністю в зручний та доступний спосіб збільшити обізнаність про бренд. Розповідаючи гостям про себе, свої цінності та переваги готель формує у потенційних гостей відчуття близькості, тим самим розширює аудиторію і привертає увагу нових потенційних гостей. Активна сторінка, на якій публікуються якісні фото, відео, корисна інформація та поради гостям міста, партнерські програми та спеціальні пропозиції виглядають набагато привабливішими для сучасного гостя, аніж сторінка закладу останнє фото якого було зроблено декілька років тому, а на коментар під дописом так і не відповіли до сьогодні [2].

Переваги активного ведення соціальних мереж готелю:

Підвищення залученості. Взаємодія з постійними та потенційними гостями через соціальні мережі дозволяє швидко реагувати на запити, коментарі та відгуки, відстежувати реакції, проводити конкурси та розіграші.

Покращення репутації. Будь-яка згадка про готель у соціальній мережі одразу стане відомою, якщо використовувати спеціальне програмне забезпечення, це зручно, тому що не всі користувачі діляться своїми враженнями саме на сторінці готелю чи ставлять відповідний тег, а відстежуючи згадки за назвою чи адресою можна швидко вживати заходів для вирішення будь-яких негативних ситуацій.

Окупність витрат на маркетинг та просування. Для збільшення охоплення та розширення цільової аудиторії можна використовувати різноманітні платні та безплатні інструменти, що дозволить привернути увагу нових потенційних гостей та вирізнить готель серед конкурентів на ринку готельно-ресторанних послуг.

Успішне просування готелю багато в чому буде залежати від особливостей платформи. Так, Facebook підходить для охоплення широкої аудиторії та спілкування з гостями, Instagram зручний для публікації візуального контенту, такого як фото номерів, ресторанів, місцевих визначних пам'яток тощо, X (колишній Twitter) використовується переважно для коротких оголошень, спеціальних пропозицій та активного спілкування з гостями, а TikTok може бути корисним для поширення коротких, вірусних відео про готель.

Просування готелю в соціальних мережах варто розпочати із визначення цільової аудиторії. Варто зосередитись на тому, хто саме є гостями готелю, якими ми хочемо їх бачити, які в них цілі та очікування від нашого готелю, які соціальні мережі вони використовують більше, а які менше. Неправильно визначена цільова аудиторія зведе нанівець зусилля з просування готелю через обраний канал комунікації, а занадто широка цільова аудиторія змусить докладати більше зусиль на взаємодію, що зрештою може не окупитись в результаті. Наступним етапом буде створення контент-плану. Регулярність публікації контенту є важливою умовою збільшення кількості підписників, а що більше людей побачать та поширять контент тим більш привабливим буде готель для нових потенційних гостей. Наповнення сторінки має бути якісним, послідовним, оформленим в єдиному стилі та доступним для розуміння широкому колу відвідувачів. Зображення та відео мають бути якісними. Люди переважно сприймають інформацію візуально і будь-які недоліки можуть стати причиною відписки від каналу, тому варто зосередитись на якісному контенті навіть якщо це знизить частоту його публікації. Важливою є також взаємодія з підписниками, яка має відбуватись від імені готелю. Людям дуже приємно отримувати схвальні реакції та відповіді на їх коментарі та фото, це зближує відносини між готелем та гостем. Вчасна реакція на негативний відгук допоможе розв'язати проблему та сприятиме позитивному враженню від взаємодії, а проведення серед підписників

різноманітних конкурсів та розіграшів значно пожвавить контент та активність. Не менш важливим є також вистежування результатів. Необхідно розуміти, які дописи викликають реакцію, а які лишаються непоміченими. Статистика взаємодії допоможе коригувати стратегію соціального маркетингу та значно покращити результати.

Таким чином, просування готелю в соціальних мережах – це постійний процес. Важливо регулярно публікувати новий контент, спілкуватися з підписниками та аналізувати результати, щоб стратегія просування готелю приносила результати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Готельна справа : навч. посіб. / І. В. Левицька, Н. В. Онищук. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 2015. – 580 с.
2. Мирошник Ю., Абрамова А., Пушка О. Використання можливостей соціальних мереж в індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2022. № 38. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-62 (дата звернення 23.03.2024).

ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙ В ГОТЕЛЯХ УКРАЇНИ

***А. С. Шрам**, студент спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС-41*
***Т. В. Капліна**, д-р техн. наук, професор кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У перспективі метою розвитку туризму, який був би доступний для всіх, є створення українського туристичного середовища, де буде можливість для всіх туристів брати активну участь, незалежно від їхніх індивідуальних потреб, віку або фізичних обмежень. Для досягнення цієї мети необхідно забезпечити доступність усіх послуг, починаючи від засобів розміщення (з безбар'єрним середовищем) і закінчуючи транспортними можливостями та іншими аспектами.

Останні роки свідчать про зростання соціальної важливості інклюзивного туризму в Україні, особливо з урахуванням збільшення кількості осіб із різними видами інвалідності, що пов'язане з військовою агресією Росії [1].

В Україні існують законодавчі та нормативні акти, які регулюють соціальну сферу і забезпечують соціальну інфраструктуру для подальшого розвитку соціальних процесів. Крім того, Україна ратифікувала ряд міжнародних правових актів з питань захисту прав осіб із інвалідністю, які є обов'язковими для виконання і трансформовані в національне законодавство [2].

Дослідження практичного досвіду соціально-інноваційної діяльності провідних готелів світу набуває важливого значення для розвитку соціальних інновацій у вітчизняному готельному бізнесі.

Соціальні інновації використовуються в різних галузях та для різних цілей по всьому світу (табл. 1).

Таблиця 1 – Напрями використання соціальних інновацій

Напрями	Реалізація
Соціальні підприємства	Це компанії, що поєднують бізнес-модель з соціальною місією. Вони зазвичай працюють у галузях, де необхідні соціальні зміни, таких як охорона навколишнього середовища, боротьба з бідністю, підтримка бездомних тощо
Соціальні мережі	Ці платформи сприяють спілкуванню та обміну інформацією між людьми з різних куточків світу. Вони також можуть використовуватися для організації акцій, збору коштів на благодійність або підтримки соціальних кампаній
Інновації в освіті	Це онлайн-курси, дистанційна освіта, інтерактивні методи навчання, які роблять навчання доступнішим та ефективнішим для більшої кількості людей
Технології для здоров'я	Різні медичні технології, додатки для здоров'я та моніторингу фізичного стану можуть покращувати якість життя людей та забезпечувати доступнішу медичну допомогу
Сталість та екологія	Програми та ініціативи, спрямовані на зменшення впливу людини на навколишнє середовище, збереження природних ресурсів та впровадження екологічних технологій

Як видно із таблиці 1, це лише частина того, як у світі використовують соціальні інновації. Зазвичай вони спрямовані на вирішення соціальних проблем, поліпшення якості життя людей та створення стійкого розвитку суспільства.

Для готельної галузі соціальні інновації, спрямовані на поліпшення якості обслуговування та взаємодії зі спільнотою. Це в першу чергу соціально-відповідальні ініціативи (розвиток програм соціальної підтримки для місцевих жителів); соціально-орієнтовані програми працевлаштування(залучення до роботи людей з маргіналізованих груп(люди з інвалідністю або біженці); сталість та екологія (використання енергоефективних технологій, відходів, використання місцевих та органічних продуктів у ресторанах та інші заходи для зменшення впливу на навколишнє середовище); сприяння місцевому співтовариству (організація готелями благодійних заходів, допомога місцевим школам або лікарням, сприяння розвитку культурних програм та ініціатив у місцевих громадах) тощо.

Отже, перелічені соціальні інновації не лише поліпшують досвід клієнтів, а й сприяють розвитку більш стійкої та соціально відповідальної готельної індустрії.

Список використаних інформаційних джерел

1. Колонтаєвський О. П. Соціальні інновації в готельному бізнесі як ключовий фактор розвитку інклюзивного туризму в Україні. URL: DOI 10.33042/2522-1809-2018-6-145-24-28 // Комунальне господарство міст. 2018. Вип. 6(145). С. 24–28 (дата звернення: 23.03.2024).
2. Розметова О. Г. Проблеми та перспективи впровадження соціальних інновацій в діяльність підприємств готельного господарства дефініції. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=561 (дата звернення: 23.03.2024).

СТРАТЕГІЇ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ СЛУЖБИ ПРИЙОМУ І РОЗМІЩЕННЯ ГОТЕЛЮ «ГЛОБУС» У МІСТІ ТЕРНОПІЛЬ

***Я. О. Юско**, студентка спеціальності Готельно-ресторанна справа, група ГРС б-4-41*
***Л. І. Кущ**, старший викладач кафедри готельно-ресторанної та курортної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Готельна справа є однією з ключових галузей гостинності, що визначає комфорт та задоволення споживачів. У сучасних умовах конкуренції важливо постійно вдосконалювати організацію роботи служби прийому і розміщення готелю. Для досяг-

нення успіху необхідно поєднувати ефективність, професіоналізм та інноваційний підхід.

Удосконалення організації роботи служби прийому і розміщення готелю «Глобус» у місті Тернопіль є актуальною та важливою задачею в контексті сучасних вимог готельного бізнесу. Готельна справа є однією з галузей, що найбільш динамічно розвиваються, адже зростаюча конкуренція та зміни у споживчих попитах вимагають постійного удосконалення процесів та підвищення якості обслуговування.

Перш за все, важливо провести докладний аналіз сучасного стану служби прийому і розміщення готелю «Глобус». Це включає в себе оцінку ефективності процесів бронювання номерів, реєстрації гостей, обробки запитів споживачів, ведення обліку та звітності. Також слід звернути увагу на рівень задоволеності гостей, їхні відгуки та пропозиції щодо поліпшення сервісу.

Одним з ключових напрямків удосконалення є оптимізація процесів роботи служби прийому і розміщення. Це може включати в себе впровадження сучасних інформаційних технологій для автоматизації процесів, розробку зручної та інтуїтивно зрозумілої системи бронювання та реєстрації, а також покращення методів обробки запитів та ведення обліку [1].

Наступним кроком удосконалення є підвищення якості обслуговування. Це передбачає надання індивідуального підходу до кожного гостя, швидку та професійну відповідь на їхні запити та потреби, а також створення комфортних умов для перебування. Також важливо навчати персонал взаємодіяти зі споживачами, вирішувати конфліктні ситуації та виявляти ініціативу у покращенні сервісу.

Провівши аналіз існуючої організації роботи служби прийому і розміщення готелю «Глобус», виявлено:

– переваги: досвідчений персонал, який володіє необхідними знаннями та навичками. Професійне й ввічливе ставлення до гостей. Дотримання стандартів обслуговування. Використання сучасного програмного забезпечення.

– недоліки: не завжди вчасне реагування на запити гостей. Недостатня гнучкість у вирішенні нестандартних ситуацій. Відсутність чіткої системи мотивації персоналу. Необхідність модернізації матеріально-технічної бази.

Пропозиції щодо удосконалення роботи служби прийому і розміщення [2]:

Підвищення кваліфікації персоналу: проведення регулярних тренінгів з обслуговування гостей, вирішення конфліктних ситуацій, знання іноземних мов. Запровадження програми наставництва для нових співробітників. Організація візитів до інших готелів для обміну досвідом. Заохочення персоналу до самоосвіти та підвищення кваліфікації.

Вдосконалення технологічного процесу: впровадження системи онлайн-бронювання номерів з можливістю віртуального туру по готелю. Використання мобільних додатків для реєстрації гостей, замовлення додаткових послуг, спілкування з персоналом. Автоматизація процесів обробки інформації, таких як ведення журналу реєстрації гостей, контроль заповнення номерів, ведення статистики. Впровадження системи електронного документообігу.

Мотивація персоналу: розробка чіткої системи ключових показників ефективності (KPI) для оцінки роботи персоналу, яка включає показники задоволеності гостей, ефективності роботи, знання стандартів обслуговування. Запровадження матеріальних стимулів, таких як премії, бонуси, доплати за знання іноземних мов, за високі показники роботи. Запровадження нематеріальних стимулів, таких як подяки, грамоти, нагородження кращих співробітників, можливість кар'єрного росту.

Модернізація матеріально-технічної бази: оновлення меблів і обладнання на стійці реєстрації, ергономічне облаштування робочого місця. Впровадження сучасних систем зв'язку, таких як IP-телефонія, система радіозв'язку. Впровадження сучасних інформаційних технологій, таких як система управління готелем (PMS), система управління відносинами з гостями (CRM).

Підвищення рівня гостинності: *Р*озробка та впровадження стандартів гостинності, які відповідають потребам і очікуванням сучасних гостей. Надання їм компліментів і подарунків, наприклад, вітальних фруктів, солодощів, напоїв при заїзді. Створення атмосфери домашнього затишку і комфорту, наприклад, використання ароматизаторів, приємної музики. Надання персоналізованих послуг, наприклад, запам'ятовування імен і вподобань гостей.

Отже, підвищення кваліфікації персоналу, вдосконалення технологічного процесу, мотивація персоналу та модернізація матеріально-технічної бази є ключовими напрямками удосконалення роботи служби прийому і розміщення. Це допоможе

забезпечити більш високу якість обслуговування, задоволення потреб споживачів та підвищення конкурентоспроможності готелю на ринку.

Список використаних інформаційних джерел

1. Рибальченко Н. П., Наплієра Н. Г, Гарбар Г. А. Розвиток сучасних технологій індустрії гостинності в упорах цифровізації економіки. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 2. URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?n=2&y=2022 (дата звернення 15.03.2024).
2. Полінкевич О. М., Камінські Р., Ліпич Л. Г. Концепція управління маркетинговими стратегіями підприємств індустрії гостинності. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2021. № 60. С. 110–118. URL: http://dx.doi.org/10.30970/ves.2021.60.0.6010 (дата звернення: 15.03.2024).

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СФЕРИ ТУРИЗМУ У КИЇВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

***А. С. Задорожна**, студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41з;*
***А. Р. Решетилов**, студент спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41з*
***О. О. Тараненко**, канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Туризм є важливою складовою економіки України. Її розвиток залежить та зумовлює розвиток сфери гостинності, поліпшення екологічного стану оточуючого середовища, збереження культурного надбання, розвитку транспортної, міської та комунальної інфраструктури. Особливістю сфери туризму є значна залежність від різних факторів техногенного та соціального походження, до яких належать стихійні лиха, епідемії, соціально-економічні та політичні кризи, воєнні конфлікти. В останні роки сфера туризму України загалом і Київської області зокрема перебуває під впливом таких факторів.

У 2019–2020 рр. індустрія туризму зазнала кризового стану через поширення COVID-2019. За ці роки кількість обслугованих туроператорами та турагентами у Київській області зменшилася з 86 926 осіб до 47 950 осіб, тобто на 44,8 % [1]. У наступні роки ситуація покращувалася, але військові дії на території України уповільнили цей процес. Свідченням цього є динаміка податкових надходжень від туристичної галузі за 2021–2023 роки. У Київській області цей за 2021–2022 роки зріс з 125,4 млн грн до 163,9 млн грн, тобто на 30,7 %. У 2023 році цей показник зріс до 239 млн грн, тобто на 45,8 % порівняно із 2022 роком [2]. У самому м. Києві податкові надходження зменшилися у зв'язку з початком військових дій. У 2022 році їх обсяг склав 415,2 млн грн, що на 46,4 % менше обсягу 2021 року. У 2023 році показник зріс до 499,3 млн грн, що значно менше рівня 2021 року (773,9 млн грн) [2]. Тобто, у Київській області загалом обсяги податкових надходжень за 2022–2023 роки зросли, хоча темпи зростання уповільнилися, а показники м. Києва не досягли довоєнних значень.

Київська область має значний туристичний потенціал для розвитку різних видів туризму. Зокрема, можна виокремити:

− область має достатньо добре покриту транспортну мережу міжнародного, державного та регіонального значення (три міжнародні транспортні коридори, залізниця за п'ятьма магістральними напрямами, найбільший в Україні аеропорт в м. Бориспіль);

− область багата на рекреаційні ресурси (177 річок, 55 водосховищ, понад 2 000 ставків та 750 невеликих озер, понад 78 баз відпочинку, один біосферний заповідник, 2 національні природні парки, 2 регіональні ландшафтні парки, 97 заказників, 61 пам'ятка природи, 14 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва та 17 заповідних урочищ);

− у довоєнний період збільшилася кількість культурних заходів, ярмарків, фестивалів;

− понад 56 міст та сіл, які мають туристичний потенціал та намагаються привабити до себе туристів;

− значна кількість культурних об'єктів (майже 4 тис. об'єктів культурної спадщини, 45 музеїв, 1 611 закладів культури і мистецтва), що мають неповністю реалізований туристичний потенціал [1; 3].

Наявні туристичні ресурси області різноманітні сприятливі для розвитку таких видів туризму як культурно-пізнавальний, екологічний, діловий, пригодницький та інші.

У нинішній час в Україні переважає внутрішній туризм. Подорожі відбуваються в умовах значних обмежень на територіях де не проводяться активні бойові дії. Тому подальша реалізація туристичної діяльності у Київській області має здійснюватися з урахуванням наступних вимог:

− розробка схем маршрутів екскурсій та подорожей має здійснюватися з урахуванням розміщення бомбосховищ;

− розклад туристичних подорожей має враховувати графіки дії комендантської години;

− розробка маршрутів екскурсій та подорожей має здійснюватися з урахуванням розміщення на місцевості об'єктів критичної чи військової інфраструктури, проведення масових заходів тощо [4].

Київщина володіє значним туристичним потенціалом для розвитку внутрішнього та в'їзного туризму, які будуть пріоритетними у повоєнний період. У нинішній час організація туристичних подорожей має здійснюватися з урахуванням вимог безпеки.

Список використаних інформаційних джерел

1. Головне управління статистики у Київській області [Електронний ресурс]. URL: http://kyivobl.ukrstat.gov.ua/
2. Туристична статистика України за 2023 рік [Електронний ресурс]. URL: https://www.tourism.gov.ua/blog/dinamika-podatkovih-nadhodzhen-po-oblastyah-za-2023-rik.
3. Антоненко І. Стан та перспективи розвитку видів туризму в Київській області / І. Антоненко, В. Масюк // Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. – 2022. – Вип. 13. – С. 54–61.
4. Зарубіна А. Особливості туризму в умовах воєнного стану [Електронний ресурс] / А. Зарубіна, Е. Сіра, Л. Демчук // Економіка та суспільство. – 2022. – № 41. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1543/1484.

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

О. А. Оливенко, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41*
О. О. Тараненко, *канд. екон. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Україна володіє значним туристичним потенціалом. Кожен регіон має комплекс туристичних ресурсів, що визначає його спеціалізацію на вітчизняному туристичному ринку. Сільський зелений туризм є одним з видів туризму, ресурсне забезпечення якого є в більшості регіонів України. В нинішніх умовах його актуальність значно зросла, що свідчить про доцільність реалізації зусиль щодо його розвитку з урахуванням відповідних регіональних особливостей.

Сільський зелений туризм провадиться у сільській місцевості з відносно незайманою природою, де туристи ведуть спосіб життя притаманний відповідній місцині з урахуванням звичаїв, етнічних та колоритних особливостей, виконують традиційну просту сільську працю задля одержання естетичного задоволення та з метою культурного розвитку і оздоровлення [1]. Даний вид туризму має важливе значення для сільських територій, оскільки дозволяє урізноманітнювати місцеву економіку, сприяє збереженню місцевої екосистеми, стимулює попит на місцеві товари і послуги, сприяє залученню інвестицій до розвитку інфраструктури у сільській місцевості, створює додаткові

джерела доходів для місцевого населення. Популярність сільського зеленого туризму в останні роки суттєво зросла. На це вплинули наступні чинники: зростання мобільності громадян за рахунок збільшення кількості особистого транспорту; більш ефективна організація вільного часу; зростання динамічності і рівня стресів у сучасного міського життя; різноманітності і збільшення якості послуг, пропонованих власниками туристичних структур в сільській місцевості, їх спеціалізації; орієнтації туристів на невеликі і комфортабельні структури розміщення; активного проведення часу поза міськими зонами; підвищення інтересу до культурних цінностей, традицій, місцевих свят [2].

У Чернігівській області зосереджений значний історико-культурний та природно-рекреаційний потенціал. Природно кліматичні умови дають можливість для розвитку туризму у сільській місцевості. Кількість садиб сільського туризму в області складає 36 одиниць [3]. Позитивно на розвиток сільського зеленого туризму в області впливає комплекс сприятливих особливостей української сільської місцевості: сухий теплий клімат, переважаючий яскравий сонячний день влітку, навесні та восени; близькість до водних та бальнеологічних ресурсів; унікальні природні, історичні, архітектурні, культурно-мистецькі та інші цінності та туристичні об’єкти; доброзичливі люди, доступні та якісні органічні продукти харчування [1].

Разом з тим низка чинників негативно впливають на розвиток туризму Чернігівської області загалом, і сільського зеленого туризму в тому числі. До них належать: недостатньо розвинена інфраструктура більшості туристично-рекреаційних об’єктів; недостатній рівень інформаційно-рекламного забезпечення; незначні обсяги інвестицій в розвиток рекреаційно-туристичної галузі Чернігівщини; недостатній рівень розвитку та низька якість послуг у сфері сільського зеленого туризму; недостатнє фінансування заходів з розвитку туризму; дефіцит спеціалістів з питань розвитку туризму та туристичних інформаційних центрів у більшості районів [4]. Розвиток сільського зеленого туризму Чернігівської області потребує низки заходів, першочерговими серед яких є підвищення ефективності регіонального управління сферою туризму, підвищення правової грамотності сільського населення у сфері сільського зеленого туризму, поліпшення транспортної інфраструктури області для забезпечення доступності об’єктів сільського зеленого туризму, підвищення комфортності, якості та асортименту послуг садиб, збалансування

співвідношення ціни та якості послуг сільського зеленого туризму та забезпечення промоції послуг садиб сільського зеленого туризму на рівні області, країни та закордоном. Дані завдання можуть бути вирішені лише шляхом тісної співпраці органів державної влади різних рівнів з суб'єктами підприємницької діяльності сільського зеленого туризму на основі державно-приватного партнерства.

Таким чином, сільський зелений туризм має перспективи розвитку в Чернігівській області. Їх реалізація потребує вирішення низки питань організаційного, економічного та інфраструктурного характеру.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бойко В. О. Сільський зелений туризм в Україні: проблеми та перспективи / В. О. Бойко // АГРОСВІТ. – 2020. – № 22. – С. 58–65.
2. Табенська О. Сільський туризм як напрямок ефективного розвитку внутрішнього туризму [Електронний ресурс] / О. Табенська // Економіка та суспільство. – 2022. – № 40. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1480/1426.
3. Стратегія сталого розвитку Чернігівської області на період до 2027 року [Електронний ресурс]. URL: https://cg.gov.ua/index.php?id=28101&tp=1.
4. Антоненко І. Я. Розвиток туристичного потенціалу Чернігівського регіону / І. Я. Антоненко, В. С. Харенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 2. – С. 24–28.

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ТА ВЗАЄМОДІЯ ПОДІЄВОГО ТА ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

***В. А. Піпіч**, студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41;*

***М. С. Гурт**, студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41з*

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

Полтавський університет економіки і торгівлі

Туризм є багатогранним явищем, що проявляється як у значній кількості видів діяльності, залучених до сфери туризму, так і у різноманітті самих видів туризму. Наразі спостерігається з одного боку тісний взаємозв'язок різних видів туризму, з іншого –

зростання популярності нових видів туризму. Це характерно для подієвого та гастрономічного туризму.

Подієвий туризм слід розглядати комплексно як подію та сукупність заходів щодо організації подорожі, місця і часу проведення, а також формування і координація туристичних потоків до місця призначення [1]. Головною метою подієвого туру є залучення до певної події у якості учасника чи глядача. Така подія може мати культурний, спортивний, діловий чи інший характер. Тому, тури іноді називають культурно-подієвими, спортивно-подієвими і т. д. Важливою особливістю подієвого туризму є змістовна невичерпність. Тобто, кожна дестинація може організовувати з різною періодичністю подієві заходи, виходячи з власних ресурсних можливостей. Тематику заходів можна почерпнути з історії, культури, звичаїв та традицій дестинації.

Подієвий туризм позитивно впливає на імідж регіону, сприяє збільшенню туристичних потоків та розвитку туристичної інфраструктури, стимулює зростання рівня зайнятості у сфері туризму, збільшення податкових надходжень та виконує низку інших важливих функцій [2].

Національна кухня є важливим історичним надбанням кожного народу. Вона вбирає звичаї і традиції багатьох поколінь. Тому знайомство з кулінарними традиціями окремих країн чи регіонів дозволяє реалізовувати пізнавальну та виховну функції туризму. Можливість дегустацій унікальних продуктів, страв та напоїв робить гастрономічний туризм одним із найпопулярніших видів туризму серед туристів. Територіальні громади також часто обирають цей вид туризму як пріоритетний для формування місцевого туристичного продукту з огляду на його територіальну унікальність та відносно невелику потребу в інвестиційних коштах для розвитку. Гастрономічний туризм знайомить подорожуючих з виробництвом, технологією приготування та культурою споживання національних страв та напоїв певної території, регіону чи країни [3; 4]. Гастрономічна складова є важливим елементом будь якої пізнавальної туристичної подорожі, адже пізнання історії та культури країни чи регіону буде неповним без ознайомлення з їх кулінарними традиціями.

Особливостями гастрономічного туризму є: наявність умов для його розвитку в переважної більшості країн, регіонів та територій; відсутність впливу чинника сезонності; елементи

гастрономії різною мірою є складовими усіх турів, але за суто гастрономічної подорожі знайомство з національною кухнею стає її головною метою; важливою складовою гастрономічних турів є просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів [3].

Враховуючи сутнісну характеристику подієвого та гастрономічного туризму слід зазначити, що зв'язок між ними може бути прямим чи опосередкованим. Прямим є взаємозв'язок коли гастрономічні фестивалі («Свято пампуха» (Львів), «Свято сиру і вина» (Львів), «День кавуна» (Херсон)) є цільовим об'єктом подієвих турів. Опосередкованим є зв'язок коли різні гастрономічні заходи (майстер-класи, ярмарки, кулінарні конкурси тощо) є елементами програми різноманітних подієвих заходів різної тематики (музичних, спортивних, етнічних тощо). Тому, враховуючи цей взаємозв'язок, при їх спільному використанні можна організовувати привабливіші туристичні подорожі, використовуючи особливості кожного з них.

Таким чином, подієвий та гастрономічний туризм є перспективними видами туризму, які дозволяють збільшити пропозицію подорожей на туристичному ринку України та сприяють ефективнішому використанню туристичного потенціалу територій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Вовк К. М. Теоретична сутність поняття «подієвий туризм» та прикладні аспекти його використання / К. М. Вовк // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2021. – № 3(19). – С. 184–193.
2. Щука Г. П. Подієвий туризм: уточнення базових характеристик / Г. П. Щука, Л. В. Ковальська, Ю. В. Безрученков // Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі. – 2022. – № 7. – С. 70–76.
3. Коркуна О. І. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад / О. І. Коркуна, О. В. Никига, О. Г. Підвальна // Економічний простір. – 2020. – № 155. – С. 40–43.
4. Корнілова В. В. Сучасні тенденції розвитку гастрономічного туризму [Електронний ресурс] / В. В. Корнілова, Н. В. Корнілова // Ефективна економіка. – 2018. – № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2018/37.pdf.

ПЕРСПЕКТИВИ ПІСЛЯВОЄННОГО РОЗВИТКУ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

О. К. Фісанович, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-41*
Н. М. Карпенко, *доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Екологічний туризм є важливим напрямом рекреаційно-туристської діяльності, який спрямований на взаємодію людини з природою з урахуванням збереження навколишнього середовища.

Згідно визначення О. В. Міщенка, екологічний туризм – це вид туризму, який спрямований на відвідування природних об'єктів, природоохоронних ландшафтів та природних національних парків з метою пізнання, відпочинку та збереження природи [1].

В Україні екологічний туризм зародився в 1990-х роках, коли світова спільнота, в тому числі і наша Батьківщина, прийняла та ратифікувала концепцію стійкого розвитку «Порядок денний на XXI століття». Ця концепція стала однією з основних орієнтирів на подальші роки у різних секторах господарства, у тому числі вплинула й на розвиток туризму, зумовивши його всебічну екологізацію та виокремлення окремого виду – екологічного туризму.

Цей вид туристичної діяльності поступово набуває популярності в Україні, а серед вже сформованих дестинацій Херсонська область стабільно входить в топ-10 за популярністю [2; 3].

До початку повномасштабного вторгнення Херсонська область мала значний потенціал для подальшого успішного розвитку екологічного туризму. Серед її ресурсів були: Олешківські піски – унікальна територія, що є єдиним місцем в Європі з пустельними ландшафтами; Кінбурнська коса з її рожевими озерами; природні національні парки, природоохоронні ландшафти, біосферні заповідники, а також узбережжя Чорного моря та Дніпро-Бузький лиман [4].

Звичайно, війна негативно вплинула на ресурсну базу екологічного туризму території. Двадцять відсотків природоохоронних територій України, включаючи Херсонську область,

постраждали від війни, зокрема це: Смарагдова мережа, Рамсарські об'єкти, заповідники, особливо Асканія Нова, та національні парки, такі як Азово-Сиваський та «Олешківські Піски», «Джарилгацький» та ін., які опинилися під загрозою [5].

На даний момент основна частина Херсонської області перебуває під окупацією російських військ, дії і перебування яких на території носять нищівний характер, тому спрогнозувати точну кількість збитків та руйнувань досить важко. За словами голови військової адміністрації Херсонської області лише на розмінування звільненого у березні правобережжя Херсонщини знадобиться два роки, що вже казати про повне очищення та подальше відновлення біосфери в цілому [6].

Таким чином, можна стверджувати, що, до повного припинення військових дій та точної калькуляції нанесених збитків, ступінь занепаду та перспективи післявоєнного розвитку екологічного туризму у Херсонській області важко спрогнозувати. Проте вже зараз, дослідивши існуючі проблеми, загрози та можливості, варто визначити екологічний туризм одним з пріоритетних стратегічних орієнтирів розвитку туризму в області у післявоєнний період, адже доклавши зусиль у відновлення цієї сфери, можливо буде створити нові робочі місця, покращити регіональну економіку та рівень життя людей.

Для стимулювання розвитку екологічного туризму в регіоні, на наш погляд, доцільно передбачити наступне:

1. *Створення та розвиток інфраструктури:* необхідно докласти зусиль для створення нових та розвиток існуючих туристичних об'єктів, які сприятимуть розвитку екологічного туризму. Це може включати розбудову екологічно сертифікованих закладів розміщення, екологічних маршрутів та інших видів послуг.

2. *Особливу увагу на збереження та відновлення природних ресурсів:* захист природних зон, що мають високу екологічну цінність, є ключовим фактором розвитку екотуризму.

3. *Вивчення та урахування міжнародного досвіду*: доцільно вивчати досвід, перш за все, тих країн, які мають значні успіхи у розвитку екологічного туризму (Данія, Коста-Рика, Нова Зеландія та ін.) та забезпечують розбудову туристичної галузі в умовах війни (зокрема, Ізраїль).

4. *Інвестиції:* створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення вітчизняного й закордонного капіталу у роз-

виток туризму, що в майбутньому дозволить фінансово знесиленій за час війни Україні забезпечити стабільний ріст туристичної індустрії без особливих загроз.

Вищевикладене дає нам підстави констатувати, що у повоєнній перспективі Херсонська область зможе розвивати екологічний туризм, приваблюючи туристів своєю природною красою та унікальними ландшафтами.

Список використаних інформаційних джерел

1. Теоретичні основи визначення сутності екологічного туризму. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/9577/1/Mishchenko.pdf.
2. Розвиток екологічного туризму в Україні. URL: https://www.researchgate.net/publication/372933262_Rozvitok_ekologicnogo_turizmu_v_Ukraini.
3. Рейтинг областей України серед відвідувачів IGotoWorld. URL: https://ua.igotoworld.com/projects/stat2019/#:~:text=Рейтинг%20областей%20України%20серед%20відвідувачів%20IGotoWorld%20Зібрали%20статистику,-%207%2C59%20%25%202.%20Закарпатська%20-%207%2C06%20%25.
4. Зелений туризм в Херсоні і області: куди поїхати і де спокійно відпочити. URL: https://khers-on.com/ua/blog/zeleniy-turizm/
5. Природа та війна: як російська агресія вплинула на довкілля. URL: https://www.slovoidilo.ua/2022/11/08/infografika/suspilstvo/pryroda-ta-vijna-yak-rosijska-ahresiya-vplynula-dovkillya.
6. На розмінування правого берега Херсонщини піде два роки. URL: https://nv.ua/ukr/ukraine/events/mini-v-hersonskiy-oblasti-na-rozminuvannya-zvilnenogo-berega-znadobitsya-dva-roki-50400558.html.

ВПЛИВ ХАРЧУВАННЯ НА МІКРОБІОМ КИШКІВНИКА ТА ЗДОРОВ'Я ЛЮДИНИ

В. В. Ареф'ев, *студент спеціальності 181 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

Кишкова мікрофлора значною мірою визначає здатність організму захищатися від вірусів і патогенних бактерій. Площа поверхні кишківника в 40 разів більша за площу поверхні шкіри людини. Маса бактерій, що живуть в кишківнику, становить близько 1,5 кг. Більше 70 % всіх клітин імунної системи знаходиться саме на слизовій кишківника, де живе понад 1 000 видів мікроорганізмів, які впливають на роботу всього організму людини. Ці бактерії беруть участь в синтезі вітамінів, амінокислот, виробляють ферменти для переробки харчових волокон, перетворюють токсичні речовини на нетоксичні та прискорюють їх виведення з організму. Більшість нейромедіаторів – речовин, здатних змінювати наші думки і поведінку, виробляється в шлунково-кишковому тракті. Наприклад, 90 % серотоніну – природного антидепресанту, виробляє саме кишківник, мозок – лише 10 % [1, 2].

Чим старшою стає людина, тим біднішим стає мікробіом – спільнота всіх мікроорганізмів кишківника і слизових. Це відбувається з багатьох причин і залежить від характеру та якості харчування, хронічних захворювань, прийому антибіотиків, алкоголю, стресів. Зокрема, тривалий вплив стресу може сприяти розвитку такого явища як "leaky gut", коли порушується бар'єрна функція слизової оболонки кишківника. Як наслідок – відбуваються зміни в мікробному балансі, розвиваються запальні процеси [3].

Мікроби, які постійно живуть в організмі людини, проявляють антагоністичні властивості стосовно чужорідних мікроор-

ганізмів: вони або продукують речовини з протимікробною активністю, або виникає ефект колонізаційної резистентності, коли мікробам-чужакам не вистачає місця на стінках кишківника, куди вони могли б прикріпитись.

Вченими доведено вплив мікробіоти на рівень холестерину, участь в обміні статевих гормонів та інших численних метаболічних процесах. Наразі існує переконливе бачення, що порушення мікробного балансу в кишківнику може спровокувати розвиток діабету, ожиріння, алергій, кардіоваскулярних та неврологічних хвороб, у той же час доведена ефективність прийому пробіотиків при аутоімунних, запальних та алергічних станах [1, 4].

Ситуацію може виправити вживання продуктів, що містять пробіотики та пребіотики. Пробіотики (найбільш відомі серед них лактобацили (*Lactobacillus*), біфідобактерії (*Bifidobacterium*), пропіоновокислі бактерії (*Propionibacterium*), стрептококи виду *Streptococcus thermophilus*, бактерії роду *Lactococcus*) містяться в кефірі, йогурті, квашеній капусті, солоних огірках, сирі (гауда, моцарела, чедер), квасі. Пребіотичним ефектом володіють продукти, багаті клітковиною (овочі, фрукти, зелень, цільнозернові продукти), вони сприяють різноманітності мікробіоти, що, своєю чергою, підвищує її стійкість. Споживання достатньої кількості клітковини сприяє тому, що мікроби переробляють її на КЛЖК (коротколанцюгові жирні кислоти), які запобігають запальним процесам кишківника та сприяють нормалізації метаболізму [3].

Наразі невідомо про конкретні бактерії, що могли б погіршувати чи покращувати психічне здоров’я людини. Однак, у пацієнтів із депресією, синдромом дефіциту уваги, гіперактивністю та іншими розладами психіки виявлено зміни кількісного співвідношення деяких груп мікроорганізмів у кишковому мікробіомі [5].

Вчені з’ясували, що тип жирів, які надходять в організм, здатний впливати на склад мікрофлори в кишківнику, і «підгодовуючи» певні штами кишкових бактерій, можна впливати на якість пам’яті, стресову поведінку і гормони [6].

Факторами ризику для корисної мікрофлори є одноманітне харчування, вживання великої кількості рафінованих, промислово оброблених продуктів, зловживання алкоголем, що призводить до дисбактеріозу. Наш організм також має свій циркадний ритм, тож якщо порушувати його занадто пізнім прийманням їжі, то це шкодить мікробіому.

Таким чином, збереження здорової мікрофлори кишківника є одним із важливих завдань підтримки імунної відповіді організму. Правильне харчування може відновлювати та підтримувати баланс мікробіому людини на оптимальному рівні, впливати на здоров'я та самопочуття людини.

Список використаних інформаційних джерел

1. Джулія Ендерс. Чарівний кишківник. Як наймогутніший орган керує нами. Вид. «Форс». 2020. 416 с.
2. Як бактерії змінюють наш настрій. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-43919342 (дата звернення: 20. 04.2024).
3. Наш імунітет живе в кишківнику. URL: https://orthomol.life/uk/nash-imunitet-zhive-u-kishkivniku.html (дата звернення: 20. 04.2024).
4. Identifying psychiatric disorder-associated gut microbiota using microbiota-related gene set enrichment analysis. URL: 2020 May 21;21(3):1016-1022 (дата звернення: 20. 04.2024).
5. Depression and the Microbiome. URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5794698/ (дата звернення: 20. 04.2024).
6. The human microbiome in the 21st century. URL: https://www.nature.com/articles/s41467-020-18983-8 (дата звернення: 20. 03.2024).

ТЕНДЕНЦІЇ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СТРІТ-ФУДУ В УКРАЇНІ

Є. А. Багаєв, *студент спеціальності 181 Харчові технології, група РТб 11*

А. Б. Бородай, *канд. вет. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Вулична їжа (англ. street food) – це готова до споживання їжа та напої, що продаються на вулиці чи в інших громадських місцях, наприклад, на ринку або ярмарку. Часто продається із портативних харчових кіосків, фудтраків. Більшість меню належить до категорії фастфуду. За даними дослідження, проведеного Організацією продовольства та сільського господарства, 2,5 мільярди людей їдять вуличну їжу щодня [1].

Інше визначення «Street-food» – це вуличні заклади ресторанного господарства, що розташовані в кіосках, мафах, павільйонах, на зупинках транспорту, які часто спеціалізуються на одному виді продукції або можуть поєднувати у своєму меню кілька найменувань. Це перспективний напрям бізнесу зі зростаючим попитом [2].

Стріт фуд, як напрямок торгівлі готовою їжею, з'явився дуже давно, і в різні періоди історії людства отримав свій особливий розвиток. Наприклад, У Стародавній Греції, Римі та Китаї стріт фуд користувався широкою популярністю серед бідних верств населення, в будинках яких не було жаровень. В епоху Відродження в Туреччині на кожному перехресті були стріт фуди, а в 1502 році Османська Туреччина стала першою країною, яка на законодавчому рівні стандартизувала їхню діяльність. Картопля фрі, бургери і хотдоги – приклад успіху стріт фуду Європи та Америки протягом століть [1, 3].

Тренд на комфортну, зрозумілу та просту їжу в Україні не новий, проте тільки зараз він укріплюється як провідний хаб гастрономічних новинок, обростає закладами, що спеціалізуються на комфортній та локальній їжі. В основі сучасних тенденцій лежить інтерес як до екзотичних кухонь, так і до переосмислених традиційних страв.

Напрямками розвитку стріт фуду в найближчі роки є Local pride; рослинна їжа та суперфуди; здоров'я; мультикультурність; зручність і простота. В Україні попит на локальні продукти став помітним після кризи та різкого зростання курсу долара, коли ресторатори й гурмани вимушені були шукати бюджетні аналоги імпортних делікатесів, крім того, підтримувати українських виробників стало не лише вигідно, але й модно. Також головними факторами вибору для тих, хто хоче свідомо харчуватися, стають користь і довгостроковий вплив продуктів на організм. А попит на здорові продукти та навіть здоровий фастфуд породжує пропозицію. Культ тваринної їжі поступово втрачає свої позиції, виявилося, що рослинна їжа багата на смаки, її легко готувати, вона дешевша і різноманітніша. У пошуку здорових замінників поживної їжі людство відкрило суперфуди – корисні ягоди, фрукти, овочі, насіння, водорості, гриби і трави, у яких вміст цінних поживних речовин набагато вищий, ніж у звичайних продуктах. Споживачів уже не влаштовують поверхові знання, вони помічають, як впливає на якість життя зміна харчових звичок, краще розуміють свій організм і його потреби, а тому частіше вивчають маркування, щоб знати в якій країні і як саме виготовили продукт [3, 4].

Наступна тенденція – це мультикультурність. Все почалося з тренду на італійську та японську кухні, ще й досі повсюдно можна зустріти заклади формату піца+суші. Наступною хвилею стали локації з грузинською та азійською кухнями. Українська

вулична їжа – це давно вже не лише пиріжки та «київська перепічка». Наприклад, вуличні заклади ресторанного господарства, де продають коно-піцу (ріжок з тіста і наповненням класичної піци), бельгійські вафлі з різноманітними начинками, супи в їстівному посуді, є не тільки у більшості великих українських міст, але й у країнах Європи. В тренді також концепція безвідходного виробництва, відмова від використання одноразового пластикового посуду для видачі страв та напоїв «на виніс» [5].

Отже, стріт-фуд в Україні стрімко розвивається, відкриваються нові формати, що витісняють застарілі, змінюють думку споживача про ресторанні послуги в цілому. Разом зі зміною форматів, приходять нові тренди та технології, що також позитивно впливає на розвиток сфери в цілому, кожного окремого закладу зокрема і культуру харчування споживачів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Що таке стріт-фуд. URL: https://pomodorobrand.top/ua/articles/shho-take-strit-fud (дата звернення: 12.04.2024).
2. Стріт-фуд, сучасні тренди. URL: https://kert.com.ua/strit-fud-suchasni-trendy (дата звернення: 12.04.2024).
3. Постова В. В. Оцінка ефективності інноваційної діяльності підприємств ресторанного бізнесу. Економіка та суспільство. 2021. № 24. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/index (дата звернення: 12.04.2024).
4. Рябенька М. О. Перспективи розвитку нових форматів закладів ресторанного господарства. Економіка та суспільство. 2021. Т. 24. URL: https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads (дата звернення: 12.04.2024).
5. Чириченко Ю. В. Глобальні світові тренди та інвестиційні пріоритети готельно-ресторанного бізнесу. Економічний простір. 2018. № 132. С. 14–22.

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОДУКТІВ ПЕРЕРОБКИ ХЕНОМЕЛЕСУ ТА КИЗИЛУ У ТЕХНОЛОГІЇ МАРИНУВАННЯ ДИЧИНИ

О. В. Бородай, *студент спеціальності 181 Харчові технології, група ТРГ м 21-тр*

Г. П. Хомич, *д-р техн. наук, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

М’ясо диких тварин, наприклад, лося, дикого кабана, може бути джерелом нетрадиційної м’ясної сировини оскільки вони є

поширеними на території лісових господарств України. Аналіз динаміки чисельності диких тварин показав, що чисельність основних видів за останні роки залишається стабільною та навіть збільшилася, окрім чисельності дикого кабана, яка частково зменшилася, внаслідок збільшення кількості хижих тварин та африканської чуми свиней. Заборона на полювання під час воєнного стану сприяє збільшенню чисельності копитних тварин, хоч об'єктивна картина обмежена в плані доступу науковців до лісів [1].

Дичина – товар винятковий і дороговартісний. Екологічна чистота, престижність продукту і його дієтичні якості сприяють поступовому зростанню попиту на нього. Виробництво шматкових напівфабрикатів із такої сировини змушує виробників прагнути до збільшення терміну зберігання і стабільності показників якості виробів, оскільки м'ясо диких тварин псується швидше, ніж м'ясо сільськогосподарських тварин. Дичина – специфічний продукт, який вимагає попередньої підготовки [2].

На основі аналізу літературних джерел встановлено, що за хімічним складом та функціонально-технологічними властивостями дичина переважає м'ясо сільськогосподарських тварин (табл. 1). За морфологічними характеристиками м'ясо диких тварин темно-червоного кольору, м'язи на розрізі грубоволокнисті, однорідного кольору, покриті щільними, добре розвиненими фасціями, без прошарків жиру [2, 3].

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники м'яса

Вид сировини	Масова частка, %				Енергетична цінність, ккал/кДж
	вологи	білку	жиру	золи	
М'ясо дикого кабана	70,6±0,5	19,7±0,2	8,6±0,1	1,1±0,02	156/654
Свинина	54,5±0,5	16,1±0,2	28,4±0,2	1,0±0,02	320/1341
М'ясо лося	73,1±0,33	22,4±0,23	2,5±0,20	1,0±0,02	113/463
Яловичина	71,2±0,33	19,9±0,24	10,3±0,17	1,0±0,05	156/64

Маринування є дієвим способом підготовки м'ясних напівфабрикатів, що використовується для поліпшення смакових, текстурних і мікробіологічних характеристик продукту [4]. Використання пюре хеномелесу й кизилу в якості основних та композиційних компонентів маринаду для дичини є актуальним рішенням як попереднього оброблення дрібношматкових напів-

фабрикатів із дичини, так і використання продуктів переробки нетрадиційної дикорослої сировини.

У складі хеномелесу визначено значний вміст органічних кислот (більше 5 %), серед яких присутня хлорогенова, яблучна, лимонна, оцтова, кавова; дубильні речовини (близько 2 %); великий вміст аскорбінової кислоти, вітамінів B_1, B_2, а також речовин Р-вітамінної активності та мінеральних речовин (фосфор, калій, кальцій). Наявність у складі хеномелесу значного вмісту пектинів (0,9–2,1 %) надає йому радіопротекторних властивостей [4].

Досить різноманітний і хімічний склад плодів кизилу, в якому виявлені легкозасвоювані цукри (глюкоза та фруктоза), вміст яких становить 7–12 %; органічні кислоти 1,4–2,4 %; мінеральні речовини, серед яких калій, сірка, кальцій, фосфор. Плоди кизилу – це джерело дефіцитних БАР, серед яких аскорбінова кислота та Р-активні сполуки (антоціани, катехіни, флавоноли) [5].

При маринуванні дичини обрана нетрадиційна сировина може використовуватися для усунення специфічного запаху, надаючи продукту оригінального фруктового смаку, приємного кольору, підвищення вологоутримуючої здатності та надання ніжної текстури,

Таким чином, використання маринадів, в рецептурному складі яких є продукти переробки хеномелесу й кизилу, в технології напівфабрикатів з дичини дозволить розширити асортимент м’ясних виробів, позитивно вплине на смакові, ароматичні та структурно-механічні властивості напівфабрикатів. Хеномелес і кизил багаті на поліфенольні, пектинові та органічні кислоти, проявляють антиоксидантну та захисну дії на сировину, взаємодіючи з вільними радикалами і тим самим перешкоджаючи окисненню жирів та псуванню продукту.

Список використаних інформаційних джерел

1. Природа та війна: як військове вторгнення Росії впливає на довкілля України / Екодія : онлайн матеріали. URL: https://ecoaction.org.ua/pryroda-ta-vijna.html?gclid (дата звернення: 12.04.2024).
2. Пешук Л. В., Іщенко В. М., Штик І. І., Іванова Т. М. Використання маринадів на основі харчових кислот для приготування напівфабрикатів з м’яса дикого кабана. Науковий вісник ЛНУВМБТ ім. Ґжицького. 2014. Т. 16, Ч. 14. № 2 (59). С. 164–169.
3. М’ясо лося, користь, шкода, фізико-хімічні показники. URL: https://w2w.com.ua/miaso-losia-korist-i-shkoda-recepti-prigotyvannia-z-foto-kaloriinist/ (дата звернення: 12.04.2024).

4. Бородай А., Хомич Г., Горобець О., Левченко Ю., Мацук Ю. Використання фруктової сировини як джерела органічних кислот у технології дрібношматкових м'ясних напівфабрикатів. Journal of Chemistry and Technologies, 2022, 30 (4), С. 613–626.
5. Клименко С. В., Скрипченко Н. В. Сорти плодових і ягідних рослин селекції Національного ботанічного саду ім. Н. Н. Гришка. 2013. 103 с.

РОЗРОБЛЕННЯ РЕЦЕПТУР ДІЄТИЧНИХ ХОЛОДНИХ СОУСІВ

***Р. А. Бутко**, студент 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

Згідно маркетингових даних, холодні соуси на жировій основі типу «майонез» користуються постійним та повсякденним попитом у населення. Вони є відмінними заправками для салатів, підвищуючи їх харчову цінність, їх додають до маринадів для м'ясних страв, при приготуванні овочевих гарнірів (зокрема, запечених і тушкованих) і навіть до рецептур тіста для борошняних кондитерських виробів (печива, кексів, тощо). Тож асортимент продукції майонезної групи продовжує розширюватися, з'являються нові смакові добавки та збагачувачі [1, 2].

Значна кількість наукових розробок направлена на зменшення калорійності майонезів, а також створення дієтичної лінійки соусів. Оскільки до складу майонезу за класичною технологією крім рослинної олії входить яєчний порошок, дана продукція не може споживатися людьми, які мають алергію на яйцепродукти або дотримуються принципів вегетаріанського і веганського харчування. Тож нами проведено дослідження, метою яких було створення рецептур холодних соусів на олійній основі без додавання тваринної сировини, що дозволить рекомендувати дану продукцію як дієтичну альтернативу майонезу. Крім того такий соус може використовуватися в піст.

Яєчний порошок, який виконує функції емульгатора та структуроутворюючого компонента емульсії, запропоновано замінити на аквафабу – концентрований розчин білків нуту, який утворюється у стерилізованих консервах нутових бобів. У рецептуру холодного соусу входила аквафаба, олія соняшникова рафінована, цукор, сіль, яблучний оцет, спеції (перець, часник,

гірчиця). Результати дослідження якості нових соусів свідчать, що вони володіли відмінними органолептичними властивостями, відмінною консистенцією та стабільністю емульсій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гавадзюк Д. Б., Куниця К. В. Аспекти технології холодного соусу для здорового харчування. *Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді :* Всеукраїнська наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих учених, Харків, 8 квіт. 2020 р. ХДУХТ. 2020. С. 92–93.
2. Чайка О. В., Куниця К. В. Технологія холодного соусу для здорового харчування з пектиновмісною сировиною. *Молодий вчений*. 2019. № 11(75). С. 698–701.

ПЕРЕВАГИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕМУЛЬСІЙНИХ СОУСІВ ПРОДУКТАМИ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА

В. В. Винник, *здобувачка за ОПП «Технології в ресторанному господарстві»*
Н. М. Стукальська, *канд. техн. наук, доцент кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції – науковий керівник*
Національний університет харчових технологій

Соуси – це невід'ємна частина кулінарії, що додає стравам аромату, смаку та пікантності. Їх використовують у кухнях усього світу, і їх популярність лише зростає з кожним роком. Зростання ринку соусів пов'язане з низкою факторів, таких як: збільшення темпу життя та популярність готових страв, зростання зацікавленості до нових та екзотичних смаків та зростання обізнаності про здорове харчування.

Незважаючи на високу популярність, виробництво соусів стикається з низкою проблем, таких як: висока конкуренція на ринку, зростання цін на сировину і зростання вимог до безпечності та якості продуктів харчування.

Метою досліджень є аналіз методів удосконалення соусів емульсійного типу за рахунок використання продуктів переробки молока.

Технологія промислової переробки молока традиційними способами не дозволяє використовувати усі його складові частини при виробництві таких молочних продуктів як вершкове масло, кислий сир, сир твердий і ін. При їх виробництві неминуче одержують білково-вуглеводну молочну сировину (БВМС) у вигляді знежиреного молока, сколотин і молочної сироватки.

У загальному обсязі виробленої БВМС сколотини характеризуються відносно невисокою питомою вагою, тому, на наш погляд, виробниками приділена недостатня увага до розробки питань їх подальшого використання в харчуванні людини. Найбільший інтерес у цій сировині представляють білкові речовини, що обумовлюють біологічну цінність сколотин.

Однак, існуючи технології переробки сколотин далеко не в повній мірі використовують їх харчовий потенціал, зокрема, білковий комплекс. Також використання сколотин при виробництві соусів дозволяє отримати кулінарний продукт з підвищеною поживною цінністю.

Розробка нових та більш досконалих методів виробництва соусів дозволить українським виробникам підвищити свою конкурентоспроможність на ринку, отримати продукт високої якості зниженої цінової категорії за рахунок використання продуктів переробки молока та задовільнити зростаючі потреби споживачів.

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ІНГРЕДІЄНТІВ НА ПОКАЗНИКИ ЯКОСТІ НАПОЇВ

А. В. Герман, *студентка спеціальності 181 Харчові технології освітня програма «Технології в ресторанному господарстві» група ТРГм-11 заочна*
Г. П. Хомич, *д-р техн. наук, професор, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному світі, де вимоги до якості та користі продуктів надзвичайно високі, інноваційні інгредієнти стають ключовим фактором у розвитку харчової промисловості, зокрема у технології виробництва напоїв. Споживачі все більше віддають перевагу продуктам, що мають природний склад та позитивний вплив на здоров'я [1]. Використання інноваційних природних інгредієнтів в технології приготування напоїв і їх вплив на показники якості напоїв є актуальним завданням.

Основними показниками якості напоїв є не лише їхні смакові характеристики, але й вплив на здоров'я та загальний стан організму [2]. У світлі сучасних інновацій у галузі інгредієнтів для напоїв, наявність біологічно активних речовин (БАР) стає ключовою складовою для забезпечення якості та користі продукту для споживача [3, 4].

З огляду на те, що сьогоднішнє виробництво напоїв пов'язане з використанням різноманітних інгредієнтів, включаючи хімічні добавки та штучні барвники, важливим стає пошук альтернативних, натуральних джерел БАР для поліпшення якості напоїв [5].

Відомо, що деякі рослинні компоненти, зокрема, екстракти з трав, фруктів та ягід, мають високу концентрацію БАР, які сприяють підвищенню біологічної цінності напоїв та позитивно впливають на здоров'я споживача.

Дослідження фізико-хімічних властивостей природних інгредієнтів для напоїв показали, що вони містять різноманітні БАР, до яких відносяться антиоксиданти, вітаміни, фітонутрієнти тощо, які сприяють підвищенню імунітету, захисту від шкідливих впливів навколишнього середовища та загального оздоровлення організму. Проте, однією з основних проблем є нестача наукових досліджень та інформації щодо ефективного використання інноваційних інгредієнтів у виробництві напоїв [4].

Розширення асортиментного ряду напоїв, зокрема, оздоровчої і профілактичної дії, вимагає інноваційних підходів, які дозволять максимально зберегти у готовому продукті біологічно активні речовини сировини, які створені і в оптимальному співвідношенні скомпоновані природою. Проведені аналітичні дослідження свідчать про необхідність розробки нових видів напоїв високої біологічної цінності та удосконалення існуючих рецептурних композицій, шляхом поєднання різних видів рослинної сировини, що дасть можливість створити продукт з високими органолептичними показниками та біологічною цінністю.

Метою досліджень є пошук інноваційних природних інгредієнтів, використання їх в якості складових компонентів напоїв та вплив на показники якості напоїв. Проаналізовано потенційні переваги використання природних компонентів у складі напоїв та їхній вплив на органолептичні характеристики та користь для здоров'я споживача.

Проведено аналіз хімічного складу різних видів рослинної сировини: овочевої (морква, буряк, шпинат), фруктової (обліпиха, чорниця, ірга, хеномелес, журавлина) та вичавок фруктової сировини, отриманих після вилучення соку і підтверджено, що їх хімічний склад багатий на біологічно активні речовини, вони володіють вітамінними, барвними властивостями і можуть бути використані для збагачення вітамінного складу напоїв, їх барв-

них, смакових показників і гарантують надання напоям антиоксидантних, імуномодулюючих властивостей.

Отже, результати проведених досліджень свідчать, що використання інноваційних природних інгредієнтів у виробництві напоїв має великий потенціал для поліпшення якості продукту та збільшення його користі для здоров'я споживача і доцільно проводити додаткові дослідження для урізноманітнення асортиментного складу напоїв з використанням природних інгредієнтів у їх складі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Gupta, Charu, et al. "Natural Food Colorants: A Review on Food Safety and Regulations for the Food Industry". Trends in Food Science & Technology. 2017. Vol. 67. P. 160–172.
2. Martínez-Cámara, Anunciación, et al. "Natural Antioxidants as Food and Feed Additives to Promote Health Benefits and Quality of Life". Molecules. 2021. Vol. 26, № 18. P. 5671.
3. Padalino, Lucia, et al. "Food Innovations: Improvement of Health and Well-being by Using Functional Foods and Nutraceuticals". Foods. 2019. vol. 8. № 7. P. 261.
4. Song, Haizhao, et al. "Natural Polyphenol Stabilizers in Food Emulsions: Recent Advances and Perspectives". Trends in Food Science & Technology. 2021. Vol. 117. P. 145–158.
5. Velázquez-Estrada, Rosa M., et al. "Fermented Beverages as Functional Foods: A Review of Current Research". Food Science and Technology International. 2016. Vol. 22. № 8. P. 684–700.

РОЗРОБЛЕННЯ РЕЦЕПТУР СОЛОДКИХ СТРАВ ДІЄТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ

***А. В. Діденко**, 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

Активна популяризація здорового та екодружнього споживання харчових продуктів у поєднанні зі змінами клімату і структури світового сільськогосподарського виробництва сприяли тому, що близько 900 млн чоловік (13 % від загального населення світу) відмовилися від споживання продуктів тва-

ринного походження. Згідно статистики, число прибічників вегетаріанства в Україні складає 2 млн осіб, а це до 5 % населення країни [1].

Для задоволення смакових уподобань людей, які свідомо відмовилися від тваринної сировини, товаровиробники постійно розширюють асортимент продукції, створюючи збалансовані альтернативи. Зокрема на ринку все більше з'являється торгових марок рослинних напоїв, які отримують з насіння, зерна, бобів чи горіхів та використовують як замінники натурального молока. Щорічно європейський ринок рослинних напоїв («рослинного молока») зростає більш ніж на 14 % [2]. Сьогодні їх споживання можна назвати масовим, адже у кожній кав'ярні пропонують каву з мигдалевим чи вівсяним молоком, у ресторанних закладах впроваджують солодкі страви та десерти на їх основі. Популярність рослинних напоїв зумовлена і тим, що кількість людей, які погано сприймають молочні продуктів або мають алергію на лактозу чи казеїн в останні десятиліття зросла.

Нами запропоновано рецептуру затребуваної у ресторанних закладах желейної холодної солодкої страви пана-коти для дієтичного харчування, в якій молочні інгредієнти було повністю замінено на рослинний вівсяний напій. Для покращення поживної цінності і вітамінно-мінерального складу страви, а також надання відповідних структуро-механічних властивостей, у рецептуру було додано пюре авокадо, сік шпинату, какао масло, лимонну цедру, желатин.

Розроблена безлактозна пана-кота мала відмінні смакові якості, ніжну та в міру пружну консистенцію, пюре авокадо надало певної шовковистості текстури страви, смак і аромат гармонійний, з відчутними нотками цитрусових. За рахунок соку шпинату страва мала приємний ніжно салатовий колір.

Нова страва мала знижену калорійність, підвищений вміст пектинових речовин та вітаміну С, а також хлорофіл та інші потужні антиоксиданти (зокрема каротиноїди). У дослідному зразку збільшилася кількість незамінних рослинних ПНЖК (авокадо, какао масло), а холестерин відсутній. Все це дозволяє рекомендувати нову солодку страву для харчування широким верствам населення та впровадження у меню закладів ресторанного господарства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Гавриш А. В., Демків Ю. М. Обґрунтування рецептурного складу інноваційної холодної солодкої страви «Панакоти». *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2021. № 2 (102). С. 59–64.
2. Онегіна В. М., Антощенкова В. В., Кравченко Ю. М. Стан світового ринку альтернативних молочних продуктів. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2022. Вип. 46. С. 5–10.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ СТРАВ З М'ЯСА

М.-М. В. Жентичка, *студент спеціальності Харчові технології, група 20-1511-001*
Н. С. Палько, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

В Україні готують надзвичайно широкий асортимент гарячих м'ясних страв. Для їх приготування використовують свинину, телятину, яловичину, баранину, субпродукти, м'ясо птиці та диких тварин. Проте серед цих видів м'яса віддають перевагу свинині.

М'ясні гарячі страви є важливим джерелом повноцінних білків, жирів, мінеральних і екстрактивних речовин, вітамінів А та групи В. Амінокислотний склад білків м'язових волокон близький до оптимального, коефіцієнт засвоєння їх дуже високий (97 %). Екстрактивні речовини надають стравам своєрідного приємного смаку й аромату, сприяють виділенню травних соків, збудженню апетиту і поліпшують засвоюваність їжі [1].

М'ясо поєднують з овочами, які використовують як гарнір або тушкують разом з ними, завдяки чому мінеральний склад м'ясних страв збагачується лужними сполуками, підвищується вітамінна активність.

Гарніри з круп і макаронних виробів збагачують м'ясні страви вуглеводами, вітамінами і мінеральними речовинами.

Більшість м'ясних страв подають з різноманітними соусами (з хрону, гірчиці, грибів, цибулі, часнику, м'яти, щавлю, чорносливу), які поліпшують смак і зовнішній вигляд.

Для доведення м'яса до стану кулінарної готовності, яка характеризується певними структурно-механічними, органолептичними показниками (консистенція, колір, смак, запах, соковитість) і нешкідливістю, застосовують різні способи теплової

кулінарної обробки. Вибір їх обумовлюється, в першу чергу, особливостями морфологічної будови і хімічного складу м'яса, призначенням готового продукту і ґрунтується на принципах раціонального використання сировини.

Теплова обробка м'яса має дві мети – отримати смак і аромат м'яса та зробити його м'яким і ніжним. У процесі теплової обробки м'яса білки, жири, мінеральні речовини зазнають складних змін. При смаженні м'ясо, що містить стійкий колаген, залишається твердим оскільки волога з нього випаровується швидше, ніж відбувається перехід колагену у глютин. Колагенові волокна при цьому стають коротшими на половину своєї початкової довжини, а шматочки м'яса деформуються. Тому для смаження використовують м'ясо, що містить нестійкий колаген. Перед смаженням його шматочки відбивають, роблять надсічки, перерізують сполучну тканину, щоб запобігти деформації.

М'ясо з великим вмістом колагену використовують для варіння і тушкування. У кислому середовищі перехід колагену відбувається швидше. Тому перед смаженням м'ясо маринують, а в процесі тушкування додають кислі соуси або томатне пюре.

Кулінари багатьох поколінь удосконалили способи й прийоми розм'якшення твердого м'яса і поліпшення якості натуральних смажених м'ясних виробів. Серед них важливе місце посідає механічне розпушування порційних шматків м'яса, для чого використовують спеціальні механізми.

Тверде м'ясо після розпушування іноді піддають маринуванню в кислому середовищі кілька годин до набухання колагену і прискорення його декструкції при смаженні. Для маринаду використовують такі продукти: лимонний сік, розведений холодною кип'яченою водою у співвідношенні 1 : 2; сухе виноградне вино, розведене 1 : 1; 1 %-й водяний розчин лимонної кислоти; 3 %-й оцет. У маринад додають сіль, цукор, цибулю, спеції. Витрата маринаду становить близько 100 г на 1 кг м'яса. Наприклад, НВП «Центр харчових технологій» пропонує наступні різновиди маринадів: NutriMeat 7751 Тайський, NutriMeat 7752 Індійський, NutriMeat 7755 Шашлик Кавказький, NutriMeat 7756 Курка Пікантна, NutriMeat 7757 Шашлик Традиційний, NutriMeat 7758 Курка Карі, NutriMeat 7759 Курка Пряна, NutriMeat 7779 Курка Мексікано. Запропоновані маринади допоможуть знизити час на приготування, розширити асортимент, надати привабливого вигляду, оригінального смаку і соковитості готовій м'ясній кулінарній продукції [2].

Найбільш радикальним способом розм'якшення твердого м'яса є обробка його препаратами протеолітичних ферментів. Цей спосіб ґрунтується на частковому гідролізі білків м'яса, у тому числі колагену, у сполученні з його гідротермічною декструкцією.

Провідними науковцями експериментально підтверджено удосконалення рецептурного складу і технологічного процесу виробництва м'ясних напівфабрикатів та готової м'ясної кулінарної продукції із використанням пшеничної клітковини ВітацельWF 600, цитрусової клітковини Citrifai, топінамбуру, спіруліни та ін. [3, 4].

Таким чином, удосконалення рецептурного складу і технології виробництва страв і виробів із м'яса є актуальним завданням у закладах ресторанного господарства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Доцяк В. С. Українська кухня / В. С. Доцяк. – Київ : Ігнатекс-Україна, 2015. – 680 с.
2. Обробка м'яса маринадами: покращення смаку та якості м'ясних виробів [Електронний ресурс]. URL: https://harch.tech/2023/09/19/obrobka-miasa-marynadamy-pokrashchennia-smaku-ta-jakosti-miasnyh-vyrobiv/. – Назва з екрана.
3. Удосконалення рецептурного складу посічених напівфабрикатів із м'яса птиці (нагетсів) / В. А. Большакова, О. Б. Дроменко, В. М. Онищенко, М. О. Янчева // Прогресивні техніка та технології харчових виробництв ресторанного господарства і торгівлі : зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2018. – Вип. 2 (28). – С. 65–67.
4. Ощипок І. М. Інноваційні ресторанні технології / І. М. Ощипок. – Вид-во ЛТЕУ, 2019. – 326 с.

ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Ю. В. Клягін, *здобувач 1 курсу магістратури*
ОПП «Менеджмент організацій і адміністрування», група МН-1-3М;
С. В. Бурлуцька, *д-р екон. наук, професор кафедри економіки праці та менеджменту – науковий керівник*
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Підприємства харчової промисловості в умовах жорсткої конкуренції та постійно мінливих ринкових умов змушені постійно

шукати шляхи оптимізації та вдосконалення своїх бізнес-процесів. Це дозволяє їм знизити собівартість продукції, підвищити її якість, а також стати більш гнучкими та адаптивними до змін зовнішнього середовища.

Аналіз літературних джерел з питань удосконалення бізнес-процесів на підприємствах харчової промисловості дозволяє відокремити ключові напрямки, за якими може бути проведено їх вдосконалення [1–3]:

1. Впровадження системи менеджменту якості:
   - впровадження системи ISO 9001:2015 дозволить підприємству систематизувати та оптимізувати всі бізнес-процеси, що призведе до підвищення якості продукції та зниження ризику виникнення помилок;
   - впровадження системи HACCP дозволить забезпечити безпечність харчової продукції на всіх етапах її виробництва.
2. Автоматизація виробничих процесів:
   - автоматизація рутинних завдань дозволить звільнити персонал для більш творчої та продуктивної роботи;
   - впровадження роботів та автоматизованих систем дозволить підвищити точність та швидкість виробничих процесів.
3. Оптимізація логістики:
   - впровадження системи управління складом дозволить оптимізувати процес зберігання та відвантаження продукції;
   - використання програмного забезпечення для планування маршрутів дозволить оптимізувати процес доставки продукції до клієнтів.
4. Мотивація персоналу:
   - впровадження системи мотивації персоналу дозволить підвищити його зацікавленість у результатах роботи;
   - навчання та розвиток персоналу дозволить підвищити його кваліфікацію та продуктивність.

Упровадження розробленого комплексу заходів дозволить підприємству харчової промисловості: знизити собівартість продукції; підвищити її якість; збільшити конкурентоспроможність; стати більш гнучкими та адаптивними до змін зовнішнього середовища.

Список використаних інформаційних джерел

1. Балабанова Л. В. Удосконалення бізнес-процесів на підприємствах харчової промисловості : монографія. Київ : НУБіП України, 2016. 240 с.
2. Герасименко О. В. Управління бізнес-процесами на підприємствах харчової промисловості : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2015. 320 с.
3. Бурлуцька С. В., Красовський Д. О. Основні засади впровадження моделі «зеленої» економіки в бізнес-процеси підприємств харчової галузі. Комунальне господарство міст. Серія економічні науки. – Харків : Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова, 2021. Вип. 166. Т. 7. С. 28–33.

РОЗРОБКА ТЕХНОЛОГІЇ ВИРОБНИЦТВА СІЧЕНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ШРОТУ ГАРБУЗОВОГО НАСІННЯ

***А. В. Кудінов**, студент спеціальності 181 Харчові технології, група ТРГ-21*
***Ю. Г. Наконечна**, канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Одним з пріоритетних напрямків розвитку харчової промисловості на сучасному етапі є розробка та впровадження новітніх технологій виробництва високоякісних харчових продуктів. Необхідність розширення асортименту якісних та безпечних для споживача вітчизняних продуктів харчування обумовлений критичним станом здоров’я населення, продовольчою безпекою країни та формуванням конкурентного середовища на продовольчому ринку України. Тому пошук нових та удосконалення традиційних технологій виробництва м’ясних продуктів функціонального призначення є актуальною проблемою в даний час.

Продукти харчування повинні не тільки задовольняти фізіологічні потреби організму людини в харчових речовинах і енергії, але й виконувати профілактичні і лікувальні цілі. Сучасна їжа повинна бути здоровою, тобто містити необхідний набір компонентів, високоякісною, цілком безпечною, смачною, здатною задовольняти потреби всіх категорій населення з урахуванням національних звичок і швидкого приготування [1].

Прискорені темпи сучасного життя населення країни, поява нових організаційних форм торгівельного обслуговування зумовлюють централізацію процесів виробництва кулінарної

продукції, підвищення попиту на високоякісну, легку у споживанні їжу. Усе це сприяє розвитку виробництва напівфабрикатів, у тому числі високого ступеня готовності, та готових до вживання кулінарних виробів [2].

Погіршення екологічної ситуації в усьому світі зумовило значне зростання популярності продуктів профілактичної дії. Все більш широкого застосування для збагачення біологічно активними речовинами набули продукти виготовлені із додаванням рослинної сировини [3].

Актуальним завданням щодо вдосконалення технології напівфабрикатів на основі січеного м'яса є впровадження альтернативних видів додаткової сировини, що дасть змогу зберегти їх показники якості та підвищити харчову і біологічну цінність. Одним із перспективних напрямів інноваційних технологій м'ясних продуктів є застосування рослинних харчових полісахаридів як компонентів, що зв'язують воду у фаршевій гетерогенній системі з метою надання їй визначених функціональних і технологічних властивостей.

Для підвищення біологічної цінності було обрано шрот з насіння гарбуза, який містить велику кількість (до 40 %) клітковини, вживання якої має суттєвий вплив на здоров'я людського організму.

Аналіз вихідної сировини показав, що порошок шроту гарбузового насіння має високий вміст біологічно-активних і полісахаридів та може бути використаний у технології січених напівфабрикатів з м'яса птиці, як добавка, що збагачує їх склад і харчову та біологічну цінність.

Визначено, що наявність полісахаридів у складі порошку шроту гарбуза, що надає йому високі водопоглинальні властивості. Досліджено вплив різних концентрацій порошку шроту гарбузового насіння на органолептичні показники курячого фаршу. Аналіз фізико-хімічних показників показав, що добавка порошку підвищує вміст вологи у фарші на 4,02–24,1 %, збільшує показники вологозв'язуючої та вологоутримуючої здатності на 18,00–32,00 % і 16,29–24,56 % відповідно. Встановлено, що на показник ніжності фаршу добавка порошку починає негативно впливати починаючи з концентрації 6 % і знижує її у продукті після термічної обробки на 48,6 %. Дослідження показників якості напівфабрикату після термічної обробки показало, що вологість збільшилася на 3,22–9,27 %, вологозв'язувальна здатність зросла на 2,07–31,08 %, вологоутримуюча здатність –

на 12,89–46,12 %. На підставі отриманих результатів встановили, що оптимальною кількістю порошку шроту гарбузового насіння у складі фаршу є 3,0 % до маси фаршу курячого.

На підставі отриманих результатів була розроблена рецептура та технологічна схема виробництва нового виду січеного напівфабрикату з функціональними властивостями – «Котлета куряча з порошком шроту гарбузового насіння». Отриманий продукт повністю відповідає всім показникам за вимогами нормативно-технічної документації, крім того має підвищену біологічну цінність та функціональні властивості за рахунок біологічно-активних речовин, що містяться біологічно активній добавці.

Список використаних інформаційних джерел

1. Коц С. Н., Коц В. П. & Скачкова П. О. (2023). Профілактичний ефект здорового харчування. *Development, education, culture: integration trends in the modern world : XIV Міжнар. наук.-практ. конференція*, 46–52.
2. Желєва Т. С. & Розуменко А. Р. (2021). Вплив харчових добавок рослинного походження на функціонально-технологічні властивості заморожених м'ясних напівфабрикатів. *Таврійський науковий вісник. Серія: Технічні науки*, (4), 47–53.
3. Новгородська Н., Соломон А. & Берник І. (2021). Оцінка якості фаршевих систем з використанням рослинної сировини. *Продовольчі ресурси*, *9*(17), 119–128.

ПОЛІПШЕННЯ ЯКОСТІ СОУСІВ: АНТИОКСИДАНТНА ДІЯ ГАРБУЗОВОГО ПЮРЕ ТА НАСТОЮ КОРДИЦЕПСУ

***О. П. Лисюк**, здобувачка спеціальності Харчові технології, група АЮ-1-2М;*
***М. С. Омельченко**, магістр з харчових технологій*
Національний університет харчових технологій;
***Д. О. Бахлуков**, директор ТОВ «ЕСМАШ-3»;*
***О. В. Кузьмін**, д-р техн. наук, професор кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції, професор – науковий керівник*
Національний університет харчових технологій;
***І. М. Дударєв**, д-р техн. наук, професор, в. о. завідувача кафедри харчових технологій та хімії – науковий керівник*
Луцький національний технічний університет

Вступ. Зростаючий попит на здоровий спосіб життя, збалансоване харчування, а також покращення якості та безпечності харчових продуктів, ставлять перед ресторанним бізнесом нові

завдання [1–4]. В умовах постійної конкуренції у закладах ресторанного господарства зростає попит на страви, які поєднують у собі як корисні властивості, так і вишуканий смак. Серед таких страв особливе місце займають дресінги [1] та соуси [2]. Тому додавання натуральних інгредієнтів, таких як пюре гарбуза та настій кордицепсу, є актуальним і сприятиме появі альтернативи традиційним соусам.

Метою дослідження є оцінка впливу пюре гарбуза та настою кордицепсу на якість соусів, зокрема на їх органолептичні показники та антиоксидантну активність.

Матеріали та методи. У дослідженні використовували пюре гарбуза мускатного (*Cucurbita moschata Duch. ex Poir.*) сорту «Доля» [5] та настій гриба кордицепсу (*Cordyceps Militaris*). Органолептичні показники соусу оцінювали сенсорно. Антиоксидантну здатність визначали методом редоксметрії у водно-спиртовому настої (ВСН) за об'ємної частки спирту етилового ректифікованого 40 %.

Результати та обговорення. Додавання пюре гарбуза та настою кордицепсу поліпшують органолептичні показники соусу, надаючи вишуканий смак та аромат. Колір – жовто-оранжевий із золотистим відтінком, що додало соусу привабливості та яскравості. Пюре гарбуза надає солодкувато-горіхового аромату, з медово-грибними нотками кордицепсу. Смак – гармонійний, солодкувато-гарбузовий, горіхово-динний, з землисто-грибними нотками кордицепсу. Текстура – густа, завдяки додаванню пюре гарбуза, кремова – завдяки настою кордицепсу.

ВСН гарбуза виявляють антиоксидантну здатність [6, 7], що призводить до покращення корисних властивостей холодних солодких страв та тривалості їх збереження. Значення антиоксидантної здатності (енергії відновлення) ВСН пюре гарбуза склало (RE_{plant}) 63,26 мВ по відношенню до розчинника, що характеризує антиоксидантні властивості рослинної сировини. Значення енергії відновлення ВСН гриба кордицепсу по відношенню до розчинника склало (RE_{plant}) 104,12 мВ, що характеризує збільшення антиоксидантної здатності по відношенню до ВСН пюре гарбуза.

Вплив пюре гарбуза та настою кордицепсу на якість соусів має важливе значення для ресторанних технологій, сприяючи розвитку нових трендів та задоволенню зростаючого попиту споживачів.

Висновки. Ефективність впливу пюре гарбуза та настою кордицепсу на якість соусів та антиоксидантну активність може мати корисний ефект на здоров'я людини, оскільки антиоксиданти допомагають боротися з вільними радикалами та запобігають появі окислювальних процесів у продукті.

Список використаних інформаційних джерел

1. Dudarev I., Kuzmin O. Influence of plant-based ingredients on the sensory and physicochemical indicators of salad dressings. *Scientific Works of NUFT*. 2023. 29(2). P. 124–138.
2. Using oat milk to reduce the caloric value of a functional mayonnaise sauce / I. Dudarev et al. *Acta Scientiarum Polonorum Technologia Alimentaria*. 2024. 23(1). P. 29–38.
3. Evaluation of food quality and safety parameters and food safety knowledge and practices of food handlers at fast foods restaurants at universities in Jordan during COVID-19 / M. Abughoush et al. *Heliyon*. 2023. 9(8). e18936.
4. Моніторинг безпечності чизкейків на основі принципів HACCP / Селезньова Д. В. та ін. *Наукові праці НУХТ*. 2023. 29(3). С. 93–109.
5. Хареба В. В., Хареба О. В., Піддубний В. А., Кокойко В. В. *Гарбуз: біологія, технологія вирощування та переробки :* монографія. Київ : Аграрна наука, 2022. 208 с.
6. Визначення антиоксидантної здатності неїстівної частки гарбуза у технології холодної солодкої страви / Кузьмін О. та ін. *Оздоровчі харчові продукти та дієтичні добавки: технології, якість та безпека :* матер. міжнар. наук.-практ. конф., 16 листопада 2023 р. Київ : НУХТ, 2023. С. 111–113.
7. Оцінка перспективності використання неїстівної частки гарбуза у технології холодної солодкої страви / Омельченко М. та ін. *Здорове харчування від дитинства до довголіття: комплексний підхід, стан та перспективи :* зб. наук. матер. III Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 жовтня 2023 р. Київ : НУХТ, 2023. С. 141–143.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ МЕНЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

М. А. Литвин, *студентка спеціальності 181 Харчові технології освітня програма «Ресторанні технології», група ХТІ РТ б-41*

Г. П. Хомич, *д-р техн. наук, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Початковим етапом досліджень є аналіз існуючих підходів до ведення закладів ресторанного господарства, а результатом –

рекомендація запровадження нових концепцій меню для зацікавлення більшої аудиторії споживачів. Завдяки розвитку та впровадженню трендових новинок можна збільшити попит на введений продукт та популяризувати свій заклад, піднявши його статусний рівень в порівнянні з конкурентами.

Новими гастротрендами, які широко запроваджуються і користуються популярністю серед споживачів, є флет круасан, піца в рожку, кава в рожку, морозиво в круасані та фініки в шоколаді.

Флет круасан – новий гастротренд, який став модною тенденцією у світі завдяки своїй незвичній плоскій, компактній формі, котра здатна вміщати більше начинки. Така форма круасана може бути рекомендована як для легких сніданків, так і для швидких перекусів. В технології флет круасанів використовується тонше тісто і їх можна сформувати таким чином, щоб вони були плоскими під час піджарювання.

Піца в рожку – це альтернатива класичній круглій піці, де начинка поміщається всередину конусоподібного тіста, що зручно при споживанні, оскільки рожок служить природньою упаковкою для начинки.

Піца в рожку, або піца-конус має тонке і хрустке тісто, заповнене різноманітними начинками, до складу яких входить сир, помідори, шинка, салямі, оливки, гриби тощо. Такий формат піци досить популярний для закладів швидкого обслуговування (фаст-фудів та кафе), оскільки його легко брати з собою і споживати в дорозі або на вулиці.

Піца-конус подається у спеціальних паперових чи картонних обгортках, які зберігають її форму і дозволяють споживати без забруднення рук. Цікавий спосіб подачі має піца в рожку, тонке тісто заповнюється різноманітними начинками і скручується у формі конуса, що дозволяє зручно споживати піцу без необхідності використовувати ножі і виделки.

Інноваційний спосіб подачі кави, який став популярним у кав'ярнях і кавових барах, використовується в технології кави в рожку для морозива. Приготовлений виріб являє собою морозиво, яке міститься в середині кавового рожка. Під час наливання кави через рожок, морозиво тане, створюючи освіжаючий і смачний напій. Ця страва особливо популярна влітку або в теплу погоду, оскільки поєднує в собі енергію кави і охолодження морозива. Подається кава в рожку для морозива в рожковому

вигляді, як правило, із шоколадним або ванильним морозивом, розміщеним у внутрішній частині рожка. Верхня частина рожка може бути прикрашена шоколадними чіпсами, горішками або сиропом, а також іноді додається шматочок печива або вафельної трубочки в якості декору.

Морозиво в круасані – смачне і неординарне поєднання двох улюблених страв. Круасан, який має хрустке золотисте тісто, наповнюється м'яким морозивом, що створює ідеальний баланс текстур та смаків. Страва може бути доповнена різноманітними топінгами, такими як шоколадний соус, фрукти, горішки або вафельні крихти. Вона досить популярна у кафе та десертних закладах, як додатковий варіант для десерту або оригінального перекусу. Для виготовлення морозива в круасані круасан ділять пополам і між шарами наповнюють морозиво, що дозволяє отримати хрустке та смачне поєднання м'якого морозива і хрусткого круасану. Страва особливо популярна влітку, а також як десерт для тих, хто любить новаторські поєднання смаків.

Фініки в шоколаді – солодка і вишукана закуска, що складається з фініків, які покриті шаром розтопленого шоколаду. Таке поєднання надає фінікам додаткового солодкого смаку та хрусткості. Ця страва може бути ідеальною закускою для десерту або вишуканого перекусу, а також може служити як частина десертного столу на святкових заходах або вечірках. Вона також може бути піднесена до рівня вишуканого десерту при додаванні додаткових інгредієнтів, таких як горіхи або кокосова стружка. Для приготування такого вишуканого десерту фініки обгортаються розтопленим шоколадом і залишаються до застигання, що створює смачний контраст між солодкими, м'якими фініками та хрустким шоколадним покриттям. Десерт є чудовим доповненням до чашки кави або чаю, а також прекрасний подарунок для друзів і рідних. Іще одна перевага десерту – простота у виготовленні.

Отже, запровадження таких інноваційних підходів під час формування меню закладів ресторанного господарства дасть можливість розвиватися з урахуванням сучасних тенденцій та технологій. Доцільним напрямком є також розроблення карти напоїв, складовими якої є нові рецептури напоїв підвищеної біологічної цінності, що підвищить унікальність закладу завдяки інноваційним розробкам, збільшить кількість відвідувачів і попит на запропоновані продукти.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ШОКОЛАДУ

С. Ю. Мазнюк, *студентка спеціальності Харчові технології, група 21-1511-001*
Н. С. Палько, *канд. техн. наук, доцент кафедри харчових технологій – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Виробництво цукристих кондитерських виробів є провідним серед галузей харчової промисловості,оскільки шоколад займає одне з чільних місць у споживчих перевагах на світовому ринку. Розвиток технологій кондитерських виробів відкриває нові можливості для виробництва продуктів із покращеними смаковими, харчовими та естетичними характеристиками. В цьому контексті, актуальність дослідження технології шоколаду з добавками обумовлена зростаючим попитом споживачів на інноваційні продукти, які б могли задовольнити їхні змінювані вподобання та вимоги до якості та безпеки продукції [1].

Основні питання, які виникають у зв'язку з розробкою технологій шоколаду з добавками, стосуються впливу цих добавок на органолептичні властивості шоколаду, його харчову цінність, а також можливості збереження стабільності продукту протягом визначеного терміну зберігання. Додатково, важливим є питання інтеграції нових інгредієнтів у традиційні рецептури без втрати якості кінцевого продукту [2].

Органолептичні властивості, такі як смак, аромат і текстура, є вирішальними факторами, які споживач враховує при виборі шоколаду. Добавки можуть значно збагатити ці характеристики. Наприклад, включення натуральних фруктів, ягід, горіхів або навіть спецій може вносити унікальні смакові та ароматичні ноти [3].

Вплив на харчову і біологічну цінність є ще одним важливим аспектом використання добавок. Збагачення шоколаду повноцінними білками, вітамінами, мінеральними речовинами або харчовими волокнами може перетворити його з висококалорійного ласоща у продукт з підвищеною біологічною цінністю. Такі добавки, як омега-3 жирні кислоти або пробіотики, відкривають шлях для створення функціонального шоколаду, що сприяє покращенню здоров'я.

Збереження стабільності продукту протягом усього терміну зберігання є складним завданням, особливо при введенні нових добавок. Вплив на стабільність може виявлятися у формі зміни

текстури, відокремлення жиру або втрати аромату. Використання емульгаторів, таких як лецитин, може допомогти зберегти однорідність і запобігти відокремленню жиру, в той час як антиоксиданти захищають жири від окислення і зберігають свіжість продукту [4].

Інтеграція нових інгредієнтів у традиційні рецептури без втрати якості кінцевого продукту вимагає глибокого розуміння взаємодії між складовими. Важливо збалансувати кількість і тип добавок таким чином, щоб вони гармонійно поєднувались з основними інгредієнтами, не порушуючи структуру шоколаду та не призводячи до небажаних змін у смаку або текстурі. Розробка нових рецептур вимагає експериментального підходу з урахуванням взаємодії між всіма компонентами, включаючи вплив температури та вологості на процеси кристалізації какао-масла і взаємодію добавок з іншими інгредієнтами [5].

Розглядаючи сучасні дослідження у цій галузі, можна зазначити, що велику увагу приділяють вивченню впливу натуральних добавок, таких як фруктові, горіхові включення, ароматизатори на основі ефірних олій, а також добавки, що покращують харчову і біологічну цінність продукту, наприклад, білки, вітаміни, мінеральні речовини тощо. Експериментальні дані свідчать про те, що правильно підібрані компоненти не тільки збагачують смак і аромат шоколаду, але й можуть позитивно впливати на його текстурні характеристики, забезпечуючи при цьому більш високу харчову і біологічну цінність [6].

Однак, впровадження нових компонентів вимагає ретельного вивчення їх впливу на процеси кристалізації какао-масла, яке є ключовим фактором у формуванні текстури шоколаду. Неправильне співвідношення добавок може призвести до відокремлення жиру, утворення пісочної текстури, або навпаки, до надмірної пластичності продукту. Тому важливим є розробка оптимізованих рецептур і технологічних параметрів виробництва, які б забезпечували однорідність та стабільність продукту.

Сучасні тенденції спрямовані на забезпечення екологічності та сталості виробництва шоколаду з добавками. Це передбачає використання інгредієнтів із сталого виробництва, зниження впливу виробничих процесів на навколишнє середовище, а також оптимізацію упаковки з метою мінімізації відходів [7].

Отже, сучасні дослідження щодо удосконалення технології шоколаду свідчать про великий потенціал цієї галузі для створення інноваційних продуктів, які задовольнятимуть потреби

споживачів у різноманітності, якості та корисності. На перспективу необхідно продовжувати дослідження впливу добавок на властивості шоколаду, розробляти нові удосконалені технології виробництва та оптимізувати існуючі процеси. Це дозволить не тільки розширити асортимент високоякісного шоколаду на ринку, але й сприятиме сталому розвитку кондитерської галузі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Шоколад. Загальні технічні умови. ДСТУ 3924 – 2000. – [Чинний від 2015-07-01].
2. Шестак О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі / О. В. Шестак // Вісник ХТУ «ХПІ». – 2013. – № 6 (980). – С. 132 –137.
3. Буяльська Н. П., Ткаченко Ю. Д., Денисова Н. М. (2018). Використання продуктів переробки цикорію коренеплідного в технології виробництва борошняних кондитерських виробів. Технічні науки та технології, (2(12), 196–203. https://doi.org/10.25140/2411-5363-2018-2(12)-196-203.
4. Рудавська Г. Б., Вежлівцева С. П., Бузіян М. І. (2018). Інноваційні інгредієнти для кондитерських виробів фізіологічно-функціонального призначення. Молодий вчений, 5, 396–399.
5. Вироби кондитерські. Методи визначення органолептичних показників якості, розмірів, маси нетто і складових частин : ДСТУ 4683:2006. – [Чинний від 2007–10–01]. – Київ : Держстандарт України, 2006. – 16 с. – (Національний стандарт України).
6. Виготовлення і споживання шоколаду [Електронний ресурс]. URL: https://harchi.info/articles/vygotovlennya-i-spozhyvannya-shokoladu.
7. Як виробляють шоколад і цукерки на фабриці [Електронний ресурс]. URL: https://gzpt.com.ua/blog/yak-vyrobliaiut-shokolad-i-tsukerky-na-fabrytsi/.

МЕТОД ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК В НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ

***К. Р. Наконечний**, студент спеціальності 181 Харчові технології, група ХТ РТ-11*

***Ю. Г. Наконечна**, канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Одночасно із стрімким розвитком науки, продукуванням великих масивів даних, інтеграцією окремих галузей сформувався новий соціальний запит на необхідність комплексних

досліджень та впровадження математико-статистичних методів досліджень.

При експертній оцінці, наприклад, оцінці конкурентоспроможності продукції, органолептичній оцінці страви, продукту, необхідно, як в будь-якій науковій роботі, провести статистичну обробку даних. Остання починається з визначення узгодженості думок експертів, числовим виразом якої є коефіцієнт конкордації.

Ця оцінка необхідна, в першу чергу, тому, що думки експертів можуть сильно розходитися з оцінюваним параметрам. Спочатку оцінку проводять за ранжування показників і присвоєння їм певного коефіцієнта значущості (вагомості). Неузгоджене ранжування призводить до того, що дані коефіцієнти будуть статистично недостовірними. Думки експертів при їх необхідній кількості (понад 7–10) повинні бути розподілені по нормальному закону.

Метою даного дослідження є надання систематизованого статистичного інструментарію аналізу узгодженості експертних думок при проведенні органолептичної оцінки, дегустаційної оцінки з використанням коефіцієнту конкордації Кендалла.

Для досягнення поставленої мети необхідно було вирішити наступні завдання:

– провести органолептичну оцінку харчового продукту;

– визначити критерії органолептичної або дегустаційної оцінки та присвоєння їй відповідних рангів;

– розробити програмний продукту для визначення узгодженості думок експертів при проведенні органолептичної оцінки харчових продуктів.

Для дослідження було обрано органолептичну оцінку харчового продукту (брали 5 зразків)

Для проведення статистичного аналізу нами були обрані основні критерії за якими проводилась оцінка кожного зразку. До таких критеріїв відносяться смак, зовнішній вигляд, запах, консистенція, колір.

Дегустаційна та органолептична оцінка проводиться за допомогою органів чуття людини, – найбільш давній та широко використовуваний спосіб визначення якості харчових продуктів. Але об’єктивність даної оцінки, в силу тих чи інших чинників (нечесність експерта, стан здоров’я експерта та інші), викликає сумніви. Тому ми пропонуємо визначити, чи є думки експертів,

які беруть участь в оцінці, були узгодженими, чи можна вважати, що дана експертна оцінка об’єктивна.

Особливістю даного методу є відсутність строгих математичних доказів оптимальності рішень. Загальною спрямованістю цього методу є використання людини як «вимірювального» приладу для одержання кількісних оцінок процесів і суджень, що через неповноту і невірогідність наявної інформації не піддаються безпосередньому виміру. При виборі методу дегустаційної оцінки перевагу надають баловим системам при обов’язковому диференціюванні якісних показників за важливістю (значимістю) для узагальнення вражень про досліджуваний продукт [1].

Спочатку оцінку проводили за ранжуванням показників і присвоєння їм певного коефіцієнта значущості (вагомості).

При здійсненні ранжування використовували метод рангів. Його сутність полягає в тому, що кожній властивості об'єкту присвоюється свій певний ранг. Ранговий коефіцієнт конкордації Кендалла використовується з метою визначення залежності між кількісними і якісними ознаками, що характеризують однорідні об’єкти і ранжованим за одним принципом [2].

Коефіцієнт конкордації – це число від 0 до 1 що показує узгодженість думок експертів при проведенні ранжування будь-яких властивостей в нашому випадку це органолептична оцінка.

У результаті проведеного дослідження ми довели, що метод експертних оцінок можна рекомендувати для статистичної обробки даних, отриманих при проведенні дегустаційної, органолептичної оцінки, використовуючи в якості одиниці виміру – коефіцієнт конкордації Кендалла. Більше того, даний метод можливо використовувати не тільки для визначення узгодженості думок експертів, але для складання будь-якого рейтингу. Головне визначити критерії оцінки предметів дослідження, та обрати експертів для проведення експертної оцінки.

Для зручності складання рейтингів нами розроблено програмний продукт для складання рейтингів та проведення статистичної обробки даних під назвою «Rating».

Список використаних інформаційних джерел

1. Турчина В. А. & Гринченко В. О. (2020). Порівняльна характеристика основних методів експертних оцінок. Міжнародний науковий комітет, 252.

2. Ольвінська Ю. О. & Самотоєнкова О. В. (2015). Використання методу рангової кореляції при аналізі розвитку малого підприємництва. Вісник соціально-економічних досліджень, (3), 160–169.

СПОСОБИ РОЗШИРЕННЯ АСОРТИМЕНТУ КИСЛОМОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

С. М. Пилипенко, *канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри управління та експертизи товарів;*
М. О. Кирик, *спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність, група ЕКП-45с*
Львівський національний університет імені Івана Франка

Щоб виділити свій товар із товарів конкурентів виробники стараються кожен раз змінити рецептуру, щоб надати виробам підвищеної біологічної цінності, збагатити їх біологічно активними речовинами, які володіють лікувально-профілактичними властивостями, змінити назву та дизайн паковання, щоб їхня продукцію виділялась на ринку.

Нами розроблені 2 нових види йогуртів з використанням нетрадиційної рослинної сировини ***«Бадьорість»*** (плоди журавлини, чорниці та смородини) та ***«Вітамінка»*** (плоди шипшини та айви). Кожен рецептурний компонент було ретельно підібрано, враховуючи особливості фізіологічної користі для організму споживачів.

Журавлина містить у своєму складі вітаміни, макро- та мікроелементи, крім того також є лютеїн і зеаксантин, ненасичені жирні кислоти (табл. 1).

Таблиця 1 – Хімічний склад та харчова цінність нетрадиційної сировини, що використовувалась для нових кисломолочних продуктів

Склад	Журавлина	Чорниця	Смородина
Вітаміни	С – 0,2 мг; Е – 1,07 мг; B_1 – 0,01 мг; B_2 – 0,02 мг; B_3 –0,99 мг; B_4 – 4 мг; B_5 – 0,22 мг; B_6 – 0,04 мг; К – 3,8 мг	С – 10 мг; Е – 1,4 мг; B_1 – 0,01 мг; B_2 – 0,02 мг; B_3 – 0,3 мг; Р – 320–540 мг; β-каротин – до 1,6 мг	С – 181 мг; Е – 1 мг; B_1 – 0,05 мг; B_2 – 0,05 мг; B_3 – 0,3 мг; B_5 – 0,4 мг; B_6 – 0,066 мг; А – 9 мкг

Продовж. табл. 1

Склад	Журавлина	Чорниця	Смородина
Макроелементи	K – 40 мг; Ca – 10 мг; Mg – 5 мг; Na – 3 мг; P – 8 мг	K – 51 мг; Ca – 16 мг; Mg – 6 мг; Na – 6 мг; P – 13 мг	K – 322 мг; Ca – 55 мг; Mg – 24 мг; Na – 2 мг; P – 59 мг
Мікроелементи	Fe – 0,53 мг; Mn – 0,27 мг; Cu – 0,08 мг; Zn – 0,11 мг; Se – 0,5 мкг	Fe – 0,7 мг; Mn – 336 мкг; Cu – 57 мкг; Zn – 0,16 мг; Se – 0,1 мкг	Fe – 1,54 мг; Mn – 256 мкг; Cu – 86 мкг; Zn – 0,27 мг.
Жирні кислоти	Ліноленова; лінолева; пальмітинова; стеаринова; олеїнова	–	Ліноленова, лінолева; арахідонова; ейкозапентаєнова; докозагексаєнова
Органічні кислоти	Щавлева; яблучна; хінна; бурштинова	Галова, оцтова, винна, яблучна, лимонна, хінна, бурштинова, молочна, щавлева	Лимонна; яблучна
Інші речовини	люТеїн і зеаксантин.	Дубильні речовини; флавоноїди; антиоксиданти; пектини.	Дубильні речовини; пектини; фітонциди; клітковина.
Харчова цінність, г/100 г продукту			
Білки	4,8	1,1	1,4
Жири	0	0,6	0,41
Вуглеводи	38	11	13,4
Енергетична цінність, ккал	171	44–57	63

Ягоди журавлини позитивно впливають на діяльність серцево-судинної системи, зокрема, роблять більш міцними і еластичними стінки судин, більш інтенсивним кровообіг; ефективно боряться з вірусами і бактеріями. Це відмінний антиоксидант, який сприяє виведенню важких металів, шкідливих речовин, холестерину. Також вона покращує роботу травного тракту, підвищує настрій, допомагає зменшити депресію і стрес. Завдяки вмісту вітаміну Е споживання журавлини позитивно впливає на стан шкіри, волосся і нігтів.

Чорниця позитивно впливає на організм людини як у свіжому, так і в замороженому чи сушеному вигляді. Як відомо, антоцианіни – антиоксиданти чорниці, попереджають недоброякісні

пухлини, впливаючи на організм на клітинному рівні. Також чорниця особливо багата вуглеводами, мікро- та макроелементами, вітамінами, а також пектинами та ін (табл. 1).

Регулярне споживання ягід чорниці є хорошим профілактичним засобом для запобігання хвороб серця, допомагає зберегти зір, затримує процеси старіння в організмі людини, зміцнює судини, сприяє поліпшенню пам'яті, попереджає інфекційні захворювання, володіє протибактеріаль-ними і протианемічними властивостями.

Чорна смородина містить в своєму складі значну кількість вітамінів, макро- і мікромінералів, дубильні речовини, пектини, фітонциди, фолієву кислоту, клітковину та органічні кислоти (табл. 1). Вона характеризується сечогінною та протизапальною дією, попереджає розвиток запальних процесів, протидіє розвитку хвороботворних бактерій, знижує вплив згубної дії радіації на людський організм, є каталізатором виведення токсинів і важких металів, сприяє нормалізації травних процесів, роботи шлунку і кишечника, попереджає виникнення онкологічних захворювань, знижує рівень холестерину в крові.

Численні дослідження показали, що в складі плодів, м'якоті, шкірки і насіння ***плодів шипшини*** є вуглеводи (16 %), представлені глюкозою, сахарозою і фруктозою, білки (1,74 %), ліпіди (1,04 %), а також харчові волокна (54 %) і вода (2,2 %). З кислот найбільше яблучної та лимонної (3,3 %), а також багато корисного пектину (до 25 %). У 100 г сухих плодів шипшини міститься приблизно 18 денних доз вітаміну С, що в 10 разів більше, ніж в чорній смородині і в 50 разів – ніж у лимоні.

Крім вітаміну С плоди шипшини містять такі мікронутрієнти:

− вітаміни B_1, B_2 – беруть участь білковому і вуглеводному метаболізмові, відповідають за здоров'я слизових оболонок, шкіри та волосся;

− вітамін РР (B_3) – необхідний для кращого засвоєння вітаміну С, клітинного дихання, роботи серцево-судинної системи;

− вітамін Е – антиоксидант, стимулює синтез гемоглобіну, білків, необхідний для засвоєння вітаміну А, перешкоджає старінню;

− вітамін А (найбільше β-каротину і лікопіну) – антиоксидант, необхідний для росту тканин, здоров'я органів зору, підвищення імунітету;

− вітамін К – сприяє нормальному згортанню крові, мінералі-зації кісткової тканини, бере участь в утворенні АТФ – постачальника енергії для біохімічних реакцій.

Макро- і мікроелементний склад шипшини представлений Zn, Mn, Ca, K, Fe, P, Mg, Na і Cu. Крім того, вона містить пектинові, азотисті та дубильні речовини, фітостеніни (7 фракцій з переважанням β-ситостерин), лікопін, рубиксантин, пентозани, а також флаваноіди і ефірні олії.

Шипшина зміцнює фізичну працездатність і стимулює розумову діяльність. Знижує рівень холестерину в крові та розчиняє холестеринові бляшки. Має антиоксидантні та жовчогінні властивості. Вона перешкоджає утворенню згустків крові та каменів у сечовій системі, стимулює фібриноліз, поліпшує роботу печінки. Має антигістамінну, спазмолітичну, бактеріостатичну дію.

Плоди айви використовують як скріплювальний, кровоспинний і протиблювотний засіб. Харчова цінність айви – вуглеводи – 9,6 г, жири – 0,5 г, білки – 0,6 г, калорійність – 42,9 ккал. У ній міститься, г: вода – 84,0, моно – і дисахариди – 7,6, крохмаль – 2,0, харчові волокна – 3,6, органічні кислоти – 0,9, зола – 0,8. Вміст вітамінів в айві: А – 0,4 мг, B_1 – 0,02 мг, B_2 – 0,04 мг, С – 23,0 мг, РР – 0,1 мг, та макро- та мікроелементи: залізо – 3,0 мг, калій – 144,0 мг, кальцій – 23,0 мг, магній – 14,0 мг, натрій – 14,0 мг, фосфор – 24,0 мг.

Свіжі плоди айви вживаються при недокрів'ї та як жовчогінний засіб. Застосування відвару з листя рослини допоможе позбутися рано виниклої сивини.

Сік зрілих плодів айви має загальнозміцнювальну, сечогінну дію. Також сік з айви рекомендується при туберкульозі та бронхіальній астмі, загальному нездужанні, при розладах шлунка і кишечника, захворюваннях печінки, серцево-судинної та дихальних систем.

Отже, застосування обраної рослинної сировини (плодів журавлини, чорниці, смородини, шипшини та айви) є доцільним для розширення асортименту кисломолочної продукції виробами із лікувально-профілактичними властивостями, завдяки вмісту у ній вітамінів, макро- та мікроелементів, жирних та органічних кислот.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сушена журавлина: користь і шкода, корисні властивості і протипоказання, ніж корисна для організму, як вживати. URL:

http://gorodsad.in.ua/sushena-zhuravlyna-koryst-i-shkoda-kory.html (дата звернення: 22.01.2024).
2. Чорниця сушена: властивості і користь сушеної чорниці. URL: http://10000menu.ru/produkti/11748-chornicja-sushena-vlastivosti-i-korist-sushenoi.html (дата звернення: 25.01.2024).
3. Чорна смородина: користь і шкода, лікувальні властивості, калорійність. URL: https://w2w.com.ua/chorna-smorodina-korist-i-shkoda-likvvalni-vlastivosti-kaloriinist/ (дата звернення: 27.01.2024).
4. Шипшина: лікувальні властивості, опис, склад, фармакологічна дія. URL: https://liktravy.ua/useful/encyclopedia-of-herbs/shypshyny-plody (дата звернення 08.02.2024).
5. Користь та шкода від споживання айви. URL: https://medfond.com/korysni-produkty/korist-ta-shkoda-vid-spozhivannya-aivi.html (дата звернення: 09.02.2024).

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

***Ю. В. Подойнік**, студентка спеціальності 181 Харчові технології освітня програма «Харчові технології та інженерія», група ХТІ б-41*
***Г. П. Хомич**, д-р техн. наук, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки та торгівлі

Найпопулярніший вид малого бізнесу – ресторанне господарство. Однак, між закладами ресторанного господарства відбувається постійне протистояння за визнання на ринку, перспективні ніші, утримання постійних та залучення нових клієнтів.

Більшості закладам ресторанного господарства, зокрема, які знаходяться в маленьких містечках, не вдається конкурувати на ринку товарів та послуг, тому вони потребують інноваційних підходів та ідей для подальшого розвитку.

Метою досліджень є розгляд нових шляхів удосконалення роботи закладів ресторанного господарства, які дозволять популяризувати їх на ринку товарів та послуг та підняти престижність.

Проаналізувавши існуючі підходи до проєктування закладів ресторанного господарства, з’явилася ідея розділити кафе-кондитерську на дві зони: відпочинок (Relax zone) та навчання (Study zone), а також розробити рецептури десертів із вітамінізованим складом (Vitamin sweets).

Таке проєктне рішення дозволить, окрім виготовлення класичних десертів, створювати і пропонувати оригінальні авторські рецептури десертних виробів, що стануть популярними серед гостей закладу, створять можливість проводити власні майстер-класи, запрошувати успішних кондитерів для їх проведення, що збільшить впізнаваність закладу не тільки серед відвідувачів, а і серед колег.

Зефір, пастила та маршмеллоу – відносяться до збивних кондитерських виробів і є надзвичайно популярними серед споживачів. Вони популярні завдяки повітряній текстурі та пектиновим речовинам, що покращують структуру виробів, а також володіють антиоксидантними властивостями. Під час розробки Vitamin sweets була врахована доцільність збагачення їх вітамінного складу шляхом поєднання основного компоненту – яблучного пюре з іншою рослинною сировиною з високим вмістом біологічно активних речовин. Серед різномаїття рослинної сировини були обрані хеномелес, аґрус та кизил, які здатні покращити вітамінний склад десертів, підвищити їх біологічну цінність та позитивно вплинути на органолептичні показники.

Шляхом проведення органолептичних досліджень визначили найкраще співвідношення плодових пюре. Найвищу бальну оцінку під час проведення дегустації отримали зразки із заміною яблучного пюре на 30 % пюре хеномелесу, або аґрусу, або кизилу. Дані зразки мали кисло-солодкий смак, де однаково відчувалось як яблучне так і фруктове пюре.

Враховуючи той факт, що обрана сировина містить у своєму складі значний вміст пектинових речовин, вищий в порівнянні з яблучним пюре, то провели дослідження їх впливу на структуру зефіру і можливість зменшення використовуваного структуроутворювача (агар агару). У ході досліджень запропоновано знизити вміст агару-агару в рецептурі зефіру. Дослідним зразком був зразок із заміною 30 % яблучного пюре на пюре з хеномелесу. Для визначення мінімально допустимої кількості агар-агару, розробили три зразки зі зменшенням його вмісту на 25 %, 50 % та 75 % від рецептурної кількості.

За результатами проведених досліджень визначили, що після зменшення кількості структуроутворювача на 25 % у порівнянні з контрольним зразком його міцність знаходиться в межах норми, затвердженої державним стандартом, і майже не впливає на структурно-механічні властивості зефірної маси.

Отже, враховуючи сучасні тенденції, заклади ресторанного господарства повинні розвиватися відповідно до вимог сьогодення. Удосконалити роботу закладів ресторанного господарства можна шляхом створення кафе-кондитерських, в яких будуть передбачені дві зони: відпочинку (Relax zone) та навчання (Study zone) з можливістю проведення майстер-класів, а також пропозицією широкого асортиментного переліку десертів з покращеним вітамінним складом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Чим корисний кизил, протипоказання [Електронний ресурс]. URL: https://www.unian.ua/health/country/kizil-korist-chim-korisniy-kizil-protipokazannya-novini-ukrajini-10988624.html.
2. Учені розповіли про унікальну користь аґрусу [Електронний ресурс]. URL: https://news.agro-center.com.ua/plant-growing/ucheni-rozpovili-pro-unikalnu-korist-agrusu.html.
3. Хеномелес: корисні і небезпечні властивості фрукту [Електронний ресурс]. URL: https://www.harbuz.info/xenomeles/
4. Пектин та його застосування [Електронний ресурс]. URL: https://chefs-shop.com/uk/pektin-i-ego-primenenie.

МІКРОБІОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ЯКОСТІ ТВЕРДИХ СИРІВ

Ю. В. Рева, *студентка спеціальності 181 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

З кожним роком споживання сиру в Україні збільшується. На початку 2000-х років українці споживали 1,5 кг сиру за рік на одну особу, на сьогодні ця цифра становить 3 кг, тобто 120…130 тис. т за рік [1].

Натуральні сири мають особливу важливість для забезпечення людини повноцінним харчуванням. Вони мають високу біологічну цінність, містять усі незамінні амінокислоти, є джерелом кальцію, вміст якого складає 600–1 000 мг на 100 г продукту. Співвідношення Ca : P, яке в сирі становить 1,5 : 1; близьке до співвідношення, в якому ці елементи найкраще засвоюються. Енергетична цінність сирів за рахунок високого

вмісту жиру і білку складає від 200 до 400 ккал на 100 г продукту [2].

Нами було проведено опитування серед учнів 10–11 класів ЗОШ № 33 м. Полтава та студентів і викладачів ПУЕТ з метою визначення вподобань щодо сирів. Виявилося, що найчастіше респонденти купують сир один раз на тиждень, що становить 55,7 %. Далі ідуть споживачі, які купують 2 рази на місяць – 23,3 %, купують не частіше, ніж раз на місяць – 12,2 % респондентів, кілька разів на тиждень – 8,7 %, частка тих, хто не купує сир – 1,9 %. Споживачі надають перевагу твердому сиру – 75,2 %, на другому місці за популярністю м'які сири – 48,5 %. Найчастіше під час покупки сиру покупці керуються такими факторами як смак, вага, вид сиру, доступність за ціною, акції.

Метою нашої роботи було дослідити мікробіологічні показники якості зразків твердих сирів, які найчастіше обирали споживачі, одразу після придбання та через 7 і 14 діб зберігання.

Зразки у вакуумній упаковці мали найнижчі показники МАФАнМ, а зразок сиру з горіхами, нарізаний слайсами, мав найбільшу кількість мікроорганізмів. Це пояснюється тим, що наявність вакуумного пакування обмежує вільний доступ кисню й тим самим ускладнює та сповільнює розвиток аеробних мікроорганізмів.

Упродовж терміну зберігання за відносної вологості повітря (85±2)% та температури (4±2) °С спостерігається тенденція до незначного збільшення загальної кількості мезофільних аеробних і факультативно-анаеробних мікроорганізмів. Патогенних мікроорганізмів не виявлено. Через 7 днів зберігання показники мікроорганізмів зросли в середньому в 1,2 рази у всіх досліджуваних зразках сиру, а через 14 днів – у 1,5 рази, порівнюючи з початковими показниками. Отже, за правильних умов зберігання кількість мікроорганізмів дещо збільшується, але залишається в межах норми.

Таблиця 1 – Мікробіологічні показники твердих сирів

№* зразка	Мікробіологічні показники	Тривалість зберігання, діб		
		0	7	14
1	Кількість МАФАМ, КУО в 1 г продукту	$1,3\times10^2$	$1,6\times10^2$	$1,9\times10^2$
2		$2,8\times10^2$	$3,4\times10^2$	$4,2\times10^2$
3		$5,7\times10^2$	$6,8\times10^2$	$8,3\times10^2$

Продовж. табл. 1

№* зразка	Мікробіологічні показники	Тривалість зберігання, діб		
		0	7	14
4		$1,5\times10^2$	$1,7\times10^2$	$2,3\times10^2$
5		$2,4\times10^2$	$2,7\times10^2$	$3,6\times10^2$
1	Кількість грибів і дріжджів, КУО в 1 г продукту	–	–	–
2		–	–	–
3		–	1	3
4		–	–	–
5		–	2	4

* Зразок 1 – сир твердий ТМ Комо у вакуумній упаковці; зразок 2 – сир твердий ТМ Комо, фасування супермаркету; зразок 3 – сир твердий ТМ Комо з горіхами, фасування супермаркету; зразок 4 – крафтовий сир «Халумі» у вакуумній упаковці; зразок 5 – сирний продукт «Розумний вибір» у вакуумній упаковці.

За кількістю збудників псування усі сири відповідають нормам ДСТУ. У зразку сиру з горіхами, нарізаного слайсами, у поліетиленовій плівці, виявлено 1 КУО/г, а у сирному продукті з вакуумною упаковкою – 2 КУО/г (норма – до 50 КУО/г). Упродовж терміну зберігання, за вказаних вище умов, кількість КУО грибів зростає у всіх зразках майже вдвічі, крім крафтового сиру, але в межах норми. Пояснюється це вторинним забрудненням мікроорганізмами з повітря, обладнання, пакувального матеріалу.

Таким чином, проведені мікробіологічні дослідження показали, що всі досліджувані зразки твердих сирів за вмістом МАФАнМ, відповідають нормам ДСТУ 6003:2008, що свідчить про дотримання санітарно-гігієнічних умов технологічного процесу виготовлення сиру.

Список використаних інформаційних джерел

1. Семенда Д. К., Корман І. І., Семенда О. В. Оцінка кон’юнктури та споживчих переваг на ринку сиру України. Агросвіт. 2022. № 3. С. 77–88.
2. Турчин І., Максимова Д. Аналіз ринку м’яких і твердих сирів в Україні та за кордоном. Серія: Харчові технології. 2018. № 20 (85). С. 46–50.

БУЗИНА ЧОРНА В ТЕХНОЛОГІЇ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ

***О. В. Святелик**, студентка спеціальності 181 Харчові технології «Технології в ресторанному господарстві», ТРГм – 11заочна*
***Г. П. Хомич**, д-р техн. наук, професор, професор кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі.

Сучасна людина знаходиться в середовищі, яке значною мірою сформоване її діяльністю, а в нинішніх умовах військового часу за свідченнями екологів відбувається значне погіршення якості повітря, води і відповідно ґрунтів, які є основними складовими в процесі життєдіяльності людини, що негативно впливає на якість продукції, яка використовується для приготування страв.

Для усунення негативних наслідків війни багато людей заїдає стрес, як правило, солодкими стравами. Діти також щоденно споживають різного виду солодощі – це хлібобулочні вироби, цукерки, желе, тістечка, зефір, маршмеллоу тощо. В більшості випадків при виготовленні таких смаколиків використовуються в рецептурному складі інгредієнти, які мають хімічну природу, серед яких вагоме місце займають штучні барвники. Тому особливо важливою стає проблема заміни такого роду добавок натуральною складовою.

У цих умовах, дикоросла сировина може бути джерелом біологічно активних речовин (БАР), які так необхідні для повноцінного життя людини і володіють імуномоделюючими, радіопротекторними, антиокидантними властивостями, надають забарвлення сировині та продуктам її переробки. Основними показниками якості продуктів є нешкідливість, безпечність та органолептичні властивості, з яких в першу чергу оцінюють колір. Стабілізація кольору і відповідно, пігментів є найголовнішим показником стабільності БАР під час переробки сировини.

В якості об’єкта дослідження узята широко розповсюджена на Україні бузина чорна, що має темнозабарвлені плоди, які широко використовуються як у повсякденному житті, так і в лікувально-профілактичному харчуванні. При виборі об’єкта дослідження враховувалися не тільки органолептичні характе-

ристики даної сировини, але й існуюча сировинна база і можливість одержання з них дешевих харчових продуктів.

Бузина чорна – одна з небагатьох універсальних рослин, яку в лікувальних цілях можна використовувати повністю, починаючи з коріння і закінчуючи цвітом. Цілющими властивостями володіють коріння, кора, листя, квіти, ягоди даної рослини. Корисні якості рослини обумовлені унікальним хімічним складом. Усі частини рослини містять великий набір БАР: коріння – сапоніни, дубильні й гіркі речовини; кора – ефірну олію, холін, фітостерин, цукри, органічні кислоти, пектинові й дубильні речовини; квіти – ефірну олію (0,025–0,03 %), глікозиди самбунігрин і рутин, слиз, дубильні речовини, холін, цукри, органічні кислоти, фітостерин; листя – самбунігрин, алкалоїд коніїн і сангвінарин, ефірну олію, смоли, вітамін С (280 мг%), каротин 14–15 мг%); у плодах є цукри, органічні кислоти (винна, оцтова, валеріанова, лимонна), каротин, аскорбінова кислота (10–15 мг%), самбуцин, рутин, хризантемін, дубильні речовини, барвники, тирозин, сліди ефірних олій. Бузину споживають у свіжому вигляді, а також готують з неї компоти, варення, киселі тощо.

Проведені лабораторні експериментальні дослідження стосовно забарвлення різних продуктів бузиновими барвниками дають можливість спрогнозувати, що з позиції стабільності найбільш ефективне використання їх у виробах з високою кислотністю та значним вмістом вуглеводів, які не підлягають жорсткій термічній обробці.

Дослідження фізико-хімічних показників ягід бузини чорної показав, що в її складі виявлено 16,0 % сухих речовин, серед яких переважають цукри – 8,20 %, є пектинові речовини, які представлені розчинним пектином (0,43 %), протопектином (0,60 %). В ході досліджень визначено, що в ягодах переважає лимонна кислота. За визначеним показником біологічної активності (5 590,0 ум. од. активності) підтверджено високу біологічну цінність ягід бузини чорної. В ягодах бузини чорної виявлено значний вміст L-аскорбінової кислоти – 58,00 мг/100 г, але найбільш вагомим є високий вміст фенольних речовин (1 050 мг/100 г), серед яких переважають барвні речовини – 750 мг/100 г. Аналіз складових ягоди підтвердив, що найбільший вміст фенольних речовин знаходиться в шкірці ягід 4 550 мг/100 г проти 1 250 мг/100 г – у м’якоті ягоди.

Отримані результати підтверджують доцільність використання продуктів переробки бузини чорної (соку, пюре, екстрак-

тів тощо) в якості барвників в рецептурному складі харчових продуктів і природної біологічно активної добавки.

Продукти переробки бузини чорної доцільно використати в технології зефірних виробів і використання їх в якості складових зефірів є перспективним напрямком подальшого використанням продуктів переробки бузини чорної.

Таким чином, можна з впевненістю сказати, що бузина чорна є однією з перспективних рослин для використання в технологіях харчових продуктів з метою поліпшення їх органолептичних показників, підвищення біологічної цінності і позитивного впливу на самопочуття та оздоровлення організму людини.

ФІЗІОЛОГІЯ СТРЕСУ ТА ХАРЧУВАННЯ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ ЙОГО ПОДОЛАННЯ

Ю. В. Смаровоз, *студентка спеціальності 181 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

Війна в Україні триває третій рік і кожен день, який проживають українці, є стресовим. Через повномасштабну російсько-українську війну 88 % населення має високий або дуже високий рівень стресу [1]. Стресом називають реакцію організму, яка виникає як відповідь на фізичну чи розумову напруженість або ж загрозу для життя. Під час війни поєднуються усі ці фактори, що значно ускладнює ситуацію [2].

Коли людина потрапляє у стресову ситуацію і намагається адаптуватися до впливу стресу, то цей процес, згідно з Г. Сельє, проходить три фази:

1) фаза тривоги – організм мобілізується для зустрічі із загрозою. З погляду фізіології – це згущення крові, підвищення тиску, збільшення печінки тощо. Опір організму спочатку знижується («фаза шоку»), а потім включаються захисні механізми («фаза протишоку»);

2) фаза опору адаптації – за рахунок напруги систем, що функціонують, досягається пристосування організму до нових умов;

3) фаза виснаження – характеризується вразливістю до втоми, фізичні проблеми призводять до хвороб і навіть до загибелі

організму. Ті самі реакції, які дозволяють опиратися короткочасним стресорам, – підсилення енергії напруження м'язів, недопускання ознак болю, припинення травлення, підвищення тиску крові – за тривалої дії шкідливі.

На всіх стадіях адаптаційного синдрому провідна роль належить корі наднирників, які посилено синтезують глюкокортикоїди, які й виконують адаптаційну функцію. Під дією цих гормонів посилюються обмінні процеси, у крові з'являється більше глюкози, гасяться запальні процеси, організм стає менш чутливим до болю – у результаті підвищується ступінь адаптації до підвищених потреб навколишнього середовища. Подальший розвиток подій залежить від того, як швидко організму вдасться справитися зі стресом, який послідовно проходить стадії тривоги, адаптації та виснаження [3].

Стрес під час війни може проявлятись як психоемоційними розладами (підвищена дратівливість, зниження здатності відчувати задоволення, проблеми з концентрацією уваги та когнітивним мисленням), так і соматичними (проблеми з шлунково-кишковим трактом, шкірні висипи, безсоння, тахікардії). У хронічній стадії стресу описані симптоми можуть проявлятись не так яскраво, людина може намагатись «заїсти» стрес чи навпаки починає відмовлятись від їжі. Також на фоні стресу під час війни можуть розвинутись хвороби – діабет, серцево-судинні захворювання, рак, псоріаз, інфекційні захворювання та ін. Щоб нормалізувати свій стан і уникнути негативних наслідків, необхідно зосередити свою увагу на тих речах, які можливо контролювати: турбота про близьких, організація безпечного простору, збалансоване харчування, фізична активність, хобі, прослуховування улюбленої музики [2].

Збалансоване харчування теж може допомогти у подоланні стресу. При хронічному стресі організм має підвищену потребу в білку, який допомагає уповільнити викидання цукру в кров, тож рекомендовано нежирне м'ясо, курку, індичку, рибу, яйця, боби, сочевицю, нут. Складні вуглеводи у достатній кількості стабілізують рівень цукру в крові. Також щоденно необхідно споживати овочі й фрукти, які містять вітаміни, мінерали, антиоксиданти та інші БАР.

Для покращення самопочуття в стресових умовах рекомендовані продукти, в яких багато триптофану – незамінної аміно-

кислоти, що виконує дві основні функції: входить до складу білків і РНК, а також є попередником серотоніну («гормону щастя»), мелатоніну («гормону сну»), гормону росту та нікотинової кислоти. Референтна дієтична норма споживання триптофану становить 4 мг на кілограм маси тіла на день. Приблизний вміст триптофану в продуктах (у розрахунку на 100 г): гарбузове насіння – 576 мг, пармезан – 560 мг, моцарела – 515 мг, куряча грудка – 404 мг, яловичина – 375 мг, тунець – 313 мг, вівсянка – 40 мг, шоколад – 58 мг цієї амінокислоти [4].

Отже, до ефективних чинників подолання стресу належать: зосередження на тому, що можливо контролювати, критичне сприйняття інформації, дотримання режиму дня та сну, фізична активність, психологічна підтримка за потреби. Проте не слід забувати, що умовах стресу харчування також може бути ефективним компонентом протидії несприятливим життєвим умовам.

Список використаних інформаційних джерел

1. Стрес під час війни. URL: https://arpp.com.ua/articles/stress-during-the-war (дата звернення: 20. 03.2024).
2. Укрінформ, опитування. URL: https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3705235-visokij-riven-stresu-cerez-vijnu-maut-88-ukrainciv.html (дата звернення: 20. 03.2024).
3. Наугольник Л. Б. Психологія стресу: підручник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2015. 324 с.
4. Триптофан – що за амінокислота і де вона міститься. URL: https://fitomarket.com.ua/ua/fitoblog/triptofan-chto-za-aminokislota-i-gde-ona-soderzhitsja (дата звернення: 20. 03.2024).

РОЗРОБЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ДІЄТИЧНОЇ ПАСХАЛЬНОЇ ВИПІЧКИ

***Є. В. Тесленко; К. О. Жванко**, студентки 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

Харчування має вагомий вплив на здоров’я та розвиток дітей. Згідно даних останніх медичних досліджень близько 30 % дітей шкільного віку мають розбалансоване харчування та як результат надмірну вагу. Поряд з цим більше 11 % дитячого населення

мають аліментарно залежні хвороби: порушення засвоєння нутрієнтів, зокрема глютену, лактози, казеїну, білка курячого яйця та ін. Зважаючи на це, потрібно оновлювати і розширювати асортимент дієтичної продукції, яка була б привабливою для дітей з особливими дієтичними потребами [1].

Тож метою досліджень було розроблення рецептур та технології безглютенової паски – обрядового великоднього здобного хлібобулочного виробу. У якості предметів дослідження було використано лише рослинні інгредієнти: безглютенове борошно зеленої гречки, рису, пшона, цукор-пісок, напій («рослинне молоко») соєвий, олія соняшникова рафінована, кокосова та какао олія, мед натуральний, спеції. Особливістю розробленої технології є те, що в рецептуру не включали яйця курячі та молочні продукти (масло, молоко). Для покращення структурно-механічних характеристик безглютенового тіста додавали крохмаль тапіоки та псиліум.

У ході досліджень було виготовлено два модельні зразки (бездріжджовий виріб з розпушувачем та дріжджовий виріб), обґрунтовано технологічні режими замішування, бродіння тіста та випікання виробів. Встановлено, що дріжджова безглютенова паска мала кращі органолептичні показники (смак, колір і зовнішній вигляд скоринки, аромат), а також дещо кращу пористість (51 %) та меншу вологість м’якуша (45 %), рівномірно тоненьку скоринку без розривів і глибоких тріщин. Також варто зазначити, що нові безглютенові паски мали високу поживну цінність: вміст рослинних білків складав 9,7–10,4 %, а харчових волокон – 2,8–3,5 %. Це свідчить про те, що дана продукція може зацікавити споживачів, які дотримаються аглютенового харчування чи вегетаріанських принципів.

Список використаних інформаційних джерел

1. Венглінський О., Федорова Д. Технологія безглютенових мафінів для дітей з особливими дієтичними потребами: *Здорове харчування від дитинства до довголіття: комплексний підхід, стан та перспективи :* зб. матерю III Міжнар. наук.-практ. конф., 26–27 жовт. 2023 р. Київ : НУХТ, 2023. С. 56–59.
2. Іщик Т. В., Кременець Т. В., Сидорук Ю. В., Устименко І. М. Показники якості та безпеки борошняних кондитерських виробів – брауні спеціального призначення. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія : Технічні науки. 2020. Т. 31 (70), № 2. С. 122–128.

ВПРОВАДЖЕННЯ СТАНДАРТІВ НАССР У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

***Д. В. Фефелов**, здобувач спеціальності Харчові технології, група ХЧ-4-2;*
***А. С. Наконечна**, канд. техн. наук, доцент кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції;*
***Б. В. Михайлов**, старший викладач кафедри переробки сільськогосподарської продукції Інституту післядипломної освіти*
Національний університет харчових технологій;
***І. М. Дударєв**, д-р техн. наук, професор, в. о. завідувача кафедри харчових технологій та хімії – науковий керівник*
Луцький національний технічний університет;
***О. В. Кузьмін**, д-р техн. наук, професор, професор кафедри технології ресторанної і аюрведичної продукції – науковий керівник*
Національний університет харчових технологій

Вступ. Впровадження системи НАССР у ресторанному бізнесі відіграє ключову роль щодо безпечності ресторанної продукції [1–4]. Це вимагає системного підходу від ідентифікації, оцінки до контролю потенційних ризиків, що стає невід'ємною частиною діяльності закладів ресторанного господарства [2]. Стандарти НАССР дозволяють ресторанам дотримуватися високого рівня контролю за процесами виробництва та гарантують безпечність страв для споживачів [3]. Впровадження системи НАССР стає необхідним етапом для ресторанів, які прагнуть досягти високих стандартів безпечності ресторанної продукції.

Метою дослідження є впровадження стандартів НАССР у закладах ресторанного господарства для гарантування безпечності страв.

Виклад основного матеріалу. Впровадження стандартів НАССР включає аналіз кожного етапу виробництва, починаючи від прийняття сировини і закінчуючи подачею страв, шляхом ідентифікації критичних точок контролю та розроблення відповідних процедур і заходів безпечності ресторанної продукції.

Основною діяльністю ресторану є приготування та подача різноманітних страв, включаючи піцу, суші, закуски, перші та другі страви, десерти, а також роздрібну торгівлю алкогольними та безалкогольними напоями. Тому важливим кроком гарантування безпечності страв у ресторанному господарстві є перспективний план НАССР.

Розроблення системи НАССР передбачає створення групи фахівців, які мають досвід у ресторанному бізнесі, а також долучені консультанти з відповідними знаннями та навичками із впровадження системи у закладах ресторанного господарства – аудиторів НАССР.

Система менеджменту безпечності харчової продукції заснована на принципах НАССР та враховує значення небезпечних факторів на кожному етапі виробництва ресторанної продукції. Після аналізу визначено критичні контрольні точки (при закупівлі та прийманні сировини, зберіганні та оформленні страв), для яких встановлені критичні граничні параметри. Контроль над алергенами, їх контролем та інформуванням клієнтів про їх вміст у стравах є важливою частиною процесу.

Також передбачено систему моніторингу виробничого середовища та утилізації відходів, а також контроль санітарно-гігієнічних умов та дотримання особистої гігієни працівників. Процедури ведення та обліку документації, а також перевірки функціонування системи НАССР, є важливим елементом ефективного управління безпечністю ресторанною продукцією. Для ведення документації призначені відповідальні особи, які мають відповідні знання про технологію виробництва та якість продукції.

Висновок. Впровадження системи НАССР у закладах ресторанного господарства є важливим для забезпечення ефективного контролю безпечності ресторанної продукції. Це сприяє створенню безпечного харчового середовища для споживачів. Дотримання стандартів НАССР є ключовим інструментом для підтримки та захисту репутації закладів ресторанного господарства. Відповідність стандартам свідчить про високий рівень відповідальності та професіоналізму закладу, що сприяє збільшенню довіри клієнтів та підвищенню їх конкурентоспроможності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тимощук С., Кузьмін О., Хареба О. Застосування кольорової ідентифікації у ресторанному бізнесі за принципами НАССР. *Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті :* матер. 90 Ювілейної Міжнар. наук. конф. молодих учених, аспірантів і студентів, 11–12 квітня 2024 р. Київ : НУХТ, 2024. Ч. 3. С. 382.
2. Моніторинг безпечності чизкейків на основі принципів НАССР / Селезньова Д. В. та ін. *Наукові праці НУХТ*. 2023. 29(3). С. 93–109.
3. Система управління безпечністю харчових продуктів для громадського харчування / Гусєв Д. А. та ін. *Якість і безпека харчових*

продуктів : зб. тез VI Міжнар. наук.-практ. конф., 9–10 листопада 2023 р. м. Київ. Київ : НУХТ, 2023. С. 86–87.
4. Darmohrai A. O., Kuzmin O. V., Mykhailova O. V. Prerequisite programs as a means of increasing the safety of production processes. *Інноваційні технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі :* матер. XII Всеукр. наук.-практ. конф., 16–17 травня 2023 р. Київ : НУХТ, 2023. С. 123–124.

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ОЗДОБЛЮВАЛЬНИХ НАПІВФАБРИКАТІВ ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ РОСЛИННОЇ СИРОВИНИ

Т. О. Щербань, *студент спеціальність 181 Харчові технології, група ТРГ-11*
О. М. Горобець, *канд. техн. наук, доцент кафедри технологій харчових виробництв і ресторанного господарства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кондитерська галузь сьогодні активно розвивається, створюються нові заклади, а поруч з тим з'являються нові рецептури кондитерських виробів. Кондитери активно розробляють нові рецептури оздоблювальних напівфабрикатів тим самим розширюючи асортимент кондитерських виробів. Так поруч з класичним заварним кремом почали з'являтись його аналоги на фруктовій основі. Яскравим представником є лимонний курд [1].

Використання курду в технології борошняних кондитерських виробів дозволяє надати виробам приємну кислинку та відтінити смак основного продукту.

Стабільність лимонного курду досягається за рахунок використання кукурудзяного крохмалю в якості згущувача.

Актуальним є пошук рослинної сировини, яка дозволить виключити крохмаль з рецептури не змінюючи реологічних властивостей напівфабрикату.

Проаналізувавши дані попередніх досліджень встановили, що такою сировино може бути хеномелес. Хеномелес це місцева рослинна сировина, яка характеризується високим вмістом органічних кислот, фенольних та пектинових речовин, а також має високу вітамінну активність. Так кількість вітаміну С в хеномелесі в 10 разів перевищує вміст даного вітаміну в лимоні [2].

Для виготовлення курду було вирішено повністю замінити лимонний сік на сік хеномелеса або пюре хеноменелесу. Фізико-хімічні показники продуктів переробки хеномелесу наведено у табл. 1.

Таблиця 1 – Фізико-хімічні показники продуктів переробки хеномелесу

Назва зразку	Масова частка, %			Вміст, мг/100 г	
	загальних сухих речовин	титрованих кислот	пектинових речовин	L-аскорбінової кислоти	фенольних речовин
Сік хеномелесу	9,50	5,09	0,82	144,32	720,00
Пюре хеномелесу	11,20	4,70	1,10	98,56	392,00

Встановлено (табл. 1), що продукти переробки хеномелесу (сік, пюре) хеномелесу характеризується високим вмістом пектинових речовин та титрованих кислот, які відіграють важливу роль в процесі структуроутворення.

Фенольні сполуки та L-аскорбінова кислота продуктів переробки хеномелесу збагатять курд біологічно активними речовинами. При використанні соку або пюре хеномелесу можна отримати продукт з приємним гармонічним кисло-солодким смаком.

Було розроблені модельні зразки курду на основі повної заміни лимонного соку на сік хеномелесу в одному випадку та пюре з хеномелесу в іншому.

За показниками в’язкості встановлено, що при використанні пюре хеномелесу при виробництві курду можливо повністю виключити крохмаль з рецептури, а при використанні соку зменшити вміст крохмалю на 80 %.

За органолептичними показниками розроблені зразки курду не приступаються контрольному зразку. На відміну від контролю дослідні зразки мають приємний фруктовий аромат та приємний кисло-солодкий присмак.

Отже використання продуктів переробки хеномелесу дозволяє отримати новий вид заварного фруктового крему, який відрізнятиметься не лише високими органолептичними показниками, але й високою біологічною цінністю.

Список використаних інформаційних джерел

1. Мартиновський В. С., Сьоміна Ю. О. Сучасний стан і перспективи розвитку кондитерської галузі України. Економіка харчової промисловості, 2014, 2: 43-45.
2. Khomych G. The study of biologically active substances of chaenomelesand the products of its processing / G. Khomych, A. Horobetc, Y. Levchenko, A. Boroday, N. Ishchenko // Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. 2016. Vol. 4/11 (82). P. 29–36.

РОЗРОБЛЕННЯ РЕЦЕПТУРИ БЕЗЛАКТОЗНОГО ЗАВАРНОГО КРЕМУ

***Я. О. Юрко**, 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

Однією з найбільш актуальних проблем педіатрії є зростання поширеності синдрому мальабсорбції, зумовлений непереносимістю лактози у дітей різних вікових груп. У таких осіб часто виявляють нездатність ферментативних систем кишківника розщеплювати молочний цукор, що проявляється клінічними симптомами і може бути вродженим або набутим [1]. Харчування таких людей має базуватися на використанні безлактозної продукції, асортимент якої сьогодні розширюється в тому числі за рахунок заміни молочних інгредієнтів на рослинні аналоги – витяжки з насіння (мак, конопля, кунжут), крупів (вівсяна, рисова), бобових культур (соя, нут) чи горіхів (мигдаль, кешью, фундук, волоський горіх і кокоси). Останні можуть використовуватися і людьми, які мають непереносимість молочного білка чи дотримуються принципів вегетаріанства.

Оскільки високим попитом у дітей користується десертна продукція, актуальним сьогодні є розробка нових рецептур безлактозних солодких страв і кондитерських виробів. Адже вміст лактози у заварному кремі на основі молока коров'ячого сягає 5 %, у морозиві до 6 %, у мусах та суфле – 3,5–4 %, а у молочному шоколаді до 9 %.

Метою наукових досліджень було розроблення безлактозного (безмолочного) заварного крему, який можна використовувати для виготовлення тортів, тістечок чи фруктових десертів. До складу модельного зразка крему було включено напій вівсяний, жовток яєчний, цукор, крохмаль кукурудзяний, какао масло натуральне, ванілін.

У ході попередніх досліджень встановлено, що модельний зразок заварного крему має ніжну, однорідну, густу і стабільну консистенцію, відмінні смак і аромат, що перевершували контрольний зразок, кремовий колір. Даний кремовий напівфабрикат

слугує гармонійним наповненням для заварних тістечок, тортів, бісквітно-фруктових рулетів, млинців та тартів з ягодами. Подальші дослідження направлені на дослідження стабільності крему в термінах зберігання та визначення його харчової цінності і реологічних властивостей. На змодельовану рецептуру розроблено техніко-технологічну картку «Крем заварний безлактозний «Жасмин».

Список використаних інформаційних джерел

1. Марушко Ю., Єсипова С. Проблема лактазної недостатності: діагностика та підходи до лікування у дітей. *Сімейна Медицина. Європейські практики*. 2023. № 3 (105). С. 29–34. https://doi.org/10.30841/2786-720X.3.2023.289337.
2. Михайличенко А., Фурманова Ю. Муси на основі рослинного молока без цукру як альтернативна безлактозна продукція для закладів ресторанного господарства: *Проблеми формування здорового способу життя у молоді :* зб. матер. XII Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів з міжнар. участю, 3–5 жовт. 2019 р. Одеса : ОНАХТ, 2019. С. 151–153.

ГАСТРОНОМІЧНИЙ ЕКСКУРС В ІСТОРІЮ ВИНИКНЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ КУХНІ

В. Ю. Яковлєва, *студентка спеціальності 181 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

Кожному з етнографічних районів України властиві свої особливості кухні, зумовлені географічними особливостями, історичними причинами, старовинними та релігійними звичаями.

На Поліссі, що здавна славилося врожаями картоплі, однією з улюблених страв є деруни. Традиційно їх готували із сиром і тушкували в печі. Зараз популярні деруни з грибами, м’ясом, твердим сиром. У Чернігівській області радо пригощають печенею в горщиках, до складу якої входять картопля, квашена капуста і м’ясо, а на десерт пропонують пиріжки з калиною. На Сумщині також готують печеню в горщиках, але з картоплею закладається м’ясо, квасоля, гриби і сметана [1].

Південь України радує різноманітністю рибних страв. В Одесі готують бички, кільку та хамсу, форшмак. В'ялену рибу подають до пива, зі свіжої готують биточки та запечену «рибу-фіш». У Миколаївській області консервують «рибу по-домашньому», додаючи томат, варять юшку з томатним соком або томатною пастою і сметаною, додають подрібнений часник, сіль і перець. Південь України славиться також своїми овочами. Гостру страву «баклажани по-херсонськи» готують, обсмажуючи їх в олії із солодким та гірким перцем і яблучним оцтом.

Лагман – одна з найпопулярніших страв кримськотатарської кухні: локшина, яку подають зі шматочками яловичини, тушкованими в підливі з овочами. Навесні, коли розпускається молоде виноградне листя, з нього готують маленькі голубці з м'ясом – «долма» [2].

У центральних областях України можна спробувати традиційні страви, завдяки яким наша кухня є впізнаною у світі. В Україні варять до 30 видів борщу. Український борщ – надзвичайно складний за виготовленням, включав понад 50 компонентів, мав складну технологію приготування та виважене дозування інгредієнтів. Останні визначали не лише смакові якості, а й робили борщ достатньо сильним фітотерапевтичним засобом. Недаремно борщ в українській родині готували не частіше одного разу на тиждень [3].

Ще одна улюблена страва населення центральної України – вареники. На Кіровоградщині їх готують з різними начинками: картоплею, грибами, м'ясом, печінкою, капустою. У Полтавській області коронною стравою вважаються «полтавські галушки», які готують з м'ясною начинкою.

Наваристий капусняк та куліш готували ще в Запорізькій Січі. Вариться він зі свининою – традиційно козаки «в піку бусурманам» вживали сало та свинину.

У Дніпрі зі свіжої риби, готують чудову юшку по-дніпровськи із сома або коропа, додають до неї приправи, лек – часник, перетертий із сіллю і заправлений жирним рибним бульйоном; візитівкою Дніпровщини також є верещака по-дніпровськи – свиняча грудинка, обсмажена до рум'яної скоринки, а потім запечена в буряковому квасі [4].

В областях Східної України готують рульку по-донбаськи, крім цього, на Донбасі знають близько 50 рецептів окрошки, яку готують на квасі, сироватці, мінеральній воді зі сметаною.

Оригінальною стравою є м'ясний рулет по-луганськи – зі свинини і яловичини з омлетом і вареною морквою всередині.

На Харківщині слобожанський борщ варять із додаванням квасолі та м'ясних фрикадельок, частіше з яловичини. Популярні також гречаники – м'ясні тефтелі з гречкою, грибами.

У багатьох західних регіонах історично прижилися польські страви. На Вінниччині готують «бігос» – страву з тушкованої кислої капусти з м'ясом і грибами. Бануш на Прикарпатті готують на вогні з кукурудзяної крупи, приправленою сметаною або вершками та бринзою. Додавання апетитної смажки з копченого сала робить страву ще смачнішою. Традиційний карпатський бануш гуцули називають вічним двигуном, тому що ця ситна страва здатна надовго зарядити енергією.

Маленькі гуцульські голубці готують із крижівок – квашених качанів капусти. Для пом'якшення смаку роз'єднані капустяні листки проварюють та начиняють переважно кукурудзяною крупою грубого помелу з додаванням сала чи м'яса. Сформовані голубці складають у чавуна й готують у печі. Смак запечених голубців чудово доповнює цибуля з салом та домашня сметана.

Буковина, Закарпаття і Прикарпаття – край білих грибів, тут варять смачну грибну юшку зі сметаною, а також чинахи – буковинську страву на зразок печені. Картопля, квасоля, копчені реберця з цибулею, грибами викладаються шарами, заливаються водою, і тушкуються або запікаються в горщику в духовці.

У Чернівецькій області смачна домашня бринза з овечого молока і традиційна кукурудзяна каша «мамалига». Класично вона вариться на овечому молоці, для покращення смаку щедро додають масло. На Тернопільщині готують мачанку – лемківський густий суп із м'ясом, засмажкою з борошна, цибулі, меленого солодкого перцю. Різновидом мачанки є грибна, щедро приправлена сметаною. А якщо гриби подрібнити, то це гарний соус до вареників.

На Закарпатті готують бограч. Для цього використовують гуляш, причому м'ясо має бути різних видів, все вариться в казанку на вогні і приправляється коренями, карпатськими травами і мадярською паприкою. Маленькі завиванці по-ужгородськи готують із тонких шматків яловичини, на які розкладається суміш дрібно нарізаних варених яєць, солоного огірка, шпику і сирої тертої картоплі. Рулетик скріплюють ниткою, спочатку обсмажують, а потім тушкують.

На Волині можна спробувати мазурики по-волинськи – домашні ковбаски з індички з вершковим маслом і сиром. Також в цьому регіоні славляться вергуни. У Львові готують чудові рулети – струдлі, як солоні – із сиром, беконом, так і солодкі – із кисломолочним сиром, яблуками. На Галичині особливе місце серед страв займає яворівський пиріг. Рецепт цього пирога внесено до переліку елементів нематеріальної культурної спадщини України.

На Рівненщині видатною стравою є мацик – в'ялене м'ясо в кендюсі. Також популярні картопляники з начинками: грибною, м'ясною, цибулево-яєчною. На Хмельниччині готують чудові м'ясні рулети, ковбаски, пироги з горохом в часниковій заправці, а також ведерей – картопляну ковбасу – свинячі кишки начиняють тертою сирою картоплею, змазують зверху смальцем, запікають у печі.

Особливості української кухні обумовлені способом життя українців, переважна більшість яких заробляла на життя важкою працею. Щоб виконувати її, людям потрібна була ситна, калорійна їжа, тому для української кухні властиві страви, багаті на білки, жири і вуглеводи [1–4].

Таким чином, кожному з етнографічних регіонів України властиві свої відмінності кухні, зумовлені історичними особливостями та звичаями. Деякі страви української кухні, наприклад борщі, вареники, увійшли до меню міжнародної кухні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Традиційна кухня України. URL: https://firtka.if.ua/blog/view/tradicijna-kuhna-ukraini-cim-prigosaut-u-riznih-regionah101198 (дата звернення: 20. 04.2024).
2. Кухня України. URL: https://etnoxata.com.ua/statti/kuhnja_ukrainy/smachni-vizitivki-ukrajinskoji-kuhni-abo-chim-prigoschajut-v-riznih-kutochkah-krajini (дата звернення: 20. 04.2024).
3. Українські обрядові та святкові страви. URL: https://vseosvita.ua/blogs/ukrainski-obriadovi-ta-sviatkovi-stravy-rehionalni-vidminnosti-68430.html (дата звернення: 20. 04.2024).
4. Страви з кожного українського регіону. URL: https://shuba.life/articles/5663-menyu-nezlamnih-stravi-z-kozhnogo-ukrayinskogo-regionu (дата звернення: 20. 04.2024).

ГЛАМУР В УКРАЇНСЬКОМУ МАРКЕТИНГОВІ

***Ю. О. Вятчина**, студентка спеціальності Маркетинг, група М-11;*
***К. О. Кучка**, студентка спеціальності Маркетинг, група М-11*
***І. В. Усанов**, канд. філос. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Вплив гламуру на маркетингове середовище в Україні. У наш час іміджевих технологій та суспільства видовища виникає система виробництва вражень, створюється стратегія гламуру для формування споживчого інтересу. Гламур впливає на маркетингове середовище в Україні, визначаючи технології просування товарів та послуг. Гламур – це стиль життя, художня форма, що асоціюється з розкішністю, елегантністю та привабливістю. Це концепція, яка відображає вишуканість та розкіш, які можуть бути виражені через моду, мистецтво, культуру споживання та загальний спосіб життя. Гламур втілює естетичні ідеали, високий статус і відчуття привабливості, часто асоціюється зі світом розваг, моди, краси та розкоші.

Елементи розкішного стилю та естетики мають значний вплив на український маркетинг, оскільки споживачі часто асоціюють їх з вищим класом, статусом та елегантністю. Українські компанії активно включають ці елементи у свої рекламні кампанії, бренд-стратегії та дизайн продукції, створюючи образи, що привертають увагу споживачів та стимулюють позитивні емоції.

Від упаковки продукції до інтер'єру магазину – елементи розкішного стилю додають вишуканості та престижу загальній презентації бренду. Якісні матеріали, стильний дизайн та ексклюзивні деталі допомагають компаніям створити імідж, який відображає високу якість їхніх товарів та послуг.

Стратегії гламуру використовуються компаніями для привернення уваги споживачів і створення елегантного та престижного іміджу бренду. Одним з найпоширеніших прийомів є використання відомих особистостей, моделей та інфлюенсерів у рекламних кампаніях. Використання зірок шоу бізнесу та відомих інфлюенсерів може значно підвищити інтерес споживачів та створити асоціацію «продукт-статус». Стратегія привабливості включає організацію спеціальних заходів, вечірок і презентацій, які дають споживачам змогу відчути себе частиною престижного світу бренду. Такі заходи допомагають викликати інтерес до продукту і створюють позитивні асоціації з брендом [1].

Загалом, гламурні стратегії дозволяють компаніям створити позитивний імідж бренду, що асоціюється з престижем, статусом та елегантністю, а також привернути увагу споживачів. Це допомагає підвищити конкурентоспроможність продукту та забезпечити його успіх на ринку.

Гламурний маркетинг – це техніка підвищення привабливості товарів і послуг шляхом створення престижного, елегантного та розкішного іміджу бренду. Один з ключових прийомів – зосередження на естетиці та вишуканості продукту або послуги. Це включає використання елегантного дизайну упаковки, стильного оформлення магазинів і ресторанів, а також створення розкішних рекламних кампаній. Крім того, гламурний маркетинг передбачає роботу зі знаменитостями, моделями та інфлюенсерами для підвищення престижу бренду. Залучення зірок шоу-бізнесу та інфлюенсерів може сприяти позитивному сприйняттю продукту серед аудиторії та створити зв’язок зі знаменитістю [2].

Гламурний маркетинг також передбачає організацію спеціальних подій та заходів, які дозволяють споживачам відчути себе частиною елітного світу. Це може бути вечірка в розкішному закладі, запуск нової колекції модного бренду або дегустація на високому рівні [2]. Загалом, гламурний маркетинг має на меті створити позитивне враження про продукт чи послугу та підвищити їхню привабливість для споживачів. Створюючи елегантний і розкішний імідж бренду, акцентуючи увагу на статусі та престижі, компанії можуть привернути увагу цільової аудиторії та забезпечити собі успіх на ринку.

Гламур впливає на формування культури споживання в українському суспільстві, впроваджуючи ідеали розкішного та елітарного способу життя. Поняття гламуру стає не лише

стилем, але й критерієм успішності та престижу. Через засоби масової інформації, рекламу та впливових осіб гламур просуває ідею, що споживання дорогих і розкішних товарів та послуг є показником соціального статусу та успіху.

В українському суспільстві гламур поступово асоціюється з вищим рівнем життя, який стає метою для багатьох. Приймаючи гламурний стиль життя, споживачі прагнуть піднятися соціальними сходами і стати визнаними оточуючими. Це проявляється в розкішних автомобілях, модному одязі та аксесуарах, відвідуванні елітних закладів і подорожах до екзотичних країн [1]. Крім того, гламур впливає на уявлення про ідеал людини, який зображується у ЗМІ та рекламі. Стрімке поширення гламурних ідеалів створює відчуття невідповідності власної зовнішності та умов життя, що, в свою чергу, спонукає споживачів до активного споживання, намагаючись досягти гламурних стандартів.

Таким чином, гламур впливає на формування української культури споживання, пропагуючи розкішний спосіб життя та пов'язуючи успіх і престиж зі споживанням дорогих та елітних товарів і послуг.

Список використаних інформаційних джерел

1. Семко Я. С. Гламур как социально-философская детерминанта феномена рекламы. *Актуальні проблеми філософії та соціології: Науково-практичний журнал.* Національний університет «Одеська юридична академія». Одеса, 2016. Вип. 12. С. 109–111. URL: https://dspace.onua.edu.ua/items/25b5d953-a4b6-4bf3-9770-bdcc51925530 (дата звернення: 16.04.2024).
2. Claudia Hamilton. The Glamour of Marketing. URL: https://www.linkedin.com/pulse/glamour-marketing-claudia-hamilton (дата звернення: 16.04.2024).

МАРКЕТИНГ ТА РОЗБУДОВА ОБРАЗУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

М. О. Данилейко, *студент спеціальності Маркетинг «Інтернет-маркетинг», група МІМ б-11*
І. В. Усанов, *канд. філос. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Питання національної ідентичної піднімалося дуже часто, але через початок повномасштабної війни воно стає особливо важливим. Через інформаційну війну та розповсюдження дезінфор-

маційних матеріалів щодо питання національної ідентичності українців та взагалі питання культури та історії України потрібно більш детально розумітись на тому, що таке національна ідентичність. Для цього за допомогою маркетингових стратегій, потрібно не тільки популяризувати свій продукт, а ще й нагадувати нам про нашу окрему національну ідентичність.

Насамперед, потрібно сформувати та зрозуміти основне поняття теми, а саме, що таке національна ідентичність. Загальновизнаним поясненням національної ідентичності є визначення класика Е. Сміта. Е. Сміт окреслює національну ідентичність як «підтримування й постійне відтворення певного набору цінностей, символів, споминів, міфів і традицій, що витворюють специфічну спадщину націй, та самоідентифікування індивіда з цією неповторною спадщиною й відповідними цінностями, символами, споминами, міфами і традиціями» [1, с. 24]. Тому ми можемо сформувати більш короткий, але того ж змісту поняття. Національна ідентичність – це приналежність та відданості людини до окремої нації. Отже, національна ідентичність відіграє роль орієнтира та створює смислові конструкції для реалізації останнього [1, с. 25]. Український вчений М. Козловець зауважує, що ідентичність це як прояв тотожності та відмінності, раціональності й ірраціональності, профаного і сакрального, емоційного й семантико-міфологічного характеризується динамічністю та процесуальністю, укорінюється у свідомості людей, моделях поведінки та соціальному позиціюванні особистості [1, с. 25].

Розбудова власної національної ідентичності постає питанням національної безпеки для багатьох націй. Незалежність ще не гарантує безпеку від зовнішніх впливів, а належна увага до власної нації, зумовлює розвиток та життєдіяльність власного населення [2, с. 38]. Національна ідентичність не тільки відроджує ціле суспільство або збільшує його, але й створює індивідуальну свободу. У формуванні національної ідентичності потрібне повне використання історії як формотворчого інструменту ідентичності. Також, як інструментом потрібно використовувати національну пам’ять, так як вона зумовлює утворення національного міфу, який стає фундаментом для підтримки нації. Перехід від розуміння історії, як опису окремих персон до возвеличення цілого суспільства, що утворює національний егоїзм, у свою чергу веде за собою негативні наслідки. До одних

з таких є націоналізм, зі своєю різновидністю між агресією та захистом. Також можуть створюватися імперії або культи нації, що ведуть за мету знищення інших національностей та їх представників, а також створення однієї нації, способом репресій та контролю культурного та інформаційного простору.

На сьогодні створення продукту має дуже великий та довгий процес формування його обгортки для виходу на внутрішній та зовнішній ринок. Зараз нам потрібно не лише розповсюджувати наш український продукт на внутрішньому та зовнішньому ринках, але й робити так, щоб той продукт, який надходить на внутрішній ринок, мав сигналізувати та нагадувати споживачу про образ національної ідентичності та відношення до нього. Для цього можна використовувати історичних діячів та події, що мають великий внесок в історії України, але в ніякому разі не можна використовувати національну символіку в будь-яких її форматах. У частині першій статті 8 Закону України про рекламу вказано «у рекламі забороняється використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну України, зображення державних символів іноземних держав та міжнародних організацій, міжнародних об'єднань, якщо такі використання або імітація пропагують неповагу до них або вводять споживачів в оману» [3]. Також потрібно дотримуватися політики реклами з морально-етичних норм задля передбачення негативного відгуку споживача, а також запобігання утворення того національного егоїзму, який в подальшому може призвести до розповсюдження ідеї нездорового націоналізму, що в подальшому приведе до пресингу інших національних меншин.

Отже, підсумовуючи все сказане можна винести основні тезиси:

– питання обізнаності населення в темі їхньої національної ідентичності буде завжди;

– сама національна ідентичність – це приналежність та відданість людини до окремої нації;

– головна мета розповсюдження приналежності до нації та власної національної ідентичності це не створити один великий національний егоїзм який призведе до негативних наслідків, а нагадати населенню та простих речах, що ми одна нація;

– в процесі популяризації потрібно зауважити момент на чому буде центруватися увага споживача, також обов'язково

потрібно дотримуватися законодавства, а саме Закону України про рекламу;

– також потрібно концентруватися на морально-етичних нормах суспільства.

Підсумовуючи хочеться зауважити, що матеріали викладені в цій тезі часткова можна використовувати як для популяризації цієї теми, так і для створення маркетингових стратегій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Руденко Ю. Консолідаційна модель національної ідентичності: від теорії суверенітету до теорії політичної модернізації. Київ, 2020. 364 с.
2. Кручинін М. О., Бойченко М. І. Розбудова національної ідентичності в умовах постколоніального суспільства. Київ, 2021. 62 с.
3. Закон України про рекламу // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 39, ст. 181. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text (дата звернення: 04.04.2024).

ОБРАЗИ ЮРИСТІВ ТА ПРАВНИЧА ПРОБЛЕМАТИКА У ТВОРЧОСТІ ІВАНА ФРАНКА

***М. М. Загривий**, студент спеціальності Право, група ПР б-11*
***В. В. Сарапин**, канд. філол. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Видатний український письменник, громадський діяч, філософ Іван Франко зробив вагомий внесок у розвиток правознавства.

Слід зазначити, що він не був фахівцем у галузі юриспруденції, але своє зацікавлення правом виявив, ще навчаючись на філософському факультеті Львівського університету. Цей інтерес підкріплювався практикою громадсько-політичної та правозахисної діяльності, якою займався І. Франко в студентські роки, а згодом він як письменник активно звертався до актуальних правових питань свого часу.

Серед таких – повість «Перехрестні стежки». Її головний герой Євген Рафалович – молодий юрист, який повертається на батьківщину після закінчення юридичного факультету у Відні. Він бореться за права пригноблених галицьких селян і має намір захищати їх у суді. Юнак намагається розв’язати актуальні юридичні проблеми, серед яких – корупція, несправедливе судочинство і байдужість влади до потреб простолюду тощо.

Однією з центральних правових проблем повісті є конфлікт між селянами і землевласниками. Рафалович береться за судовий процес над селянином, якого неправдиво звинувачують у завданні шкоди майну землевласника. Цей процес стає символом боротьби між пригнобленими і гнобителями.

Ще одна проблема повісті – відсутність доступу до правосуддя для бідних. Рафалович стикається з низкою випадків, коли селяни не можуть захистити свої права, бо не можуть найняти собі адвоката. Він вирішує запропонувати таким людям безоплатну юридичну допомогу, що призводить до конфронтації з місцевою владою.

Ідеться в повісті «Перехресні стежки» і про неефективність судової системи. Відомо, що на зламі століть суди Австро-Угорщини, до якої входила Галичині, були корумпованими і неефективними. Багато справ вирішували на основі соціального і майнового статусу, які брали в них участь, а не по суті. Прихильник справедливості та правосуддя Рафалович, розчарований реаліями судової системи, намагається її вдосконалити.

У повісті також розглядається проблема зловживання владою. На професійному шляху Рафаловича постають перешкоди, як-то вороже ставлення місцевих чиновників та упередженість суддів. Молодого правника навіть звинувачують у злочинах, яких він не скоював, і йому доводиться відстоювати свою невинуватість.

Крім юридичних проблем, у повісті порушуються соціальні та моральні питання, зокрема експлуатація селянства, байдужість влади, брак освіти і культурного розвитку в тогочасному суспільстві.

Через свого героя Євгена Рафаловича І. Франко підкреслює важливість захисту прав і свобод людини. Письменник наголошує на потребі професійної відповідальності юриста за дотримання законів. Як людина нового часу, народницький ідеал самого І. Франка, молодий правник наділений особливими рисами інтелігента – борця за визволення народу, яке починається з просвітництва, виховання національної й людської гідності, розвитку правосвідомості і – в результаті – громадянського суспільства. Саме тому Рафалович сам ґрунтовно опановує фахові знання, блискуче захищає диплом і їде в провінційне галицьке містечко, щоб стати для земляків не тільки захисником, а й прикладом. Він впроваджує діловодство українською

мовою, безоплатно консультує галицьких селян і бідних міщан і складає їм документи до різних інстанцій, пише роз'яснювальні статті до місцевих видань з правових питань, намагається утвердити в краян віру в силу об'єднаної громади.

Натомість у романі «Лель і Полель» Франкові персонажі – представники галицьких «вершків» суспільства, серед яких є панотець-депутат («представник народу»), молодий помічник адвоката, судовий радник, зовсім не схожі на Рафаловича. Так, священник засуджує появу конституції, яка видається йому причиною етнічного розбрату в Польщі і загрозою державності і заведеним суспільним порядкам: «Нащо вона нам? Чи ж ми не жили без неї спокійно, хвалячи бога і слухаючи владу?.. Нехай правлять ті, кого бог поставив біля керма, а ми слухаймо їх і виконуймо свої власні обов'язки» [1, с. 345]. Він, заявляючи про своє «русинство», пишається тим, що вийшов із зали, коли голосували за рішення про відкриття українського освітнього закладу: «Нащо селянам гімназії? А добрих священників можуть випускати і німецькі та польські заклади. І кому та де на світі може знадобитися українська мова?» [1, с. 344–345]. Іронічно змальовані в епізоді банкету судовий радник, «цісарсько-королівський службовець» – апатичний, полохливий, залежний від влади, недорікуватий чоловік, який не викликає поваги навіть у найближчого оточення: «Єдина громадська й приватна справа, яка мене повинна цікавити в моєму житті, є справа канцелярська, і, крім неї, я абсолютно ні про що не бажаю знати» [1, с. 350]. Вершиною кар'єри молодого помічника адвоката є не фаховість і здобуття авторитет серед краян, а підлабузницьке служіння панові судді з метою вигідного одруження з його дочкою, котра «далебі, гарна! І з посагом, звісно!» [1, с. 341]. Тож І. Франко порушує в романі проблему морального занепаду національної еліти, покликаної захищати права і свободи свого народу, утверджувати громадянські цінності, бути прикладом фахової діяльності.

Однією з найбільш помітних юридичних проблем у творчості І. Франка є відсутність соціальної справедливості. У повісті «Борислав сміється» автор описує експлуатацію українських нафтовиків, які потерпають через важкі умови праці, низьку зарплатню та відсутність правового захисту.

Отже, твори І. Франка – цінне джерело інформації про юридичні проблеми українського народу кінця XIX – початку

XX ст., що відображає соціально-політичну ситуацію того часу і проливає світло на відсутність соціальної справедливості, політичної свободи та правової рівності.

Список використаних інформаційних джерел

1. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. Том 17. Повісті та оповідання (1887–1888). Київ : Наукова думка, 1979. 501 с.
2. Франко І. Зібрання творів у п'ятдесяти томах. Том 17. Повісті та оповідання (1896–1900). Київ : Наукова думка, 1979. 482 с.

FOSTERING OF NATIONAL IDENTITY AND CITIZENSHIP DURING ENGLISH CLASSES

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

Education of youth is a complex systematic and purposeful activity of state authorities, educational institutions, non-governmental organizations, the family and other social institutions in order to form in the young generation a high sense of patriotism, a sense of loyalty, love for the homeland, concern for the well-being of one's people, readiness to fulfill the civil and constitutional duty to protect the national interests, integrity, and independence of Ukraine, and to promote its establishment as a legal, democratic, and social state.

The goal of patriotic education is specified through a system of the following educational tasks: 1) confirmation of patriotic values, beliefs and respect for the cultural and historical past of Ukraine in the consciousness and feelings of the individual; 2) fostering respect for the Constitution of Ukraine, Laws of Ukraine, state symbols; 3) increasing the prestige of military service, and hence cultivating an attitude towards the soldier as a defender of the homeland, a hero; 4) awareness of the relationship between individual freedom, human rights and patriotic responsibility; 5) promoting the acquisition of patriotic experience by children and youth on the basis of readiness to participate in state-building processes, the ability to determine the forms and methods of their participation in the life of civil society, to communicate with social institutions, authorities, the ability to comply with laws and protect human rights, the readiness to take responsibility, the ability to resolve conflicts in accordance with

democratic principles; 6) formation of a tolerant attitude towards other peoples, cultures and traditions; 7) affirmation of humanistic morality as the basic foundation of civil society; 8) cultivation of the best features of the Ukrainian mentality; 9) industriousness, freedom, justice, kindness, honesty, a careful attitude towards nature; 10) formation of speech culture; 11) encouraging a growing personality to actively oppose immorality, separatism, fascism.

Among the many educational courses, English language occupies a special place. Its uniqueness lies in the fact that in the course of learning a foreign language, students do not acquire knowledge of the basics of science, but the ability and skills to use a foreign language as a means of communication, a means of obtaining new useful information. Learning English enables students to think creatively. At the same time, at the current stage, the English language is really in demand by the state, society, and the individual. This is due to many factors, including the expansion of international relations, the creation of conditions for the entry of Ukrainian education into the European space.

Learning a foreign language, like any modern subject, is a system of imparting knowledge to students and managing their activities aimed at developing certain skills and abilities. When learning a foreign language, there is an appropriate change in the physical and mental activity of students based on their own experience in the native language.

Learning a foreign language is impossible without learning the native culture and language. Awareness of universal human values is an integral part of the development of a sense of national identity. Studying a native language of other countries, students compare the received information with the life of their native country. Thanks to such a comparison, they learn to see the successes of their country and its problems, to respect and appreciate the traditions and customs of their people. The sense of national dignity is strengthened when students can freely tell foreign guests about their home, family, country, their region, its history, about interesting geographical routes, about scientific achievements, about works of art, about traditions and customs.

Special attention should be paid to the coordination of the local history material. It is advisable to focus on patriotic topics that contribute to the education of honor, dignity and other important spiritual qualities of defenders and builders of national statehood.

The dialogue of cultures is understood not only as an acquaintance with the culture of all English-speaking countries, but also as an understanding of the peculiarities of the life, lifestyle and mentality of Ukrainians, the spiritual heritage of Ukraine, its contribution to world culture.

Thus, the use of various techniques and means of patriotic education in learning a foreign language certainly increases the effectiveness of the learning process. Students learn grammatical and lexical material better, the degree of interest in the material being studied increases, because everything that students hear about in class are already well-known, familiar and understandable facts.

To conclude, the essence of such a system is that it provides ample opportunities for solving the tasks of modern education: socialization of students and the development of socially significant individual and personal qualities in them, identification of the personal content of English-language education and educational needs.

ІСТОРІЯ МІСТА ПОКРОВСЬКА В ПОДІЯХ І ПОСТАТЯХ

М. Д. Ковальов, *студент спеціальності Право, група ПР б-11*
В. В. Сарапин, *канд. філол. наук, доцент*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кожний регіон нашої держави – від Чернігова до Криму, від Закарпаття до Луганська – має свої культурні надбання, традиції, говірки. На сході України розташований Донбас, який у публіцистиці часто називають її «вугільною артерією», «металургійним серцем». На жаль, у 2014 р. цей край став ареною для недолугих політичних ігор російської федерації. Відтоді словник українців доповнився низкою нових понять, пов’язаних з Донбасом: «кіборги», «Іловайський котел», «квазіреспубліка». З лютого 2022 р., від початку повномасштабного вторгнення, слова «Маріуполь», «Азовсталь», «Бахмут», «Авдіївка» стали символами нашого опору московській навалі. Сьогодні низка населених пунктів Донбасу перебуває під окупацією чи щоденними ворожими обстрілами. Але як би не намагалася російська пропаганда зробити його своїм, історію не перепишеш. Для мене – корінного жителя цього регіону – Донбас був, є і буде Україною!

Історія мого рідного Покровська бере початок наприкінці XIX ст., коли у 1874 р. на першому з’їзді інженерів-гірників

було ухвалено рішення про прокладення залізничної колії через Катеринослав до Кривого Рогу. У 1875 р. у Гришинської сільської громади купили землю для будівництва станції, яку, відповідно, назвали Гришине. Першими мешканцями майбутнього Покровська стали працівники, які зводили станцію. У 1881 р. тут відкрили паровозне депо, а в 1882 р. за бельгійським проєктом спорудили двоповерхову будівлю вокзалу. У 1896 р. на гроші Катерининської залізниці було побудовано Свято-Миколаївську церкву, у приміщенні якої розташовувалася школа – спочатку однокласна, а потім двокласна. У 1902 р. відкрили ремісничу залізничні школу (училище) для підготовки слюсарів, токарів та іншого молодшого технічного персоналу для майстерень депо.

У Гришинській залізничні школі впродовж 1904–1908 рр. працював учителем музики і співів видатний композитор Микола Леонтович, який зробив значний внесок у розвиток вітчизняного музичного мистецтва. Спадщина майстра – це десятки обробок народних пісень для хору, серед яких – «Дударик», «Козака несуть», «Ой сивая зозуленька», «Ой зійшла зоря», «Ой з-за гори кам'яної», «Женчичок-бренчичок», «Піють півні», «Праля», «Коза», фантастична опера «На русалчин Великдень», революційні пісні та духовні піснеспіви. Та його Magnum opus став «Щедрик» – нині найвідоміша у світі колядка («Carol of the Bells»).

Микола Леонтович опинився в Гришиному восени 1904 р. А до того влітку, успішно склавши в столиці тодішньої рі іспити за обсягом навчальної програми Петербурзької придворної хорової капели, він отримав посвідчення про звання регента хору і повертався поїздом додому (у Підлісці чи Летичів [2, с. 19]). У дорозі Микола Дмитрович дізнався в розмові із залізничником про вакансію вчителя музики в Гришинській залізничній школі і вирішив пошукати щастя на Донбасі. Переїхавши до Гришиного разом з родиною, він швидко знайшов спільну мову з колегами, учнями, залізничною адміністрацією. Новий учитель не тільки займався педагогічною роботою, але й організував аматорський хор зі школярів та робітників-залізничників. Ретельно дібрані й підготовлені співаки виконували твори М. Лисенка, А. Коципінського, Леонтовичеві обробки українських, єврейських, вірменських, польських, російських народних пісень, «з концертами виступали … не тільки на станції Гришино, але й на інших

станціях: Авдієвка, Кринична, Чаплине, Межова тощо, – згадувала одна з хористок. – Микола Дмитрович любив свій хор, піклувався про кожного співака. Ми також любили його і ніколи не підводили свого Батька» [Цит. за: 2, с. 19–20].

Революційні події 1905 р. трагічно позначилися на долі Леонтовича та його сім'ї. Спочатку в одній із сутичок жандармами загинули близькі друзі – подружжя вчителів Л. Доброва та П. Дейнега, які очолювали бойову дружину повсталих гришинських шахтарів і робітників. Через зв'язок із ними на квартирі в Леонтовичів було зроблено обшук, а потім сталася пожежа. Невдовзі помер новонароджений син Миколи Дмитровича та Клавдії Ферапонтівни Володя. Разом з особистим горем Леонтович переживав і погіршення свого соціального становища. Після придушення грудневого повстання нове керівництво залізничної школи підозрювало вчителя музики в симпатіях революційній інтелігенції, український репертуар учнівського хору заборонила. Адміністрація станції Гришино вже не захоплювалася майстерністю хору залізничників і позбавила можливості працювати з ним. Внаслідок обмеження професійної і громадської діяльності Микола Леонтович мусив шукати нового місця роботи поза межами Донбасу і навесні 1908 р. повернувся на Поділля.

«Щедрик», який співає весь світ, уже давно став для кожного українця символом різдвяного надвечір'я, а для моїх земляків покровські рядки з біографії його автора стали своєрідною культурною візитівкою. Нині в Покровську є вулиця Миколи Леонтовича, на будівлі, де він вчителював, та на залізничному вокзалі встановлені меморіальні дошки, на честь композитора названа дитяча музична школа.

«Курів степ копальнями, сходились і з'їздились юрби безробітіньої людності, а пунктом їхнього розподілу була станція Генераш. І коли маси робочої людності розпорошились по копальнях, коли увірвалися в підземні товщі степу, тоді тут і там погнало могили сіро-червоної породи та чорно-синього вугілля. Станція стала місцем розподілу і робочої сили, і вугілля, і хліба. Майдан навколо станції обсіли крамниці й будинки ремісників та містечкового купецтва. Закуріли димарі величезних парових млинів, а забране з околішніх сіл та економій зерно перемелювалось на борошно й шло на копальні та дальше – заводи Донбасу» [1], – так описує Гришино зламу XIX–XX ст. Сава

Божко в романі «В степах». Власне, художній опис динаміки зростання пристанційного селища можна продовжити і в історичній ретроспекції. Воно змінювало свої назви – Постишеве (1934–1938 рр.), Красноармійське (1938–1962 рр.), Красноармійськ (1962–2016 рр.) і нарешті стало містом Покровськом (з 2016 р.). По ньому пройшли бойові загони й армії періоду визвольних змагань 1917–1922 рр. та німецько-радянської війни. Місто розвинулося до значного промислового центру з низкою шахт («Краснолиманська», ПАТ Шахтоуправління «Покровське»), машинобудівних заводів, розвиненою індустрією будівельних матеріалів й обслуговування залізниці, а також 11 палацами культури, 6 лікарнями та 8 поліклініками, 10 школами, педагогічним коледжем, історичним музеєм. Покровськ був лідером за низкою показників економічного зростання серед інших міст Донецької області.

Кожне місто України – це маленький складник держави, але ціле життя для його мешканців. Воно має дату свого народження й біографію – яскраву та багату на події чи скромну й непримітну, але однаково важливу для самоідентифікації людей, пов'язаних з його історією, простором і духом.

Зараз Покровськ перебуває в зоні активних бойових дій, регулярно опиняється під обстрілами. Щоразу, дивлячись новини про чергове руйнування, згадую рідні місця, які втратив через варварство росіян, і розумію: через багато років я розповідатиму дітям та онукам історію свого міста і пишатимусь, що народився і виріс в українському Донбасі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Божко Сава Захарович. *Укрліб. Бібілотека української літератури.* URL: https://web.archive.org/web/20231207111528/https://www.ukrlib.com.ua/bio/printit.php?tid=1523.
2. Завальнюк А. Ф. Микола Леонтович. Листи, документи, духовні твори. До 130-ї річниці від дня народження. Видання друге, доопрацьоване і доповнене. Вінниця: НОВА Книга, 2007. 272 с. URL: https://books.google.com.ua/books?id=gfoVCgAAQBAJ&pg=PA21&lpg=PA21&dq.
3. Шинкаренко І. Український автор «Carol of the Bells». *Шкільний світ.* 2009. № 6. С. 19–20.

ЕКОНОМІЧНА ТА НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0: ФАКТОРИ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ В НАВЧАЛЬНОМУ ТА НАУКОВОМУ ПРОЦЕСАХ

***А. В. Максюта**, бакалавр ОП Економічна кібернетика, спеціальності 051 Економіка, група Е ЕК б 31;*
***А. Ю. Панько**, бакалавр ОП Бізнес-економіка, спеціальності 051 Економіка, група Е БІЕК б 41*
***М. Є. Рогоза**, д-р екон. наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України, завідувач кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Дослідження наукових публікацій науковців у сфері національної та економічної безпеки економіки та аналіз таких результатів досліджень надає підстави для дослідження форм та факторів патріотичного виховання. Особливістю організації таких процесів для національної та економічної безпеки держави в умовах розвитку різностороннього впливу Індустрії 4.0 на розвиток ефективності їх діяльності складних соціально-економічних систем потребує розуміння ролі сучасно організованого патріотичного виховання у організації навчального процесу. В процесі вивчення освітньої складової такої як економічна безпека підприємства із високим рівнем актуальності є впровадження патріотичного виховання, що особливо важливо в умовах війни рф-ї проти України та різносторонністю впливу технологій Індустрії 4.0.

Науковцями стверджується, що найбільш ефективним у економічній безпеці держави, як суб'єкта міжнародних відносин, є використання комплексного підходу в сфері державного регулювання соціально-економічними та суспільно-політичними процесами. При цьому на особливу увагу заслуговують розуміння економіко-географічних та геополітичних умов, в яких знаходиться держава та її суб'єкти економіки [1, с. 144]. Роль факторів впливу патріотичного виховання у навчальному процесі для забезпечення економічної та національної безпеки потребує аналітичного та організаційного дослідження, оскільки Україна в сучасних умовах має значний на собі тиск від: наслідків глобалізаційних процесів; наслідків науково-технічних революцій та їх технологій; війни із відсталою в цивілізаційному розвитку та агресивною сусідньою рф-ією. Тому фактори зовнішнього впливу на національну та економічну безпеку мож-

на розділити за джерелами їх походження, оскільки наша держава стоїть на кордоні між демократичним Заходом та консервативним Сходом [1]. В таких умовах визначення ролі та ідентифікації необхідних факторів у патріотичному вихованні майбутнього фахівця є головною наскрізною ідеєю у формуванні підходів для таких процесів. Побудова підходів для навчального процесу може бути розроблена на підставі визначення напрямів та критеріїв державної політики для цього. Науковцями стверджується, що подібні тенденції мають будуватись на виваженій, ґрунтовній, системно-організованій та стратегічно ув'язаній державній політиці розвитку. Головною умовою при цьому повинна бути реалізація такої політики і на рівні програм розвитку окремих соціально-економічних напрямів та сфер суспільного життя [1].

Розвиток університетської науки має певні значні результати та досвід у створенні та реалізації процесів патріотичного виховання у навчальному та науковому процесі. Прикладом цьому може служити досвід кафедри економічної кібернетики бізнес економіки та інформаційних систем, оскільки поєднується науковий та навчальний процес на системно організованій системі. В рамках організації такого підходу на основі використання знань про динаміку в організації за освітніми програмами та науковими процесами, що є особливо актуальною для України в сучасних умовах, протягом тринадцяти років організовується міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Економіка сьогодні проблеми моделювання та управління». Перевагами підходів в організації патріотичного виховання є мотивація студентів у формуванні власних знань за рахунок освоєння навчального матеріалу по освітнім програмам та їх компонентам для отримання компетенцій майбутнього фахівця на наукових пошуках по актуальних проблемах розвитку економіки України, що розглядаються у динаміці формування секцій такої конференції для кожного року її організації та проведення [2]. Студенти, являючись активними учасниками такого процесу, на основі власних досліджень мають можливість формувати рівень патріотичного відношення до вирішення проблем розвитку та економічної і національної безпеки держави. Таким чином перевагами є те, що формується рівень знань та власна позиція до необхідності вирішення проблемних завдань розвитку. Комплексність вирішення поставленої проблеми патріотичного виховання майбутнього фахівця обґрунтовується також необхідністю

розуміння процесів впливу на темпи економічного зростання в сучасних умовах впливу Індустрії 4.0 за умов ефективності використання обмежених ресурсів для збереження національного суверенітету й територіальної цілісності. Формування патріотичного відношення до цілей політики національної та економічної безпеки держави в умовах євроінтеграції та розвитку зовнішньоекономічних зв'язків на основі використання концепції «Індустрія 4.0» потребує також визначення розуміння проблем орієнтації економіки України на Захід. Такий крок у підходах патріотичного виховання створює передумови для реалізації політики забезпечення економічної безпеки держави та формування фахівця патріота власної держави України.

Список використаних інформаційних джерел

1. Концепція «Індустрія 4.0»: проблеми впровадження і окремі правові аспекти її реалізації в Україні : монографія / [Є. М. Білоусов, І. В. Борисов та ін.] ; за ред. С. В. Глібка. Харків : НДІ прав. забезп. інновац. розвитку НАПрН України, 2021. 200 с. URL: https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/2bcae9f3-cfc4-4592-82be-85b0afd5cfc7/content.
2. Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління : матер. XIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. / за заг. ред. д-ра екон. наук, професора М. Є. Рогози, Г. В. Карнаухової (м. Полтава, 22–23 листопада 2023 року). – Полтава : ПУЕТ, 2024. – 534 с. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст укр., англ. мовами.

ІСТОРІЯ СЕЛА ГОГОЛЕВЕ НА ПОЛТАВЩИНІ: ВІД НЕСТАБІЛЬНОСТІ ДО РОЗКВІТУ

***С. В. Пасічніченко**, студентка спеціальності Підприємництво, торгівля та логістика, група ПТЛ б-11*
***І. М. Петренко**, д-р іст. наук, професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Село Гоголеве на Полтавщині посідає особливе місце у культурному житті Полтавщини. Завдяки музею-заповіднику видатного письменника Миколи Гоголя. Село стало духовним осереддям всієї держави. Гоголеве має цікаву та довгу історію, сповнену захопливими та сумними подіями, які закріпилися не лише в документах сільського архіву, а й у спогадах селян.

Кількість землі і кріпаків дає підставу зробити висновок, що поміщики Гоголі були не найбагатшими, а середнього рівня

поміщиками. Однією з прибуткових статей бюджету Василівки (тепер – Гоголеве) було розведення і продаж великої рогатої худоби, овець і свиней.

Рання смерть батька Миколи Василя Панасовича відразу позначилась на господарстві Гоголів.

Проаналізувавши навіть незначну кількість документів, можна з впевненістю говорити про те, що феодально-кріпосницьке господарство Гоголів ще за часів Василя Панасовича стало на шлях капіталістичного розвитку, тобто було прогресивним.

XX століття принесло великі зміни в край. Форсовані темпи колективізації, насильство під час організації колгоспів, непомірне обкладання податками сімей, які не бажали вступити в артіль, подвірні обходи, конфіскація продовольства, нелюдська поведінка «буксирних бригад» ламали споконвічний устрій життя селян.

Майже кожна сім'я в Гоголевому зазнала важких втрат під час Голодомору 1932–1933 років. Примусова система заготівлі сільськогосподарської продукції, що супроводжувалась низькими закупівельними цінами, гасила у колгоспників ініціативу, обмежувала і гальмувала розвиток сільгоспвиробництва.

Післявоєнний період ознаменувався початком розквіту в Гоголеве, селяни поступово почали братися за ремонти та будівництво різної інфраструктури, піклуватися про навколишнє середовище та культурну спадщину.

На початку 1960-х відбулися позитивні зміни і в побуті колгоспників. На очах у вдячних мешканців Гоголеве перетворювалось у невелике містечко з прямими вулицями, парками, садками.

Змінювалося господарство, змінювалося обличчя села; Гоголеве осучаснила, прикрасила нова вулиця.

Новатори були у кожній галузі колгоспного виробництва, але найбільше славилися гоголями умінням вирощувати хліб.

Позитивні тенденції гальмувала бюрократизація управління колгоспно-радгоспним виробництвом.

Колгосп імені Гоголя поступово ставав високорентабельним господарством.

Турбота про сільських трудівників, зростання соціально-економічного розвитку – одна із світлих сторінок в історії гоголівського краю наприкінці минулого століття, хоча і тоді не скрізь вдалося зробити прорив.

Завершальний етап аграрної реформи мав ознаменуватися появою приватного господарства, що заступало в усіх своїх функціях колективне господарське підприємство.

Як і в радянські часи, в Гоголеве пріоритетом залишається тваринництво – живий банк селян.

Історію охорони здоров'я у Гоголеве творили і творять віддані справі люди.

Нинішнє село Гоголеве розбудоване, містить на своїх вулицях парк, церкву, школу, дитячий садок, магазини, лікарню, аптеку, клуб, має, як і раніше, привітних, добрих, щирих людей та з нетерпінням чекає на відвідувачів музею-заповідника М. В. Гоголя.

СКУЛЬПТОР МИКОЛА КОРНІЙОВИЧ ПОСПОЛІТАК У КУЛЬТУРНОМУ ПРОСТОРІ ПОЛТАВЩИНИ

***Д. А. Посполітак**, студент спеціальності Підприємництво, торгівля та логістика, група ПТЛ б-11*
***І. М. Петренко**, д-р іст. наук, професор, завідувач кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Під час урочистого відкриття пам'ятника Борису Мартосу

Тема, обрана для цієї статті, не є випадковою. Адже мова йде про мого рідного діда, відомого в Україні скульптора, митця, графіка, дизайнера, член Спілки художників України Миколу Корниловича Посполітака.

Микола Корнилович народився 16 травня 1950 року в місті Полтаві. Він був сином скульптора Корнія Посполітака. 1973 року закінчив Харківський художньо-промисловий інститут, де був учнем Валентина Сизикова та Любові Жуковської.

Протягом 1973–1990 років працював на Полтавському художньо-виробничому комбінаті. У 1982–1988 роках обіймав посаду головного художника, у 1990–1992 роках працював методистом Полтавського

обласного центру народної творчості. Протягом 1992–1995 років завідував Полтавським будинком самодіяльного мистецтва.

Помер Микола Корнилович у Полтаві 21 липня 2019 року.

Посполітак Микола Корнійович трішки навчав мене, свого онука, художній майстерності.

Деякі видатні роботи Миколи Корниловича Посполітака знаходяться в європейських мистецьких центрах. Зокрема, в німецьких галереях та художніх музеях. Він є добре знаним в Україні, завдяки своїм творам, адже багато його робіт і нині стоять у багатьох містах і селах нашої Батьківщини.

Микола Корнійович Посполітак є автором видатного пам'ятника, який наразі стоїть біля Полтавського університету економіки і торгівлі, а саме Борису Мартосу.

Скульптор Микола Поспілітак під час роботи над пам'ятником Борису Мартосу

Отже, я пишаюся своїм дідом. Його творчість є помітною сторінкою в культурному просторі Полтавщини і України. Його роботи є окрасою багатьох населених пунктів України та зберігаються в європейських мистецьких колекціях.

Деякі скульптурні роботи Миколи Посполітака:

Тарасу Шевченку в селі Шедієвому (1989 р.);

Кооператору і громадському діячеві Миколі Балліну в Донецьку (2000 р.);

Михайлу Туган-Барановському в Донецьку (2002 р.);

Тарасу Шевченку в місті Зінькові (2004 р.);

Олексію Бутовському в Полтаві (2005 р.);

Івану Боровенському на вулиці Покровській, № 19 у Решетилівці (2010 р.);

Георгію Береговому в селі Федорівці(2011 р.);

Анатолію Кукобі на вулиці Анатолія Кукоби і Полтаві (2012 р.);

Тарасу Шевченку в місті Гадяч (2013 р.).

Список використаних інформаційних джерел

1. Полтавіка. Полтавська Енциклопедія. Том 9. Образотворче і Декоративне мистецтво. Книга 2 : М-Я / Головний редактор О. А. Білоусько. Полтава : ТОВ «АСМІ», 2016. 859 с.
2. Ханко В. Енциклопедія мистецтва Полтавщини : у 2 т. Полтава : ТОВ «АСМІ». 2014–2015. Т. 1. 503 с. ; Т. 2. 435 с.

ПАТРІОТИЧНЕ ВИХОВАННЯ МОЛОДІ В ПЕРІОД ВІЙНИ

***Д. В. Смірнов**, студент спеціальності 162 Біотехнології та біоінженерія, група БТб-11*

***Л. В. Флока**, канд. с.-г. наук, доцент, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Процес становлення системи патріотичного виховання особистості прогресує в контексті постійного розвитку та переосмислення основних понять навчання та виховання. Це відбувається за допомогою впровадження принципів патріотично-орієнтованого підходу у виховний процес.

Патріотичне виховання охоплює різні аспекти, такі як соціальні, цільові, функціональні та організаційні. Однак, головною складовою його є формування у молодого покоління почуття любові до рідної країни. Цей процес передбачається, перш за все, у сімейному оточенні та безпосередньому соціальному середовищі через передачу та утримання культурних традицій [1].

Інтеграційні процеси в Україні, спрямовані на Європу, активізація громадянської та громадської ініціативи, зростання різноманітних громадських рухів та поширення волонтерської діяльності, поряд із технологічною та комунікативною глобалізацією та внутрішньо суспільними міграційними змінами, сприяють ідентифікаційним та реідентифікаційним процесам у

розвитку особистості кожного українця. Ці явища відбуваються в контексті зростаючого інтересу та вияву патріотичних почуттів, а також формування нових уявлень про історію, культуру, релігію, традиції та звичаї українського народу.

Основною метою навчального процесу є сприяння розвитку когнітивних та інтелектуальних здібностей особистості, усвідомленню основних світоглядних концепцій і розширенню її знань та індивідуального досвіду.

Вищі навчальні заклади ставлять перед собою завдання виховувати патріотично налаштованих громадян, готових самовіддано захищати та розвивати правову та соціальну державу. Сучасні студенти відзначаються гідністю, національною свідомістю, гуманістичною мораллю, обізнаністю зі своїми правами та свободами та здатністю цивілізовано захищати їх, сприяючи громадянському миру та злагоді в суспільстві, а також дотримуючись законів. Патріотичні якості студентів формуються в процесі їх власної життєдіяльності й залежать від взаємин, що визначають цю діяльність [3].

Отже, у сучасному вихованні спостерігається перехід від регулювання спеціальними педагогічними умовами та вимогами, системи виховних заходів і випадкового впровадження інноваційних методів до організації особистого соціального досвіду шляхом створення виховних ситуацій. У таких ситуаціях студент зобов'язаний виконати відповідальну соціальну дію та набути особистого соціального досвіду. Одним з головних показників патріотичної зрілості є збереження української мови, ґрунтовне володіння нею. Патріотичне виховання, крім спрямованості на формування соціально важливих громадянських якостей особистості, також має на меті досягнення інших цілей виховного процесу, таких як успішна соціалізація молодого покоління та особистісний саморозвиток як суб'єкта діяльності. Громадянська соціалізація студентів є процесом, який відбувається не лише у спеціально організованому середовищі, але й поза його межами [2].

На сучасному етапі особливою рисою є розвиток та втілення патріотичних компетентностей української молоді, перш за все на рівні їхньої місцевої громади. Це означає залучення різних учасників, представників різних соціальних груп до процесу патріотичного виховання та впровадження відповідних програм. Такий виховний підхід має нові якісні особливості, виходить за

межі традиційного розуміння відокремлення виховного процесу від суспільства та обмеження виховання лише в навчальних закладах. Отже, патріотичне виховання має здійснюватися через соціалізацію молодих людей у процесі їхньої взаємодії, у навчально-виховному процесі, застосування патріотично-орієнтованого підходу в навчанні та позаурочний час, а також через організацію громадянської діяльності студентів у вищих навчальних закладах та громадах.

Список використаних інформаційних джерел

1. Березін А. М. Психологічні чинники формування національної свідомості / А. М. Березін. – Київ : Практична психологія та соціальна робота, 2007. – 56 с.
2. Івашковський В. В. Концепція військово-патріотичного виховання молоді України / В. В. Івашковський // Теорія і методика хортингу : зб. наук пр. / [ред. кол. Бех І. Д. та ін.]. – Київ : Паливода А. В., 2015. – Вип. 3. – С. 22–37.
3. Про схвалення Концепції Державної цільової соціальної програми національно-патріотичного виховання на період до 2025 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Концепція від 09.10.2020 № 1233-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1233-2020-%D1%80.

СТЕПАН БАНДЕРА ЯК ПУБЛІЦИСТ ТА ОРАТОР

***В. І. Стріленко**, студент спеціальності Право, група ПР б-11*
***В. В. Сарапин**, канд. філол. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Степан Бандера відомий як політичний та громадський діяч, один із засновників та лідерів Організації українських націоналістів, ікона націоналістичного руху й демонізований в московській пропаганді образ вільнолюбного й сміливого українця. Він – взірець для багатьох своїх сучасників і наступних поколінь співвітчизників, бо належав до творців визвольної ідеї, яка послідовно втілювалася і в слові (писаному й мовленому), і в жертовному чині, який викликав довіру, породжував віру в можливість реалізації й кликав до боротьби.

Погляди Степана Бандери виразно проступають з його публіцистичних текстів та виголошених промов. Але для їхнього ґрунтовного осмислення слід звернутися до сторінок біографії,

які розкривають особливості духовного становлення, риси характеру, рівень ерудиції, комунікативні здібності видатного українця.

Дивлячись на унікальну постать провідника українського націоналізму, який досі жахає його ворогів, можемо думати, що він мав природні лідерські здібності, легко досягав мети, але це не так. У дитинстві був дуже хворобливий, але мужньо долав біль у ногах, активно займався спортом, аби загартуватися фізично й морально. На розвиток лідерських якостей, а також відчуття слова і таланту до спілкування Степана Бандери вплинули дідусь, отець Володимир Глодзінський та батько, отець Андрій Бандера – авторитетні греко-католицькі священники, які демонстрували приклади служіння Богові й людям, активну громадянську позицію, відданість вітчизні, проповідницьку майстерність. Тобто, за словами самого політика, він виростав в «атмосфері українського патріотизму та живих національно-культурних, політичних і суспільних зацікавлень» [1, с. 1] Хлопець гарно співав, грав на фортепіано, гітарі, любив колядувати та писав коломийки, але погано навчався в школі, оскільки польські викладачі ставилися до нього досить скептично. У результаті юний Бандера не зміг скласти іспит з польської мови в Стрийській гімназії, але рідною володів винятково, про що свідчить його публіцистичний доробок.

Національний світогляд і державницькі прагнення юного Степана Бандери сформувалися під впливом атмосфери «відродження і будови української держави» [1, с. 1] 1918 р., враженнями про «святкування і загальне одушевлення злуки ЗУНР з Українською Народньою Республікою в одну державу, в січні 1919 р.» [1, с. 2], співпереживання батьковій боротьбі «з большевиками й біломосковськими військами» [1, с. 3], завдяки участі в молодіжній патріотичній організації «Пласт». Долучення до Української військової організації (УВО), робота в «пропаґандивному» (пропагандистському. – В. С.) відділі ОУН потребували риторичної вправності й публіцистичної майстерності.

Степан Бандера вірив у здійснення основної мети – «Самостійної Соборної Української Держави» [1, с. 18], горів ідеєю визволення України від нацистської та радянської окупації і закликав на свій бік співвітчизників у публіцистичних творах. Як слушно зауважив Микола Посівнич, переважно «вони заду-

мувалися для пропагандистської і вишкільної роботи в націоналістичних і еміграційних середовищах, а з плином часу ці праці набували ідеологічно-теоретичного й філософського характеру» [2].

Степанові Бандері часто доводилося протистояти радянській пропаганді, яка ототожнювала український націоналістичний рух з нацизмом. Так, 1954 р. в інтерв'ю журналісту кельнського радіо Гоппе він чітко, аргументовано й переконливо пояснював: «Поняття "українського націоналіста", "націоналістичного руху", має зовсім інше значення, ніж подібні терміни на Заході. Український націоналістичний рух не має нічого спільного з нацизмом, фашизмом або націонал-соціялізмом. Український націоналізм бореться проти імперіялізму, проти тоталітаризму, расизму і всякої диктатури чи застосування насильства. Ім'я "український націоналіст" є співзвучним з "український патріот", який є готовий боротися за свободу свого народу, жертвувати для свого народу все, що він посідає, навіть життя. Український націоналізм протиставить т. зв. большевицькому інтернаціоналізмові ідею самостійності і вільного розвитку кожної нації. Ми поборюємо намагання большевиків накинути іншим народам російське панування. Ми протиставимось російському большевизмові на всіх ділянках життя у всяких формах» [1, с. 615–616].

Проблеми єднання національних сил для продовження боротьби за визволення України, потреби формування гідного образу українства у світі постають у низці його публіцистичних творів «До проблеми політичної консолідації», «Друзі – українські націоналісти!», «Завдання ОУН під сучасну пору», «Командир – провідник», «Люди без гранту», «У 25-ліття ОУН» та ін.

Шукаючи міжнародної підтримки, Степан Бандера був упевнений у тому, що творення незалежної держави залежить передусім від українців, їхньої цілеспрямованості й консолідації. «Як визволення, так і оборона самостійної України може в основі спиратися тільки на власні українські сили, на власну боротьбу і постійну готовність до самооборони» [1, с. 82], – зазначав провідник у «Слові до українських націоналістів-революціонерів за кордоном».

Натомість для спротиву тоталітарному радянському режимові мають об'єднатися всі «уярмлені Москвою народи», переконував Степан Бандера в праці «Перспективи української

національно-визвольної революції». Він цілком обґрунтовано вважав політику СРСР імперіалістичною, а імперіалізм – суттю російського народу: «Московський нарід … в цілому був і залишається носієм цього імперіалізму. Ривалізуючі за владу системи і сили в Росії, намагаючись з'єднати собі симпатії більшості московського народу і плямуючи непопулярні риси противника, завжди суперничали між собою в тому, хто з них здобуде більше для російського імперіалізму. Кожна московська держава, як царська, так демократична й большевицька, завжди послуговувалась підступом і віроломністю проти України й інших народів, і кожну форму союзу перетворювала в найжахливіше поневолення» [1, с. 269], наголошував Степан Бандера в статті «З москалями нема спільної мови» Тобто загрозою є не тільки політичний режим чи суспільний устрій росії, а «сама московська нація, навіжена бісами імперіалізму, жадобою бути все більшою, могутнішою, багатшою, але не власним ростом, а коштом поневолених народів, їх пограбуванням і всмоктуванням у себе» [1, с. 270].

Як публіцист і оратор Степан Бандера сформувався не через прагнення до самореалізації, а швидше з почуття обов'язку, бо вважав таку діяльність можливістю комунікації для пропаганди ключових ідей, для донесення правди про мету визвольного руху. Його статті, інтерв'ю, промови раціональні, логічні, стримані, чітко структуровані, але водночас емоційні, закличні.

Творчий шлях Степана Бандери був сповнений фізичних і моральних випробувань. Проте провідник ОУН не зламався ні в польських в'язницях, ні в нацистських концтаборах, де перебував упродовж 1941–1944 рр., ні тоді, коли його батька замучили в тюрмі НКВС у Києві, ні тоді, коли в Аушвіці було вбито двох братів, ні тоді, сестер заслали в Сибір. Проте поступ великого українця зупинила смерть: 15 жовтня 1959 р. агент КДБ Богдан Сташинський вистрілив йому в обличчя зі спеціального пістолета струменем розчину ціаніду калію. Степан Бандера похований на мюнхенському кладовищі Вальдфрідгоф.

Він був лідером націоналістичного руху, а став символом спротиву радянському режиму та його імперським амбіціям. Публіцистична спадщина Степана Бандери в умовах російсько-української війни набула особливої актуальності й потребує ретельного вивчення та популяризації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Бандера С. Перспективи Української Революції / з передм. Я. Стецька ; за ред. Д. Чайковського ; остан. ред. й упоряд. С. Ленкавського. Мюнхен : Вид. ОУН, 1978. XV, 640 с. URL: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe?Z21ID=&I21DBN=UKRLIB&P21DBN=UKRLIB&S21STN=1&S21REF=10&S21FMT=online_book&C21COM=S&S21CNR=20&S21P01=0&S21P02=0&S21P03=FF=&S21STR=ukr0002430.
2. Посівнич Микола. «Нашою перемогою є перемога наших ідей»: журналістська і публіцистична діяльність Степана Бандери. *Спілка українців у Португалії.* URL: https://www.spilka.pt/index.php/113-novini-v-ukrayini/8694-nashoiu-peremohoiu-ie-peremoha-nashykh-idei-zhurnalistska-i-publitsystychna-diialnist-stepana-bandery.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ СТУДЕНТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «ЕКСПЕРТИЗА ТА МИТНА СПРАВА» В ПОЛТАВСЬКОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

***Д. Р. Трус**, студентка спеціальності 076 освітня програма «Експертиза в митній справі», група ЕМС-21*
***Н. О. Офіленко**, канд. с.-г. наук, доцент кафедри товарознавства, біотехнології, експертизи та митної справи – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Під час війни патріотичне виховання студентів в Україні відіграє особливо важливу роль у формування національної самосвідомості та громадянської активності. Основні принципи та підходи до патріотичного виховання студентів у такий період повинні включати такі заходи, які дадуть змогу залучити студентів до активної участі в житті країни, сприяти формуванню в них громадської свідомості та патріотизму, а також зміцнити духовний та соціальний фундамент українського суспільства під час війни.

У Полтавському університеті економіки і торгівлі до студентів спеціальності 076«Підприємництво та торгівля освітньої програми Експертиза та митна справа патріотичне виховання має такі концептуальні підходи, які визначають певні позиції і напрями вузу щодо ставлення до російської агресії проти нашої країни.

По-перше, у студентів вузу виховується історична свідомість. Їх знайомлять з історією України, її боротьбою за незалежність та оборону від зовнішніх загроз. Це допомагає студентам зрозуміти значення та цінність незалежності, а також мотивує до активної участі у захисті країни.

По-друге, виховуються патріотичні цінності. Проводиться пропаганда цінностей, які сприяють державному єднанню, відданості ідеям демократії, свободи та справедливості. Виховання віри у свої сили та важливість кожного громадянина для майбутнього країни.

Ще однією із складових патріотичного виховання в ПУЕТ є військово-патріотична освіта, яка проводиться для студентів з 3 курсу на військовій кафедрі вузу. Та студентів ознайомлюють з основами військової справи, навичками самозахисту та першої медичної допомоги. Це допомагає готувати молодь до можливих надзвичайних ситуацій та активізує громадську позицію. По закінченню навчання студенти отримують звання лейтенанта.

Ще однією з основних робіт вузу є підтримка військових та волонтерська діяльність, до якої залучають студентів ОП Експертиза та митна справа. Ця робота включає залучення студентів до допомоги військовим, участь у волонтерських проєктах, збору коштів та матеріальної допомоги для потреб армії та постраждалих від війни.

На кураторських годинах проводиться інформаційна освіта, що включає висвітлення військово-політичної ситуації в країні та світі, розбір дезінформації та маніпуляцій, розвиток критичного мислення.

Усі студенти проявляють громадську активність, а саме сприяють активності студентів у громадському житті, участь у демократичних процесах, акціях громадської підтримки та захисту прав людини.

Однією із складових патріотичного виховання виступає міжнаціональна та міжкультурна взаємодія. Створення атмосфери взаємоповаги, толерантності та розуміння між різними національностями та культурами в Україні, що сприяє її єднанню в часи кризи.

І остання не менш важлива складова патріотичного виховання – це патріотичне виховання через культуру і мистецтво. Воно включає використання культурних заходів, мистецьких проєктів, літератури та мистецтва для виховання національної гордості та патріотизму.

Заключною метою патріотичного виховання студентів під час війни є формування в них глибокого розуміння та почуття відданості своїй країні, її цінностям, ідеалам і історії. Основні цілі включають:

Формування громадянського обов'язку та відповідальності: Патріотичне виховання сприяє розвитку свідомих, відповідальних громадян, які готові приймати активну участь у житті своєї країни та захищати її інтереси.

Зміцнення національної єдності: Через патріотичне виховання формується почуття національної єдності, що є ключовою умовою для успішного подолання внутрішніх і зовнішніх викликів.

Розвиток громадянського суспільства: Патріотично виховані студенти стають активними учасниками громадського життя, сприяють розвитку демократії, прав людини та правової держави.

Збереження та підтримка культурної спадщини: Патріотичне виховання сприяє розвитку поваги до власної культурної спадщини та мови, а також до культур інших націй, що сприяє міжнаціональному миропорозумінню.

Захист суверенітету та територіальної цілісності: Студенти готові активно захищати суверенітет та територіальну цілісність своєї країни.

Формування позитивного іміджу країни: Патріотично виховані студенти сприяють створенню позитивного іміджу своєї країни в світі, що сприяє залученню інвестицій, розвитку туризму та міжнародному партнерству.

Отже, заключна мета патріотичного виховання студентів ПУЕТ полягає в тому, щоб кожен студент став активним, відповідальним громадянином, здатним приймати свідомі рішення та сприяти розвитку своєї країни.

ПАТРІОТИЧНИЙ КОД: ІТ ТА ВИХОВАННЯ В ДУСІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ГОРДОСТІ

***Г. В. Халявка**, студент спеціальності Комп'ютерні науки, група КН 31*
***О. В. Ольховська**, канд. фіз.-мат. наук, доцент – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Патріотичне виховання студентів освітньої програми «Комп'ютерні науки» бакалаврського та магістерського рівнів є невід'ємною складовою сучасного педагогічного процесу і віді-

грає ключову роль у зміцненні національної безпеки незалежної України [1].

У сучасному світі, де інформаційні технології займають важливе місце, патріотичне виховання студентів на кафедрі комп'ютерних наук та інформаційних технологій має особливе значення. Здобувачі освіти є майбутнім інтелектуальним потенціалом нашої держави і мають знати цінність та важливість своєї країни.

Патріотичне виховання студентів освітньої програми «Комп'ютерні науки» полягає в розумінні і вдумливому аналізі історії, культури та традицій українського народу. Це також передбачає виховання почуття гордості за свою державу, повагу до символів нації та бажання приносити посильну допомогу розвитку України.

Учасники освітньої програми «Комп'ютерні науки» мають бути особливо свідомими щодо цифрової безпеки та захисту інформації України. Вони усвідомлюють важливість кібербезпеки та готові допомагати у захисті державних інформаційних ресурсів. Завдяки співпраці освітньої програми з відділом протидії кіберзлочинам в Полтавській області Департаменту кіберполіції Національної поліції України м. Полтави студенти отримують можливість проходження практики, вивчати актуальні питання кібербезпеки та брати участь у заходах, спрямованих на боротьбу з кіберзлочинністю. Такий підхід допомагає здобувачам освіти отримати практичний досвід та глибше зрозуміти важливість їхньої ролі у забезпеченні національної кібербезпеки. Крім того, співпраця освітньої програми з відділом протидії кіберзлочинам є важливим елементом патріотичного виховання. Проведення відкритих лекцій з представниками кіберполіції дозволяє студентам володіти сучасною інформацією про кібербезпеку та боротьбу з кіберзлочинністю.

Патріотичне виховання студентів освітньої програми «Комп'ютерні науки» та їх співпраця з кіберполіцією стають важливими кроками у зміцненні національної безпеки України. Це сприяє формуванню свідомих громадян, здатних діяти в інтересах своєї країни та приносити корисні зміни у її розвиток.

Викладачі освітньої програми «Комп'ютерні науки», розуміючи важливість патріотичного виховання в сучасному педагогічному процесі, проводять тематичні заходи і серед школярів. У рамках освітнього проєкту від Полтавської обласної Малої

академії наук на базі Полтавського університету економіки і торгівлі кафедрою комп'ютерних наук та інформаційних технологій проведено майстер-клас від керівниці гуртка «Мультимедійні системи, навчальні, ігрові програми. Інтернет технології та вебдизайн» Оріхівської Оксани Григорівни на тему «Прапор України – символ перемоги». Захід відвідали учні шкіл міста Полтави. Майстер-клас зі створення анімованого прапору України вийшов цікавим, корисним і результативним для школярів не лише тому, що вони отримали навички використання програмного забезпечення DaVinci Resolve при підготовці науково-дослідницьких проєктів, а й відчули дух патріотизму.

Список використаних інформаційних джерел

1. Пахомов І. В. Національно-патріотичне виховання здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти в умовах воєнного стану: електронний навчальний курс. Біла Церква : БІНПО ДЗВО «УМО» НАПН України, 2023. 28 с.

ЗРОСТАННЯ АКТУАЛЬНОСТІ ПАТРІОТИЧНОГО ВИХОВАННЯ МОЛОДІ

К. В. Шелюг, *студентка спеціальності Туризм і рекреація, група Тб-21*
М. М. Логвин, *канд. геогр. наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

За останні десятиліття індивідуалізм в українському суспільстві набирав все більших обертів. Сучасна соціальна позиція прижилася серед підлітків і молоді, яка обирає таку модель поведінки, щоб підкреслити свою унікальність. Байдужість до проблем в країні, неповага до різних соціальних прошарків людей, егоїзм, небажання поважати якісь усталені норми поведінки, неповага до моральних ідеалів – усе це нині, нажаль, повсюдно присутнє у повсякденному житті молодого українця. Причиною цього є недостатня увага до організації патріотичного виховання в стінах школи, закладу вищої освіти та національному рівні. Важливо з дитинства прищеплювати правильні цінності: формувати у підростаючого покоління активну громадянську позицію, віру в себе і свою країну, прищеплювати любов до рідного краю. Зважаючи на останні події в Україні,

варто звернути особливу увагу на патріотичну складову виховання студентської молоді [5].

Давно спостерігається тенденція, коли молодь прагне на роботу і жити за кордоном. причиною тому є і господарсько-виробнича ситуація в регіонах країни, і прагнення самореалізації, і пошук кращого життя і комфорту в принципі. Завдання патріотичного виховання – показати кожному представнику молодого покоління переваги життя на Батьківщині, розповісти про самобутню українську культуру, красу мови, лояльні права для молоді та справедливі закони [5].

З початком повномасштабної війни більшість із 327 молодіжних центрів були змушені закритися або реорганізуватися у волонтерські та гуманітарні центри. Сьогодні популяризація культури волонтерства є важливим заходом реалізації молодіжної політики. Враховуючи те, що молодь є найбільш мобільною та зацікавленою соціальною групою, сотні тисяч молодих людей по всій Україні після 24 лютого взяли та продовжують це робити.

Із 13 по 30 червня 2022 року під загальним керівництвом проводився Всеукраїнський огляд Доброї справи в рамках заходів Всеукраїнської дитячо-юнацької військово-патріотичної гри «Сокіл» («Джура»).

Таблиця 1 – Видатки державного бюджету України Міністерству молоді та спорту на розвиток молодіжної політики, складено за [4]

Рік	Видатки держбюджету загалом	Видатки Міністерству молоді та спорту		Видатки на розвиток молодіжної політики	
	млрд грн	млрд грн	у % до видатків держбюджету	млн грн	у % до видатків Міністерства
2017	839,2	2,1	0,25	27,5	1,3
2018	985,8	2,5	0,25	48	1,9
2019	1 072,9	2,8	0,26	53,2	1,9
2020	1288	2,6	0,2	43,7	1,7
2021	1 490,3	7,8	0,52	75,2	1
2022	1 499,5	8,2	0,55	124,9	1,5

Загальне спрямування Доброго діла – «Заради Перемоги»,, яка розкриває розуміння сенсу вивчення в суспільстві корисної ради для перемоги українського народу над агресором, єдності

нації заради майбутнього України. Зазначеним проявом стало виявлення діяльнісно-практичного та соціально ціннісного рівнів патріотичного виховання дітей та молоді [2, 3].

Весь навчально-виховний процес має бути побудований так, щоб у ньому органічно входили завдання патріотичного виховання, адже від цього залежить майбутнє країни. Зайва пропаганда може тільки нашкодити, тому процес має бути ретельно спланований, а головні постулати повинні м'яко застосовуватися педагогами у кожному конкретному випадку [5].

Список використаних інформаційних джерел

1. Дитячо-юнацький туризм і краєзнавство в Україні та формування гармонійно розвиненої творчої особистості : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф. (Івано-Франківськ, 26–28 травня 2009 р.) ; за заг. ред. Завгородньої Т. К., д. пед. наук, проф. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2009. – 228 с.
2. Звіт про роботу Українського державного центру національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді в 2022 році. [Електронний ресурс]. URL: https://patriotua.org/pronas/plany-ta-zvity/.
3. Логвин М. Туризм в структурі національно-патріотичного виховання молоді / М. Логвин, М. Мороз, Д. Логвин // Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика : зб. тез доп. III 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.
4. Міністерство молоді та спорту України. Офіційний сайт. [Електронний ресурс]. URL: https://www.kmu.gov.ua/catalog/ministerstvo-molodi-ta-sportu-ukrayini.
5. Патріотичне виховання в Україні: принципи і перспективи. [Електронний ресурс]. URL: https://buki.com.ua/ru/news/patriotychne-vykhovannya-v-ukrayini-pryntsypy-i-perspektyvy/
6. Український державний центр національно-патріотичного виховання, краєзнавства і туризму учнівської молоді. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. URL: https://patriotua.org.

САМОСТІЙНІ ЗАНЯТТЯ З ОЗДОРОВЧОГО ФІТНЕСУ В ДОМАШНІХ УМОВАХ

***М. С. Білодід**, студентка спеціальності Право, група ПР б-21*
***І. А. Васецький**, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Останнім часом, можна спостерігати як зростає популярність самостійних занять з оздоровчого фітнесу в домашніх умовах, причиною цього є: початок пандемії корона вірусу у 2020 році, початок повномасштабного вторгнення російських окупантів на території України у 2022 році, та загальні причини, такі як: зручність, економія часу та ресурсів та різноманіття онлайн-курсів за допомогою яких оздоровчим фітнесом можна займатися вдома.

Розпочинати зайняття оздоровчим фітнесом, потрібно з детального ознайомлення правил безпеки та різних технік. Це потрібно робити обов'язково, важливо запам'ятати, що самостійні фізичні навантаження без рекомендацій та консультації з професійними тренерами розпочинати не можна. Неправильні фізичні навантаження можуть призвести до: 1) травмування; 2) недостатні результати тренування; 3) зникнення мотивації; 4) перетренування;

Оздоровчий фітнес загалом поділяється на п'ять видів, таких як:

1. Аеробіка (танці, кардіо-вправи) – цей вид займає важливе місце у системі оздоровчої фізичної культури, адже різноманіття її видів дає можливість обрання найдоцільнішого для кожної людини виду навантаження, та різновиду фізичної праці організму. Окрім цього займатися оздоровчою аеробікою можна у будь-якому віці. Аеробіка виконується за супроводом музики.

2. Силові тренування (з гантелями, власною вагою) – види вправ, які можуть бути використані для досягнення поставлених фітнес-цілей. Ці компоненти взаємозв'язані і можуть змінюватись для складання фітнес-програми відповідно до особливостей учасника та для досягнення поставлених цілей.

3. Пілатес – унікальна система вправ, заснована на злитті східних і західних форм тренування, здатна не лише зробити тіло граціозним і гнучким, укріпити м'язи, також сприяє відновленню після травм хребта. Цей вид один з найбезпечніших видів тренування. Пілатесом можуть займатися люди різного віку, з будь-яким рівнем фізичної підготовки. Особливо необхідні вправи за системою Пілатеса жінкам, оскільки дозволяють значно укріпити м'язи низу спини, преса і тазу, що істотно в допологовий і післяпологовий період.

4. Йога – це найбільш поширений вид оздоровчого фітнесу, вдало поєднує в собі статичні і динамічні вправи, дихальні вправи, вправи на стретчинг і розслаблення. Під час йоги людина залишається на одинці зі своїми думками, своєю гармонією та інше.

5. Стретчинг – цей вид застосовують перед початком самого тренування, серія вправ, за допомогою яких розтягуються м'язи, що може полегшити подальше тренування, покращує гнучкість.

Розглянувши види оздоровчого фітнесу, можемо перейти до рекомендованих фітнес-тренерами початкових етапів займання оздоровчим фітнесом, саме в домашніх умовах.

Тож, першим є, вибір місця для тренування, важливо щоб це було зручно на сам перед Вам. Повинно бути багато простору для виконання вправ, для йоги буде доречним світла, спокійна атмосфера, в якій Ви можете залишитися на одинці.

Підбір одягу та взуття. Досить важливо під час тренування, це спортивний зручний одяг та взуття. Одяг, легкий на тілі, вентильований. Взуття, обов'язково потрібно звертати увагу на підошву, вона має бути м'яка та гнучка. Не якісне взуття може викликати проблеми із стопою.

Підбір інвентарю. Інвентар обирається відповідно до обраного виду оздоровчого фітнесу. Але є загальний інвентар, який в нагоді буде завжди (гантелі, степ-платформа, килим для фітнесу, еластичні стрічки та інше).

Складання програм тренування відповідно до вибраних вправ. Важливо обрати вправ, які будуть задовольняти Ваші потреби, цілі та можливості. Для полегшення цього етапу, можна звернутися до фахівця або тренера, який також допоможе скласти програму тренувань, щоб не було перенавантаження.

Під час тренування важливо контролювати техніки, що допоможе уникнути травм, та з проявом результатів, буде ще більше мотивувати.

Отже, самостійні заняття з оздоровчого фітнесу в домашніх умовах можуть бути ефективним способом покращення загального стану здоров'я. Проте, важливо правильно організувати тренувальний процес, щоб отримати максимальну користь і мінімізувати ризики.

Список використаних інформаційних джерел

1. Основи оздоровчого фітнесу : навч. посіб. / упоряд. О. В. Онопрієнко, О. М. Онопрієнко ; М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. – Черкаси : ЧДТУ, 2020. – 194 с. URL: https://library.megu.edu.ua:9443/jspui/handle/123456789/3016.
2. Вдома краще: переваги онлайн тренувань. Веб-сайт: *здорово 24.* URL: https://zdorovo.24tv.ua/vdoma-krashhe-perevagi-domashnih-trenuvan_n1787931.

ВІДКРИТІСТЬ ДО МАЙБУТНЬОГО – ЯК КОМП'ЮТЕРНІ ТЕХНОЛОГІЇ ДОПОМАГАЮТЬ У ВИВЧЕННІ ТА ЗБЕРЕЖЕННІ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ ЧЕРЕЗ УКРАЇНСЬКУ МОВУ

В. В. Верхогляд, *студент спеціальності «014.01 Середня освіта (Українська мова і література)», група 2 УМЛ-з*
Г. М. Алєксєєва, *канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних технологій в управлінні та навчанні й інформатики – науковий керівник*
Бердянського державного педагогічного університету (м. Запоріжжя)

Актуальність. В умовах швидкого технологічного розвитку та глобалізації, збереження та вивчення рідної мови стає ключовим фактором у зміцненні національної ідентичності. Застосування комп'ютерних технологій в цьому процесі відкриває нові можливості для доступу до мовних ресурсів та ефективного навчання. Підтримка української мови через інноваційні інструменти сприяє розширенню її впливу та збереженню культурної спадщини. В контексті постійного зростання важливості культурного різноманіття, розробка та використання комп'ютерних засобів для української мови стає актуальним завданням, що відповідає потребам сучасного суспільства.

Мета дослідження полягає у визначенні впливу вивчення української мови на розвиток особистості та збереження культурної спадщини з використанням інформаційно-комунікацій-

них технологій (ІКТ), що спрямоване на виявлення ролі ІКТ у формуванні національної свідомості, збереженні ідентичності та підтримці мовної рівноваги в суспільстві.

Мова вважається однією з провідних складових у формуванні ідентичності кожної нації. Вона відображає найглибші аспекти свідомості народу, його культурні цінності та спадщину. Мова є не лише засобом спілкування, але й символом патріотизму, який відображає культуру, історію та традиції. Збереження мови є важливим аспектом збереження ідентичності та самоідентифікації нації. Зі слів ірландського письменника Томаса Девіса, «нація повинна захищати свою мову навіть більше, ніж свою територію» [4], оскільки територію можна втратити, але коли зникає мова, втрачається національна ідентичність. Мова вважається ключем до культурної спадщини і джерелом знань, а також символом етнічної самосвідомості.

Дослідники підтверджують, що багато з українських слів та мовних коренів, які використовуються сьогодні, були вже поширені в часи трипільської культури. Це підтверджується топографічними назвами, народними піснями того періоду та великим впливом на мову санскриту, що існує вже понад 5 тисяч років. Санскрит становить 65 % словникового складу сучасної української мови. Свідченням про давнину української мови є й усна народна творчість, яка була створена майстерною українською мовою. Деякі народні казки та пісні, за даними вчених, були створені ще кілька тисяч років тому. Першу письмову згадку про Україну знайдено в джерелі з XII століття: в Київському літописі за Іпатіївським списком від 1187 року зазначається: «...І плакали всі переяславці... За ним же Україна багато потужила» [2].

Основні аспекти вивчення рідної мови можна розділити на традиційні та сучасні. Традиційні аспекти включають лінгвістичний, педагогічний, психологічний, моральний та естетичний підходи. Сучасні підходи включають українознавчий, етнопедагогічний, культурологічний та діяльнісно-орієнтований підходи.

Розглянемо більш детально кожний підхід у табл.1.

Таблиця 1 – Підходи до вивчення рідної мови

Підхід	Зміст підходу
Лінгвістичний	Полягає у вивченні мови як системи, поповненні словникового запасу та умінні використовувати мовні засоби

Продовж. табл. 1

Підхід	Зміст підходу
Педагогічний	Враховує значення мови для виховання та розвитку пізнавальних здібностей учнів
Психологічний	Включає аналіз типів психологічних процесів, які сприяють засвоєнню знань та формуванню комунікативних вмінь, таких як пам'ять та увага
Моральний	Тісно пов'язаний з педагогом і передбачає розвиток моральних якостей особистості, національної свідомості та громадянських цінностей
Естетичний	Передбачає розуміння прекрасного у використанні мови та відчуття гармонії у слові
Народознавчий	Спонукає учня відчути себе представником нації та носієм національної історії та культури через мову, мовлення та тексти
Етнопедагогічний	Передбачає навчання мови на основі народної педагогіки та дидактики
Культурологічний	Забезпечує зв'язок мови з національною та загальнонародною культурою
Діяльнісно-орієнтований	Сприяє активній мовленнєвій діяльності учня з урахуванням їх пізнавальних, емоційних та вольових здібностей

Діяльність у навчанні мови спрямована на формування комунікативної компетентності.

Крім того, Концепція мовної освіти в Україні визначає мету та завдання, принципи вивчення мов, структуру та зміст навчання, умови її реалізації. Вона ґрунтується на основних положеннях Конституції України та законодавчих актах, таких як Закони України «Про освіту» та «Про мови в Україні», а також на міжнародних документах, таких як Європейська хартія регіональних мов або мов меншин та загальноєвропейські рекомендації з мовної освіти. Основні умови впровадження Концепції мовної освіти включають: ефективну мовну політику держави для реалізації стратегії мовної освіти та підвищення рівня мовної культури суспільства; об'єднання зусиль науковців, педагогів і батьків для вирішення сучасних завдань гуманітарної освіти; активізацію діяльності громадських педагогічних організацій для підвищення уваги до проблем мовної освіти; оновлення державного стандарту мовної освіти для піднесення її на якісно новий рівень і формування мовної особистості учня/сту-

дента; впровадження перспективних освітніх технологій та удосконалення діагностичних засобів для оцінки рівнів мовних досягнень учнів/студентів; покращення змісту мовної освіти у вищих навчальних закладах для формування мовних вмінь і культури; створення наукових дослідницьких лабораторій у вищих педагогічних навчальних закладах для поєднання наукової діяльності з практичною роботою; утворення Національного Центру мовної освіти України для координації заходів з поліпшення якості мовної освіти і поєднання наукових досліджень з практичною роботою.

Отже, ефективна реалізація Концепції мовної освіти вимагає комплексного підходу, який охоплює різні аспекти освітнього процесу. Поновлення Стандарту мовної освіти є однією з ключових складових, оскільки воно визначає основні принципи та напрями розвитку мовної компетентності учнів. Крім того, необхідно активно оновлювати навчально-методичну літературу, щоб вона відповідала сучасним вимогам та тенденціям в мовній освіті.

У контексті нашої теми, удосконалення професійної майстерності вчителів і викладачів у галузі вивчення української мови є важливим елементом успішної інтеграції комп'ютерних технологій у навчальний процес [1]. Вони повинні мати доступ до сучасних методик та інструментів навчання, а також постійно підвищувати свою кваліфікацію для ефективного використання цих технологій у навчанні мови. Планомірне та цілеспрямоване управління освітою включає розробку та впровадження стратегій, спрямованих на покращення якості мовної освіти з використанням інформаційно-комунікаційних технологій. Це може включати розробку програм навчання, організацію моніторингу та оцінку результатів, а також розподіл ресурсів для підтримки мовної освіти в контексті використання комп'ютерних технологій [3].

Комп'ютерні технології можуть підтримати і полегшити процес вивчення та збереження мови через онлайн-ресурси, машинний переклад, електронні словники, соціальні медіа та електронні бібліотеки. Вони забезпечують доступ до інтерактивних вправ, відеоуроків, аудіоматеріалів, розширюють коло користувачів українською мовою та забезпечують доступ до літературних творів у електронному форматі. Це сприяє виконанню мети дослідження про важливість мови для формування особистості та збереження культурної спадщини.

Крім того, важливо залучати до розв'язання проблем мовної культури не лише освітян, а й громадські організації та суспільство в цілому. Широка підтримка та участь громадськості сприятиме створенню сприятливого середовища для вивчення мови та підтримки мовної рівноваги в суспільстві.

Висновок. Таким чином, дослідження підтверджує важливість вивчення української мови для формування особистості та збереження культурної спадщини. Розглядаються різні аспекти вивчення мови, включаючи традиційні й сучасні підходи. Зазначається, що впровадження концепції мовної освіти та об'єднання зусиль різних груп суспільства може підвищити рівень мовної культури та забезпечити кожному учневі й студенту вільне володіння рідною та державною мовами. Підкреслюється, що оновлення програм, використання новітніх технологій у навчанні та створення спеціалізованих наукових центрів можуть сприяти досягненню цієї мети.

Список використаних інформаційних джерел

1. Алексеєва Г. М. Інтерактивні комп'ютерні технології навчання. Комп'ютер у школі та сім'ї. 2012. № 6. С. 28–31.
2. «Україна» – це не «окраїна». URL: http://litopys.org.ua/pivtorak/pivt12.htm (дата звернення: 12.03.2024).
3. Horbatiuk L. V. et al. Mobilni dodatky yak zasoby formuvannia inshomovnoi leksychnoi kompetentnosti studentiv nefilolohichnykh spetsialnostei [Mobile applications as a means of forming foreign-language lexical competence of students of non-philological specialties]. Information technology and training tools. 2019. T. 6. C. 150–164.
4. Thomas Davis. URL: https://www.azquotes.com/quote/1313576 (дата звернення: 12.03.2024).

АКТИВІЗАЦІЯ РЕСУРСІВ ЖИТТЄСТІЙКОСТІ ЗА ДОПОМОГОЮ АРТТЕРАПІЇ

***В. В. Гаріфуліна**, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН БА б-41*
***І. С. Тодорова**, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасний спосіб життя насуває безліч викликів і кризових ситуацій, які можуть негативно вплинути на наше психічне та фізичне здоров'я. У такі періоди особливо важливо знаходити

ефективні методи підвищення життєстійкості для забезпечення психологічного комфорту і збереження здоров'я. Здатність забезпечувати стабільне функціонування психіки в умовах стресів та криз, адаптуватися, відновлюватися, зростати за рахунок внутрішніх та зовнішніх ресурсів є основною ознакою життєстійкості особистості [3].

Досвід показує, що арттерапія є корисним інструментом зміцнення ресурсів життєстійкості особистості, особливо в умовах воєнного конфлікту [1]. Крім того, участь у мистецьких заняттях сприяє формуванню нових способів сприйняття світу і побудові конструктивних стратегій вирішення проблем шляхом уникнення негативних поведінкових реакцій на стрес та конфліктні ситуації. Також, через використання різноманітних мистецьких технік, арттерапія допомагає у розвитку творчого мислення та уяви, формує досвід вільного самовираження. В результаті, учасники здатні краще адаптуватися до складних умов і зберігати психічне здоров'я навіть у найважчих часах. За О. Л. Вознесенською, арттерапія є засобом зцілення (досягнення цілісності) через самовираження у творчості [2].

Шляхом використання мистецтва як засобу вираження та рефлексії, арттерапія дозволяє учасникам війни вільно виражати свої почуття та емоції. Це сприяє зниженню емоційного дискомфорту та зміцненню психічної стійкості. Мистецтво дозволяє зосередитися на творчому процесі, відволікаючи увагу від стресових ситуацій і допомагаючи знайти внутрішні опори для подолання труднощів.

Такий підхід є важливим в умовах воєнного конфлікту, коли стресові ситуації можуть бути особливо інтенсивними та тривалими. Арттерапія допомагає підтримувати психічне здоров'я та активізувати внутрішні ресурси стресостійкості, що є важливим для збереження належного психологічного комфорту та здоров'я у таких складних умовах [1].

Арттерапія, як форма психотерапії, базується на використанні мистецтва та творчості, вона стимулює вільне вираження почуттів, емоцій та думок через малювання, ліплення, танок, вигадування казок та інші метафоричні засоби, що включає позитивні механізми саморегуляції та зміцнює психологічну стійкість до складних життєвих обставин.

Арттерапія активізує ресурси життєстійкості через кілька механізмів. По-перше, вона сприяє адекватній реакції на стре-

сові ситуації, навчаючи особу розвивати навички саморегуляції та заспокоєння. По-друге, вона сприяє зміні перспектив та відношення до стресу, допомагаючи розглядати його як можливість для особистісного росту та зміцнення. По-третє, через арттерапію відбувається робота із Я-образом особистості, збільшується спектр смислів, стратегій, можливостей. По-четверте, за допомогою уяви, художніх символів та метафор, які є основою техніки арттерапії, людині вдається легше відреагувати заблоковані емоції, проникнути у зміст власного несвідомого та перепрограмувати його на зцілення та продуктивне життя.

Важливо зауважити, що арттерапія є корисною для різних категорій людей, незалежно від віку, статі чи соціального статусу. Вона ефективно використовується як індивідуально, так і у групових сесіях, сприяючи взаємній підтримці та обміну досвідом.

Висновок. Арттерапія є потужним інструментом для підвищення витривалості в умовах стресу, зміцнення психологічної стійкості, який може бути корисним для різних категорій людей у сучасному світі, де стрес, втрати та травми є неминучими складниками життя. Її ефективність полягає у створенні сприятливого середовища для вираження та рефлексії через різні види та форми мистецтва, що допомагають усвідомити проблему, активізувати внутрішні ресурси та розвивати позитивні механізми саморегуляції. Такий підхід до підвищення життєстійкості людини є перспективним напрямком практичної психології задля підтримки емоційного благополуччя та забезпечення якості життя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Арттерапія і війна: контексти і досвід практичної роботи : [колективна монографія] /за заг. ред. Н. Кальки, Г. Одинцової. Львів : ЛьвДУВС, 2023. 283 с.
2. Вознесенська О. Л. Арттерапія як засіб психосоціального відновлення особистості. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки :* зб. наук. пр. Київ : КНУ імені Тараса Шевченка, 2015. № 3 (29). С. 40–47.
3. Кондратюк С. М. Життєстійкість як ресурс подолання життєвих труднощів в умовах війни / *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2022. Вип. 4. С. 78–83. https://chasopys-ppp.dp.ua/index.php/chasopys/article/view/265/232.

ВПЛИВ ЗАНЯТЬ СКВОШЕМ НА ОРГАНІЗМ ЛЮДИНИ ТА ЙОГО ХАРАКТЕРИСТИКА ЯК ВИДУ СПОРТУ

М. С. Гонтар, *студент спеціальності Економіка, група Е УПЕП м-11*
І. А. Васецький, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сквош – ігровий ракетковий вид спорту в закритому приміщенні. Назва гри пов'язана з використанням у ній відносно м'якого порожнистого м'яча діаметром близько 40 мм, а її прабатьком вважається гра в ракетки, у якій, на відміну від сквошу, використовується досить жорсткий м'яч. Гра (одинарна – два гравці; або парна – чотири), ведеться спеціальними ракетками на оточеному з чотирьох сторін стінами корті.

Сквош це гра яка має досить багату історію, але тільки в кінці 20 століття почала набирати популярності. Динамічна та цікава гра знайшла багато прихильників в країнах Азії, Ближнього та Середнього Сходу, Північної Америки. У 2000 році в Міжнародну федерацію сквошу входило вже 143 країни, а кількість кортів для сквошу у світі досягла 48 тисяч одиниць. Для розвитку та адміністрування цієї спортивної гри існують світові організації: WSF (World Squash Federation) – Всесвітня Федерація сквошу; PSA (Professional Squash Association) – Професійна Асоціація сквошу; WISPA (Women's International Squash Players Association) – Жіноча міжнародна асоціація гравців сквош. В Україні функціонує ФСУ – Федерація сквошу України [1].

Сквош – це складна та емоційна ракеточна гра з динамічними змінами інтенсивності. Під час гри учасники виконують удари з різним характером, силою та тривалістю в різних послідовностях та співвідношеннях. Швидкість удару може перевищувати 200 км/год, тому рекомендується використовувати окуляри з полікарбонату для захисту очей від можливих ударів ракеткою чи м'ячем. Максимальна швидкість м'яча, яка була зафіксована у 2004 році під час кубку Canary Wharf Squash Classic після удару Джона Уайта, складала 270 км/год.

Сквош має не тільки спортивний напрям. Сквош – це здоровий спосіб життя, нова форма відпочинку. Практика показує, що сквош чудово розвиває та удосконалює координацію рухів,

тактичну думку, швидкість реакції. Гра в сквош виявляє значний вплив на фізичний стан та психічне здоров'я людини. Інтенсивна активність у грі сприяє підвищенню кардіоваскулярної витривалості та покращенню роботи серця і судин. Крім того, регулярне заняття сквошем сприяє розвитку фізичної форми, зокрема швидкості, гнучкості та сили. Участь у грі вимагає високого рівня координації рухів, що сприяє покращенню реакції та загальної рухливості. Крім фізичних переваг, сквош також має позитивний вплив на психічне здоров'я, допомагаючи зменшити стрес, поліпшити концентрацію та розслабитися під час гри [2].

Підсумовуючи, можна сказати, що заняття сквошем відзначаються значним впливом на фізичний розвиток та психічне здоров'я людини. Цей вид спорту сприяє покращенню кардіоваскулярної витривалості, розвитку фізичної форми, включаючи координацію та силу, а також сприяє зниженню рівня стресу та покращенню психічного стану завдяки концентрації та розслабленню, що є важливими аспектами здорового способу життя та підтримки загального благополуччя.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сквош (2023), Вікіпедія, доступ за посиланням. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%BA%D0%B2%D0%BE%D1%88 (доступний 08 квітня 2024).
2. Liga.net (2020), «Тренування для мозку, серця та душі: що таке сквош?», доступ за посиланням. URL: https://life.liga.net/istoriyi/article/trenirovka-dlya-mozga-serdtsa-i-dushi-chto-takoe-skvosh (доступний 08 квітня 2024).

ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ МОЛОДОГО ВИКЛАДАЧА: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА СТРАТЕГІЇ УСПІХУ

Б. А. Грушицький, *студент спеціальності Філологія, група Філ б-41*

К. К. Пивоварська, *канд. філос. наук, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, науковий співробітник Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

У сучасному освітньому середовищі молоді викладачі зіштовхуються з рядом викликів, серед яких особливою важливістю є дотримання ділового етикету. Діловий етикет визнача-

ється набором правил та норм поведінки, які допомагають створити професійне та ефективне робоче середовище [1].

Розглянемо поняття та важливість ділового етикету. Діловий етикет у контексті академічного середовища охоплює набір правил і норм, які регулюють взаємодію між учасниками освітнього процесу – студентами, викладачами, адміністрацією та іншими [2]. Він визначає прийнятні стандарти поведінки, комунікації та взаємодії, сприяючи створенню професійного та доброзичливого середовища для навчання та наукової роботи.

Діловий етикет в академічному середовищі також включає в себе відповідність звичаям і правилам конкретного навчального закладу, а також загальновизнаним нормам професійної поведінки.

Діловий етикет відіграє значну роль у становленні професійного образу молодого викладача. Перш за все, правильне дотримання етикету сприяє побудові довіри та поваги серед студентів, колег і адміністрації [3]. Молодий викладач, який виявляє уважність до правил взаємодії та професійної етики, створює позитивне враження і відображається як компетентний та відповідальний фахівець. Крім того, дотримання ділового етикету допомагає молодому викладачу встановити авторитет у навчальному середовищі та підвищити його професійний рівень. Коректна поведінка, ввічливість у спілкуванні, а також професійна етика в роботі сприяють позитивній репутації та успішному виконанню професійних обов’язків.

Розглянемо основні аспекти ділового етикету молодого викладача. Візуальний образ відображає професійний статус та авторитет викладача [4]. Молодий викладач повинен дотримуватися відповідного ділового стилю одягу, який підходить для академічного середовища. Чистий та охайний зовнішній вигляд створює позитивне перше враження та сприяє створенню довіри серед студентів та колег. Ефективна комунікація є ключовим аспектом успішного викладацького досвіду [5]. Молодий викладач повинен володіти навичками чіткого та відкритого спілкування зі студентами, а також вміти підтримувати конструктивну взаємодію з колегами та адміністрацією навчального закладу. Пунктуальність є важливою складовою ділового етикету молодого викладача [6]. Він повинен приходити на заняття вчасно та готовий до проведення уроку. Крім того, він повинен бути відповідальним у виконанні своїх обов’язків, таких як підготовка

лекцій, проведення консультацій та оцінювання студентів. Молодий викладач повинен дотримуватися високих стандартів етики під час проведення занять та оцінювання студентів [7]. Це включає в себе справедливе та об'єктивне оцінювання, заохочення активної участі студентів у навчальному процесі та уникнення будь-яких форм плагіату або недопустимого співробітництва.

Ці аспекти ділового етикету допомагають молодому викладачеві створити професійне та приємне навчальне середовище, сприяють підвищенню авторитету та успішному виконанню його професійних обов'язків.

А тепер перейдемо до розгляду стратегій успіху для молодого викладача. Молодий викладач може досягти успіху шляхом постійного підвищення своєї кваліфікації. Участь у конференціях, семінарах та тренінгах з питань ділового етикету дозволить розширити його знання, відпрацювати навички та знайти інноваційні підходи до викладацької діяльності. Співпраця з колегами та створення дружнього та підтримуючого робочого середовища є ключовим для успіху молодого викладача. Обмін досвідом, взаємна допомога та підтримка сприяють вирішенню складних завдань і стимулюють професійний зріст. Сучасний освітній процес постійно змінюється, тому важливо для молодого викладача бути готовим до адаптації. Пошук нових підходів у викладанні, впровадження інноваційних методик та взаємодія зі студентами за допомогою сучасних технологій дозволять молодому викладачеві залишатися актуальним та ефективним у своїй професійній діяльності.

Ці стратегії успіху допоможуть молодому викладачеві розвиватися як професіоналу, покращувати якість своєї роботи та досягати високих результатів у викладанні та взаємодії з навчальним середовищем.

У результаті вивчення основних аспектів ділового етикету для молодого викладача, я, як студент, розумію важливість цих аспектів для успішної та продуктивної навчальної діяльності. Правильне використання ділового етикету не лише сприяє створенню доброзичливого та професійного середовища, але і впливає на якість взаємодії з викладачами та сприйняттям навчального матеріалу. Тому я планую дотримуватися цих принципів у своїй навчальній діяльності, спілкуванні з викладачами та іншими студентами, щоб забезпечити ефективне навчання та позитивний внесок у навчальне середовище.

Список використаних інформаційних джерел

1. Іванова О. (2023). Роль ділового етикету в освітньому процесі. Наукові праці вищих навчальних закладів, 5(2), 78-89.
2. Петрова Н. (2021). Особливості ділового етикету в академічному середовищі. Вісник педагогічної науки, 14(3), 45-56.
3. Сидоров В. (2020). Дотримання етикету як фактор формування авторитету викладача. Наукові записки університету, 8(1), 112-125.
4. Ковальчук І. (2019). Візуальний образ викладача: важливість та вплив на сприйняття студентів. Педагогічні науки, 7(4), 23-34.
5. Чернишова С. (2019). Ефективні стратегії комунікації для молодих викладачів. Науковий вісник університету, 18(3), 67-78.
6. Тимченко Р. (2022). Пунктуальність: ключовий елемент професіоналізму для молодих вчених. Міжнародний науковий журнал, 7(2), 134-145.
7. Білий К. (2023). Етичні стандарти у викладанні та оцінюванні: керівництво для молодих викладачів. Науковий журнал академічної чесності, 16(4), 189-201.

ДІАГНОСТИКА ТА КОРЕКЦІЯ РОЗЛАДУ ДЕФІЦИТУ УВАГИ ТА ГІПЕРАКТИВНОСТІ У ДОРОСЛИХ

***С. І. Дробина**, студентка спеціальності Міжнародні економічні відносини, група МЕВ МБ б-41*
***І. С. Тодорова**, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розлад дефіциту уваги та гіперактивності (РДУГ) характеризується неуважністю, частим відволіканням, схильністю до імпульсивних дій всупереч запланованим, що зазвичай поєднується із гіперактивністю та призводить до неефективного поводження під час навчання та праці, виступає причиною ускладнень у міжособистісних стосунках та соціальному житті. Основні симптоми гіперактивності включають порушення координації та рівноваги, психоемоційні порушення, порушення комунікативно-перцептивної взаємодії, порушення сну. Люди з цими проблемами часто проявляють вередливість, неврівноваженість, мають дисфункції мовного розвитку та порушення моторного контролю. Супутніми ознаками є надмірна метушливість, слабка розвиненість довільної регуляції, підвищена стомлюваність та різні емоційні реакції, такі як депресивність і агресивність [1].

Раніше вважалося, що РДУГ притаманний лише дітям, але, це – помилкова думка, за багатьох достовірних досліджень відо-

мо, що дві третини дітей, які страждали на РДУГ, ставши дорослими зберігають діагноз, так що його діагностують й у 4–5 % усіх дорослих. З усіх випадків РДУГ, які було діагностовано, 98 % розпочалися до 16 років [2]. Суттєвою відмінністю є те, що в більшості дітей проявляється гіперактивність, але потім, до підліткового та дорослого віку, вона зазвичай значно знижується, і, нерідко, єдине, що залишається від гіперактивності у дорослих із РДУГ – це почуття занепокоєння та необхідність постійно чимось займатися.

Сучасні наукові дані свідчать на користь того, що типові для цього розладу порушення саморегуляції та самоконтролю, невміння вчасно зупинитися тощо формуються дуже рано і зберігаються у дорослих протягом усього їхнього життя саме тому, що вони обумовлені передусім, особливостями мозку, генетикою та обміном дофаміну, що й спричиняє труднощі контролю уваги, емоцій та імпульсивної поведінки. Доведено, що ліки є найбільш ефективним методом лікування РДУГ, вони вдвічі результативніше, ніж лише немедикаментозні методи, такі як консультування або поведінкова терапія, та покращують симптоми у 70–95 % дорослих, які їх приймають [2].

Разом з тим, важливо поєднувати фармакологічне втручання із ефективними психолого-педагогічними методами допомоги, і людина з РДУГ, може навчитися навичкам подолання труднощів самоуправління та використовувати свої таланти, як вже довели чимало успішних людей із РДУГ [1]. Під час корекційного тренінгу для підлітків, розробленого В. М. Орос, відбувається психофізична реабілітація через розвиток відчуттів тіла, координації рухів, опанування навичками м’язової та дихальної релаксації; здійснюється привчання до контролю та саморегуляції поведінки через самонавіювання; проводиться навчання оптимальним ненасильницьким прийомам спілкування, розвивається соціальний інтелект; надається допомога в опануванні методами звільнення від негативних емоцій та думок [1].

Висновки. Ключові ознаки розладу дефіциту уваги та гіперактивності у дорослих включають нестійкість уваги, гіперактивність, імпульсивність, труднощі з організацією та управлінням часом, із саморегуляцією та самоконтролем. Дорослі з цим розладом часто зазнають труднощі в міжособистісних відносинах, освітній та професійній діяльності, у виконанні повсякденних рутинних завдань.

Ефективна діагностика та корекція РДУГ у дорослих є важливим завданням для забезпечення їхнього успішного функціонування в суспільстві. Діагностика РДУГ вимагає комплексного підходу, врахування як біологічних, так і психосоціальних факторів. Ефективні методи діагностики включають клінічне спостереження, психологічні тести та опитувальники.

Корекція розладів дефіциту уваги та гіперактивності в дорослих може включати фармакотерапію, психотерапію, когнітивно-поведінкову терапію та інші психолого-педагогічні підходи. Важливо підкреслити необхідність індивідуалізованого підходу до кожної людини з розладом дефіциту уваги та гіперактивністю, зважати на її унікальні здібності, потреби та соціальні умови.

Додаткові дослідження в цій області можуть допомогти вдосконалити стратегії діагностики та корекції цих розладів у дорослих здобувачів освіти, допомогти їм отримати якісну освіту, розвинути соціальні навички потрібні для успішної професійної самореалізації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Орос В. М. Психологічні особливості гіперактивності акцентуйованих підлітків в умовах соціальної депривації : автореф. дис. … к-та псих. наук : 19.00.07. Київ, 2015. 22 с.
2. Russell A. Barkley, Christine M. Benton. Taking Charge of Adult ADHD: Proven Strategies to Succeed at Work, at Home, and in Relationships. The Guilford Publications, 2021. 357 p.

РЕЗИЛЬЄНТНІСТЬ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОЇ ВІЙНИ

А. Р. Єфименко, *студент спеціальності 053 Психологія, група П-111*

С. П. Яланська, *д-р психол. наук, професор, декан факультету психології і соціальної роботи – науковий керівник*

Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка

У тезах дослідження охарактеризовано важливість резильєнтності та розроблено практичні рекомендації щодо підвищення стресостійкості в умовах сьогодення серед здобувачів вищої освіти.

Ключові слова: *резильєнтність, протидія, психологія, стресостійкість, самопоміч.*

У сьогоденні нас переслідують безліч різноманітних стресових чинників, які ми намагаємося розпізнати й подолати, проте через доволі низьку обізнаність та лабільність робимо це не завжди правильно [1].

Проблематику даної теми розглядали у своїх дослідженнях Гурлєва Т. С. та Журавльова Н. Ю. у своїй роботі «Резильєнтність до руйнівної інформації в часи війни: напрями вдосконалення» [2] та Грубі Т. В. у дослідженні: «Резильєнтність як запорука збереження психічного здоров'я особистості» [3].

Актуальність нашої роботи характеризується тим, що рівень резильєнтності, як стану людини, коли вона здатна протидіяти стресові, є надзвичайно низьким, незважаючи на те, що Він є одним з найважливіших механізмів протидії негативним наслідкам війни, саме тому знання щодо його підвищення є надзвичайно актуальними.

Метою наших тез є розробка практичних рекомендацій для здобувачів вищої освіти.

Практичні рекомендації:

1. Розвиток самосвідомості.
   - Пізнання себе:
     - сильні та слабкі сторони;
     - цінності;
     - емоції;
     - потреби.
   - Розвиток емоційного інтелекту.
   - Практика самоусвідомлення:
     - медитація;
     - журналинг.
2. Зміцнення соціальних зв'язків.
   - підтримка близьких;
   - спілкування;
   - волонтерство.
3. Фізичне та психічне здоров'я.
   - здорове харчування;
   - регулярні фізичні вправи;
   - якісний сон;
   - практика технік релаксації.
4. Розвиток позитивного мислення.
   - оптимізм.

5. Розвиток навичок подолання труднощів.
   - вирішення проблем;
   - тайм-менеджмент;
   - стрес-менеджмент.

Висновки. У рамках нашого дослідження ми розробили практичні рекомендації для здобувачів вищої освіти щодо підвищення їх резильєнтності в умовах повномасштабної війни, як основної ланки протидії її негативним наслідкам на ментальне здоров'я. Серед можливих тем подальшого дослідження даного феномену – обізнаність, протидія та відновлення особистісного ресурсу серед різних груп населення м. Полтави: дітей, підлітків, дорослих, людей похилого віку після сильного стресу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Як плекати у собі резильєнтність та чому це важливо? URL: https://fizis.net/psyhologichna-gramotnist/iak-plekaty-u-sobi-rezylientnist-ta-chomu-tse-vazhlyvo/ (дата звернення: 05.03.2024).
2. Гурлєва Т. С., Журавльова Н. Ю. Резильєнтність до руйнівної інформації в часи війни: напрями вдосконалення. Формування резильєнтних компетентностей здобувача освіти в період трансформацій, сучасних викликів та кризових станів суспільства, 2023, 38-42.
3. Грубі Т. В., Резильєнтність як запорука збереження психічного здоров'я особистості. Освіта України в умовах воєнного стану: управління, цифровізація, євроінтеграційні аспекти, 2022, 227.

АНАЛІЗ ЕМОЦІЙНОГО СТАНУ У СУДОВІЙ ПСИХОЛОГІЇ

Б. А. Заплішна, *студентка спеціальності Психологія, група ПС-23-2*
М. С. Тюганова, *асистент кафедри психології, магістр психології – науковий керівник*
Державний університет економіки і технологій

Сучасне правосуддя неможливо уявити без впровадження судово-психологічних експертиз, оскільки вони допомагають визначити, чи може підсудний відповідати за свої дії, як його емоційний стан впливає на його здатність приймати рішення, та чи мають вагомий вплив на його поведінку психологічні фактори. В цьому контексті, питання емоційного аналізу вияв-

ляються особливо важливими, оскільки емоції можуть впливати на свідомість, пам'ять та вирішення задач, що може бути критичним для правильного судового розгляду.

Ми розглянемо сутність судово-психологічних експертиз, зосередимося на важливості емоційного аналізу в цьому контексті та розглянемо ключові аспекти, які роблять цю сферу невід'ємною частиною сучасного юридичного процесу.

Судова експертиза – це дослідження на основі спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва, ремесла тощо об'єктів, явищ і процесів з метою надання висновку з питань, що є або будуть предметом судового розгляду [2]. Основним завданням психологічної експертизи є визначення у підекспертної особи: індивідуально-психологічних особливостей, рис характеру, провідних якостей особистості; мотивотвірних чинників психічного життя і поведінки; емоційних реакцій та станів; закономірностей перебігу психічних процесів, рівня їхнього розвитку та індивідуальних її властивостей [3].

Проведення судової експертизи ґрунтується на рішенні відповідного суду, вироку органу досудового розслідування або угоді із спеціалістом чи експертною установою, якщо експертиза здійснюється за замовленням інших осіб. Взаємодія експерта з судом та юридичними представниками в судовому процесі є ключовим етапом, спрямованим на надання об'єктивних та кваліфікованих експертних висновків. При проведенні психологічних експертиз використовуються загальновідомі в науковій практиці психологічні методики і такі, що пройшли державну атестацію, та їх авторські модифікації, що відбираються з урахуванням специфіки експертних досліджень і конкретних питань, поставлених перед психологічною експертизою. Психофізіологічні методи визначення емоцій використовуються для об'єктивного вимірювання фізіологічних параметрів, які можуть бути пов'язані з емоційним станом людини. Основні методи включають в себе вимірювання різних фізіологічних показників, які можуть змінюватися під впливом емоцій. Деякі з найбільш поширених психофізіологічних методів визначення емоцій включають: електродермальна активність (EDA), електроміографія (EMG), гормональний аналіз тощо. Розглянемо їх більш детально. Електродермальна активність (EDA) використовується для реєстрації змін у електричній

провідності шкіри, які можуть змінюватися внаслідок підвищеної емоційної активності. Електроміографія (EMG) використовується для вимірювання електричної активності м'язів, яка відбувається при їх скороченні або розслабленні. Гормональний аналіз вимірює рівні гормонів, таких як адреналін та кортизол, які можуть змінюватися в реакції на емоційний стрес. Використання комбінації цих методів може надати комплексний погляд на емоційний стан людини в різних ситуаціях. Однак слід враховувати, що кожен метод має свої переваги та обмеження, і їхнє використання може бути доповнене одне одним для отримання більш повного зображення емоційного стану.

Підставою для отримання висновку спеціаліста при з'ясуванні обставин вчинення кримінального проступку є запит службової особи підрозділу дізнання органу Національної поліції, органу безпеки, органу, що здійснює контроль за додержанням податкового законодавства, органу Державного бюро розслідувань, Національного антикорупційного бюро України, уповноваженої особи іншого підрозділу зазначених органів, які уповноважені здійснювати досудове розслідування кримінальних проступків [1].

Емоційний аналіз стає все більш важливим у судових експертизах та юридичних процесах, оскільки допомагає розуміти індивідуальні психологічні стани та мотивації осіб у справах. Ключові аспекти, які роблять його невід'ємною частиною сучасного юридичного процесу. Експертиза доказів, психологічна експертиза, оцінка вірогідності показань, психологічна експертиза свідків та підсудних, встановлення мотивації. Ці аспекти підкреслюють значення емоційного аналізу у судових експертизах і його важливу роль у сучасному юридичному процесі.

Список використаних інформаційних джерел

1. Блог з філософії та психології. Статті про різні аспекти психології людини. URL: https://ua.sainte-anastasie.org/articles/psicologa/psicologa-forense-definicin-y-funciones-del-psiclogo-forense.html.
2. Закон України «Про судову експертизу» від 25.02.1994 зі змінами. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text.
3. Судова експертиза у кримінальному процесі. URL: https://wiki.legalaid.gov.ua/index.php/Судова_експертиза_у_кримінальному_процесі.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ БЕЗПЕЧНОГО ТА ІНКЛЮЗИВНОГО ОСВІТНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

А. В. Корнілова, *студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН б-11*
С. О. Шара, *канд. пед. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Розуміння проблеми психологічної безпеки інклюзивного освітнього середовища як системного процесу в умовах сьогодення є, надзвичайно, актуальним в контексті розвитку теорії та практики педагогічно-психологічних знань.

Феномен «безпеки» викликає особливий інтерес серед науковців. Термін «безпека» розглядається як невід'ємна частина психологічної скарбниці, а дослідження психологічної безпеки освітнього середовища – як самостійний науковий напрям, що сформувався наприкінці XX – на початку XXI століття. Сьогодні психологія безпеки набула академічного статусу психолого-педагогічної галузі знань та обросла власним понятійним апаратом. При цьому проблема забезпечення психологічної безпеки відзначається як на організаційному рівні освітнього середовища, так і на рівні життєдіяльності його суб'єктів, а також у професійній взаємодії викладачів та студентів з особливими освітніми потребами. Темпи технологічних інновацій у всіх сферах життя і, відповідно, соціальних змін часто перевищують адаптаційні можливості суспільства. Значно збільшилися джерела психологічних загроз для здоров'я людини та порушення її життєдіяльності. Загальновідомо, що першою з базових потреб людини є безпека і що без її часткового задоволення неможливо досягти самореалізації в професійному та особистому житті.

Дослідники розглядають поняття безпеки як відсутність загроз і ризиків, пов'язаних з можливою шкодою для людини з боку простору її існування та життєдіяльності (екологічного, соціального, освітнього, віртуального та внутрішнього простору).

Основними загрозами для безпеки можуть бути глобальні катаклізми, війна, хвороби, втрата майна, житла, загроза звільнення з роботи та інші. З огляду на те, що людське життя є найвищою соціальною цінністю, людство стикається з багатьма

важливими викликами. Одним із домінантних чинників побудови ефективного процесу життєдіяльності людини є створення психологічної безпеки в освітньому середовищі. Особливої актуальності це питання набуває в контексті інклюзивної освіти, яка орієнтована на активне залучення студентів з особливими потребами до навчально-виховного процесу та наразі є одним із пріоритетних напрямів освітньої політики України. Освітнє середовище, в якому вирішуються не лише освітні завдання, а й відбувається духовний розвиток та соціалізація особистості, дає можливість молоді входити в суспільство, брати активну участь у його життєдіяльності та особистісному розвитку, асимілюватися з нормами та цінностями цього суспільства. Освітнє середовище надає широкий спектр можливостей для розвитку особистості.

Задоволення базової потреби в безпеці є важливою умовою самореалізації людини як у професійному, так і в особистому житті.

Д. Мітчелл стверджує, що «…Інклюзивна освіта – це крок до досягнення кінцевої мети – створення інклюзивного суспільства, в якому всі діти і дорослі, незалежно від статі, віку, етнічної приналежності, здібностей або порушень розвитку, можуть брати участь і робити свій внесок у життя суспільства» [1].

Актуальні аспекти впровадження інклюзивної освіти у своїх роботах висвітлили С. Бабенко, М. Деркач, Н. Дятленко, В. Засенко, Р. Левіна, А. Колупаєва, М. Шеремет, Ю. Найда, Ю. Рибачук та ін.

У структурі інклюзивного освітнього середовища сучасні дослідники виділяють три компонента: просторово-предметний, психо-дидактичний (змістовно-методичний) та соціально-психологічний, змістовна наповнюваність яких обумовлена особливостями дітей, що включаються до нього – дітей, які мають особливі освітні потреби.

Таким чином, психологічна безпека особистості та середовища невіддільні один від одного та є моделлю сталого розвитку та нормального функціонування людини у дружньому для неї середовищі. Концепція психологічної безпеки особистості не може розглядатися у відриві від психологічної безпеки середовища, оскільки ці два конструкти тісно взаємодіють. Це пов’язано з тим, що дана концепція є значущим показником хорошого розвитку обох взаємодіючих середовищ. Розвиток особис-

тості може відбуватися тільки в умовах психологічної безпеки освітнього середовища. Розглядаючи інклюзивну освітню практику, що «зароджується», важливо розуміти ставлення до неї педагога, який реалізує себе, розвивається особистісно та професійно в нових для нього умовах діяльності та водночас сприяє особистісному зростанню та розвитку студентів із ООП.

Список використаних інформаційних джерел

1. Тонне О. Психологічна безпека особистості як умова створення інклюзивного освітнього середовища. URL: https://www.oip-journal.org/index.php/oip/article/view/229/175 (дата звернення: 13.04.2024).
2. Соціальна та освітня інклюзія: історія, сучасність, перспективи розвитку : кол. монографія : у 2 ч. Частина 1. Інституційні та особистісні аспекти впровадження в Україні / за ред. С. П. Миронової, Л. Б. Платаш. Чернівці : Технодрук, 2021. 352 с.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ВИНИКНЕННЯ ЕМОЦІЇ ЗАЗДРОСТІ ТА ЇЇ ОПРАЦЮВАННЯ ЗАСОБАМИ АРТТЕРАПІЇ

***Л. С. Косарева**, студентка спеціальності Харчові технології, група ХТІ мб-11*
***І. С. Тодорова**, канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Кожна емоція та почуття має свою функцію у психіці та свій сенс. Коли ми заздримо, то прагнемо того, що інші нібито чи насправді мають, можуть, одержують, чи ким вони є, при цьому ми впевнені, що в нас цього немає і ми не можемо це отримати чи стати такими же – і це, зрештою, несправедливо. Почуття заздрощів свідчить про те, що ми втратили порозуміння із собою та треба щось змінювати – або наше життя на краще, або уявлення про себе та інших.

Заздрість – це складна емоція, яка може мати коріння в різних психологічних чинниках, включаючи: порівняння себе з іншими, яке може призвести до відчуття незадоволеності своєю власною життєвою ситуацією, особливо коли ми думаємо, що інші мають більше або досягли більшого успіху; занижена самооцінка, яка провокує до заздрості, оскільки людина починає сприймають себе як менш цінну або гідну за інших; страх втратити щось важливе для нас, наприклад, таке як кохана людина або ресурс, якій нерідко поєднується із ревнощами;

усвідомлення несправедливості або нерівності також може провокувати заздрість, особливо якщо ми вважаємо, що заслуговуємо на більше, ніж маємо [2].

Заздрість часто буває засудженою, тому ми витісняємо її, нам не просто її проявляти та визнавати. Вона розхитує нашу самооцінку, ми стаємо менш задоволеними життям, ніж могли би бути за таких самих умов; ми вороже реагуємо на інших і псуємо міжособистісні стосунки. Заздрість дуже важливо помічати в собі та розуміти механізми її виникнення, це відкриває нам шлях до керування нею та саморозвитку.

Засоби самовираження, такі як мистецтво або листи, щоденники тощо можуть допомогти виразити і зрозуміти емоції. Арттерапія – це вид психологічної допомоги, якій заснований на занурення у мистецтво та творчість. Особливе значення вона має у діагностиці та корекції проблем, пов'язаних із прихованими емоціями та почуттями. Заздрість можна опрацьовувати через мистецтво, таке як живопис, малювання, скульптура, ліплення, казки або інші форми творчості. Корисно використовувати музикотерапію як засіб через якій відбувається катарсис, регулюються психічні процеси. Наприклад, для зменшення злостивості, заздрості до успіхів інших людей психологи радять прослуховувати «Італійський концерт» Йоганна Себастьяна Баха або «Симфонію» Йозефа Гайдна. Арттерапія допомагає позбутися негативних емоцій, у безпечний спосіб виплеснути злість та агресію, покращити самоконтроль, полегшити стосунки з іншими людьми, розвинути креативність, підвищити самооцінку.

В процесі опрацювання емоцій засобами арттерапії важливо дотримуватися таких загальних вимог та правил:

− коли ви використовуєте артерію для вираження заздрості, не обмежуйте себе жорсткими рамками. Дозвольте своїй уяві вільно рухатися і відображати ваші почуття у ваших творіннях;

− ви можете використовувати символи або метафори у вашому мистецькому процесі, щоб підкреслити ваші почуття заздрості та їх причини. Наприклад, ви можете зобразити себе як пташку, яка спостерігає за іншою пташкою, що літає вище, або як дерево, яке не може дістатися до світла сонця через тінь інших дерев;

− важливо бути відкритим і щирим під час створення мистецького продукту. Дозвольте собі виразити свої істинні почуття, навіть якщо вони можуть бути болючими або складними;

– після завершення творчого процесу, дослідить свої творіння, собі запитайте себе, що вони означають для вас, як відображають ваші почуття, що ви хотіли би змінити, додати, а потім зробіть це;

– якщо вам важко опрацювати свої почуття самостійно, не соромтеся звернутися до друзів або професійного психолога для підтримки [1].

За таких умов арттерапія через різні види мистецтва може бути потужним інструментом для діагностики та опрацювання внутрішніх конфліктів, негативних станів, емоцій, зокрема, заздрості.

Висновок. Отже, заздрість – це складна емоція, яка виникає з різних причин, таких як порівняння з іншими, низької самооцінки, страху втратити щось важливе, відчуття несправедливості тощо. Подолати заздрощі можна через усвідомлення її чинників, самоаналіз, використання мистецтва як засобу вияву емоцій, через фахову психологічну підтримку. Отримуючи доступ до часто неусвідомлених та прихованих психологічних проблем, арттерапія допомагає людині виявити справжні причини емоційних розладів та особистісно зростати.

Список використаних інформаційних джерел

1. Арт-терапія в роботі психолога: інноваційні підходи : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., м. Кропивницький, 20–27 квітня 2021 року / уклад. Молчанова О. М. ; за заг. ред. Жосана О. Е. Кропивницький : КЗ «КОІППО імені Василя Сухомлинського», 2021. 150 с.
2. Кучманич І. М., Отреп'єва Г. Р. Феномен заздрості як об'єкт психологічного аналізу // Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія : Психологічні науки. 2013. Т. 2, Вип. 10. С. 177–181.

ЛІКУВАЛЬНА ФІЗИЧНА КУЛЬТУРА ТА РЕАБІЛІТАЦІЯ ПІСЛЯ ЗАХВОРЮВАНЬ ЕНДОКРИННОЇ СИСТЕМИ

Є. Л. Левченко, *студентка спеціальності Право, групи Пр б-21*
І. А. Васецький, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Ендокринна система – сукупність ендокринних залоз (залоз внутрішньої секреції), ендокринних тканин органів та ендо-

кринних клітин, дифузно розсіяних в органах, що секретують у кров і лімфу гормони та разом з нервовою системою регулюють і координують важливі функції організму людини: репродукцію, обмін речовин, ріст, процеси адаптації. У людини до ендокринних залоз відносять: гіпоталамус, гіпофіз, епіфіз, щитоподібну залозу, тимус, надниркові залози, підшлункові залози, яєчники та сім'яники.

До причин їх виникнення можуть належати: генетичні схильності; дія деяких препаратів; онкологічне захворювання; порушення розвитку залоз; запальні захворювання гіпофіза та гіпоталамуса; дефіцит йоду; бактеріальні та грибкові інфекції; проходження імуномодуляційної терапії; судинні порушення; фактори довкілля; спосіб життя, куріння, стрес, відсутність нормальної фізичної активності – фактори, які також можуть впливати на розвиток захворювань ендокринної системи.

Лікувальна фізична культура (ЛФК) та реабілітація відіграють важливу роль у відновленні здоров'я та покращенні якості життя пацієнтів з ендокринними захворюваннями. Спеціально підібрані вправи можуть допомогти зменшити симптоми, поліпшити функціонування ендокринної системи та запобігти ускладненням.

Вплив ЛФК на ендокринну систему.

Регулювання гормонального балансу. Фізичні вправи можуть сприяти нормалізації рівня гормонів, наприклад, інсуліну, кортизолу, тиреоїдних гормонів.

Покращення метаболічних процесів. ЛФК допомагає підвищити чутливість тканин до гормонів, покращити утилізацію глюкози та жирів. Зниження запалення. Регулярні тренування можуть зменшити хронічне запалення, яке часто супроводжує ендокринні розлади.

Основні принципи ЛФК для ендокринних хвороб:

Індивідуальний підхід. Програма ЛФК має бути розроблена з урахуванням особливостей захворювання, віку, фізичного стану пацієнта.

Поступове навантаження. Інтенсивність та тривалість тренувань поступово збільшуються для адаптації організму. Регулярність занять

Щоденні або 3–4 рази на тиждень заняття ЛФК дають найкращі результати. Вправи для пацієнтів з ендокринними захворюваннями

Аеробні вправи. Ходьба, плавання, їзда на велосипеді покращують серцево-судинну систему та спалюють зайву енергію.

Вправи на силу.

Вправи з власною вагою тіла або з обтяженнями зміцнюють м'язи та кістки.

Вправи на гнучкість.

Розтягування і йога допомагають підтримувати рухливість суглобів та поставу.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фармацевтична енциклопедія. URL: https://www.pharmencyclopedia.com.ua/article/8021/endokrinna-sistema#list.
2. https://tsn.ua/lady/zdorovye/aktualnaya-tema/endokrinni-zahvoryuvannya-yaki-buvayut-i-yak-rozpiznati-1977829.html.
3. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/kompleks_vprav_z_step-aerobiki_krupko.pdf.
4. https://www.ua-football.com/ua/sport-i-zdorovie/siz-news/1628081196-efektivni-silovi-trenuvannya-v-domashnih-umovah.html.
5. https://nubip.edu.ua/sites/default/files/kompleks_vprav_dlya_rozvitku_gnuchkosti_gordieieva_0.pdf.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА У STARBUCKS

***М. В. Могила**, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН Б-21*

***К. К. Пивоварська**, канд. філос. наук, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, науковий співробітник Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність: даної теми полягає в дослідженні корпоративної культури та успішності функціонування її на підприємстві.

Корпоративна культура створена на основі про те, що компанія повинна розглядати і своїх працівників, і своїх клієнтів насамперед як людей, тоді все інше прийде само собою. Якщо керівник відноситься до співробітників як до партнерів, а не як до одного з ресурсів, ті досягають фантастичних результатів, якщо він бачить в клієнтах не джерело доходу, а людей, яким він надає послугу, ті повертаються знову і знову.

Склянка Starbucks – не просто напій, а культурний феномен. Знаменитий логотип із сиреною, що символізує доставку кави з далеких країн, впізнаваний по всьому світу. Сьогодні корпорація, заснована 1971 року трьома приятелями, є найбільшою мережею кав'ярень. Досягти такого успіху без унікальної системи управління та сильної корпоративної культури було б неможливо. Автор книги Говард Бехар – екс-президент Starbucks. Коли він прийняв управління в 1989 році, компанія складалася всього з 28 точок і була невеликим регіональним бізнесом. За кілька років йому вдалося вивести її на міжнародний рівень, згуртувавши навколо себе сильну команду. В компанії використовують 10 принципів [1]:

1. Самоусвідомлення: завжди носити один і той же капелюх. Наш успіх прямо пов'язаний із чіткістю та чесністю наших уявлень про те, ким ми є, а ким ні, чого хочемо досягти і яким шляхом. Коли співробітники організації мають ясне розуміння її цінностей, цілей і завдань, вони знаходять у собі енергію та ентузіазм для великих звершень.

2. Розуміння цілій: робити те, що правильно, а не те, що добре для кар'єри. Шлях до успіху починається з дій, зумовлених правильними причинами. Неможливо досягти успіху, якщо не знаєш, чого досягаєш, і всі інші не прагнуть до того ж. Шукайте цілеспрямованість та ентузіазм у собі та в тих, ким керуєте, а якщо не знайдете – зробіть щось.

3. Самостійність: той, хто підмітає підлогу, має право вибрати віник. Люди не «персонал», а людські істоти, і вони здатні на немислимі звершення. Ми повинні позбутися правил – писаних і неписаних – і заохочувати самостійне мислення в собі та інших.

4. Чуйність: турбота повинна бути непідробною. Чуйність – ознака не слабкості, а, навпаки, сили, і її не можна імітувати ні всередині організації, ні стосовно клієнтів, ні спільноти – локальному чи глобальному. Без довіри та турботи нам ніколи не дізнатися, що можна було б здійснити. Без волі від страху не можна мріяти, отже, реалізувати свій потенціал.

5. Вміння чути правду: у речей є голос. Прислухайтесь, не шкодуючи часу, навіть до того, що не висловлюється вголос, – і будуть дивовижні результати. Ви дізнаєтеся, чого хочуть клієнти, куди зник ентузіазм співробітників, і прямо у себе під носом знайдете вирішення проблем, що мучили вас.

6. Відкритість: тільки правда звучить правдоподібно. Нічого не приховуйте, не брехайте, ні про що не замовчуйте, не ухи-

ляйтесь від відповіді. Говоріть те, що має бути сказано, з усією відповідальністю за свої слова, увагою та повагою до слухача.

7. Активність: мислити як людина дії, діяти як людина думки. Знайдіть найкраще співвідношення ентузіазму, цілеспрямованості та сталості. «Уся справа в людях» – не думка, а дія. Відчуйте, дійте, думайте. Підтримуйте рівновагу між цими компонентами, але таку, щоб бути активним.

8. Протистояння труднощам: ми передусім люди. У найважчий час керуйтеся тими самими принципами, що завжди. Якщо труднощі занадто великі, якщо ви потрапили у безвихідь, робіть те, що можете. Але пам'ятайте, що люди повинні бути завжди на першому місці і це дасть вам необхідні орієнтири.

9. Авторитет: спокійний голосний голос серед оглушливого шуму. Стиль керівництва може бути гучним. Але ніколи не забувайте, що керівники – це просто люди. Не дозволяйте шуму витіснити правду. Прислухайтеся до свого спокійного голосу, і нехай він веде вас.

10. Сміливі мрії: «так» – наймогутніше слово у світі. Сміливі мрії – це великі цілі, великі надії та радості. Скажіть їм так, радійте тому, що робите, і допоможіть іншим випробувати таку ж радість.

Висновок. З даного дослідження можна побачити, що підприємство створило правильну стратегію та започаткувала культуру, яка допомагає в розвитку та успішності корпорації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Говард Бехар. Справа не в каві. Корпоративна культура Starbucks. – Альпіна Паблішер, 2020. – 186 с.

ОСОБЛИВОСТІ ОЗДОРОВЧОГО ФІТНЕСУ В ТРЕНАЖЕРНОМУ ЗАЛІ

Д. В. Могильний, *студент спеціальності Туризм, група Т б-21*
Н. О. Симоненко, *старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, сектор фізичного виховання – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасне суспільство з кожним роком потребує штучного створення умов для збільшення рухової активності людей, що призводить до зростання числа закладів для активного відпочинку. І в той же час, вони вимушені функціонувати в умовах

жорсткої конкуренції з іншими неактивними способами проведення вільного часу (перегляд телепередач, комп'ютерні ігри та ін.).

Результати наукових досліджень чітко демонструють, що регулярна фізична активність забезпечує поліпшення загального стану здоров'я людини і рівня її фітнесу та запобігає виникненню багатьох передчасних проблем зі здоров'ям. Відповідна рухова активність сприяє досягненню бажаного рівня оздоровчого фітнесу, здоров'я та сприяє довголіттю [1].

Оздоровчий фітнес складається з тих компонентів фізичного фітнесу, що мають взаємозв'язок з міцним здоров'ям. Він спрямований на досягнення та підтримання фізичного благополуччя та зниження ризику захворювань (серцево-судинної системи, обміну речовин тощо). Поліпшення рівня оздоровчого фітнесу співвідноситься з низьким ризиком хвороб та поліпшенням якості життя. Оздоровчий фітнес складається з компонентів фізичного фітнесу: кардіореспіраторна витривалість, склад тіла, сила та силова витривалість, гнучкість [2].

Основним засобом Оздоровчого фітнесу є фізичні вправи, володіючи і активно використовуючи їх, люди можуть покращувати свій фізичний стан, а також фізично удосконалюватися [3].

До особливостей занять у тренажерному залі відноситься:

✓ Різноманіття: тренажерний зал пропонує широкий спектр тренажерів, які дозволяють тренувати всі групи м'язів, не лише силові тренування. Також можна займатися кардіо, розтягуватися, відвідувати групові заняття. Це дає можливість підбирати вправи, які відповідають вашим індивідуальним потребам та цілям.

✓ Контроль: заняття у тренажерному залі дають можливість чітко контролювати: навантаження, інтенсивність, час тренування. Це дозволяє поступово збільшувати навантаження, щоб уникнути травм, зосередитися на конкретних м'язах, тренуватися з максимальною ефективністю.

✓ Мотивація: атмосфера тренажерного залу та оточення людей, які також прагнуть до покращення свого фізичного стану, може бути дуже мотивуючою. Це може допомогти: регулярно відвідувати тренування, досягати своїх цілей, зберігати високий рівень мотивації [4].

Систематичне виконання фізичних вправ удосконалює пристосувальні механізми організму, усуває нервово-психічне

напруження, поліпшує процеси обміну речовин та кровопостачання тканин та органів, що позитивно відображується на загальному фізичному стані, самопочутті та працездатності. Оздоровчий ефект фізичних вправ реалізується головним чином через удосконалення в організмі механізмів адаптації.

Під впливом тренування збільшується сила дихальних м'язів і підвищується дифузна здатність легенів за рахунок більшої поверхні легеневих альвеол і щільності капілярів біля кожної альвеоли [5].

Оздоровчий фітнес у тренажерному залі має багато переваг, які роблять його чудовим способом покращити своє фізичне та психологічне здоров'я.

Список використаних інформаційних джерел

1. Воловик Н. І. Основи оздоровчого фітнесу : навч. посіб. – Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2010. 240 с.
2. Воловик Н. Оздоровчий фітнес : навч. посіб. для студентів вищих навчальних закладів. Київ : Вид-во НПУ імені М.П. Драгоманова, 2022. 297 с.
3. Пангелова Н. Є. Круцевич Т. Ю., Данилко В. М. Теоретико-методичні основи оздоровчої фізичної культури : навч. посіб. Переяслав-Хмельницький, 2017. 454 с.
4. Беляк Ю. І. Класифікація та методичні особливості засобів оздоровчого фітнесу. Педагогіка, психологія та медико-біологічні проблеми фізичного виховання і спорту. 2014. № 1. С. 3–7.
5. Кібальник О. Я. Застосування фітнес-технології для підвищення рухової активності та фізичної підготовленості підлітків : автореф. дис. … канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02 / О. Я. Кібальник ; Львівський держ. ун-т фізичної культури. – Л., 2008. – 20 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ ТА УМОВИ ПОДОЛАННЯ БУЛІНГУ В ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Д. Ю. Перепеляк, *студентка спеціальності Філологія, група Філ б-41*

І. С. Тодорова, *канд. психол. наук, доцент кафедри педагогіки та суспільних наук – науковий керівник*

Полтавський університет економіки і торгівлі

Булінг (від анг. to bull – переслідувати) – небажана агресивна повторювана поведінка яка призводить до цькування здобувачами освіти інших учасників освітнього процесу з метою прини-

ження, залякування та демонстрації сили. Цькування супроводжується реальним економічним, фізичним, сексуальним чи психологічним насиллям: жертву висміюють, залякують, дражнять, шантажують, б'ють, псують речі, розповсюджують плітки тощо. Розрізняють такі форми булінгу як: фізичний – навмисні поштовхи, образливі жести тощо; психологічний – погрози, переслідування, залякування; кібербулінг – цькування за допомогою соціальних мереж та інші [1].

За результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2022 в середньому 14,7 % українських учнів повідомили, що зазнавали булінгу принаймні кілька разів на місяць, а 7 % віднесено до категорії тих, хто часто зазнає булінгу. Дані вказують, що від булінгу більше страждають хлопці, аніж дівчата, а також учні з низьким соціально-економічним статусом [2, с. 127].

В Україні діють два закони щодо цькування, але саме студентство опинилося поза увагою – закон про булінг (2019 року) не включає повнолітніх здобувачів вищої освіти, а закон про мобінг (2022 року) стосується лише працівників. У порівнянні зі школою, булінг в закладах вищої освіти (ЗВО) має деякі особливості прояву: по-перше, студенти є більш самостійними та автономними, що може ускладнити нагляд і контроль над випадками булінгу; по-друге, вища освіта часто супроводжується великим навантаженням, стресом та конкуренцією, що може сприяти виникненню напруги та булінгу; по-третє, студенти є дорослішими від учнів шкіл та можуть мати більше можливостей для розв'язання конфліктів чи отримання допомоги, але в той же час, вони також можуть бути менш схильними звертатися за підтримкою через стигматизацію або страх втратити репутацію; по-четверте, освітнє середовище в університеті є більш різноманітними та міжкультурними, що потенційно може давати підґрунтя до виникнення ворожнечі у вигляді більш прихованих та різновидів булінгу – ізолювання, ігнорування, дискримінації на тлі стереотипів та упереджень, пліток тощо.

Булінг в університеті може мати серйозні наслідки для фізичного, емоційного та академічного благополуччя здобувачів освіти. Студенти, які стикаються з булінгом, через стрес та емоційні труднощі відчувають проблеми з концентрацією уваги, навчальною мотивацією та академічними результатами. Булінг може погіршити розвиток соціальних навичок, призвести до соціаль-

ної ізоляції та втрати інтересу до освіти, а також залишити стійкі психологічні та емоційні наслідки, такі як низька самооцінка, відчуття безпорадності та тривоги, негативно вплинути на подальше життя та кар'єрний потенціал жертв булінгу.

Отже, булінг в університеті є серйозною проблемою, яка потребує уваги та комплексних й систематичних заходів для запобігання та вирішення. Моніторинг є дієвим інструментом для оцінки стану психологічної безпечності освітнього середовища, виявлення випадків булінгу, оцінки рівня толерантності тощо. Особливу увагу слід приділяти моніторингу соціальних мереж та інтернет-форумів для виявлення випадків кібербулінгу та інших форм онлайн-насильства.

Студенти мають бути більш освіченими щодо інструментів розпізнавання та протидії булінгу, звертатися до психологічної служби та адміністрації, які здатні допомогти їм у подоланні правових та емоційних проблем, пов'язаних з булінгом. У контексті булінгу особливо важливу роль відіграє освітній омбудсмен, якій приймає скарги студентів, викладачів або персоналу на випадки булінгу, відповідає за проведення об'єктивного розслідування булінгу, надає консультації жертвам булінгу щодо їх прав та шляхів захисту. Разом із психологічною службою освітній омбудсмен розробляє програму профілактики булінгу в навчальному закладі, стає посередником у вирішенні конфліктних ситуацій шляхом медіації або пошуку компромісних рішень.

Усі ці заходи допомагають створити безпечне та сприятливе навчальне середовище, де кожен учасник може відчувати себе захищеним від булінгу та інших форм насильства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії булінгу (цькуванню). URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-19#Text.
2. Національний звіт за результатами міжнародного дослідження якості освіти PISA-2022 / кол. авт. : Г. Бичко (осн. автор), Т. Вакуленко, Т. Лісова, М. Мазорчук та ін. ; за ред. В. Терещенка та І. Клименко ; Український центр оцінювання якості освіти. Київ, 2023. 395 с. URL: https://pisa.testportal.gov.ua/wp-content/uploads/2023/12/PISA-2022_Naczionalnyj-zvit_povnyj.pdf.

ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В МОВНІЙ І ЛІТЕРАТУРНІЙ ОСВІТІ

В. Ю. Плешанова, *студентка спеціальності 014.01 Середня освіта (Українська мова і література), група 2 УМЛ-з*
Г. М. Алєксєєва, *канд. пед. наук, доцент кафедри комп'ютерних технологій в управлінні та навчанні й інформатики – науковий керівник*
Бердянського державного педагогічного університету (м. Запоріжжя)

Актуальність. Розвиток української термінології тісно пов'язаний з використанням слів іншомовного походження. У системі сучасної української термінології, що має розвиток у широкому та всебічному використанні всіх ресурсів загальнонаціональної мови, інтернаціональні терміни є її органічною частиною. Розвиток української термінології в мовній та літературній освіті залежить від інформаційно-комунікативних технологій, зокрема від програмного забезпечення саме для програм-перекладачів [1].

Мета дослідження: дослідити українську термінологію у професійному спілкуванні та ознайомити студентів із словниками різних типів та програмним забезпеченням спеціального призначення.

У зв'язку з впровадженням української мови на підприємствах та в установах помітно збагачується словник професійної термінології новою науково-технічною, суспільно-політичною лексикою. Ці термінології не ізольовані, а взаємодіють між собою, відбувається перехід, запозичення термінів з однієї галузі в іншу. Знання мови професії – це вільне володіння лексикою свого фаху [2].

Термінологія – це розділ мовознавства, що вивчає терміни (у цьому значенні все частіше використовують слово термінознавство); сукупність термінів певної мови або певної галузі. Наприклад, можемо говорити про англійську, польську, російську, українську та ін. термінологію, а також про термінологію математичну, юридичну, хімічну, технічну тощо.

Українська термінологія вже впродовж двох століть привертає до себе увагу багатьох учених, фахівців, ентузіастів національного відродження. Особливістю нашого часу, який межує не лише зі століттями, а й тисячоліттями, є те, що нарешті після

багатьох років поневірянь та утисків українська мова знову зайняла своє достойне місце в усіх сферах життєдіяльності, і зокрема у науковій галузі. Поступово на державну мову перейшла освіта і переходить наука [3].

Термін (від латин. terminus – межа, кінець) – це слово або словосполучення, яке позначає поняття певної галузі знання чи діяльності людини. Кожна галузь науки, техніки, виробництва, мистецтва має свою термінологію. Виокремлюють такі основні групи термінологічної лексики: математичну (ділене, дільник, косинус, частка, добуток); фізичну (молекула, коливання, статика, індукція); мовознавчу (синтаксис, пунктуація, лексика, орфографія, суфікс, фонема, афікс); літературознавчу (хорей, сюжет, фабула, анапест, жанр, байка, балада); філософську (діалектика, абсолют, інтенція, квінтесенція); фінансову (банк, кредит, лізинг, баланс); хімічну (кисень, іонізація, оксиди, хімічна реакція); біологічну (рецептор, епідерма, клітина, амеба); музичну (октава, квінтет, акорд, гармоніка); спортивну (гросмейстер, аут, тайм, сет, раунд) тощо.

Сьогодні в Україні видається велика кількість словників з різних галузей знань. Це в основному словники таких типів: перекладні, енциклопедично-довідкові, тлумачно-перекладні. Перекладні словники – найпоширеніший тип сучасних термінологічних словників. Серед двомовних термінологічних словників поряд з російсько-українськими найчастотнішими є англійсько-українські, латинсько-українські тощо. Енциклопедично-довідкові словники подають пояснення наукових понять, а не просто фіксують терміни. Тлумачно-перекладні словники – це праці змішаного типу, які перекладають термін іноземною мовою (або кількома мовами)і подають його тлумачення.

Дослідження української термінології у професійному спілкуванні має важливе значення для студентів та фахівців різних галузей. Ознайомлення зі словниками різних типів допомагає удосконалити мовну компетентність та використовувати власне мовлення відповідно до професійних стандартів. Подальше вивчення програмного забезпечення спеціального призначення дозволяє використовувати термінологічні бази та інструменти для професійної діяльності та наукових досліджень. Цей процес сприяє підвищенню якості комунікації в професійному середовищі та покращенню здатності до мовного вираження ідеї у відповідності з фаховими стандартами. Така підготовка сприяє

не лише професійному зростанню, але й розвитку мовних навичок, що є важливим аспектом у вимогливому світі сучасної робочої сфери.

Нижче наведено кілька прикладів програмного забезпечення спеціального призначення, які можуть бути корисні для вивчення української термінології у професійному спілкуванні. Термінологічні бази даних: Програми, які містять бази даних з термінологією різних галузей, наприклад, «Терміни української мови» або «Електронний словник термінів і понять». Електронні словники: Спеціалізовані електронні словники, які містять терміни і визначення з різних галузей, наприклад, «Словник української мови» або «Тлумачний словник термінів». Спеціалізовані програми для перекладу: Програми для перекладу текстів або термінології з однієї мови на іншу, які також можуть включати термінологічні бази, наприклад, «SDL Trados Studio» або «MemoQ». Термінологічні ресурси в Інтернеті: Веб-сайти або онлайн-ресурси зі спеціалізованою термінологією, які можна використовувати для пошуку та дослідження термінів у відповідних галузях [4]. Ці програми допомагають студентам та фахівцям отримувати доступ до професійної термінології, вдосконалювати мовні навички та забезпечувати якісне професійне спілкування в українській мові.

Висновок. Отже, ми можемо сказати, що українська термінологія відіграє важливу роль у житті кожного майбутнього спеціаліста і просто людини. Українську термінологію у професійному спілкуванні використовують для передавання та поширення знань, оскільки вона містить найточнішу інформацію з певної галузі. Відображати понятійно-термінологічний апарат різних галузей науки й техніки та забезпечувати наукову, навчальну і виробничу діяльність допомагають термінологічні словники.

Також важливо відзначити, що програмне забезпечення словників, таке як «Словник української мови» або «Тлумачний словник термінів», є необхідним інструментом для ефективного оволодіння та використанням української термінології. Ці програми надають доступ до широкого спектру лексичних одиниць і визначень, сприяючи поглибленому розумінню та використанню спеціалізованої мови у професійній діяльності та навчанні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Алексеєва Г. М. Інтерактивні комп'ютерні технології навчання. Комп'ютер у школі та сім'ї. 2012. № 6. С. 28–31.
2. Антонюк Т. М., Борис Л. М., Стрижаковська О. С. Українська мова (за професійним спрямуванням) : навч. посіб. Чернівці, 2010. 248 с.
3. Шевчук С. В., Клименко І. В. Українська мова за професійним спрямуванням : підручник. Київ, 2010. 696 с.
4. Horbatiuk L. V. et al. Mobilni dodatky yak zasoby formuvannia inshomovnoi leksychnoi kompetentnosti studentiv nefilolohichnykh spetsialnostei [Mobile applications as a means of forming foreign-language lexical competence of students of non-philological specialties]. Information technology and training tools. 2019. T. 6. C. 150–164.

СОЦІАЛЬНИЙ КОНФЛІКТ В СЕРІАЛІ «#ШКОЛА»

А. Ю. Фелоненко, *студентка групи МЕН ба Б-41*
К. К. Пивоварська, *канд. філос. наук, старший викладач кафедри педагогіки та суспільних наук, науковий співробітник Навчально-наукового інституту лідерства – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність нашого дослідження полягає в тому, що даний серіал відображає сучасні соціальні проблеми та конфлікти, з якими стикаються підлітки у реальному житті. Серіал «#Школа», є джерелом інформації про молодіжну культуру та її виклики. Аналіз соціальних конфліктів у серіалі допомагає не лише краще зрозуміти ці проблеми, а й виявити ефективні стратегії їх вирішення. Зосередження на цій темі сприяє підвищенню свідомості про соціальні нерівності, відповідальність вчителів та батьків у вирішенні конфліктів, а також сприяє формуванню толерантного та злагодженого суспільства.

Мета нашого дослідження – дослідити соціальний конфлікт між головними героями.

Соціальний конфлікт (лат. conflictus – сутичка) – зіткнення двох або більше сил, спрямованих на забезпечення своїх інтересів в умовах протидії [1].

Серіал «#Школа» відображає життя сучасних підлітків, які стикаються з актуальними соціальними проблемами, такими як булінг, стереотипи, відносини в родині, самоідентифікація та інші. У контексті сучасного суспільства, де шкільна атмосфера є

місцем, де часто виникають соціальні конфлікти, аналіз подій та взаємин персонажів у серіалі стає надзвичайно актуальним.

Конфлікт – це ситуація протистояння, в якій відсутнє систематичне насильство, але є розбіжності та протиріччя між сторонами. У шкільному середовищі конфлікти виникають не лише між учнями, але і між батьками та вчителями, так як нам показано в серіалі. В кожній серії ми можемо спостерігати новий конфлікт та його вирішення. Ось наприклад в одинадцятій серії першого сезону Герман хоче вступити в ВНЗ за кордон, але батьки не можуть оплатити йому навчання. Тому хлопчик поставив мету виграти цю стипендію бо в школі був конкурс найрозумніших. Однак стипендію хоче виграти і Борис, між друзями виникає серйозний конфлікт. Германа підбиває їхня спільна подруга вкрасти речі Бориса, щоб він не міг користуватися таблицями, а Борис тим часом підсипає у воду снодійне. Про їх конфлікт дізнається зауч Дарина Петрівна і викликає їх до директора і там вони домовляють і вирішують що їх дружба головніше ніж якась там стипендія.

Серіал «#Школа» є плідною темою для аналізу соціальних конфліктів, оскільки він пропонує широкий спектр сценаріїв, які відображають складні взаємини серед учнів, вчителів та батьків.

Міжособистісні конфлікти у серіалі «#Школа» є складними та мають багато варіантів сценаріїв, які відображають різні аспекти взаємин між персонажами. Часто конфлікти виникають через непорозуміння між персонажами. Наприклад: Лола веде свій блог та публікує там своє особисте життя та розповідає погані історії про інших, таким чином наражаючи себе на небезпеку. Конкуренція між учнями за увагу вчителя або популярність серед однолітків може призвести до ревнощів та конфліктів. Наприклад Ніці та Лолі подобається новий вчитель англійської, кожен урок вони по різному привертали його увагу. Або в другому сезоні з’являється 10-ти класниця Софія яка круто фотографує, виставивши фото з Антоном то Лола розуміє що її статус «королева» школи можу відібрати. Аналіз різних стратегій вирішення конфліктів у серіалі дозволяє виявити ефективні та неефективні методи розв’язання проблем. Загалом вирішення проблем є компроміс та спілкування. Ось як Катерина Анатоліївна завжди допомагає учням вирішувати конфлікти.

Таким чином можемо підсумувати, що у серіалі «#Школа» соціальний конфлікт виступає як ключовий елемент, що дозво-

ляє глядачам краще розуміти складні взаємини між персонажами та виявляти різні аспекти соціальних проблем, з якими стикаються підлітки у сучасному світі. Актуальність аналізу цих конфліктів полягає в їхній спроможності відобразити реальні ситуації та проблеми, що стосуються шкільного життя.

Міжособистісні конфлікти, розглянуті у серіалі, відображають різні сценарії, які включають непорозуміння, ревнощі, конкуренцію та інші фактори, що впливають на взаємини між учнями. Аналіз стратегій вирішення цих конфліктів показує, що важливими є компроміс та спілкування, які допомагають знайти мирне та конструктивне рішення.

В цілому, серіал «#Школа» не лише розважає глядачів, але й надає можливість вчитися зі складних ситуацій, з якими стикаються підлітки. Аналіз соціальних конфліктів у ньому допомагає розвивати навички спілкування, розуміння та співпереживання, сприяючи формуванню толерантного та злагодженого суспільства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Соціальний конфлікт [Електронний ресурс]. URL: https://studies.in.ua/lekcii-sociologija/4467-socaln-vdnosini-ta-socaln-konflkti.html (дата звернення 04.04.2024).

ОЦІНЮВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ПРОЄКТУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ВІДДІЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

К. К. Кіндрат, *здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 076 Підприємництво та торгівля*
І. А. Франів, *д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Конкурентоспроможність підприємства та обсяги продажів залежать від ефективності логістично-збутової стратегії. Збільшення обсягів реалізації може позитивно вплинути на завантаження обладнання та прибутковість підприємства. Однак, у вітчизняній літературі ця проблема розглядається переважно у контексті загальних комерційних операцій, і спеціалізовані дослідження фахівців не висвітлюють всі аспекти формування ефективної логістичної системи збуту продукції, зокрема, організацію руху товарів до роздрібних мереж та забезпечення якісного взаємозв'язку між усіма учасниками цієї системи [1–2].

У сучасних умовах для підвищення прибутковості підприємства важливо використовувати ринкові стратегії та, де можливо, створювати логістичні відділи на підприємствах, що спеціалізуються на збуті. Однією з причин виділення логістики як ключової функції управління є підвищення прибутковості комерційної діяльності при збереженні або зростанні її обсягів, а також зменшення витрат на доставку продукції до клієнтів. Логістичний відділ відповідає за планування та контроль руху товарів від виробника до підприємства та від нього до споживача. Цей відділ виконує роль посередника між ринковим середовищем і компанією.

Логістичний відділ на підприємстві повинен бути інтегрованим у загальну систему управління підприємством і відповідати таким вимогам: мінімізація рівня управління; сприяння розвитку інновацій; збільшення обсягів продажів; розробка оптимальних маршрутів доставки товарів; задоволення потреб наявних і потенційних споживачів.

Для невеликих підприємств рекомендується створення логістичної служби з такими особливостями: підпорядкованість

безпосередньо керівництву підприємства, що дозволяє їй мати незалежність від організаційної структури інших відділів підприємства та реалізовувати принцип персональної відповідальності; оптимальна кількість штатних працівників, що допомагає уникнути зайвої адміністративної та управлінської перевантаженості; звільнення працівників логістичного відділу від мікроменеджменту. Організування логістичної служби на підприємстві повинно включати: утворення структури управління логістичними потоками; підбір кваліфікованих фахівців; визначення їхніх прав, обов'язків і відповідальності, встановлення відносин з іншими підрозділами даного підприємства й іншими підприємствами.

Таким чином, логістична служба має ряд обов'язків, які доводиться виконувати іншим службам у випадку, якщо на підприємстві відсутній логістичний відділ.

Згідно зі статистичними даними та проведеними дослідженнями, впровадження логістичної служби або відділу на підприємстві може сприяти мінімальному зростанню його рівня рентабельності на 2–3 % [3]. Таким чином, економічна доцільність створення окремих служб або відділів логістики на підприємствах є повністю обґрунтованою. Крім цього, функції логістичного відділу мають тісний зв'язок з функціями інших підрозділів підприємства, таких як відділи внутрішнього фірмового планування, фінансування та ціноутворення, а також зі службою маркетингу, яка забезпечує координацію усіх виробничих відділень фірми.

Таким чином, можна обґрунтовано стверджувати, що створення логістичного відділу на підприємстві сприятиме поліпшенню пошуку рішень та встановленню довгострокових партнерських зв'язків на основі укладених договорів і контрактів. Також це дозволить визначити ефективні методи моніторингу витрат і цін, оперативно впливати на зайві витрати і своєчасно реагувати на будь-які відхилення від нормативних розрахунків, а також переглянути співпрацю з посередниками, яка може бути невигідною для підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Каличева Н. Є. Вплив логістики на розвиток підприємств малого бізнесу в сучасних умовах господарювання / Н. Є. Каличева, Ю. А. Копачевська // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* – 2018. – Вип. 20(2). – С. 11–14.

2. Методологічні засади формування ефективної логістики товарних ринків : монографія за ред. Буркинського Б. В., Нікішиної О. В. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2020. 158 с.
3. Державна служба статистики України. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/

ФЛОРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Д. М. Крутяк, *здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля, гр. 23-0438-301*
Л. Б. Демидчук, *канд. техн. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник*
Львівський торговельно-економічний університет

Квітковий бізнес належить до сфери роздрібної торгівлі і являє собою останню ланку в ланцюзі від виробника до покупця. Зараз він переживає не найкращі часи, що безпосередньо пов'язано зі світовою кризою в економіці. Завжди насамперед у таких випадках падає попит на квіти, які відіграють роль своєрідного барометра добробуту суспільства.

На сьогодні 90 % українського квіткового ринку поки що належить імпортерам. У південноамериканських квітів більші бутони, потужні стебла, що багатьом споживачам більш ніж до смаку. Тому, наприклад, квіткова продукція з Голландії переважає своїм розмаїттям, гігантським асортиментом (понад тисячу найменувань). Ця країна є одним із головних постачальників квітів на світовий ринок. Реалізація продукції в Нідерландах здійснюється на 15 аукціонах. За годину роботи тут продається 1 млн тюльпанів і 3 млн троянд. Звідси квіти відправляються по всьому світу, зокрема і в Україну. До 20 т зрізаних квітів доставляються в Україну щорічно, однак, купуються вони вже не первинно свіжими, проходячи довгий логістичний шлях доставки [1].

Але, незважаючи на наявні перспективні тенденції розвитку ринку квітів, все-таки загальна прихильність до імпортної продукції залишається незмінною. Причина криється в специфіці самого українського ринку.

Можна виділити основні причини витіснення національних виробників з квіткового ринку:

− недостатня конкурентоспроможність виробників квітів. Оптові компанії не розглядають вітчизняного виробника навіть як свого потенційного постачальника;

− у роздрібній торгівлі квітами все ще переважає формат яток і кіосків, хоча останнім часом на ринку стали з'являтися брендовані роздрібні мережі, інтернет-торгівля квітами тощо;

− відсутність сучасних технологій. Квіти, які вирощують у ще «радянських» теплицях, побудованих за старими технологіями, сильно поступаються за якістю імпортним;

− логістична складова. Необхідно створити мережу пунктів прийому вирощеної квіткової продукції, звідки можна чітко за розкладом доставити квіти в будь-які регіони;

− бідний асортимент. Для освоєння навіть найпростішого квіткового асортименту необхідні чималі інвестиції;

− практично відсутність фінансування селекційних робіт;

− нашому пересічному громадянину для купівлі букета сьогодні ще потрібен привід, на відміну від європейців, у яких вважається нормою прикрашати свій будинок квітами майже щодня [2];

− упевненість більшості населення в тому, що вітчизняна квіткова продукція сильно поступається імпортній за якістю.

Однак існують реальні конкурентні переваги національного виробництва квіткової продукції: завжди свіжа зрізка, обмежене застосування хімічних засобів дають змогу вирощувати рослини життєздатнішими та екологічно безпечнішими. Національна продукція дешевша, оскільки у собівартості виробництва відсутня транспортна та митна складові, а гарантовані поставки не залежать від супутніх чинників (зміна законодавства, введення обмежень, ставок тощо).

Таким чином, можна зробити логічний висновок, що можливості розвитку національного квіткового ринку досить великі. Провідні фахівці в галузі квітникарства сходяться на думці, що оптимальний шлях, яким може йти вітчизняна індустрія квітів, – це власне виробництво розсади, рослин у горщиках і тих культур, вирощування яких не потребує значних витрат. Надихає на це приклад Нідерландів, де вже 300 років квітникарство є самостійною галуззю. Країна практично немає основних корисних викопних ресурсів, але тим не менш продає живих квітів на €4 млрд на рік [3]. А любов до квітів стала національною рисою нідерландців. Хочеться вірити, що ця риса стане і українською

особливістю, а традиція дарувати квіти за любого сприятливого приводу дуже скоро приживеться і в нашій країні.

Список використаних інформаційних джерел

1. Голодюк Г. І., Гургула Н. М. Аналіз квіткового ринку України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Технічні науки»*. 2021. 96 (1), С. 89–96. https://doi.org/10.37734/2518-7171-2020-1-11.
2. Найпопулярніші квіти в Україні. *Floristik.ua*. 2024. URL: https://floristik.ua/ua/articles/poleznye-sovety/samye-populjarnye-cvety-v-ukraine.
3. Tighe D. Cut flower auction sales revenue in the Netherlands from January 2018 to August 2021. *Statista*. 2024. URL: https://www.statista.com/statistics/651239/cut-flower-auction-sales-value-in-the-netherlands/.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ПОРТРЕТУ СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

***Ю. В. Мажура**, студентка освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-21*
***В. І. Місюкевич**, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Роль підприємця сьогодні є дуже важливою, вона охоплює сферу життя українського народу, від якої залежить розвиток та майбутній прогрес не тільки економічного, а й соціального добробуту громадян. Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Тому, підприємець повинен мати не лише бажання або нахил до підприємництва, а й певні ділові якості й риси характеру:

1. Формування та виховання особистості підприємця.

Цей процес може починатись, як із раннього дитинства, так і протягом всього життя. Розвиток особистісних якостей, здобуття підприємницьких навичок, підтримка та стимулювання інтересу до бізнесу, все це формує особистість підприємця.

Стимулююче оточення, отримання підтримки, а також можливість спілкуватись з успішними підприємцями, можуть сформувати сприятливе бажання для розвитку особистості у ролі підприємця.

Освіта є ключовим елементом формування підприємницьких якостей та навичок. Діти та молодь повинні мати можливість отримати практичний досвід управління проєктами, командою, фінансами та іншими аспектами бізнесу.

Підприємці повинні бути відкритими до постійного навчання та розвитку своїх навичок. Це може включати участь у навчальних програмах, тренінгах, читання літератури та відвідування заходів з підприємницької тематики.

2. Соціальний портрет підприємця.

Соціальний портрет підприємця може бути досить різноманітним, оскільки підприємницька діяльність може здійснюватися в різних галузях, у різних країнах та серед різних соціальних груп.

Слід визначити, якими особистими якостями повинен володіти підприємець, щоб виконувати підприємницьку функцію.

Почнемо з творчого та креативного мислення, щоб мати конкурентні переваги в нових ідеях, розробках та інноваційних продуктах чи послугах.

Також важливими є професіоналізм, динамічність і мобільність. Наявність професійних знань та умінь у сфері ведення бізнесу. Активність, здатність і готовність особистості досить швидко і успішно оволодівати новою технікою і технологіями, для забезпечення ефективності підприємницької діяльності.

Аналітичність та відповідальність. Підприємець має аналізувати інформацію, розуміти складність ситуацій та приймати рішення. Також має право і обов’язок відповідати за свої дії та взяті зобов’язання, і їх наслідки.

І головне, це готовність до ризику. Імовірність виникнення втрат, збитків, планових доходів, прибутку, що мають місце у підприємницькій діяльності.

3. Психологічний портрет підприємця.

Важливі для психологічного портрета підприємця є лідерські якості [1]. Вони забезпечують здатність досягати конкретних цілей у господарській сфері за рахунок своєї ініціативи та самостійності.

У портреті типового підприємця для забезпечення його успішної діяльності слід розвивати обов’язкову наявність компонентів мотиваційно-вольового блоку, тому що підприємець, насамперед, фігура діюча, активна, творча. Мотиваційно-вольовий блок – це схильність до ризику, відповідальність, прагнення

боротися й перемагати, потреба в самореалізації й суспільному визнанні.

Також важливим психологічним чинником є наявність відповідної мотивації. Більшість підприємців мають сильну внутрішню мотивацію, щоб досягати успіху та реалізувати свої ідеї.

Також є особистісні якості, що перешкоджають успіху в бізнесі. Якостями, які протипоказані підприємцю, є [2]:

- емоційна неврівноваженість;
- лінь;
- пасивність;
- вразливість до нав'язування чужої волі;
- надмірна старанність і пунктуальність.

Останню якість у цьому списку традиційно відносять до позитивних властивостей людини, однак те, що добре у найманого працівника, є мінусом для підприємця, який повинен сам давати собі завдання, а не чекати, поки хтось скаже йому, що потрібно робити.

Ще одна особистісна якість, що ускладнює діяльність підприємця, – підвищена тривожність. За її наявності бізнесмен буде занадто довго вагатися, приймаючи рішення, і занадто повільно діяти.

Список використаних інформаційних джерел

1. Психологічний портрет підприємця. *Pidru4niki*. URL: https://pidru4niki.com/87779/psihologiya/psihologichniy_portret_pidpriyemtsya (дата звернення: 23.04.2024).
2. Особистісні якості, що перешкоджають успіху в бізнесі. *StudFiles*. URL: https://studfile.net/preview/9688164/page:2/ (дата звернення: 23.04.2024).

ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИКИ

О. К. Макосов, *студент освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛб-21*
В. І. Місюкевич, *канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Необхідною умовою подальшої структурної перебудови сучасної української економіки є розвиток транспортної логістики в Україні. Транспорт як провідна галузь економіки забезпечує

функціонування та розвиток усіх галузей господарського комплексу країни і виступає основою їх взаємодії під час економічного розвитку.

Транспортна логістика як функціональна сфера логістики оптимізує логістичні операції на шляху матеріального потоку від постачальника до кінцевого споживача із застосуванням транспортних засобів.

Як галузь матеріального виробництва, транспорт має свою продукцію, а саме – це процес переміщення. Транспорт відіграє важливу роль у системі логістики як складова основних функціональних галузей логістики та пропонує на ринку товарів і послуг свою продукцію – транспортні послуги, за які отримує прибуток [1].

Проблеми сучасної української транспортної галузі поглиблюються за рахунок підприємств – основних споживачів транспортних послуг, які не спроможні забезпечити достатні обсяги перевезень та відповідний сучасним потребам рівень дохідності.

На вибір типу транспортної складової логістичних систем впливають такі чинники, як:

- вид вантажу;
- вартість перевезень;
- мета транспортування;
- відстань;
- якість транспортних шляхів.

У сучасних умовах формування української логістики, роль транспортного обслуговування визначається не інтересами окремого відправника, а оптимальним співвідношенням витрат і прибутку та мінімізацією загальних логістичних витрат. Надскладна економічна ситуація в країні вимагає від працівників транспортної галузі особливої уваги до вирішення питань організації та управління перевезеннями; до підвищення якості запропонованих послуг та вибору каналів руху товарів.

Основна мета сучасної логістики у сфері транспортування полягає в усуненні перебоїв у разі безперервного переміщення товарів і транспортних засобів від пункту відправлення до пункту призначення.

Принципи сучасної української транспортної логістики стають основними напрямами вдосконалення транспортних технологій у сфері руху товару та інтеграції виробничих і транспортних процесів [1].

Аналізуючи сучасну логістичну діяльність українських транспортних підприємств, можна виділити її основні проблеми:

− недостатня якість транспортного обслуговування;

− зношеність рухомого складу;

− недовантаження рухомого складу;

− недосконалість системи страхування вантажу та транспортних засобів;

− складнощі в організації взаємодії декількох видів транспорту.

Для сучасної логістики транспортування важливе значення мають різновиди перевезень, які залежать від видів використовуваних транспортних засобів. На сьогодні транспортна логістика розглядає обсяги перевезень, напрями та номенклатуру транспортованих вантажів; визначає суб'єктів товарного ринку, що належать до підсистем логістики транспортування.

Для сучасної транспортної системи активна участь у глобалізації ринку транспортних послуг означає: лібералізацію усіх сфер транспортної діяльності, відмову від державного регулювання, зростання інформаційної відкритості, уніфікацію транспортних засобів і технологій.

Список використаних інформаційних джерел

1. Сайт МНІК «Конференція онлайн». URL: http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2306/

ВПЛИВ ФУНКЦІЙ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЇХ ЕКОНОМІЧНИЙ ТА СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

***А. М. Новохатка**, студентка освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-21*
***В. І. Місюкевич**, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Сучасні малі підприємства відіграють важливу роль у економіках країн по всьому світу. Вони не лише створюють робочі місця та забезпечують економічний зріст, які є основними функціями, але й виконують ряд специфічних функцій, які мають важливе значення для суспільства. Основні та специфічні функції малого підприємства суттєво впливають на їх економічний та соціальний розвиток [1].

Основними функціями сучасних малих підприємств є:

1. Створення робочих місць.

Однією з основних функцій малого підприємства є створення робочих місць. Малі підприємства часто є важливим джерелом зайнятості для населення, особливо в регіонах, де великі корпорації менш активні. Створення нових робочих місць допомагає зменшити безробіття та сприяє соціальній стабільності.

2. Інновації та технологічний прогрес.

Малі підприємства часто виступають у ролі інноваторів та стимулюють технологічний прогрес. Вони можуть бути більш гнучкими та швидкими у впровадженні нових ідей та технологій порівняно з великими корпораціями. Це дозволяє малим підприємствам не лише конкурувати на ринку, але й сприяє загальному розвитку суспільства.

3. Регіональний розвиток.

Малі підприємства часто є ключовими учасниками розвитку регіональних громад. Вони сприяють розвитку інфраструктури, підвищенню рівня життя та підтримці місцевих ініціатив. Створення малих підприємств може сприяти збалансованому розвитку різних регіонів країни.

Малі підприємства виконують ряд важливих функцій у суспільстві, включаючи створення робочих місць, стимулювання інновацій та технологічного прогресу, а також сприяння регіональному розвитку. Розвиток малого підприємництва є важливим завданням для будь-якої країни, оскільки воно сприяє економічному та соціальному зростанню, підвищенню конкурентоспроможності та забезпечує стабільність у суспільстві [2].

Специфічними ознаками малого підприємництва слід вважати насамперед його кількісні та якісні класифікаційні параметри, які розрізняються в залежності від національних особливостей країн.

Мале підприємництво, як специфічний підвид підприємницької діяльності, має також якісні особливості, які найкраще проявляються у притаманних йому перевагах і недоліках. Найсуттєвіші переваги цього підвиду підприємництва можна систематизувати у такому вигляді [3]:

1) економіко-виробничі (гнучкість, динамізм, сприйнятливість до нововведень, швидке насичення ринку, пристосування до мінливості технологій, компактність управлінської команди і багатофункціональність менеджерів, відсутність громіздких

управлінських структур, простота інформаційних зв'язків та неформальний характер планування і контролю; невеликий обсяг використання фінансових ресурсів та висока оборотність капіталу; спрощена система збуту);

2) інституціональні (відкритість доступу та легкість входження до цього сегменту підприємництва);

3) соціально-економічні (забезпечення соціальної стабільності, насичення ринку праці новими робочими місцями);

4) соціально-психологічні (подолання відчуження від засобів виробництва та кінцеві результати виробничої діяльності, мотивація до праці, єдність права власності і безпосереднього управління підприємством).

Список використаних інформаційних джерел

1. Терещенко С. А. Мале підприємство в умовах ринкового господарювання. *Економіка і організація управління*. 2013. № 1. С. 173–177.
2. Толмачова Г. Ф., Ляшенко В. І., Колєснікова Г. В. Регулювання розвитку малого і середнього підприємництва: досвід зарубіжних країн для України. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 1 (47). С. 157–185.
3. Жуков С. А., Дюгованець О. М., Балко О. Ю. Мале підприємництво в Україні: роль, стан і перспективи розвитку в період соціально-економічних потрясінь. *Вісник економічної науки України.* 2019. № 1. С. 40–43.

ОРГАНІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ З ПРОДАЖУ ТА РЕМОНТУ ВЕЛОСИПЕДІВ БРЕНДУ «ТВІЙ БАЙК»

***Д. А. Посполітак**, студент освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-11*
***І. В. Юрко**, канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Останнім часом з прийдешніми ситуаціями такими як вірус COVID-19 та повномасштабне вторгнення то дуже почалася розвиватися вело-туристи та велосипедисти адже під час карантину щоб люди цілими днями не сидіти вдома вони робили вело-прогулянки. А під час повномасштабного вторгнення були пошкодження бензинові бази та зростали ціна на паливо а також на пальних станціях були величезні черги та паливо видавали по 20 літрів на машину. Отже люди почали купляти та ремонтувати

велосипеди та використовувати їх як альтернативний транспорт щоб дібратися до роботи та в цілях відпочинку із сім'єю.

Метою проєкту є поширення велоіндустрії, впровадження велодоріжок та зон для велосипедів, заохочення людей до велосипеда як тренажер для здоров'я та вид спорту, а також проведення різних тренінгів з питання правил дорожнього руху велосипедів та інших.

Проєкт передбачає реалізацію продукції наступного асортиментного переліку: велосипеди Specialized, Gaint, Norco, Formula, Discovery, Ardis; запчастини, аксесуари, миючі засоби для велосипедів.

Мої споживачі – це люди, які мають достаток, щоб купити або відремонтувати велосипед; вік не обмежений; які люблять цю справу та готові використовувати ту чи іншу річ по призначенню, а не закинути її через місяць.

Під час планування, ми виокремили такі етапи здійснення проєкту:

- розрахунок ТЕО;
- державна реєстрація бізнесу;
- пошук та оренда приміщення;
- ремонт і дизайн приміщення;
- закупівля обладнання та товару для «старту»;
- монтаж обладнання та розміщення товару;
- проведення рекламної кампанії;
- урочисте відкриття і початок продажу.

Організаційно-правовою формою майбутнього бізнесу є ФОП 3 групи оподаткування. Комплексна оцінка фінансової цінності проєкту, розрахованої на п'ять років, була зроблена шляхом отримання наступних показників:

- період окупності (PB) – 23 міс.;
- середня норма рентабельності (ARR) – 54,68 %;
- чистий наведений дохід (NPV) – 789 тис. грн;
- внутрішня норма рентабельності (IRR) – 66,08 %.

Результати від здійснення проєкту: отримання прибутку, розвиток велоіндустрії в місті, заохочення людей використовувати якісні та надійні велосипеди.

Список використаних інформаційний джерел

1. Ільчук М. М., Коновал І. А., Барановська О. Д. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. Київ : НУБіП України, 2024. 245 с.

ЕЛЕКТРОННА ЛОГІСТИКА ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД У ОРГАНІЗАЦІЇ ТОРГІВЛІ

П. В. Сніжко, *магістрант спеціальності Підприємництво та торгівля, група 076-23м-01;*
Є. О. Грачов, *магістрант спеціальності Підприємництво та торгівля, група 076-23м-01*
С. В. Сорокіна, *канд. техн. наук, доцент кафедри торгівлі, готельно-ресторанної та митної справи – науковий керівник*
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

Під час подолання наслідків глобальної фінансово-економічної кризи важливо, щоб кожна галузь економіки внесла свій внесок у розвиток національної економіки. Поза виробничими секторами значну роль відіграє торгівля, яка допомагає збалансувати виробництво та споживання, сприяє формуванню значної частки валової доданої вартості в Україні та забезпечує створення робочих місць для економічно активного населення.

Розвиток торгівлі в Україні – складний і динамічний процес, що відбувається в умовах перетворень у національній економіці спричинених різноманітними економічними, соціальними та правовими чинниками. Управлінські методи та підходи, що базуються на традиційних принципах, користуються традиційними інструментами загальної теорії управління, математичної статистики тощо. Звісно, що традиційні методи управління економікою та бізнесом залишаються важливими. Проте в сучасних умовах глобалізації та інформатизації ринкового середовища, що постійно змінюється, стає необхідною та можливою адаптація цих методів до нових економічних, технологічних та міжнародних реалій. Така адаптація ґрунтується на сучасних логістичних концепціях.

Електронна логістика є новітнім методом управління потоками товарів, що базується на використанні інформаційних електронних комунікаціях, які об’єднують цілий процес руху товарів від виробництва до кінцевого продукту, дозволяючи організаціям або споживачам здійснювати контроль над цим процесом. У зв’язку з широким поширенням та розвитком інформаційних технологій, які проникають у всі аспекти суспільного життя, а також активізацією процесів глобалізації, економічні системи національного та світового рівнів претер-

півають значні трансформації. За останні роки, завдяки глобалізації, спостерігається збільшення міжнародної торгівлі, розширення виробництва за межами країни, і зростання конкуренції, що охоплює як національні, так і світові ринки. Це призводить до загострення конфліктів і збільшення змагальності між фірмами на всіх рівнях і в усіх сферах бізнесу.

Незалежно від того, як варіюється термін «електронна логістика», сутністю та головною ідеєю е-логістики є використання інформаційних систем, інтернету та комп'ютерних технологій для забезпечення управління логістичними процесами та комунікаційними потребами.

Нові вимоги та умови у сфері торгівлі вимагають від логістичного менеджменту досягнення нових висот і призводять до якісних змін у самій логістиці. Використання електронної логістики сприяє зниженню витрат, покращенню обслуговування клієнтів, підвищенню рівня інтеграції та забезпеченню надійних комунікацій. Таким чином, для збереження позицій на ринку, підприємствам необхідно буде працювати в електронному бізнес-середовищі, що є необхідним наслідком глобалізації. Електронна логістика використовує інформаційні технології для організації всіх етапів комерційного циклу: від замовлення товару та проведення оплати до контролю та відстеження доставки. Цей процес ґрунтується на електронному обміні документами і включає передачу власності або прав на товари між різними юридичними особами.

У сучасному світі електронні технології, які є інструментами е-логістики, забезпечують контроль не лише над рухом матеріальних ресурсів, але і інших видів потоків, таких як інформаційні, інноваційні, ресурси праці тощо. Це стосується як внутрішнього функціонування підприємства, так і взаємодії з мікрологістичною системою на рівні входу та виходу. Однією з основних переваг електронної логістики є її доступність для малого та середнього бізнесу.

Суть електронної логістики не обмежується лише організацією фізичного переміщенням товарів від виробника до споживача через ланцюг посередників. Вона також застосовується до ситуацій, коли вирішуються проблеми та завдання підприємств, які працюють в онлайн-сфері, шляхом організації інформаційних потоків у електронному форматі.

З розвитком інформаційних та телекомунікаційних засобів та технологій значимість електронної логістики буде постійно зростати. Це вимагає подальших наукових та практичних досліджень різних аспектів електронної логістики для забезпечення її ефективного функціонування.

Список використаних інформаційних джерел

1. Фреюк О. В. Електронна логістика як інструмент глобалізації економіки. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік :* матер. Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 19 жовт. 2016 р.). Ч. 3. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. С. 493–503.
2. Алькема В. Г., Сумець О. М. Логістика: теорія та практика : навч. посіб. Київ : Професіонал, 2007. 216 с.

КОМЕРЦІНА ТАЄМНИЦЯ ЯК СКЛАДОВА БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Б. А. Шевчук, *студент освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-41*
О. М. Михайленко, *канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Інформація є одним з найбільш цінних та вразливих активів будь якого підприємства. Чим менша кількість людей має доступ до неї, тим більшою цінністю вона наділена. Правові особливості та сутність конфіденційної інформації визначені в Законі України «Про інформацію». Відповідно до закону, для суб'єктів господарювання конфіденційною є інформація про персональні дані співробітників та інформація, доступ до якої суб'єктом обмежений, якщо вона не відноситься до переліку даних, які за законодавством не можуть розглядатися як інформація з обмеженим доступом [1].

Поняття комерційної таємниці розкриває Цивільний кодекс України. Зокрема, ця інформація: не повинна бути відомою та легкодоступною; повинна мати комерційну цінність; повинна бути предметом адекватних існуючим обставинам заходів щодо збереження її секретності, які здійснює особа, що законно контролює цю інформацію [2].

Законодавство України не наводить конкретного переліку інформації, яка може бути визнана конфіденційною чи станови-

ти комерційну таємницю. Натомість, законодавчо встановлений перелік відомостей, які не можуть бути віднесені до інформації з обмеженим доступом. Це інформація, яка стосується стану навколишнього середовища, якості продуктів харчування, аварій, катастроф, надзвичайних ситуацій, стану здоров'я населення, соціально-демографічних показників, правопорядку, освіти і культури, фактів порушення прав і свобод людини, незаконних дій державних органів та місцевого самоврядування [1]. Також на законодавчому рівні встановлені відомості, які не можуть бути визнані комерційною таємницею. Це установчі документи, дані про кількість та склад працівників, їхню заробітну плату, а також інформація про наявність вільних робочих місць, документи про сплату податків та обов'язкових платежів, документи про платоспроможність тощо [3].

Слід зазначити, що поняття «конфіденційна інформація» охоплює більше аспектів, ніж «комерційна таємниця», що вказує на те, що вся комерційна таємниця є частиною конфіденційної інформації. Кожний суб'єкт господарювання самостійно визначає, які дані для нього важливі та є конфіденційними чи становлять комерційну таємницю. З урахуванням специфіки бізнесу, до комерційної таємниці можуть бути віднесені відомості технічного характеру (бази даних, комп'ютерні програми, розроблені підприємством, технічні схеми та проєкти тощо), організаційного та комерційного характеру (дані про укладені або заплановані контракти, умови, що обговорюються в процесі переговорів, системи знижок для клієнтів, динаміка реалізації конкретних товарів, стратегії маркетингу та продажів, структура та розмір витрат, рівень прибутку, плани розвитку бізнесу та інвестицій тощо), виробничого характеру (унікальні виробничі процеси, технологічні інновації, внутрішні ланцюги постачання та дистрибуції, промислові зразки, незапатентовані товарні знаки тощо).

Витоки комерційної таємниці можуть статися через недбалість або навмисні дії працівників підприємств, кібератаки, порушення конфіденційності в ланцюзі постачання через недостатній захист даних у партнерів тощо. Вони можуть мати серйозні наслідки для подальшого ведення бізнесу, а саме: сприяти втраті унікальності та конкурентної переваги, зниженню довіри клієнтів, зменшенню прибутків, створенню правових проблем.

Для захисту комерційної таємниці існують правові, організаційні та технічні способи. Правові способи – це використання різноманітних юридичних інструментів на кшталт укладення угод про нерозголошення, розроблення внутрішніх політик і процедур, а також використання відповідного законодавства, що стосується комерційної таємниці і конкуренції. Під організаційними способами розуміють систему внутрішніх процедур, правил та практик, які створюються в межах підприємства щодо поводження з даними конфіденційного характеру. Технічні способи включають в себе використання різноманітних технологій та інструментів для захисту конфіденційної інформації в електронному середовищі та не тільки. Забезпечення захисту комерційної таємниці у світі, де технологічні прориви та зростаюча конкуренція загрожують її безпеці, стає справжнім викликом.

Список використаних інформаційних джерел

1. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12 (дата звернення: 23.04.2024).
2. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text (дата звернення: 23.04.2024).
3. Постанова Кабінету Міністрів України «Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці» № 611 від 09.08.1993 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/611-93-%D0%BF#Text (дата звернення: 23.04.2024).

ПРОЄКТ СТВОРЕННЯ ТА ПРОДАЖ ДИТЯЧИХ В'ЯЗАНИХ ІГРАШОК

А. В. Щелкунова, *студентка освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-11;*
С. В. Бандеберя, *студентка освітньої програми «Підприємництво, торгівля та логістика», група ПТЛ б-41*
І. В. Юрко, *канд. екон. наук, доцент кафедри підприємництва, торгівлі та біржової діяльності – науковий керівник*
Полтавський університет економіки і торгівлі

Виготовлення дитячих в'язаних іграшок – це творчий процес, який дозволяє втілити унікальність ідеї і створити улюблені предмети для дітей. В'язані іграшки можуть бути чудовим вибором для дітей з багатьох причин – це екологія та безпечність, унікальність, емоцій комфорт, та творчий процес.

За останні роки спостерігається зростання популярності ручної роботи та унікальність виробів, до яких відносяться і в'язані іграшки. Дитячі в'язані іграшки можуть бути популярним подарунком для дітей на різні свята та події, що стимулює попит на них. Креативність та унікальний дизайн в'язаних іграшок є ключовим фактором успіху на ринку, оскільки споживачі шукають щось особливе та вишукане.

Ідеї проєкту. Вибір унікального дизайну що приверне увагу батьків та дітей. Використання безпечних матеріалів. Посилання та тренди, (дослідити популярні теми та тренди в дитячому світі, щоб створювати іграшки які будуть актуальними та популярними). Кастомалізація та індивідуальний підхід (індивідуальне замовлення в'язаних іграшок за бажанням клієнтів, що може стати додатковою конкурентною перевагою).

Головна перевага бренду:

- унікальність дизайну;
- ручна робота;
- якість та безпека;
- екологічна свідомість (якщо використовувати екологічно чисті матеріали для виготовлення іграшок, це може привернути клієнтів, які цінують екологічну свідомість та екологічний спосіб життя).

Основними етапами реалізації проєкту буде планування та концепція. Перший етап – це ретельне планування проєкту. Другий етап – це визначити свої цілі, цільову аудиторію, концепцію іграшок, а також матеріали та інструменти, які знадобляться. Третій етап – це вибір матеріалів якісних та безпечних для виготовлення іграшок. Четвертий етап – це розробка стратегії маркетингу та продажу продукції. І останній етап – це задоволення своїх клієнтів. Забезпечити якісне обслуговування, швидку доставку та можливості для зворотного зв'язку.

Для початку роботи знадобляться такі інструменти. Пряжка YARNART jeans, пряжка Himalaya Dolphin Baby, холофайбер, гримілки для брязкалець, основа для мобіля, очі на безпечному кріпленні, носилки на безпечному кріпленні, кільце для брязкальця, упаковка.

Загалом, бренд дитячих в'язаних іграшок полягатиме в його унікальності, ручному виготовленні та якості продукції, що може привернути цільову аудиторію та зробити бренд популярним серед клієнтів. В'язані іграшки мають потенціал для

успішного бізнесу, особливо якщо поєднати їх виготовлення з креативним підходом та маркетинговими стратегіями.

Список використаних інформаційний джерел

1. Бізнес-ідея: створення плюшевих іграшок за малюнками дітей. URL: https://ocenka.ua/biznes-ideya-stvorennya-plyushevih-igrashok-za-malyunkami-ditej/
2. Дитяча цільова аудиторія: характеристики та стратегії залучення. URL: https://torgsoft.ua/articles/stati/dytjacha-tsilova-audytorija/

Наукове видання

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ НАУКИ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТИ У XXI СТОЛІТТІ

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XLVII Міжнародної наукової студентської конференції за підсумками науково-дослідних робіт студентів за 2023 рік

(м. Полтава, 25 квітня 2024 року)

Дизайн обкладинки *П. В. Кійченко*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 46,6.
Зам. № 346/2176.

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.