

Separate Structural Unit “Khmelnysky Polytechnic Professional College  
by Lviv Polytechnic National University” (Ukraine)  
Lviv Polytechnic National University (Ukraine)  
NOVA Community College (USA)

**ACTUAL PROBLEMS OF MODERN SCIENCE,  
TECHNOLOGIES DEVELOPMENT  
AND MANAGEMENT**

Thesis of  
V Anniversary International Scientific and Practical Conference

*Khmelnyskyi, 21<sup>th</sup> of November 2024*

*Dedicated to the bright memory of those, who died for freedom and  
independence of Ukraine*

*Khmelnyskyi  
2024*

ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
Національного університету «Львівська політехніка» (Україна)  
Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)  
NOVA Community College (США)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ НАУКИ, РОЗВИТКУ  
ТЕХНОЛОГІЙ  
ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

Тези доповідей  
V Ювілейної Міжнародної науково-практичної конференції

*Хмельницький, 21 листопада 2024 р.*

*Присвячується Світлій пам'яті всіх тих, хто загинув за свободу та  
незалежність України*

Хмельницький  
2024

*Затверджено та рекомендовано до друку на засіданні Вченої ради Відокремленого структурного підрозділу «Хмельницький політехнічний фаховий коледж Національного університету «Львівська політехніка» (протокол № 2 від 10.12.2024 р.).*

**Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту:** збірник тез доповідей Ювілейної V Міжнародної науково-практичної конференції; за заг. наук. ред. д.-ра екон. наук, доц. А. В. Савіцького – Хмельницький, 2024. – 301 с.

Викладено матеріали, розглянуті на конференції, у яких з урахуванням умов військового стану в Україні обговорено особливості новітніх теоретичних і прикладних проблем сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту в діяльності вітчизняних та закордонних підприємств. Узагальнено та систематизовано результати науково-прикладних досліджень учених, практиків і викладачів закладів освіти з питань активізації сучасних тенденцій економіки, менеджменту, технологічного забезпечення, альтернативних джерел енергії, автоматизації та механізації виробничих процесів, використання інформаційних технологій, суспільно-політичних відносин, новітніх підходів до вивчення української мови, розвитку фахової передвищої та вищої освіти. Матеріали становлять інтерес і можуть бути корисними для науковців, керівників підприємств, організацій та державних установ, викладачів і слухачів курсів підвищення кваліфікації, студентів вищих навчальних закладів, волонтерів та усіх тих, хто ПРАЦЮЄ НА ПЕРЕМОГУ!!!

*Матеріали подано в авторській редакції*

## ЗМІСТ

### РОЗДІЛ 1 ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ

<b>Бачинська Д.С., Павлова М.Б.</b> СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ	10
<b>Берлинець В.Я., Познаховський В.А.</b> УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	12
<b>Боднарчук Д.О., Павлова М.Б.</b> ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА: ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ	15
<b>Брецко Ю.М., Шаровський Я.О., Завербний С.А.</b> УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ	18
<b>Власюк Ю.О.</b> МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА	21
<b>Волошина Т.С., Круть В.О., Нікольчук Ю.М.</b> ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ	26
<b>Гавенко М.С.</b> ПРИНЦИПИ РОБОТИ МОДЕЛІ «DIGITAL MARKETING MEASUREMENT MODEL»	31
<b>Дейнега І. О., Карпач Р. А., Матвійв І. Р.</b> ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ	35
<b>Завадських Г.М.</b> АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ	39
<b>Іванченко А. А., Завадських Г.М.</b> СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У ВОЄННИЙ ЧАС	44
<b>Кайдановська О.М.</b> УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР НА ШЛЯХУ ВСТУПУ УКРАЇНИ В ЄС	48

<b>Кострубська І.В., Савіцький А.В.</b> ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ПІДБОРУ, ВІДБОРУ ТА АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ	50
<b>Лагановський А.О., Бойчук Н.А., Бойчук О.Л.</b> РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	54
<b>Лопатовська О.О., Бондарук С.Р.</b> НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ОБОРОТНІ АКТИВИ»	57
<b>Лопатовська О.О., Боролюк М.І.</b> АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ПРОЦЕНТНИХ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ АТ «ТАСКОМБАНК»	61
<b>Лучкова Д.Д., Алексєнко В.Т.</b> ЕТИКА І СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ	65
<b>Марчевська Ю.О., Філіпчук І.О., Нікольчук Ю.М.</b> ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ	68
<b>Небжицький Б.Р., Лопатовська О.О.</b> ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМТВА	72
<b>Нестерюк В.С., Завадських Г.М.</b> ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ СТАЛОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА	77
<b>Огородня В.С., Піхняк Т.А.</b> МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФАКТОРІВ РУХУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА	82
<b>Підпайло Л.А., Павлова М.Б.</b> РОЛЬ СТИМУЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ	86
<b>Решмідлова С.Л., Галушко К.С.</b> ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	88
<b>Рудніченко С. Р., Селюченко Н. Є.</b> ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	93
<b>Свириденко С.О., Завадських Г.М.</b> ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ВАЖЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ	97
<b>Танасієнко Н.П., Дем'янов Д.М.</b> ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	102

<b>Танасієнко Н.П., Єфремова Ю.В.</b> ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ	104
<b>Шарко В.В.</b> УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ	107
<b>Шишко А.В., Павлова М.Б.</b> ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	110
<b>Шняк О.З.</b> ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	113
<b>Шулякова О.В., Валявіна О.Т.</b> РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ	117
<b>Яременко О.Ф.</b> ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЛОГІСТИЦІ	119

## РОЗДІЛ 2 ЕКОНОМІКА ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

<b>Зарнадзе В.С., Проскурня О.М.</b> АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ДОМАШНЬОЇ СОНЯЧНОЇ СТАНЦІЇ	127
<b>Купалова Г.І., Гончаренко Н.В.</b> ІННОВАЦІЙНА ЕКОСИСТЕМА ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА	130
<b>Курило С.А., Донець Д.М.</b> ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	135
<b>Лагановський А.О., Бойчук Н.А., Надворна Н.Е.</b> ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	138
<b>Матвійів І.Р.</b> ЕКОНОМІКА ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЦЕСАМИ МОНЕТИЗАЦІЇ DIGITAL МАРКЕТИНГУ	140
<b>Мирослiп О., Піхняк Т.А.</b> ЗАРОБІТНА ПЛАТА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ	144

<b>Мисак Ю.І.</b> ОПТИМІЗАЦІЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ПІДХОДИ, МЕТОДИ ТА ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ	146
<b>Мудра Я.А., Мельник В.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ	152
<b>Навроцький А.М., Алексєєв І.В.</b> МОНЕТИЗАЦІЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ З ПЕРСПЕКТИВАМИ ДЛЯ УКРАЇНИ	156
<b>Наконечна Н.В.</b> ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВІРТУАЛЬНИХ РИНКАХ	160
<b>Олексієвець Т.І.</b> ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ. АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ	164
<b>Папроцька В.В., Донець Д.М.</b> СТРАТИГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА	168
<b>Проскурівч О.В., Савицька Д.О.</b> ДІАГНОСТУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА	172
<b>Савіцький А.В.</b> ПЕРЕВАГИ УЧАСТІ У ГРАНТОВИХ ПРОПОЗИЦІЯХ ДЛЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ	177
<b>Смігунова О.В., Вишенський С.В., Вареник В.Б.</b> СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА	182
<b>Царук І.В., Піхняк Т.А.</b> АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ У БІЗНЕСІ	187

### РОЗДІЛ 3

#### АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ОСВІТИ І НАУКИ

<b>Плахотнюк Р.В.</b> ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ	190
---	-----

**РОЗДІЛ 4**  
**РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ**  
**ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО, НАУКУ, ОСВІТУ І БІЗНЕС**

<b>Бенчук С.О.</b> АНАЛІЗ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ З МЕДІА-ДЖЕРЕЛ ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛЮЧОВИХ ТРЕНДІВ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦЕМЕНТУ УКРАЇНИ	194
<b>Бойко О.В., Мандзюк Б.І.</b> ВПЛИВ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ НА БІЗНЕС	198
<b>Будзін Д. В.</b> THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS	202
<b>Гловюк Ю.В., Верхогляд-Гловюк Т.М.</b> DIGITAL MARKETING: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ, СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ	206
<b>Гловюк Ю.В., Ящишена Ю.О., Лучицька Н.Ю.</b> ЦИФРОВИЙ MARKETING: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	210
<b>Горбань Д. А.</b> ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я	213
<b>Данько О.В.</b> ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ	216
<b>Димон І.В., Донець Д.М.</b> ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС	221
<b>Дідух Н.О.</b> ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ЗЕРНОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС	224
<b>Кирилічев О.О. , Гавронський В. Є.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ВИМІРЮВАЧА ІОНІЗУЮЧОГО ВИПРОМІНЮВАННЯ	228
<b>Коваль В.О., Тельнов А.С.</b> ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ MARKETINGУ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ	231

<b>Кузнєцова Н.Ю.</b> РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ. РЕСУРСИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ НАВЧАННЯ	235
<b>Мясіщев О.А.</b> ЗАХІСТ БПЛА ВІД ЗАСОБІВ РАДІОЛЕКТРОННОЇ БОРОТЬБИ	238
<b>Новосад О.П.</b> НОВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ОСВІТИ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ЕЛЕКТРОННІ НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ ПОСІБНИКИ	241
<b>Пятін І. С., Гавронська Н. М.</b> НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ВИВЧЕННЯ EMBEDDED SYSTEM НА БАЗІ ZYNQ ULTRASCALE+	246
<b>Сенів Л. О., Донець Д. М.</b> ЦИФРОВА ЕРА: ЯК ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ СУСПІЛЬСТВО	251
<b>Шут С.О.</b> ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ	255
<b>Щенсевич Д. В., Гавронський В. Є.</b> ПАСИВНІ ОПТИЧНІ МЕРЕЖІ	258

## РОЗДІЛ 5 ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

<b>Оприско Я. Р., Донець Д. М.</b> ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ	263
<b>Янюк О.В.</b> ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ У ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ	266

**РОЗДІЛ 6**  
**ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА**  
**ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ**  
**У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ОБОРОНОЗДАТНОСТІ КРАЇНИ ПІД**  
**ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ТА У МИРНИЙ ЧАС**

**Данилюк А.М.**

РОЛЬ МАТЕМАТИЧНОГО АПАРАТУ У ПІДГОТОВЦІ  
ФАХІВЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ 269

**Тарасюк І.В.**

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ БЕЗПЕКИ В  
УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ 271

**РОЗДІЛ 7**  
**СУЧАСНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬНО-**  
**ПОЛІТИЧНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ**

**Богомолова К.С., Смігунова О.В., Гейдарова С. Х.**  
ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ  
ПОЛІТИКИ 276

**Голубєв О.В.**

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В  
УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ 282

**Уракін М. Г.**

ФІНАНСОВІ КАТАСТРОФИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ  
СУВЕРЕННОГО ДЕФОЛТУ 285

**РОЗДІЛ 8**  
**АКТУАЛІЗАЦІЯ І НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ**  
**УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ**  
**ПИСЕМНОСТІ**

**Бойчук Г.Я.**

АКТУАЛІЗАЦІЯ І НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ  
УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ПИСЕМНОСТІ 289

---

ІНФОРМАЦІЙНА ДОВІДКА ПРО ВСП «ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ  
ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ  
НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ЛЬВІВСЬКА  
ПОЛІТЕХНІКА» 293

# РОЗДІЛ 1

## ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА ТА КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ

**Бачинська Д.С.,**  
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*  
*спеціальності «Менеджмент»*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*  
**Науковий керівник: Павлова М.Б.,**  
*к.е.н., викладач кафедри менеджменту*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*

### СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах сучасного динамічного ринкового середовища, зокрема у воєнний час, підприємства потребують високоефективних систем контролю. Контроль сприяє досягненню запланованих результатів і дозволяє швидко реагувати на відхилення від цілей. Система контролю на підприємстві забезпечує керівництво інформацією, що є основою для ухвалення обґрунтованих управлінських рішень, підвищує прозорість і стабільність бізнесу [2].

Контроль є однією з ключових функцій управління, яка включає перевірку, спостереження та оцінювання діяльності. Основні види контролю:

- попередній контроль – здійснюється до початку процесу, забезпечує підготовку ресурсів та дотримання стандартів;
- поточний контроль – відстежує процес у реальному часі, дозволяючи швидко коригувати дії у випадку відхилень;
- заключний контроль – проводиться після завершення роботи для аналізу результатів і подальшого планування [1].

На підприємствах система контролю має бути структурованою і включати внутрішній контроль, що дозволяє оперативно реагувати на зміни. Вона базується на зборі, обробці та аналізі даних, отриманих від різних підрозділів. Ключовими методами є інвентаризація, лабораторні перевірки, експертні оцінки. Це створює можливість комплексного підходу до управління, який мінімізує ризики та збільшує ефективність.

Для забезпечення своєчасного доступу до даних, що дозволяють ухвалювати управлінські рішення, підприємства використовують інтегровану інформаційну систему. Вона збирає та зберігає дані з усіх підрозділів, забезпечуючи своєчасність і точність аналізу. Автоматизація дозволяє структурувати великі обсяги інформації, створюючи основу для прийняття зважених рішень.

Новим елементом управління, що охоплює аналіз витрат і результатів, підготовку рекомендацій для керівництва, забезпечення зворотного зв'язку – є контролінг. Він дозволяє своєчасно реагувати на відхилення від планів та сприяє адаптації підприємства до ринкових змін. Контролінг інтегрує планування, бюджетування, фінансовий аналіз, підвищуючи ефективність бізнес-процесів.

Підвищенню ефективності контролю також сприяють сучасні технології, такі як Інтернет речей (IoT) та штучний інтелект (ШІ). Використання IoT дозволяє здійснювати моніторинг у реальному часі, аналізувати показники, контролювати якість на кожному етапі виробництва. ШІ допомагає автоматизувати обробку великих обсягів даних, виявляти тренди, прогнозувати можливі проблеми та запобігати їхньому виникненню.

Для підвищення ефективності системи контролю на підприємстві доцільно:

- автоматизувати процеси контролю, зменшуючи вплив людського фактора;
- запровадити системи управління якістю, що базуються на ISO 9001, для стандартизації операцій;
- впровадити Lean- та Six Sigma-підходи для зменшення відходів і підвищення ефективності;
- регулярно проводити навчання персоналу для підвищення кваліфікації;
- розвивати зворотний зв'язок із клієнтами для врахування їхніх зауважень.

Впровадження системи контролінгу, автоматизації та сучасних методів контролю значно покращує фінансові та операційні показники підприємства. Це дозволяє ефективніше використовувати ресурси, знижувати витрати, виявляти та усувати дефекти на початкових етапах виробництва. Підприємства, що активно вдосконалюють свої системи контролю, досягають підвищення продуктивності, стабільної якості продукції, що зміцнює їхні ринкові позиції.

Ефективна система контролю на підприємстві є основою для забезпечення стабільного розвитку, оптимізації ресурсів, зниження витрат та підтримки високих стандартів якості.

### Список використаних джерел

1. Кузнецов А. А. *Управлінський контроль: сутність, місце та призначення*. Європейський вектор економічного розвитку. 2019. № 2 (19). С. 97–106. URL: <https://eurodev.duan.edu.ua/images/PDF/2015/2/10.pdf> (дата звернення: 23.10.2024).

2. Яценко В. М. *Внутрішній контроль на підприємствах України: проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. Бухгалтерський облік і аудит*. 2020.

**Берлинець В.Я.,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності 051 «Економіка»*  
*ВСП ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*  
*Рівненський інститут*  
*Науковий керівник: Познаховський В.А.,*  
*к.е.н., доцент кафедри економіки, обліку і фінансів*  
*ВСП ЗВО «Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»*  
*Рівненський інститут*

## **УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Ефективне управління організацією значною мірою залежить від забезпечення фінансової стійкості. Фінансова стійкість підприємства, у свою чергу, багато в чому визначається обсягом дебіторської заборгованості. Останнім часом спостерігається тенденція до зростання дебіторської заборгованості на українських підприємствах.

Для забезпечення безперервності виробничого процесу та виконання взаєморозрахунків кожна організація повинна мати достатній запас оборотного капіталу. Прискорення оборотності

оборотних коштів є важливим фактором для поліпшення фінансового стану підприємства, оскільки дозволяє вивільняти кошти з обороту або утримувати їх на тому ж рівні зі зростанням обсягів виробництва.

Дебіторська заборгованість займає значну частину оборотних коштів і впливає на процес реалізації продукції, будучи перехідним елементом між відвантаженням товару та отриманням грошових коштів. Важливо контролювати її обсяг, оскільки значна дебіторська заборгованість збільшує потребу в додаткових фінансових ресурсах, що може призвести до зростання витрат, зниження прибутковості та збільшення кредиторської заборгованості. Оптимізація управління дебіторською заборгованістю є важливою складовою ефективного управління оборотним капіталом підприємства. [1, 2, 3]

Збільшення дебіторської заборгованості вимагає покриття через власні, залучені або позикові джерела фінансування. Коли підприємство здійснює відвантаження продукції, його запаси зменшуються на величину витрат на реалізовану продукцію. Одночасно з цим дебіторська заборгованість збільшується на суму виручки, яку підприємство повинно отримати за реалізовану продукцію. Таким чином, обсяг дебіторської заборгованості безпосередньо впливає на показники реалізації в фінансовій звітності підприємства. Якщо ж клієнт одразу оплачує товар, підприємство отримує реальний прибуток. У випадку, коли товар відвантажено, але оплата ще не здійснена, прибуток значиться в балансі лише номінально. Фактично він не існує, доки не відбудеться оплата, навіть якщо право власності на продукцію вже перейшло до покупця відповідно до умов договору.

Зростання дебіторської заборгованості може призвести до низки додаткових витрат для підприємства:

- збільшується тривалість обороту дебіторської заборгованості, що уповільнює повернення коштів;
- зростають фінансові втрати у випадку виникнення безнадійної заборгованості;
- підвищується адміністративне навантаження на підприємство через необхідність постійного контакту з дебіторами, проведення додаткових переговорів, відправлення запитів та організацію відряджень для врегулювання заборгованості [3, 4].

Дефіцит грошових коштів, викликаний наявністю значної дебіторської заборгованості, може спричинити такі наслідки:

- підвищення потреби в позикових коштах, що посилює

фінансову нестабільність і веде до дефіциту ліквідності;

- нестача товарно-матеріальних запасів, що, своєю чергою, призводить до зниження виробничих потужностей і обсягів виробництва;

- накопичення заборгованостей може спричинити нарахування штрафів і пені за невиконання зобов'язань перед постачальниками або іншими контрагентами [1, 3, 4].

Розглянуті фактори безпосередньо ведуть до скорочення виручки, підвищення собівартості продукції та, як наслідок, зниження прибутковості підприємства. Помилки при управлінні дебіторською заборгованістю можуть призвести до дефіциту ліквідності, збільшення фінансових ризиків та зростання витрат, що в підсумку негативно впливає на прибутковість підприємства.

Ефективне управління дебіторською заборгованістю дозволяє уникнути відволікання довгострокових фінансових ресурсів і зменшує ризик виникнення безнадійних боргів. Основні завдання в управлінні дебіторською заборгованістю полягають у забезпеченні своєчасного повернення коштів, мінімізації ризиків виникнення безнадійних боргів, а також у скороченні періоду обороту дебіторської заборгованості. Це вимагає постійного контролю, аналізу та впровадження комплексних заходів з оптимізації процесів взаємодії з дебіторами.

Можна виділити два основні підходи до управління дебіторською заборгованістю: управління поточною та управління простроченою заборгованістю. Управління поточною заборгованістю передбачає аналітичний підхід з наскрізним аналізом заборгованості за строками виникнення та за переліком дебіторів. Це дає змогу виявити найбільш значущих контрагентів і визначити потенційні ризики. Управління простроченою заборгованістю передбачає чітке встановлення лімітів фінансування та контроль за сумами, інвестованими в дебіторську заборгованість.

Загалом, успішне управління дебіторською заборгованістю сприяє зниженню фінансових ризиків, підвищенню ліквідності підприємства та забезпеченню стабільного надходження грошових коштів. Ефективне планування та контроль заборгованості дозволяють підтримувати оптимальний баланс між оборотними активами та фінансовими зобов'язаннями, що є основою для сталого розвитку підприємства та підвищення його конкурентоспроможності.

### Список використаних джерел

1. Дергалюк Б.В. Управління дебіторською заборгованістю як інструмент забезпечення економічної безпеки підприємств в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2015. № 9. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2015\\_9\\_45](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_9_45)
2. Іванова М.І., Грошелева О.Г., Усатенко О.В. Управління дебіторською заборгованістю промислового підприємства як інструмент забезпечення економічної безпеки. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Випуск 1(18). С. 87–92.
3. Ткаченко О.С., Яременко Д.М. Класифікація дебіторської заборгованості як інструмент забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Облікова, фінансова та управлінська діяльність підприємств в умовах нестійкої економіки : кол. моногр. за заг. ред. І. П. Приходька. ДДАЕУ. Дніпро: Пороги, 2020. С. 366–375. URL: <http://dspace.dsau.dp.ua/jspui/handle/123456789/5107>
4. Чорненька О.Б. Вплив заборгованості на фінансовий стан суб'єкта господарювання. *Економічний простір*. 2018. № 136. С. 158–169. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/292>

**Боднарчук Д.О.,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Менеджмент»  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»  
Науковий керівник: Павлова М.Б.,  
к.е.н., викладач кафедри менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

### **ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА: ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ**

У сучасних умовах глобалізації та швидких змін на ринку невід'ємною складовою успішного управління підприємством стає організаційна культура. Вона є важливим фактором підвищення конкурентоспроможності сучасного підприємства: впливає на імідж компанії, мотивує працівників та сприяє ефективності

організаційних процесів і темпам розвитку, забезпечуючи переваги над конкурентами. Як інструмент управління, організаційна культура сприяє підвищенню продуктивності праці та зміцненню корпоративної ідентичності, що робить її ключовим фактором стратегії розвитку компанії.

Організаційна культура – це система цінностей, норм, переконань і поведінкових моделей, які прийняті та поділяються колективом підприємства. Вона формується на основі таких елементів:

- корпоративні цінності: загальні принципи, якими керуються працівники;
- норми поведінки: правила, що регулюють взаємодію між працівниками;
- символи та ритуали: зовнішні атрибути, які підтримують ідентичність організації;
- стиль лідерства: спосіб взаємодії керівників із працівниками [1].

Ці елементи в комплексі визначають характер комунікацій, прийняття рішень та вирішення конфліктів на підприємстві.

Сучасні керівники підприємств розглядають свою організаційну культуру як ефективний стратегічний інструмент, який допомагає їм спрямувати всі підрозділи та працівників на спільні цілі, стимулювати ініціативність, зміцнювати відданість і спрощувати комунікацію.

Організаційна культура відіграє важливу роль в управлінні, оскільки вона:

- мотивує персонал: через створення сприятливого робочого середовища, де кожен працівник відчуває свою значущість;
- зміцнює корпоративну ідентичність: допомагає співробітникам ототожнювати себе з організацією, що підвищує їх відданість компанії;
- сприяє змінам: підтримка культури відкритості та інновацій сприяє швидкому адаптуванню до нових умов ринку;
- регулює комунікації: формує відкриті та конструктивні комунікації між усіма рівнями управління, що підвищує ефективність взаємодії [2].

Ефективна організаційна культура починається з керівництва. Лідери мають бути прикладом для наслідування, демонструвати ті поведінкові норми та цінності, які вони хочуть бачити у своїх працівниках. Це формує довіру і спонукає інших

Важливо зазначити, що організаційна культура не є статичною, вона може змінюватися з часом під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів. Сучасні підприємства мають бути готовими до швидких змін у ринкових умовах, технологіях та вимогах клієнтів. Це означає, що організаційна культура повинна бути гнучкою, готовою до змін та нових викликів. Її ефективність залежить від того, наскільки вона відповідає стратегічним цілям компанії та умовам зовнішнього середовища.

Для успішного використання організаційної культури як інструменту управління необхідно визначити цінності та цілі компанії, що відповідають її стратегії розвитку, сформувати лідерство, яке демонструє поведінкові моделі, що відповідають цінностям компанії, забезпечити комунікаційну підтримку для розповсюдження корпоративних цінностей і норм серед працівників, залучати працівників до процесу прийняття рішень, створюючи культуру відповідальності та командної роботи.

Отже, організаційна культура є важливим інструментом управління, який сприяє підвищенню ефективності роботи компанії, мотивації працівників і зміцненню корпоративної ідентичності. Для того, щоб організаційна культура виконувала свою управлінську функцію, необхідно її формувати на основі цінностей, що відповідають стратегії розвитку компанії, а також підтримувати за допомогою відповідних методів управління.

### **Список використаних джерел**

1. Гевко В. Л. Організаційна культура підприємства та особливості і умови її зміни. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 16. С. 9–12.
2. Храпкіна В. В. Управлінський підхід до формування організаційної культури підприємства. *Актуальні проблеми економіки : науковий журнал*. 2020. № 2 (224). С. 27-34.

**Брецько Ю.М.,**  
*аспірант кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності*  
*НУ «Львівська політехніка»,*

**Шаровський Я.О.,**  
*аспірант кафедри зовнішньоекономічної та митної діяльності*  
*НУ «Львівська політехніка»,*

**Завербний С.А.,**  
*студент кафедри систем автоматизованого проектування*  
*НУ «Львівська політехніка»*

## **УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОСТІ: ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ**

Проблематика управління логістичними ланцюгами підприємств досліджувалася у роботах багатьох вчених та практиків. Серед них доцільно виокремити здобутки таких фахівців як Алькема В.Г. [1, с. 101-112], Завербний А.С. [6], Качур О.Л. [1, с. 101-112], Крамський С. [5, с. 254-258], Ломага Ю.Р. [2], Подвірна Т. [15, с. 152-166], Седіков Д.В. [12, с. 59-65], Тимошик Н. [15, с. 152-166], Химич І. [15, с. 152-166], Целлер В. [16, с. 254-258] та багато інших.

Особливого значення набувають вказані процеси за умов невизначеності, турбулентності. Цими проблемами займалися такі вчені як Крамський С. [16, с. 254-258], Целлер В. [16, с. 254-258] та інші.

В Україні у поєднанні із глобальними проблемами, викликаними невизначеністю, турбулентністю додався ще один негативний та ризиковий чинник – війна.

Спершу визначимо сутність турбулентності. Це умови, які включають у себе високу динамічність, нестабільність, невизначеність середовища.

Умови турбулентності здійснюють надзвичайно актуальний, миттєвий вплив на управління постачальницькою, логістичною діяльностями, в принципі як і на всі інші види виробничо-господарських діяльностей.

Тому вони вимагають особливого врахування при формування логістичних стратегій за для реалізування їх економічної політики. Умови геоекономічної турбулентності можуть спричинюватися досить різноманітними факторами, такими як [5, с. 254-258]: геополітичні зміни, технологічні

революції, економічні коливання, глобальні кризи тощо.

В сукупності діяльність всіх суб'єктів господарювання тим чи іншим способом є пов'язаною, можливо, лишень дотично, із формуванням, розвиванням, удосконаленням різноспрямованих товарних потоків, робіт, послуг, фінансових ресурсів, інформації тощо, які мають проходити шлях від місць їх утворення (формування, вироблення) і до місць споживання чи утилізування [3, С. 59-61].

Зрозуміло, що це неможливо організувати, здійснити без безпосередньої участі перевізника – транспорту, що забезпечуватиме переміщення вантажів в просторі, часі, перетворюючи запаси у потоки сировини, матеріалів, напівфабрикатів, готових виробів, відходів, вторинної сировини тощо ланцюга [3, С. 60-61].

Глобалізований світ сьогодення висуває все нові жорсткі вимоги до рівня якості продукції, науково-технічних інновацій, відповідності міжнародним стандартам.

А у поєднанні із геоекономічною турбулентністю формування логістичних стратегій, подальше реалізування їх потребує ретельного, уважного, гнучкого підходу. Адже саме логістичні ланцюги, займаючи «проміжне положення між виробником товару та кінцевим споживачем», надаючи «комплекс послуг, перелік, рівень якості, ціни» визначають рівень конкурентоспроможності товарів, впливають на рівень ефективності функціонування всього логістичного ланцюга [3, С. 59-61].

Окрім умов турбулентності українські підприємства стикнулися також із додатковими суттєвими проблемами через війну.

За цих надскладних умов досить важливим виступає збереження відкритого комунікування, знаходження спільних умов співпраці із усіма зацікавленими сторонами у контексті налагодження, розвивання ланцюгів постачання продукції.

Зрозуміло, що виклики для логістики існували й перед війною, то за сучасних умов терміни для їх вирішення стають дедалі коротшими. Адже ситуація може змінюватися постійно, деколи навіть щодня, щогодини.

Основними проблемами на етапі формування логістичних ланцюгів постачання вітчизняними підприємствами у воєнний період виступають наступні: накопичення товарів на складах призводить до більших витрати, можливість атаки ворога

призводитиме до часткової чи повної втрати товару, ускладнення процесів закупівлі, що пов'язані із обмеженим вибором товарів, послуг, постачальників тощо, маршрути стають дедалі довшими, не передбачуванішими, часті повітряні тривоги сильно вплинули на загальний рівень економічної ефективності всієї економіки України (через вимушене переривання виробничих процесів) [5, с. 257].

Для реалізування стійкості роботи ланцюга постачання важливим залишається те, щоб він мав можливість найбільш швидко реагувати на зміни запитів споживачів, а тепер ще й на додаткові загрози, ризику.

Також, щоб, на локальному ринку, залишався достатньо конкурентним, важливо забезпечити його сучасними інноваційними технологіями логістики із врахуванням масштабів логістичної діяльності. Спеціалісти у сфері логістики повинні швидко піддаватися трансформації, оскільки бізнес переглядає власний ланцюг поставок для зростання його стійкості [5].

Для запобігання кризовим ситуаціям у логістичній системі в умовах турбулентності, війни необхідне запровадження системи ефективного управління ризиками, зосереджуючи увагу на можливих стратегіях реагування на події, загрози, виклики.

Для зменшення ризиковості у ланцюгах постачання в умовах війни доцільно в системі їх управління акцентувати увагу на функціях планування, регулювання маршрутів, із урахуванням аспектів безпеки, ризиків [4, с. 154], переглянути стратегічне управління запасами, розглядати нові, порівнювати різноманітні варіанти доставки.

Серед інших рекомендацій можна виділити вибір сухопутних маршрутів як пріоритетних, бронювання критичних обсягів продукції у постачальника, об'єктивне оцінювання обсягів продукції, які можна продати, створення страхових запасів з визначенням груп товарів, для яких вони необхідні, розсіювання запасів відповідно до швидкості доставки, обсягів споживання, потенційних ризиків зберігання та інші аспекти [4, с. 154].

За умов турбулентності виникає необхідність в швидкого повного модернізування, удосконалення пропонованих послуг по всьому ланцюгу постачання.

Управління ланцюгом поставок повинно виступати ключовим напрямком розвивання вітчизняного бізнесу.

Конкурентні переваги від покращення рівня якості логістичних послуг, удосконалення системи управління

логістичними ланцюгами повинні формуватися саме в напрямку скорочення обсягів витрат, консолідування закупівель задля забезпечення обсягу виконуваних робіт, збільшення швидкості реагування на актуальні замовлення та загрози, виклики в умовах турбулентності, розуміння запитів замовника тощо.

### **Список використаних джерел**

1. Алькема В.Г., Качур О.Л. Логістична стратегія підприємства та алгоритм її реалізації. *Вчені записки Університету «КРОК»*. Серія «Економіка». 2017. Вип. 46. С. 101-112.
2. Завербний А.С., Ломага Ю.Р. Проблеми та перспективи формування логістичних ланцюгів постачання у воєнний період за умов активізування євроінтеграції. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 45.
3. Седіков Д.В. Управління логістичними ланцюгами підприємств. *Економіка харчової промисловості*. Том 11. Випуск 3. 2019. С. 59-65.
4. Химич І., Тимошик Н., Подвірна Т. Економіка України: позиції в міжнародних рейтингах протягом 2014-2019 років. Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки та маркетингу: Колективна монографія / В.А. Фалович [та ін.]; за ред. д.е.н, доц. В.А. Фаловича. Тернопіль: ФО-П Шпак В. Б., 2020. 179 с. С. 152-166.
5. Целлер В., Крамський С. Мультимодальна логістика в умовах турбулентного навколишнього бізнес-середовища транспортно-логістичної системи. *Економічний простір*. 2024. 190. С. 254-258.

**Власюк Ю.О.,**

*к.е.н., доцент, викладач кафедри менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

### **МОТИВАЦІЙНИЙ ФАКТОР У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах економічної кризи підприємства стикаються з численними викликами, одним із яких є збереження стабільності та продуктивності персоналу. У такі періоди ефективна система мотивації стає ключовим фактором для підтримки залученості та

лояльності працівників, що в свою чергу впливає на загальну продуктивність та конкурентоспроможність компанії. Особливо важливо враховувати, що саме в кризові моменти проявляються слабкі місця у системах управління, де мотивація персоналу є одним із найбільш вразливих аспектів [1-3]. Традиційні мотиваційні підходи, такі як збільшення заробітної плати чи надання додаткових бонусів, можуть бути менш ефективними через обмежені ресурси підприємства.

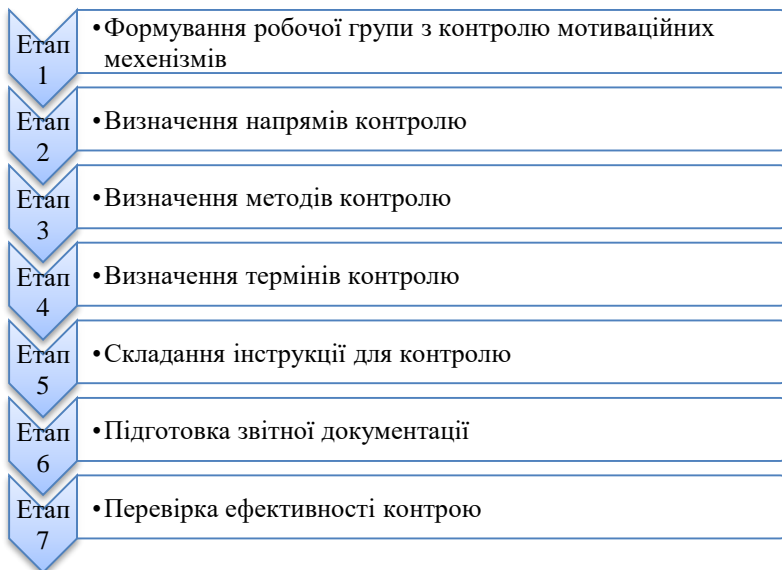
Одним із найскладніших викликів для підприємства під час кризових ситуацій є втрата кваліфікованих кадрів, адже без їхньої підтримки подолати труднощі стає практично неможливим. Тому утримання ключових співробітників перетворюється на одну з головних задач менеджменту в цей критичний період. Водночас, багато керівників підприємств зосереджують свої зусилля на управлінні виробничими процесами, маркетингом чи фінансами, недооцінюючи важливість розвитку системи мотивації для персоналу. Така поведінка може бути наслідком помилкового уявлення, що в умовах кризи працівники і так будуть достатньо вмотивованими, адже існує загроза втрати роботи через зростання конкуренції на ринку праці та скорочення кількості вакансій. Однак такий підхід може призвести до ще більшої втрати цінних кадрів, що в кінцевому підсумку ускладнить вихід з кризи [2, 3]. Тому важливо не лише підтримувати мотивацію співробітників, а й активно впроваджувати методи заохочення, щоб запобігти їхньому відтоку.

Окрім матеріальних факторів, які зазвичай вважаються основними, не менш важливими є нематеріальні стимули, такі як професійний розвиток, визнання досягнень, можливість участі у важливих для підприємства процесах. У кризових умовах працівники можуть відчувати нестабільність і невпевненість, що робить нематеріальну мотивацію ще важливішою. Забезпечення психологічної підтримки, відкритої комунікації та чітке визначення ролей працівників є ключовими для збереження їхньої відданості та ефективності.

Висока плинність кадрів під час кризи може призвести до втрати не лише кваліфікованих працівників, але й до збільшення витрат на залучення та навчання нових співробітників, що негативно впливає на фінансову стабільність підприємства. Крім того, процес адаптації нових працівників в умовах обмежених ресурсів може бути довшим та складнішим, що знижує оперативність і продуктивність компанії. Враховуючи це,

підприємства повинні приділяти увагу не лише питанням утримання персоналу, але й активному розвитку мотиваційних програм, які відповідають сучасним викликам ринку праці.

Одним із ключових елементів цього процесу є мотиваційний моніторинг, що дозволяє систематично оцінювати ефективність існуючих стимулів та виявляти потреби працівників. Мотиваційний контроль має здійснюватися поетапно, що проілюструємо за допомогою рис. 1.



**Рис. 1. Процес організації мотиваційного контролю**

Таким чином, першим кроком є визначення списку осіб, відповідальних за управління на різних рівнях компанії (керівників відділів, менеджерів середньої ланки та виконавчих директорів).

На другому етапі визначаються пріоритетні завдання в корпоративній галузі. Кожному завданню присвоюється рейтинг на основі його важливості та впливу на досягнення стратегічних цілей.

Третій етап передбачає розробку основних показників для моніторингу ефективності управління. Визначаються способи розрахунку цих показників, щоб забезпечити точність та об'єктивність оцінок.

На четвертому етапі контрольні заходи розподіляються на

конкретні періоди (щоденно, щотижнево, щомісячно), і, відповідно до визначеної періодичності, здійснюється моніторинг.

П'ятий етап містить документування всіх дій, що виконуються під час контролю – формування звітів, фіксація результатів та аналізу.

На шостому етапі заповнюються спеціальні форми для управління, які потім подаються для подальшого аналізу та прийняття рішень. Особлива увага має приділятися своєчасному виконанню.

На сьомому етапі здійснюється порівняння бажаних результатів з фактичними даними з точки зору точності контролю та своєчасності. Це дозволяє оцінити ефективність моніторингу та визначити напрямки для покращення.

Впровадження та контроль механізмів мотивації на рівні стратегічного управління підприємством є безперервним процесом. Регулярний моніторинг мотивації допомагає керівництву своєчасно реагувати на зміни в настроях співробітників, коригувати підходи до заохочення та підтримувати високий рівень залученості. Впровадження таких механізмів, як опитування, фокус-групи або інтерв'ю, дозволяє підприємствам отримати цінні інсайти щодо того, які фактори справді впливають на мотивацію працівників в умовах кризи.

З огляду на ці фактори, мотивація персоналу повинна сприйматися не як додатковий елемент у системі управління, а як стратегічний інструмент, що дозволяє підприємству адаптуватися до нових умов і забезпечувати стійкість у довгостроковій перспективі. Важливо, щоб керівництво підприємства розуміло, що мотивація має динамічний характер, і вона потребує регулярної оцінки та коригування відповідно до змін на ринку та всередині компанії.

У сучасних умовах глобальних економічних змін і зростаючої конкуренції, підприємства, які зможуть швидко адаптувати свої мотиваційні стратегії, матимуть значну перевагу на ринку. Це стосується як традиційних інструментів мотивації, таких як заробітна плата та бонуси, так і інноваційних підходів, зокрема гнучкого графіку роботи, можливостей для віддаленої праці, корпоративного навчання, кар'єрного зростання тощо. Особливо важливим є створення такої корпоративної культури, яка підтримує працівників і сприяє їхньому розвитку навіть у складні періоди. Зростає значення таких аспектів, як емоційне здоров'я та добробут працівників, які також мають безпосередній вплив на їхню

мотивацію.

Також слід зазначити, що система мотивації персоналу повинна враховувати не лише внутрішні фактори впливу, а й зовнішні (економічні, політичні та соціальні зміни, які можуть суттєво впливати на мотивацію працівників). Зокрема, в умовах війни або серйозних економічних потрясінь, працівники можуть бути більшою мірою зацікавлені у стабільності й безпеці, ніж у короткострокових фінансових вигодах. Така зміна пріоритетів потребує відповідної корекції мотиваційних програм з боку підприємства.

Таким чином, ефективна система мотивації, особливо в умовах кризи, є важливим чинником для виживання і розвитку підприємства. Вона дозволяє не лише утримати ключових співробітників, але й забезпечити їхню високу продуктивність, що є запорукою успішного подолання кризових викликів та збереження конкурентоспроможності на ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Громко Л.С. Принципи управління персоналом в умовах антикризової діяльності підприємства: методологічний аспект. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 36. С. 109-113.
2. Гуріна О. В., Кишковська О. Л., Скрипник К. М. Моделі і методи управління персоналом в умовах кризи. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7554>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.11
3. Цалко Т., Невмержицька С., Птуха А. Антикризове управління персоналом під час війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 60. DOI: 10.32782/2524-0072/2024-60-120

**Волошина Т.С.,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*  
**Круть В.О.,**  
*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*  
*Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та*  
*фондовий ринок*  
**Науковий керівник: Нікольчук Ю.М.,**  
*к.е.н., доц., завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту*  
*Хмельницького кооперативного торговельно-економічного*  
*інституту*

## **ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ БАНКУ**

Забезпечення фінансової стійкості банку передбачає функціонування механізму управління фінансовою стійкістю банків, що є цілісною системою взаємопов'язаних елементів, які відображають відповідні заходи банківського менеджменту. Даний механізм повинен включати як методи управління, так і функціональні обов'язки суб'єктів управління. Тому серед складових механізму забезпечення фінансової стійкості комерційних банків можна виділити:

- 1) суб'єкти забезпечення фінансової стійкості (зовнішні суб'єкти: законодавчі, фінансово-контрольні, органи банківського регулювання; внутрішні суб'єкти: керівництво комерційного банку, органи управління фінансовими ресурсами та ризиками);
- 2) об'єкти забезпечення фінансової стійкості;
- 3) принципи забезпечення фінансової стійкості;
- 4) процес забезпечення фінансовою стійкістю банків, який охоплює такі елементи:
- 5) методи забезпечення фінансової стійкості (планування, аналіз, оцінка, регулювання та контроль);
- 6) інструменти забезпечення фінансової стійкості.

Першим із методів забезпечення фінансової стійкості банку є планування, що передбачає постановку цілей і визначення стратегії й тактики досягнення основної мети – забезпечення фінансової стійкості банку – та спрямоване на перетворення стратегічної мети в конкретні значення фінансових показників через використання відповідних інструментів.

Забезпечення фінансової стійкості банку залежить від дотримання банками комплексу принципів, а саме:

- 1) єдності дій і засобів у досягненні мети суб'єктами

управління даного механізму;

2) комплексності підходу до процесу управління фінансовою стійкістю;

3) поєднання тактики й стратегії управління фінансовою стійкістю з метою забезпечення динамічності та безперервності цього процесу;

4) взаємозалежності елементів механізму управління;

5) адаптивності процесу управління фінансовою стійкістю банку до можливих змін на фінансовому ринку;

6) мінімізації ризиків,

7) гнучкості,

8) інноваційності.

Наступним методом забезпечення фінансової стійкості банку є аналіз основних складових стійкості фінансового стану комерційного банку, який дозволяє встановити причинно–наслідкові зв'язки різних аспектів діяльності банку.

Контроль як метод забезпечення полягає в перевірці відповідності отриманих результатів діяльності банку запланованим показникам, оптимальні значення яких сприяють підвищенню рівня фінансової стійкості. Для належного контролю за рівнем фінансової стійкості банків та ефективного управління слід дотримуватися проходження всіх стадій контролю з боку як органів нагляду, так і комерційних банків.

Забезпечення фінансової стійкості банку здійснюється такими методами:

1. Страхування,
2. Резервування,
3. Сек'юритизація,
4. Диверсифікація,
5. Лімітування [1].

У теорії та практиці банківської діяльності виокремлюють страхування як ще один ефективний метод управління фінансовою стійкістю. Адже, діяльність банків супроводжується різними ризиками, як за своєю суттю, так і за можливими наслідками. Згідно з класифікацією Базельського комітету з нагляду за банківською діяльністю, до таких основних ризиків належать: ринковий ризик; кредитний ризик; ризик процентних ставок; ризик ліквідності; страховий ризик; правовий ризик; ризик ділової репутації; операційний ризик (виходячи із трактувань Базельського комітету й загальноприйнятої практики, усі види кримінальних дій щодо банку належать до сфери операційного ризику). Для безпеки

банкам пропонується комплексне страхування, яке включає більше десяти окремих, але взаємопов'язаних полісів. Світова практика страхування банківських ризиків розробила два підходи.

Другий підхід характеризується вибірковістю по видах покриття і є більш заощадливим. При цьому більше уваги приділяється різним нюансам, властивим конкретним умовам, що робить даний підхід більш привабливим. Недоліком підходу є неповне покриття банківських ризиків, тому банк ризикує більше, а отже, більше ризикують і його клієнти [1].

Карпова О. І. виділяє резервування як ще один досить ефективний метод управління фінансовою стійкістю. Банки формують резерви усіма ризиковими активними операціями: кредитними, операціями з розміщення коштів на кореспондентських рахунках в інших банках, операціями з придбання цінних паперів, дебіторською заборгованістю тощо. Необхідно зробити акцент на такому виді резервування як динамічне, яке доволі ефективно використовується у країнах Західної Європи. Динамічне резервування – це сучасний інструмент регулювання вразливості банківської діяльності до глобальних фінансових ризиків та підвищення ефективності використання банківського капіталу [1].

Також необхідно відзначити такий метод управління фінансовою стійкістю банку, як сек'юритизація. Застосування методу сек'юритизації передбачає можливість позбутися ризикових активів шляхом їх продажу. Так, при сек'юритизації здійснюється об'єднання кредитів в пули і структурування їх як цінних паперів, забезпечених грошовими потоками відповідних кредитів.

Першим сек'юритизованим активом стали іпотечні кредити, хоча будь-який вид активів може бути сек'юритизованим [1].

Серед методів управління фінансовою стійкістю банків чільне місце займає диверсифікація, яка являє собою процес зменшення ризиків шляхом розподілу капіталу між різними об'єктами інвестування та кредитування.

Наступним методом забезпечення фінансової стійкості банку є метод лімітування, який передбачає розробку детальної стратегічної документації, яка встановлює гранично допустимий рівень ризику по кожному напрямку діяльності банку, а також чіткий розподіл функцій і відповідальності персоналу.

Система лімітування є найпопулярнішим інструментом управління ризиками банку; вона будується на таких принципах: лімітування повинне охоплювати усі види банківської діяльності,

пов'язані з поведінковими характеристиками відкритих ризикованих кредитних позицій; агрегування можливих втрат при розрахунках лімітів повинне бути обов'язковим; ліміти необхідно встановлювати, виходячи із внутрішнього кредитного ранжирування конкретних позичальників або їх груп; ліміти не повинні підлягати перегляду на вимогу контрагентів; лімітування має базуватися на результатах стрес-тестування; ліміти повинні встановлюватися з урахуванням ризику дефолту потенційних контрагентів; лімітування має враховувати обмеження за термінами, забезпеченням та валютою.

Для забезпечення фінансової стійкості банку необхідно забезпечити індивідуальні розробки заходів для забезпечення фінансової стійкості банківської установи. Базовими заходами забезпечення фінансової стійкості банківської установи в умовах вольтинності ринку можуть бути заходи з табл. 1.

Таблиця 1

**Заходами забезпечення фінансової стійкості банківської установи [узагальнено авторами]**

<b>№ з/п</b>	<b>Напрямок</b>	<b>Заходи</b>
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
1	Щодо активів	<p>1.1. Забезпечити перехід на формування середньострокових та короткострокових портфелів активних операцій банку з метою зменшення строку їх оновлення.</p> <p>1.2. Проводити фінансування виокремлених на основі аналізу пріоритетних галузей ведення бізнесу з метою недопущення втрати ринку у позичальників.</p> <p>1.3. Забезпечити рівномірну диверсифікацію портфелів, зменшення концентрацій по групам пов'язаних осіб.</p> <p>1.4. Ініціювати зменшення кредитного навантаження на позичальників, встановлювати графіки зменшення заборгованості з урахуванням строків виконання позичальниками інших власних зобов'язань.</p>

1	2	3
2	Щодо забезпечення виконання зобов'язань	<p>2.1. Забезпечити виважене прийняття застави з метою недопущення надання нефункціонального забезпечення, як частини виробничого комплексу.</p> <p>2.2. Встановлювати пріоритети щодо прийняття твердої універсальної застави, уникати спеціалізованого обладнання, товарів в обороті, сировини, майнових прав по контрактам.</p> <p>2.3. Уникати прийняття майнових виробничих комплексів, проводити їх розгляд окремо по складовим елементам комплексу (обладнання, нерухомість, транспорт).</p> <p>2.4. Забезпечити надання поруки по зобов'язанням боржника власниками та контролерами бізнесу.</p> <p>2.5. Встановлювати пріоритети щодо прийняття власного майна власників та контролерів бізнесу.</p> <p>2.6. Уникати інвестиційного кредитування, фінансування проектів відкриття бізнесу з урахуванням того, що грошовий потік має бути згенерований за рахунок роботи проекту, що фінансується.</p> <p>2.7. Проводити розрахунок можливого ліміту кредитування з урахуванням коефіцієнту LTV.</p>
3	Щодо ліквідності	<p>3.1. На постійній основі проводити контроль ГЕП–розривів.</p> <p>3.2. Надавати пріоритет залучення коштів у національній валюті.</p> <p>3.3. Вільні кошти інвестувати в низькоризикові активи (ОВДП, інші) з фіксованою дохідністю з терміном інвестування, що збалансований із наявними зобов'язаннями.</p>

Отже, фінансова стійкість є фундаментальною характеристикою банку, яка визначається здатністю витримувати максимальний рівень непередбачуваних втрат і зберігати стан

ефективного функціонування. Це також і якісна характеристика фінансового стану банку, для якого характерна достатність, збалансованість та оптимальне співвідношення фінансових ресурсів за умов підтримання на достатньому рівні ліквідності й платоспроможності, зростання прибутку та мінімізації ризиків. Управління фінансовою стійкістю банку повинно здійснюватися такими методами: страхування, резервування, сек'юритизація, диверсифікація, лімітування.

### **Список використаних джерел**

1. Карчева Г.Т. Фінансовий стан банків України в умовах загрози світової фінансово-економічної кризи. Ефективна економіка. 2020. № 3. URL: <http://www.economy.наука.com.ua/?op=1&z=7708> (дата звернення: 11.11.2024).

2. Огляд інструментів підтримки фінансової стійкості в умовах воєнного стану в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://goo.su/gyzUz> (дата звернення: 11.11.2024).

**Гавенко М.С.,**

*Phd, «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
доцент кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва  
Вінницький кооперативний інститут*

### **ПРИНЦИПИ РОБОТИ МОДЕЛІ «DIGITAL MARKETING MEASUREMENT MODEL»**

Формування комплексу маркетингових заходів у мережі Інтернет та соціальних мережах є важливим напрямом розвитку маркетингової діяльності підприємств торгівлі, який сприяє ефективно взаємодіяти зі своєю аудиторією, збільшувати свою пізнаваність та досягати більшого успіху на вітчизняному ринку [1].

У нашій роботі, ми досліджуємо модель Digital Marketing Measurement Model (DMMM), яка може відіграти важливу роль при формуванні комплексу маркетингових заходів у мережі Інтернет та соціальних мережах для підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі.

Дана модель надає інструменти та критерії для оцінки ефективності цифрових маркетингових заходів і оцінки того,

наскільки вони впливають на різні аспекти маркетингу підприємства.

По-перше, модель оцінки цифрового маркетингу допомагає визначити конкретні метрики та ключові показники ефективності (KPI), які вони повинні вимірювати для оцінки результатів своєї діяльності в Інтернеті. Це може включати показники, такі як кількість відвідувань веб-сайту, конверсія, витрати на рекламу тощо.

По-друге, дана модель допомагає фахівцям підприємств торгівлі збирати, аналізувати та інтерпретувати інформацію, пов'язану з їх цифровими маркетинговими заходами. Вона пропонує схему для систематичного збору даних з різних джерел, таких як рекламні платформи, соціальні медіа та веб-аналітика, а потім їх аналізу, щоб отримати корисну інформацію про те, наскільки добре працюють маркетингові кампанії.

Крім того, DMMM допомагає підприємствам торгівлі визначити зв'язок між своїми цифровими маркетинговими можливостями та результатами, такими як продажі, прибуток та задоволеність клієнтів. Це дозволяє оцінити реальний вплив цифрового маркетингу на фінансові показники підприємства і приймати обґрунтовані рішення щодо інвестицій у маркетингові кампанії.

DMMM працює шляхом систематизації та аналізу різних аспектів цифрових маркетингових кампаній для визначення їх ефективності та впливу на бізнес. Основні принципи роботи цієї моделі показано у табл. 1.

Таблиця 1

### Основні принципи роботи DMMM

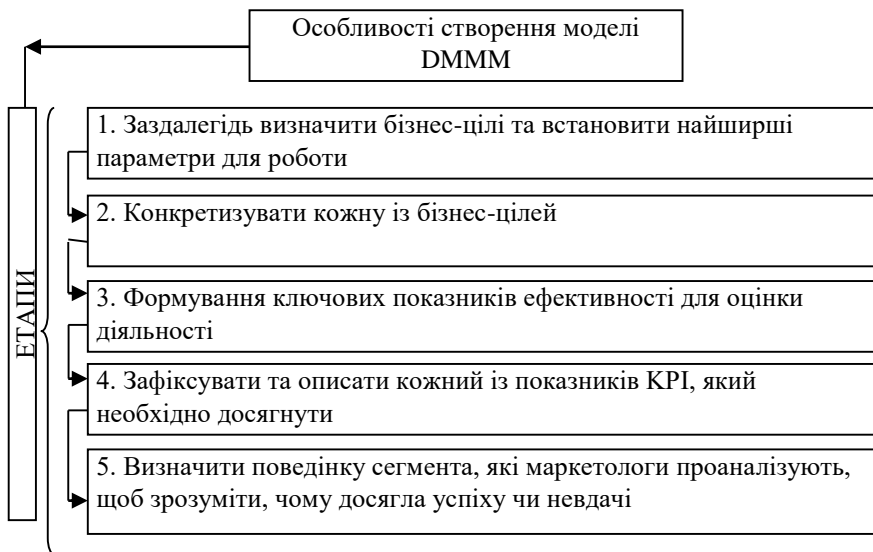
Принципи	Характеристика
1	2
Постійний моніторинг і адаптація	Після завершення аналізу та впровадження оптимізаційних заходів DMMM зазвичай працює в циклі, де набуває під постійним наглядом та контролем профільних фахівців у сфері інтернет-маркетингу, які коригують стратегію відповідно до змін у бізнес-середовищі.
Збір даних	Після визначення KPI DMMM вказує, які саме види даних необхідно пов'язаних із цифровим маркетингом необхідно враховувати. Ці види даних включають веб-аналітику, соціальні медіа метрики, інформацію про рекламні кампанії тощо.

1	2
Аналіз результатів	Після збору даних DMMM допомагає аналізувати їх, щоб визначити, наскільки добре працюють маркетингові ініціативи. Це відбувається за допомогою Post-Click та Post-View методів аналізу Порівняння результатів з попередніми періодами, оцінка впливу різних каналів маркетингу, визначення сильних і слабких сторін кампанії тощо можуть бути частиною цього аналізу.
Висновки та оптимізація	На основі аналізу DMMM надає можливості щодо визначення ефективності маркетингових зусиль і показує проблемні місця та можливості щодо їх оптимізації. Зміна стратегії, розподіл бюджету між різними каналами маркетингу, зміна цільової аудиторії тощо може бути частиною цього.
Визначення метрик успішності (KPI)	DMMM починається з визначення конкретних метрик, які слід вимірювати, щоб оцінити, наскільки добре працює цифрова маркетингова кампанія. Ці метрики можуть включати такі показники, як конверсія, витрати на рекламу, кількість відвідувань сайту та відгуки клієнтів, публікацію контенту, кількість підписників, перегляди відео, згадування про бренд.

DMMM дозволяє керівництву підприємств торгівлі зрозуміти ефективність їхніх цифрових маркетингових зусиль та приймати обґрунтовані рішення щодо подальших кроків у розвитку свого маркетингового стратегії. Модель DMMM як простий, структурований п'яти-етапний процес представимо на рис. 1. [1].

Аналізуючи етапи утворення моделі DMMM (рис. 1), варто відзначити наступне:

1. Перший етап полягає у визначенні бізнес-цілей та встановленні найширших параметрів для роботи. Це означає ретельний аналіз місії, стратегії та потреб підприємства торгівлі для визначення конкретних цілей, які мають бути досягнуті за допомогою інтернет-маркетингу. На цьому етапі важливо ретельно вивчити ринок, конкурентну ситуацію та потреби цільової аудиторії.



**Рис. 1 Етапи створення моделі DMMM**

2. Другий етап передбачає конкретизацію для кожної бізнес-цілі. Це означає уточнення стратегічних завдань на рівні конкретних, вимірюваних метрик. Наприклад, якщо бізнес-ціллю для підприємства торгівлі є збільшення кількості підписників, конкретною ціллю може бути збільшення кількості підписників на 10% протягом наступного кварталу.

3. Третій етап передбачає запис ключових показників ефективності (КРІ). Ключові показники ефективності визначаються на основі поставлених цілей і відображають аспекти діяльності, які необхідно виміряти для визначення успіху рекламних заходів підприємства торгівлі. Наприклад, КРІ можуть включати конверсію, показники залучення та утримання клієнтів, ROI, збільшення кількості підписників, переглядів або згадувань про бренд тощо.

4. Четвертий етап полягає у заздалегідь встановленні параметрів успіху для кожного КРІ. Це означає встановлення конкретних цілей для кожного показника ефективності, які підприємство має досягти. Наприклад, якщо одним з КРІ є кількість переглядів відео, параметром успіху може бути досягнення збільшення кількості переглядів на 10% протягом наступного кварталу.

5. П'ятий етап полягає у визначенні сегментів людей/поведінки/результатів, які підприємство торгівлі проаналізує, щоб зрозуміти, чому досягла успіху чи невдачі. Це включає аналіз аудиторії, її поведінки та реакції на маркетингові заходи. Наприклад, це може включати вивчення реакції різних сегментів аудиторії на рекламні кампанії або аналіз результатів А/В тестування, а також оцінку шляхом Post-Click та Post-View моделями атрибуцій.

Ці етапи утворення моделі DMMM дозволять підприємствам торгівлі ефективно вимірювати та аналізувати результати своєї інтернет-маркетингової стратегії для досягнення стратегічних цілей та успіху на ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Шарко В., Громова О., Гавенко М. Інтернет ресурси як інструмент цифрового маркетингу. *Scientific journal "MODELING THE DEVELOPMENT OF THE ECONOMIC SYSTEMS"* URL: [file:///C:/Users/Vitalii/Downloads/MDES-2023-N4+\(10\)+286-291%20\(5\).pdf](file:///C:/Users/Vitalii/Downloads/MDES-2023-N4+(10)+286-291%20(5).pdf).

2. Юшкевич О., Шарко В., Ставроян С., Макатора Д. та Євтушенко Ю. Інноваційний розвиток економічних систем в умовах цифрування. *Теорія управління та дослідження розвитку сільського бізнесу та інфраструктури*. 2024. 46 (1), 23-30. URL: <https://doi.org/10.15544/mts.2024.03>.

**Дейнега І. О.,**

*д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу та логістики*

**Карпач Р. А.,**

*студент*

*НУ «Львівська політехніка»*

**Матвій І. Р.,**

*аспірант*

*Рівненський державний гуманітарний університет*

### **ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ**

В умовах зростання соціально-політичної нестабільності в країні через зниження рівня платоспроможного попиту, руйнування логістичної інфраструктури, відтоку частини потенційних

споживачів за кордон [1] дослідження впливу факторів, що впливають на здатність підприємств пивної галузі витримувати конкуренцію, котра перманентно зростає, стає важливим завданням менеджменту таких підприємств.

Поняття конкурентоздатності формується як інтегроване поняття, що включає в себе суть понять «конкуренція» та «здатність». Стан конкуренції у галузі залежить від основних сил (споживачі, постачальники, конкуренти, загроза появи нових конкурентів, товари-замінники) [2], синергетичний ефект взаємодії котрих визначає потенціал прибутковості певної галузі. Дослідивши існуючі підходи до визначення змісту поняття «конкурентоздатність підприємства», пропонуємо таке власне визначення. Конкурентоздатність підприємства – це реальна, відносна ринкова характеристика підприємства, сформована через оцінювання його конкурентних переваг.

Аналіз конкурентоздатності підприємства на ринку допускає дослідження факторів, котрі впливають на відношення споживачів до підприємства та його продукції. Можна виокремити як зовнішні (політична стабільність, дієвість законів тощо), так і внутрішні (якість менеджменту, імідж та репутація підприємства, його фінансовий стан, сила бренду тощо) фактори впливу на конкурентоздатність підприємства. Зовнішні фактори є не підконтрольними підприємству, відповідно можуть підвищувати ризиковість підприємницької діяльності, тому їх потрібно постійно відслідковувати та враховувати зміни у власній діяльності. Ідентифікація та зміна внутрішніх факторів дозволить підвищити конкурентоздатність підприємства, посиливши його позиції на ринку.

Пивоварна галузь займає вагомую частку у світовій економіці, пиво лишається і популярним напоєм серед українців. Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі тісно пов'язані з рівнем доходів українців. Діяльність підприємств галузі у 2022 р. внаслідок військових дій спрямована на перехід з дорогих на більш дешеві сорти пива, активізацію попиту споживачів, збереження активів та зв'язків із постачальниками [3]. У 2023 році виробництво пива в Україні зросло, проте ще не досягло довоєнного періоду. На сьогодні відбувається перерозподіл внутрішнього ринку на користь невеликих регіональних пивоварень. Розвиваються сегменти крафтового та безалкогольного пива. Найбільшу частку займає світле пиво Лагер. Структура попиту на алкогольні та слабоалкогольні напої в Україні сформована приблизно

однаковими частками співвітчизників, на пиво припадає трохи більше, ніж 50%. Портрет споживача пива: пиво п'ють переважно чоловіки, кожен 25 українець п'є пиво щодня, споживачі пива мають дохід вищий за середній, переважно пиво споживається дома [4].

Результати власного дослідження відображають загальнонаціональні тенденції. Аналіз отриманої інформації дозволив встановити, що найважливішим чинником для споживачів при виборі пива є його смак, запах, ціна і бренд. Перевагами ТМ «Рівень» споживачі вважають високу якість, доступну ціну та статус вітчизняного виробника. Те, що частина споживачів не змогли згадати цей бренд, свідчить про необхідність розширення його інформаційної присутності на ринку збуту, розширення ринків збуту в межах Західної України.

Результати дослідження внутрішніх передумов конкурентоздатності ТОВ «Рівень ЛТД» дозволяють стверджувати, що фінансовий стан підприємства є стабільним, у 2023 р. спостерігається незначний спад основних фінансових показників, що не є критичним. Підприємство стабільно отримує прибуток, має достатньо високий рівень рентабельності як виробничої діяльності, так і діяльності підприємства в цілому. Діяльність підприємства є матеріаломісткою, що дає підстави шукати резерви підвищення конкурентоздатності продукції підприємства в тому числі за рахунок зниження рівня виробничої собівартості. На підприємстві у досліджуваному періоді не відбувалось модернізації виробничих потужностей, про що свідчить зниження частки витрат, пов'язаних із їх амортизацією. Встановлено, що ТОВ «Рівень ЛТД» не користується довгостроковими кредитами, повністю задовольняючи всі свої потреби за рахунок власного капіталу. Всі показники ліквідності перевищують нормативні значення, що свідчить про високу здатність підприємства швидко розраховуватись із своїм поточними зобов'язаннями.

Дослідженням встановлено, що у своїй діяльності ТОВ «Рівень ЛТД» орієнтується на ринок В2С. Підприємство утримує лідерську позицію на ринку м. Рівне, що переважно формує цільовий ринок підприємства, за рахунок унікальної пропозиції – «живого пива» за конкурентною ціною. Пиво – товар, що має сезонний збут, що обумовлює доцільність застосування маркетингових інструментів. Сезон для торгівлі пивом і водою є умовним поняттям, що визначається погодними умовами. 85-90% продукції ТОВ «Рівень ЛТД» реалізується через дистриб'юторську

мережу та мережі супермаркетів, решта – через прямі продажі. Основним каналом поширення інформації про ТОВ «Рівень ЛТД» є його сайт, а також сторінка в Інстаграм. Підприємство не використовує рекламу, має нерозвинуту систему комунікацій. Серед основних інструментів маркетингових комунікацій, що використовує ТОВ «Рівень ЛТД», є PR, реалізація заходів соціального спрямування.

Аналіз конкурентоздатності пива ТОВ «Рівень ЛТД» та його головних конкурентів – ТОВ «Опілля» та пивоварні «Земан» на локальному ринку, дозволив встановити, що пиво ТМ «Рівень» є більш конкурентоздатним у порівнянні із своїми основними конкурентами. Пиво виграє конкурентну боротьбу за рахунок нижчих цін та вищої якості.

Результати оцінювання конкурентоздатності ТОВ «Рівень ЛТД» за допомогою матричного методу – SWOT-аналіз засвідчують, що основними сильними сторонами є значний досвід роботи на ринку, високі якість продукції та імідж підприємства, довіра ділових партнерів, налагоджена збутова мережа, сформована клієнтська база та постійні постачальники сировини, конкурентоздатні ціни, дотримання стандартів соціально відповідального підприємства. До слабких сторін віднесено: сезонність збуту, залежність від політики постачальників.

На основі результатів досліджень було ідентифіковано заходи підвищення конкурентоздатності ТОВ «Рівень ЛТД», що є актуальними, відповідають стратегічному курсу підприємства та його фінансовим можливостям. Для підвищення конкурентоздатності ТОВ «Рівень ЛТД» варто насамперед вдосконалювати його маркетингову політику, гнучко реагуючи на запити основних споживачів. Зокрема, виробляти різноманітними крафтові сорти пива під різними торговельними марками, посилювати комунікаційну діяльність. Також рекомендовано покращивши роботу сайту та активізувавши роботу у соціальних мережах. Доцільно скористатися послугами SMM-спеціаліста, який розробить контентну сітку та налаштує таргетовану рекламу в мережі.

За рахунок реалізації заходів підприємство зможе збільшити обсяг прибутку від реалізації продукції та впізнаність бренду, розширити цільовий ринок і таким чином збільшити прибуток від реалізації продукції та рентабельність виробничої діяльності.

Отже, забезпечення конкурентоздатності підприємства є

важливим завданням, виконати яке можна насамперед застосовуючи маркетингові інструменти. Реалізувавши запропоновані заходи, ТОВ «Рівень ЛТД» покращить результати власної діяльності уже в поточному році, а у довгостроковій перспективі – збільшить впізнаність бренду та покращить усі фінансові показники діяльності на постійній основі.

### Список використаних джерел

1. Анпілогов С., Гарафонов О. Особливості формування стратегічного потенціалу вітчизняної пивоварної галузі: тенденції змін та імплантація антикризових заходів. *Modeling the development of the economic systems*. № 3. 2022. С. 8–19. URL: <http://surl.li/rfyojl> (дата звернення 15.10.2024).

2. Porter M. E. The Competitive Advantage of Nations. Harvard Business Review. 1990. URL: <http://surl.li/tqixp> (дата звернення 15.10.2024)

3. Дунда С. П., Рибачук-Ярова Т. В., Болотіна І. М. *Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі*. Мат. VI Міжнар. наук.-практ. конф. (присвяченої 100-річчю від Дня народження проф. Турченка М. М.): «Управління розвитком соціально-економічних систем», 15-16 червня 2022 року. Харків: ДБТУ, 2022. 76-78 с.

4. Козаченко О. Безалкогольний тренд та конкуренція з крафтом. Як зараз розвивається ринок пива в Україні. URL: <http://surl.li/duulgm> (дата звернення 07.10.2024).

**Завадських Г.М.,**

*к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу*

*Таврійського державного агротехнологічного університету  
імені Дмитра Моторного*

### **АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ**

Різні визначення КСВ пропонують як науковці та експерти, так і представники бізнесу, громадянського суспільства, урядових і консультативних організацій. Загалом, ці визначення зосереджуються на таких ключових аспектах:

– відповідальність бізнесу перед суспільством

(підзвітність);

- обов'язок бізнесу компенсувати негативні впливи та робити внесок у соціальне благополуччя;
- етична, відповідальна та стійка поведінка у веденні бізнесу;
- врахування екологічних аспектів у діяльності компанії;
- ефективне управління відносинами бізнесу із суспільством.

Іншими словами, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) – це концепція, яка передбачає відповідальність бізнесу перед суспільством та навколишнім середовищем. Вона полягає в тому, що компанії не лише зосереджуються на отриманні прибутку, але й беруть на себе зобов'язання діяти етично, сприяти соціальному добробуту та охороні довкілля.

Узгоджене е розуміння поняття «соціальна відповідальність» було сформульоване в 2010 році і закріплене в міжнародному стандарті ISO 26000:2010, який надає рекомендації щодо соціальної відповідальності. Відповідно до цього стандарту, соціальна відповідальність означає, що організації відповідають за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище. Це виражається через прозору та етичну поведінку, яка сприяє сталому розвитку, захисту здоров'я та добробуту суспільства; враховує інтереси зацікавлених сторін; відповідає вимогам законодавства і міжнародним нормам поведінки; і впроваджується у всі сфери діяльності організації та її взаємодію з іншими [1].

Так, у 2022 році лідерами рейтингу соціально відповідальних компаній світу стали: Rolex, Ferrari, Lego Group, Rolls-Royce, Mercedes-Benz, Harley-Davidson, The Bosch Group, PayPal, Netflix і Intel [2].

У 2008 році в Україні було створено експертну організацію – Центр «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності». Основні напрями її діяльності включають підтримку КСВ під час кризових ситуацій, розвиток освітніх програм, просування України на міжнародному рівні та впровадження соціальної відповідальності у роботу державних органів. Центр об'єднує 40 українських компаній і співпрацює з міжнародними експертами з 20 країн. У 2011 році Центр запровадив Індекс прозорості та підзвітності ESG, заснований на методології компанії Beyond Business, що оцінює рівень впровадження КСВ і інформування громадськості, включно з ключовими стейкхолдерами, про політики та практики компаній у цій сфері. [4]. Важлива

особливість цього Індексу полягає в тому, що оцінюється веб-сайт компанії, і результати можуть перевірити всі користувачі Інтернету.

Повномасштабна війна з Росією стала черговим серйозним викликом для бізнесу та населення. В умовах економічного спаду, порушення логістичних ланцюгів і загострення демографічної кризи українські компанії були змушені адаптувати свою діяльність, надавши новий зміст корпоративній соціальній відповідальності. Підтримка армії, допомога переселенцям, забезпечення продуктами харчування та ліками жителів прифронтових районів – це лише частина напрямків, у які соціально відповідальний бізнес в Україні вкладає свої зусилля та ресурси [3].

Щороку в Україні визначають десятку компаній, які активно впроваджують принципи корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), враховуючи сучасні виклики. До таких соціально відповідальних компаній відносяться:

- Корпорація АТБ: За 2023 рік компанія реалізувала понад 15 проектів підтримки захисників і військових медиків. Серед них проекти "Сертифікат для ЗСУ" (зібрано 70 млн грн) та інші ініціативи. Компанія також придбала понад 1000 дронів і одиниць автотехніки для ЗСУ.

- Lidea в Україні: Ця компанія реалізує як внутрішні, так і зовнішні програми КСВ, спрямовані на створення безпечних умов праці та реінтеграцію ветеранів.

- Фармацевтична компанія "ІнтерХім": Компанія десятиліттями впроваджує КСВ, піклуючись про понад 1000 співробітників, їхнє навчання та благополуччя. Також компанія активно бере участь у благодійних проектах.

- "Київстар": Компанія, її працівники та клієнти з лютого 2022 року інвестували 1,6 млрд грн у допомогу країні. Один з найважливіших проектів – "Нам тут жити", спрямований на підтримку інженерно-саперних груп ЗСУ.

- "Нова пошта": Компанія реалізує проекти, такі як "Гуманітарна пошта України" і "Школа бізнесу", а також постійно допомагає військовим і постраждалим громадянам.

- EVA: З початку повномасштабної війни компанія провела понад десяток благодійних проектів, зібравши більше 61 млн грн на потреби ЗСУ та постраждалих від війни.

- Банк ПУМБ: Важливий банк України під час війни інвестував 185 млн грн на підтримку своїх співробітників,

включаючи допомогу при втраті житла або пораненнях.

– Фармацевтична компанія "Фармак": КСВ цієї компанії охоплює екологію, здоров'я, освіту та благодійність. Вони запустили пілотний проєкт з утилізації медикаментів у Києві.

– "Фокстрот": Стратегія компанії включає різні напрями КСВ, активно підтримуючи стандарти ООН з 2006 року.

– SEMARK: Входить до групи CRH, активно підтримує соціальні ініціативи та допомагає в медичних і освітніх закладах.

Дослідження "Компанії, дружні до родини – 2023", ініційоване CSR Ukraine і The Page, визначає підприємства, які підтримують своїх працівників і їхні родини в складні часи. Компанії оцінювалися за категоріями корпоративної культури, робочого місця, підтримки сімей та безпеки під час воєнних дій.

Критерії в кожній категорії були визначені на основі результатів роботи фокус-групи, до яких входили потенційні працівники з родинами та дітьми. Учасники визначили найбільш важливі для них політики та практики, які отримали найвищі оцінки при розробці методології.

Лідерами галузей виявились наступні компанії:

- Серед ІТ-компаній – ЕРАМ Україна.
- Серед енергетичних компаній – ДТЕК.
- Серед ритейлових компаній – ТОВ "РУШ".
- Серед консалтингових компаній – Nota group.
- Серед компаній поштово-логістичних послуг – група компаній NOVA (Нова пошта)
- Серед гірничо-металургійних компаній – Ferrtexpro.
- Серед фінансових компаній – Банк Кредит Дніпро.
- Серед фармацевтичних компаній – «Дарниця».
- Серед медичних компаній – ДІЛА.
- Серед агропромислових компаній – НІБУЛОН.
- Серед компаній з управління та обслуговування нерухомістю – The Cleaning Pro Group.

Проведений аналіз показав, що під час повномасштабного вторгнення в Україну корпоративна соціальна відповідальність набула нових рис, які вирізняють її серед інших ринків. У мирний час бізнес міг зосереджувати КСВ на окремих соціальних питаннях, але з початком війни пріоритет змістився на актуальність, швидку реакцію та ініціативність у вирішенні найважливіших проблем. Якщо раніше розробка соціальних проєктів тривала місяцями, то тепер рішення приймаються за лічені дні чи навіть години. Економіка України в першу чергу підтримує

військо та державу, надаючи значні кошти на військові потреби (транспорт, дрони, обладнання, медикаменти, продукти тощо). Крім сплати податків, корпорації також постачають необхідне військове обладнання та надають допомогу постраждалим від війни. Багато компаній інтегрували програми підтримки України в свої стратегії КСВ.

### Список використаних джерел

1. ДСТУ ISO 26000:2019 Настанови щодо соціальної відповідальності (ISO 26000:2010, IDT). URL: [http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id\\_doc=87921](http://online.budstandart.com/ua/catalog/doc-page?id_doc=87921) (дата звернення 21.10.2024)

2. Длугопольська Т., Сентик М. Успішні кейси міжнародних компаній у сфері корпоративної соціальної відповідальності. *Socio-Economic Relations in the Digital Society*. 2022. 4(46), 49-57.

3. Завадських Г.М., Лисак О.І., Тебенко В.М. Корпоративна соціальна відповідальність: формування та реалізація в Україні. *Збірник наукових праць ТДАТУ*, 2023. №2. с.130-139

4. Серікова О. М. Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу в умовах війни в Україні: національний і глобальний виміри. *Бізнес Інформ*. 2022. №6. С. 94–100.

I. The Application of Digitization in the Economy as a Promising Direction in the Growth of Human Capital. *Economic Affairs*, Vol. 68, No. 01s, pp. 345-352, February 2023

**Іванченко А. А.,**  
здобувач гр.41 ПТ  
*Таврійського державного агротехнологічного університету*  
*імені Дмитра Моторного,*  
*Науковий керівник: Завадських Г.М.,*  
*к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу*  
*Таврійського державного агротехнологічного університету*  
*імені Дмитра Моторного,*

## **СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У ВОЄННИЙ ЧАС**

Повномасштабне вторгнення росії стало поштовхом для глибоких суспільних змін в Україні. Виникли та загострилися численні проблеми, які раніше залишалися поза увагою або вважалися незначними. Зокрема, гостро постало питання працевлаштування вразливих груп населення: внутрішньо переміщених осіб, людей з інвалідністю та тих, хто втратив житло внаслідок російської агресії.

Одним із дієвих способів вирішення таких проблем є соціальне підприємництво, яке не лише створює вкрай важливі робочі місця, а й сприяє значущим змінам у суспільстві через реалізацію соціальних ініціатив.

Згідно з доповіддю "Глобальний погляд на соціальне підприємництво", у 2022 році у світі було понад 11,5 мільйонів соціальних підприємств. У Великій Британії нараховується приблизно 130 тисяч таких організацій, у Німеччині – понад 100 тисяч, у Польщі – 30 тисяч, в Італії – близько 20 тисяч, в Австрії – більше 2,5 тисяч, а в Чехії – приблизно 500.

З початку повномасштабної війни інтерес до соціального підприємництва значно зріс через різке збільшення кількості вразливих груп населення.

За даними уряду України, станом на кінець 2023 року в країні налічується 4,9 мільйона внутрішньо переміщених осіб. На жаль, з 24 лютого минулого року 300 тисяч людей отримали інвалідність.

На сьогодні в Україні проживає 3 мільйони людей з інвалідністю, і їхня кількість зростатиме. Усі ці люди потребуватимуть роботи, соціальної адаптації та реінтеграції. У найближчі роки соціальне підприємництво в Україні набуватиме популярності. Це важливо, оскільки такий бізнес-формат, хоча й не

вирішує всі проблеми, допомагає одночасно підтримувати людей, громади та економіку країни.

Соціальне підприємництво – це вид бізнесу, який обов'язково включає в себе соціальну місію. Такий бізнес створюється із залученням волонтерів, внутрішньо переміщених осіб або інших вразливих груп населення на договірних засадах, де частина прибутку спрямовується виключно на підтримку громадських ініціатив. У період війни для України особливо важливо знаходити подібні підходи та способи підтримки громадян, які будуть найбільш ефективними та сучасними. Ми вирішили зосередитися саме на таких рішеннях.

Соціальне підприємництво в Україні під час війни набуло нових форм і значення. Воно стало не просто бізнесом із соціальним акцентом, а важливим інструментом підтримки суспільства у важкі часи. Ось кілька унікальних рис соціального підприємництва в Україні під час війни:

1. Фокус на гуманітарній допомозі та підтримці армії. Багато соціальних підприємств почали переорієнтовуватися на задоволення нагальних потреб, пов'язаних із війною. Це включає виробництво товарів для військових (одяг, їжа, засоби захисту) та допомогу цивільним у постраждалих регіонах. Підприємці часто об'єднуються із волонтерськими організаціями для більш ефективної доставки допомоги.

2. Підтримка переселенців і постраждалих. Однією з ключових соціальних місій підприємств стало надання роботи внутрішньо переміщеним особам (ВПО), а також створення умов для їхньої адаптації. Соціальні підприємства пропонують навчання, створюють робочі місця і підтримують людей, які втратили свої домівки та засоби для існування.

3. Інновації та швидка адаптація до нових умов. Через руйнування інфраструктури та зміни ринку, соціальні підприємства в Україні змушені постійно змінювати бізнес-моделі. Вони стають більш гнучкими, швидко освоюють нові технології та шукають альтернативні джерела фінансування, наприклад, краудфандинг або міжнародні гранти.

4. Солідарність і кооперація. В умовах війни українські соціальні підприємці активно співпрацюють між собою, а також з міжнародними організаціями, державними структурами та благодійними фондами. Це дозволяє масштабувати соціальні проєкти та ефективніше досягати результатів.

5. Збільшення суспільної довіри та підтримки. Під час

війни зросла довіра до соціальних підприємств, оскільки вони демонструють прозорість і ефективність у вирішенні нагальних проблем. Це сприяє тому, що більше людей і компаній готові підтримувати їхні ініціативи через донати чи партнерства.

6. Формування патріотичних цінностейю Соціальне підприємництво під час війни часто акцентує увагу на патріотизмі та зміцненні національної ідентичності. Наприклад, підприємства можуть організовувати заходи, спрямовані на підтримку національної єдності, або випускати продукцію з національною символікою.

Ось кілька успішних прикладів соціальних підприємств, які зробили вагомий внесок у допомогу країні під час війни:

"Veterano Group". Це соціальне підприємство, яке створене ветеранами війни на Донбасі ще до повномасштабного вторгнення, але під час війни його роль стала ще більш значущою. Компанія об'єднує низку бізнесів, включаючи кафе, крамниці й сервіси, які надають робочі місця ветеранам АТО/ООС. Підприємства мережі активно залучаються до допомоги армії, надають кошти на підтримку військових та організують благодійні заходи.

"Lviv Croissants". Ця відома мережа кафе, незважаючи на важкі часи, продовжує працювати і підтримувати економіку. Під час війни "Lviv Croissants" зосередились на допомозі Збройним Силам України та переселенцям. Вони регулярно передають продукти на передову і організують волонтерські ініціативи, що допомагають забезпечувати їжею постраждалих.

"Ukrainian Social Academy" (Українська Соціальна Академія). Ця організація займається навчанням і підтримкою соціальних підприємців, які працюють над вирішенням соціальних проблем. Під час війни академія запустила нові програми, спрямовані на допомогу внутрішньо переміщеним особам і відновлення економіки України через соціальне підприємництво. Вона пропонує курси та тренінги для людей, які хочуть запустити соціальні проекти, що можуть допомогти країні в умовах війни.

"Rebuild Ukraine". Це нове соціальне підприємство, створене під час війни, яке займається відновленням зруйнованого житла та інфраструктури у постраждалих регіонах України. Проект залучає як волонтерів, так і професіоналів для проведення ремонтних робіт у містах і селах, постраждалих від бойових дій. Окрім того, підприємство активно співпрацює з міжнародними організаціями для залучення ресурсів на відновлення України.

"Промприлад. Реновація". Це інноваційний центр у Івано-

Франківську, який працює на перетині освіти, бізнесу та соціальних ініціатив. Під час війни "Промприлад" змінив акцент на допомогу внутрішньо переміщеним особам та підтримку розвитку бізнесів, які можуть бути корисними для відбудови країни. Вони організовують освітні програми для підприємців, що допомагають створювати бізнеси із соціальною місією в умовах кризи.

"Шелтер+". Це соціальний проект, який займається створенням притулків для переселенців. Під час війни "Шелтер+" не тільки надає безкоштовний притулок людям, які втратили житло, але й допомагає їм інтегруватися в нові громади. Організація забезпечує переселенців харчуванням, одягом і необхідною психологічною підтримкою.

Ці приклади показують, як соціальні підприємства в Україні стали важливими гравцями у підтримці суспільства під час війни, надаючи гуманітарну допомогу, працевлаштовуючи людей та сприяючи відновленню країни.

### Список використаних джерел

1. Аналітична та статистична інформація Державної служби зайнятості. URL: <https://www.dcz.gov.ua/analytics>
2. Ачкасова О. Розвиток соціального підприємництва в Україні к умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. 2022. (37). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-37-40>
3. Валюс Л. Війна в Україні як каталізатор розвитку соціального підприємництва. *Трансформаційна економіка*. 2023. (2 (02)), 10-15.
4. Гурочкіна, В., Браунагель, А. Соціальні підприємства к умовах війни VS ринок праці та демографічна ситуація України. *Сталий розвиток економіки*. 2024. (3(50)), 271-282. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-50-41>
5. Завадських Г.М., Тебенко В.М. Практичні аспекти становлення соціального підприємництва в Україні. *БІЗНЕС ІНФОРМ*, 2020. №11.С. 177-185.

**Кайдановська О.М.,**  
*викладач циклової комісії економіки та менеджменту*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР НА ШЛЯХУ ВСТУПУ УКРАЇНИ В ЄС**

30 вересня 2024 року у Брюсселі у презентованому звіті [1] щодо прогресу країн-кандидаток – України, Молдови, країн Західних Балкан на вступ у ЄС було зазначено, що Україна виконала всі кроки, які раніше були невиконаними за висновком Європейської комісії 2022 року, а також підготовлені додаткові інструменти допомоги у прискоренні проведення реформ, підготовці набуття членства ЄС до кінця наступного мандату Європейської Комісії у грудні 2029 року. Відповідно Україна через декілька років зможе повноцінно функціонувати межах спільної системи Митного союзу ЄС, що є найважливішим міжнародним орієнтиром на зараз для реформування митної системи в Україні.

Європейський Митний союз – це єдине законодавство та єдині процедури і правила, функціонування яких забезпечують митники та взаємосумісні ІТ-системи, що здійснюють обмін інформацією та взаємодію між митними органами у межах усього Митного союзу.

Сьогодні Митний союз ЄС це єдиний митний простір, де національні митниці «функціонують, як одна» та забезпечують виконання спільних принципів та функцій: вільний рух товарів і сприяння міжнародній торгівлі; контроль безпеки вантажів, що потрапляють на територію ЄС; спільне митно-тарифне регулювання і збір відповідних митних платежів; швидкість, легкість і прозорість митного оформлення для чесного бізнесу; митне співробітництво та гармонізація митних процедур між країнами; безпека та захист кордонів; важливий баланс між основною фіскальною та розгалуженими нефіскальними завданнями, як у захисті національних інтересів кожної країни, так і спільних інтересів ЄС.

Головним напрямом розвитку ЄС в митній сфері є цифровізація, як сучасний шлях забезпечення балансу між контролем та сприянням у зовнішній торгівлі. Тому удосконалення «електронної Е-Митниці» є пріоритетним завданням ЄС, що визначається законодавством. Інструментом для її реалізації є

стандартизовані та надійні ІТ-системи, які розвиваються відповідно до погодженого плану (MASP-C) [2] і суттєво зменшують роль людського фактору на шляху до уніфікації митних процедур.

Так як на сьогодні у ЄС відсутній єдиний підхід до організації митних та податкових органів. Деякі країни мають століттями мають діючі окремі митниці (Франція, Німеччина, Швеція), а інші за останні 10 років об'єднали митні та податкові органи для збільшення ефективності [3]. Тому й українській митниці варто зосередити більшу увагу на розвиток «електронної Е-митниці», механізму «єдиного вікна» і т.п. цифрових компонентах проходження митних процедур. Тобто важливою є не організаційна структура управління митних органів, а їх спроможність оперативно виконувати завдання, спільні для всього Митного союзу ЄС.

Деякі зміни вже були успішно впроваджені: «митний безвіз»; надання як у ЄС преференцій для чесного бізнесу через інструмент авторизації у статусі АЕО (авторизованому економічному операторі – підтверженому статусі, який надають митні органи, що компанія відповідає усім критеріям надійного ділового партнера з високою довірою з боку митниці); спрощення в межах процедури спільного транзиту (NCTS) [2]; право бути почутим, ухвалення та оскарження рішень. Крім того активно напрацьовується удосконалення застосування митних режимів, декларування військової техніки, проходження служби в митних органах за контрактом, запровадження інститутів митного представництва (інтересів підприємств у митних органах) і митного боргу.

Ключовим завданням є ухвалення нового Митного кодексу України на основі Митного кодексу ЄС та інших пов'язаних законодавчих актів а також розробка, запуск, тестування визначених митних ІТ-систем, від яких залежить робота митних процедур, передбачених законодавством. А в контексті безпеки товарів, що потрапляють на територію ЄС, та боротьби з контрабандою пріоритетними напрямками, є захист прав інтелектуальної власності (IPR) і криміналізація контрабанди.

Підсумковими викликами на шляху до ЄС є: значна довжина українського кордону – Україна матиме найдовший зовнішній сухопутний кордон ЄС, а через повномасштабну військову агресію росії проти України важливо привести у відповідність до норм ЄС українське законодавство не тільки у митній, а й низці суміжних сфер; зниження митних платежів до бюджету України, які частково почнуть перераховуватися у

бюджет ЄС; боротьба з корупцією та антикорупційні заходи забезпечення принципів доброчесності; удосконалення ІТ складової митних процедур та їх інтеграція до європейських систем економічної безпеки; посилення повноцінних спроможностей у статусі Держмитслужби – українська митниця має відповідати стандартам ЄС й після набуття членства і мати потенціал для подальшого синхронного розвитку з іншими митницями країн ЄС та конструктивної співпраці з міжнародними партнерами.

### **Список використаних джерел**

1. Єврокомісія оприлюднила ключові висновки щодо України про вступ до ЄС. URL: <https://suspilne.media/612913-evrokomisia-opriludnila-klucovi-visnovki-sodo-ukraini-ta-rekomenduvala-rozpocati-peregovori-pro-vstup-do-es/>.

2. Українська митниця в горизонті 2030 URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrainska-mytnytsia-v-horyzonti-2030-meta-pidhotovka-do-vstupu-do-mytnoho-soiuzu-ta-ies-kolonka-iuriia-drahanchuka-dlia-nv>

3. Майбутнє української митниці в умовах вступу в ЄС URL: <https://rpr.org.ua/news/maybutnie-ukrainskoi-mytnytsi-v-umovakh-vstupu-v-yes/>

**Кострубська І.В.,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Менеджмент»*

*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: Савіцький А.В.,*

*д.е.н., викладач кафедри менеджменту*

*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

### **ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ПІДБОРУ, ВІДБОРУ ТА АДАПТАЦІЇ СИСТЕМИ РЕКРУТИНГУ ПЕРСОНАЛУ**

В умовах динамічного розвитку бізнес-середовища та зростаючої конкуренції на ринку праці, ефективний підбір, відбір та адаптація персоналу стають ключовими факторами успіху організації. Сучасні підприємства потребують не лише кваліфікованих працівників, але й таких, що здатні швидко

адаптуватися до змін, працювати в команді та розвиватися разом з компанією. За даними досліджень, витрати на заміну співробітника можуть сягати 150-200% від його річної заробітної плати, що підкреслює важливість якісного підбору персоналу.

Процес підбору персоналу включає визначення потреб організації в кадрах, аналіз ринку праці та пошук потенційних кандидатів. Сучасні методи підбору включають:

- digital-рекрутинг – використання соціальних мереж та професійних платформ;
- автоматизовані системи пошуку кандидатів на основі штучного інтелекту;
- referral-програми – залучення рекомендацій від наявних співробітників;
- таргетована реклама вакансій для цільової аудиторії;
- співпраця з університетами та професійними спільнотами;
- організація хакатонів та професійних змагань для пошуку талантів [2].

Відбір персоналу передбачає комплексну оцінку кандидатів та прийняття рішення щодо найбільш перспективного претендента. Сучасний процес відбору трансформувався у бік діджиталізації – активно використовуються відеоінтерв'ю та онлайн-співбесіди, що особливо актуально в умовах віддаленої роботи. Assessment-центри дозволяють оцінити поведінку кандидатів у змодельованих робочих ситуаціях, а психометричне тестування допомагає оцінити їхні особистісні якості та soft skills. За статистикою, компанії, які використовують структуровані інтерв'ю та психометричні тести, демонструють на 25% нижчу плинність кадрів [5].

Адаптація нових співробітників є критично важливим етапом, що впливає на подальшу ефективність їхньої роботи. Дослідження показують, що 69% співробітників з більшою ймовірністю залишаються в компанії протягом трьох років, якщо пройдуть якісну програму адаптації [4]. Сучасні підходи до адаптації включають:

- створення цифрових онбординг-програм;
- системи наставництва та менторства;
- гейміфікація процесу навчання;
- регулярний зворотній зв'язок та підтримка;
- створення buddy-системи для неформальної підтримки;
- організація командних активностей для соціалізації.

Важливим трендом є використання HR-аналітики та

великих даних для оптимізації процесів управління персоналом. Згідно з дослідженням Deloitte, 71% компаній вважають *people analytics* пріоритетним напрямком розвитку HR [5]. Це дозволяє:

- прогнозувати потреби в персоналі;
- оцінювати ефективність каналів пошуку кандидатів;
- аналізувати причини звільнень;
- покращувати програми адаптації на основі зібраних даних;
- оптимізувати витрати на підбір персоналу;
- передбачати ризики звільнення цінних співробітників.

Значну роль у сучасних процесах управління персоналом відіграє штучний інтелект. AI-системи здатні аналізувати великі обсяги резюме, проводити первинні співбесіди через чат-боти, оцінювати відповідність кандидата корпоративній культурі та навіть прогнозувати його потенційну успішність на посаді. За даними LinkedIn, 67% рекрутерів вважають, що AI допомагає заощадити час, а 43% відзначають покращення якості підбору кандидатів [3].

Для підвищення ефективності процесів підбору, відбору та адаптації сучасні організації активно впроваджують автоматизовані HR-системи, які дозволяють оптимізувати рутинні процеси та зберігати всю необхідну інформацію в єдиній базі. Значна увага приділяється розвитку корпоративної культури та бренду роботодавця, що допомагає залучати та утримувати талановитих фахівців. Дослідження показують, що сильний бренд роботодавця може знизити вартість найму на 43% [2].

Сучасні технології відкривають нові можливості для оптимізації процесів управління персоналом. Рекомендується впроваджувати такі інструменти:

- використання чат-ботів для первинного скринінгу кандидатів;
- застосування VR-технологій для демонстрації робочого середовища;
- створення мобільних додатків для адаптації;
- використання предиктивної аналітики для оцінки потенціалу кандидатів;
- впровадження блокчейн-технологій для верифікації даних кандидатів;
- використання AI для персоналізації програм адаптації [1].

Ефективна система підбору, відбору та адаптації персоналу дозволяє організаціям формувати сильні команди, знижувати

плинність кадрів та підвищувати продуктивність праці. За даними досліджень, компанії з розвиненими HR-процесами демонструють на 22% вищу продуктивність праці та на 28% нижчу плинність кадрів [5]. Це сприяє створенню стійкої конкурентної переваги та досягненню стратегічних цілей організації.

Отже, сучасні підходи до підбору, відбору та адаптації персоналу характеризуються високим рівнем діджиталізації та використанням інноваційних технологій. Результати досліджень підтверджують, що впровадження комплексної системи управління персоналом, яка включає автоматизовані процеси пошуку кандидатів, структуровані методи оцінки та продумані програми адаптації, дозволяє організаціям досягати значних результатів у формуванні ефективних команд. Використання штучного інтелекту, HR-аналітики та сучасних digital-інструментів не лише оптимізує витрати на підбір персоналу, але й підвищує якість прийнятих кадрових рішень. При цьому особлива увага приділяється розвитку бренду роботодавця та створенню комфортного робочого середовища, що сприяє утриманню талановитих фахівців та підвищенню їхньої продуктивності. Інвестиції в розвиток системи управління персоналом стають стратегічним пріоритетом для організацій, які прагнуть забезпечити свою конкурентоспроможність на сучасному ринку праці.

### **Список використаних джерел**

1. Armstrong M., Taylor S. *Armstrong's Handbook of Human Resource Management Practice*. Kogan Page Publishers, 2023. 688 p.
2. Deloitte Global Human Capital Trends 2023. Deloitte Insights. URL: <http://www2.deloitte.com/insights/human-capital-trends> (дата звернення: 9.11.2024).
3. McKinsey & Company. *The New Science of Talent Management*. McKinsey Quarterly, 2023.
4. Society for Human Resource Management. *Employee Adaptation Success Factors*. SHRM Research, 2023.
5. World Economic Forum. *The Future of Jobs Report 2023*. WEF Publications, 2023.

**Лагановський А.О., Бойчук Н.А.,**  
*студенти I курсу, групи ХТ-140,*  
**Науковий керівник: Бойчук О.Л.,**  
*викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-  
ресторанного бізнесу*  
*ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж  
ДТЕУ»*

## **РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Початок війни завдав нищівного удару по українському бізнесу та заставив багатьох підприємців переорієнтуватись на нові реалії ведення бізнесу. Військова агресія росії проти України застала в перші дні закритись понад 7000 закладів харчування у нашій країні. Ресторанний бізнес частково або повністю зупинився у Центральній, Східній та Південній Україні. Тут закрито понад 70% закладів.

У м.Київ змушені були припинити діяльність близько 30% усіх закладів. Просідання ринку громадського харчування у Одеській та Дніпропетровській областях сягло 40% [1]. Але попри ці негаразди в інших регіонах нашої країни відкрилось понад 2000 нових закладів. Переважними лідерами стали Львів, Івано-Франківськ, Чернівці та міста Закарпатської області. Загалом в Україні ринок ресторанного бізнесу у порівнянні із лютим 2022 року скоротився на 25%. До сьогоднішнього дня найінтенсивніше розвивається ресторанний бізнес у м.Львові. Тут за останній рік відкрилось близько 15% нових закладів.

Основні проблеми, з якими зіткнувся ресторанний бізнес під час війни це:

Порушення ланцюгів постачання. Перший виклик – це проблеми з поставками продуктів. Закриття деяких регіонів та труднощі з логістикою впливають на доступність свіжих та якісних продуктів. Багато постачальників не можуть гарантувати стабільні поставки через порушення транспортування і небезпеку на дорогах.

Зростання витрат. Війна впливає на ціни – не лише на продукти, а й на комунальні послуги, оренду та персонал. Більшість ресторанів змушені шукати способи оптимізації витрат, зберігаючи при цьому якість послуг.

Безпека співробітників та клієнтів. Захист персоналу та гостей стає пріоритетом у зонах конфлікту. Для забезпечення безпеки ресторани часто скорочують години роботи або

організують тимчасові закриття у разі загрози.

Падіння купівельної спроможності. Люди схильні економити на розвагах і відвідуванні ресторанів, коли ситуація є нестабільною. Втрата доходів у населення змушує ресторани адаптувати свої пропозиції та шукати додаткові джерела доходів.

Труднощі з персоналом. Багато співробітників змушені залишати роботу, особливо у зонах активних бойових дій. Це створює дефіцит кваліфікованих працівників та збільшує навантаження на тих, хто залишився.

Водночас в умовах воєнного стану актуалізуються нові тенденції ресторанного бізнесу:

- збереження попиту на домашню їжу, фастфуд напівфабрикати та швидкий відпочинок у закладах громадського харчування;

- вплив правил воєнного часу: комендантської години та необхідності дотримання норм повітряної тривоги;

- налагодження швидкої логістики доставки їжі;

- вплив місця розташування ресторанного бізнесу: його наближення до зони бойових дій, розташування внутрішньо переміщених осіб тощо.

Робота з сервісною доставкою виявилась нерелевантна через високі комісії та брак палива, тому дохід з доставки також суттєво знизився [2].

Проте, не зважаючи на дороге пальне і продукти, постійні загрози обстрілів, вимкнення електро- та водопостачання, заклади продовжують працювати на економіку країни, сплачують податки, надають робочі місця, продовжують волонтерську діяльність. Бізнес переживає нелегкі часи, однак важливо не зупинятися й робити все, що залежить від нього для перемоги.

За нинішніх умов важливо бути гнучким і адаптивним. Війна вимагає рішучих дій і рішень. Тому ресторатори вповоджують стратегії адаптації ресторанного бізнесу до умов воєнного стану:

1. Оптимізація меню та співпраця з місцевими виробниками. Умови війни вимагають від ресторанів гнучкості та адаптації. Спростити меню, скоротивши кількість страв та вибравши продукти, що легше доступні – один зі способів зниження витрат. Залучення місцевих фермерів і постачальників також допомагає уникати залежності від далеких поставач.

2. Фокус на доставці та форматі take-away. У ситуаціях, коли відвідування ресторанів стає обмеженим, служби доставки та

виносу стають рятувальним кругом для бізнесу. Інвестиції в систему доставки, співпраця з агрегаторами та власні сервіси – все це дозволяє зберігати клієнтів навіть у складних умовах.

3. Впровадження гнучких бізнес-моделей. Ресторани можуть переглянути свою бізнес-модель і адаптувати її до змін. Наприклад, організація виїзних кейтерингових послуг, продаж напівфабрикатів або навіть створення майданчиків для інших бізнесів на своїй території.

4. Перехід до онлайн-маркетингу та підтримка лояльності клієнтів. Підтримка зв'язку з клієнтами через соціальні мережі та платформи, програми лояльності та спеціальні пропозиції допомагають утримати клієнтів. Важливо також бути чесними та прозорими щодо нових умов роботи і змін цін.

5. Скорочення робочих годин та підвищення гнучкості. Багато ресторанів змушені переглядати графіки роботи, скорочуючи години відкриття або працюючи тільки в певні дні. Цей підхід дозволяє знизити витрати на утримання персоналу та комунальні послуги.

6. Розробка планів на випадок надзвичайних ситуацій. Планування на випадок обстрілів, введення комендантської години або загострення ситуації дозволяє ресторану підготуватися до швидкого реагування, зменшуючи потенційні збитки. Щодня власники ресторанів вирішують багато завдань, які залишаються поза увагою відвідувачів. За лаштунками залишаються сотні ухвалених рішень і напрацювань, а гості бачать лише результат

Таким чином, ресторанний бізнес в умовах воєнного стану є прикладом стійкості та адаптивності. Завдяки інноваційним підходам, співпраці з місцевими спільнотами та підтримці з боку держави ресторани можуть продовжувати працювати, навіть попри важкі обставини. Адаптація до нових реалій не лише дозволяє бізнесу вижити, а й допомагає зміцнити зв'язок із клієнтами, які потребують підтримки та звичних місць відпочинку навіть у складні часи.

### **Список використаних джерел**

1. Forbes в Україні. З початку війни закрилося близько 7000 ресторанів та кафе – асоціація. URL: <https://forbes.ua/news/v-ukraini-z-pochatku-viyni-zakrilosya-blizko-7000-restoraniv-ta-kafe-asotsiatsiya-06092022-8120/>

2. Тенденції ресторанного бізнесу України в умовах війни. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/brytvenko.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/brytvenko.htm)

**Лопатовська О.О.,**  
*викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту*  
*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний*  
*інститут*

**Бондарук С.Р.,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,*  
*спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та*  
*фондовий ринок*  
*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний*  
*інститут*

## **НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ТРАКТУВАННЯ ДЕФІНІЦІЇ «ОБОРОТНІ АКТИВИ»**

Діяльність будь-якого суб'єкта господарювання щодо виробництва продукції (робіт, послуг) та її подальшого продажу відбувається в процесі поєднання основних виробничих активів, оборотних активів і безпосередньо праці.

Оборотні активи підприємства, на протигагу основним виробничим активам, використовуються виключно в одному виробничому циклі, та їхня вартість повністю переноситься на вартість виробленої продукції (робіт, послуг). Під час цього процесу одна їхня складова в речовинній формі входить у знову створений продукт і набуває товарної форми, у якій і буде використовуватися споживачем (сировина, матеріали). Інша складова оборотних активів (наприклад: паливо, енергія) також в повному обсязі споживається в процесі виробництва, проте повністю втрачає свою споживчу вартість у речовинній формі і в продукт праці не входить [1, с. 188].

Однією з характерних ознак оборотних активів є висока швидкість їхнього обертання, в результаті якого вони проходить три стадії кругообігу: грошову, виробничу і товарну:

1. Перша стадія – грошова: передбачає придбання та нагромадження необхідного обсягу виробничих запасів у момент авансування грошових коштів.

2. Друга стадія – виробнича: передбачає випуск готової продукції із перенесенням в процесі виробництва на продукти праці авансованих грошових коштів у розмірі використаних виробничих запасів разом із певною вартістю основних фондів і витрат на оплату праці.

3. Третя стадія – товарна: триває до тих пір, поки не

відбудеться перетворення товарної форми інвестованих в оборотні активи коштів в грошову форму у вигляді надходження виручки від реалізації на рахунок підприємства. В свою чергу, грошова форма, яку оборотні активи набувають в цій стадії обертання, являється одночасно і початковою стадією нового обороту капіталу [1, с 188].

Кругообіг оборотного капіталу і створення нової вартості можна зобразити у вигляді наступної схеми:  
 $G \rightarrow T \rightarrow B \rightarrow T' \rightarrow G'$ ,

де: G – грошові кошти, що авансуються в оборотні активи;  
T – придбані предмети праці у вигляді виробничих запасів; B – процес виробництва; T' – отримана в результаті виробництва готова продукція;

G' – грошові кошти, отримані в результаті продажу готової продукції.

Характерні ознаки оборотних активів підприємства:

1) передбачають попереднє авансування, тобто інвестування фінансових ресурсів в цю групу активів відбувається до моменту отримання виручки від реалізації продукції (робіт, послуг);

2) являючись ліквідними ресурсами, передбачають постійне поновлення в господарському обороті;

3) потреба в оборотних активах в абсолютному вираженні залежить від таких чинників як: обсяг господарської діяльності, умови постачання та збуту, діюча система оподаткування тощо [2, с. 161-162].

Сутність оборотних активів розкривається під час виконання ними відповідних функцій (рис. 1.).

На сьогодні в економічній літературі сформувалися різні підходи до трактування економічної сутності оборотних активів.

НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» трактує активи, як «ресурси, контрольовані підприємством у результаті минулих подій, використання яких, як очікується, призведе до отримання економічних вигод у майбутньому» [3].

Поділ активів на основні та оборотні в практиці економіки та бухгалтерського обліку бере свій початок з кінця XIX – початку XX ст. через судову сферу. Вперше ці два терміни з'явилися в Англії в судових звітах, потрапивши туди з економічної літератури того часу. Пізніше декілька судових справ мали стосунок до методів оцінки необоротних (фіксованих) і оборотних активів [2, с. 255].



**Рис. 1. Функції оборотних активів [2, с. 265]**

В таблиці 1 розглянуті найбільш вживані визначення сутності оборотних активів, сформовані різними науковцями.

Таблиця 1

**Економічна сутність поняття «оборотні активи»  
[систематизовано автором]**

Автори	Трактування сутності поняття
1	2
Васьківська К. В., Сич О. А.	«Оборотними активами називаються такі активи, без яких неможливе ведення господарської діяльності підприємства»
Непочатенко О. О., Мельничук Н. Ю.	«Оборотні активи – це сукупність майнових цінностей суб'єкта підприємництва, які обслуговують поточний господарський процес і повністю споживаються впродовж одного виробничого циклу»
Шевченко Н. В., Мельник С. І.	«Оборотними активами є матеріальні цінності, які обслуговують виробничий та господарський процес, споживаються протягом одного операційного циклу (річного періоду) і не мають повторного використання»

1	2
Полторак А. С.	«Під оборотними активами розуміють сукупність фінансових і матеріальних активів, які не обмежені у використанні, обслуговують господарський процес і призначені для реалізації чи споживання впродовж операційного циклу або одного року з дати складання балансу та забезпечення безперервного виробничо-комерційного циклу»
Дема Д. І., Дорохова Л. М., Віленчук О. М. та ін.	«Оборотними активами називаються грошові кошти та їх еквіваленти, які не мають обмеження у використанні, а також інші активи, призначені для виробництва, реалізації чи споживання протягом операційного циклу, або протягом дванадцяти місяців з дати балансу»
Крупка М. І., Ковалюк О. М., Коваленко В. М. та ін.	«Оборотні активи уособлюють в собі частину майна підприємства, яка представлена товарно-матеріальними запасами, незавершеними розрахунками, залишками грошових коштів, фінансовими вкладеннями тощо»
Ситник Н. С., Смолінська С. Д., Ясіновська І. Ф.	«Оборотні (обігові) активи – це активи суб'єкта господарювання, які призначені для реалізації чи споживання впродовж одного операційного циклу чи дванадцяти місяців від дати складання його балансу»
Сокурєнко В. В., Швець Д. В., Бортник С. М., Ткаченко С. О.	«З одного боку, оборотні активи являють собою грошові ресурси, які інвестовані у виробничі фонди і фонди обігу з метою забезпечення безперервного виробництва та реалізації продукції. З іншого боку оборотні активи – це активи, які впродовж одного виробничого циклу або одного календарного року можуть бути перетворені на кошти»

Таким чином, оборотні активи підприємства включають запаси, дебіторську заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, витрати майбутніх періодів. Вони

перебувають у постійному русі, набуваючи форми грошей, запасів сировини, матеріалів, напівфабрикатів та готової продукції. Основним призначенням оборотних активів будь-якого підприємства є забезпечення безперервності його виробничого процесу.

### **Список використаних джерел**

1. Сокурєнко В. В., Швець Д. В., Бортник С. М., Ткаченко С. О. Фінанси підприємств: підруч. за заг. ред. В. В. Сокурєнка. Харків : ХНУВС, 2022. 292 с.

2. Непочатєнко О. О., Мельничук Н. Ю. Фінанси підприємств: підруч. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 504 с.

3. Національне положєння (стандарт) бухгалтерського облїку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07.02.2013 р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення: 15.11.2024).

**Лопатовська О.О.,**

*викладач кафедри фінансів, облїку та аудиту  
Хмельницький кооперативний торговельно-економїчний інститут*

**Боролук М.І.,**

*здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рївня,  
спеціальності «Фінанси, банківська справа, страхування та  
фондовий ринок»,  
Хмельницький кооперативний торговельно-економїчний інститут*

### **АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ПРОЦЕНТНИХ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ АТ «ТАСКОМБАНК»**

Акціонерне товариство «ТАСКОМБАНК» (далі – АТ «ТАСКОМБАНК») є потужним акціонерним банком, зарєєстрованим в Україні та створеним у 1989 році відповідно до чинного законодавства України та вимог Національного банку України.

Основна діяльність банку включає здійснення комерційних та роздрібних банківських операцій на території України, відповідно до банківської ліцензії НБУ № 84 від 25 жовтня 2011 року. АТ «ТАСКОМБАНК» бере участь у державній програмі страхування вкладів фізичних осіб (реєстраційний № 031,

свідоцтво Фонду гарантування вкладів фізичних осіб № 028 від 18 жовтня 2012 року), яка реалізується згідно із Законом України № 4452-VI «Про систему гарантування вкладів фізичних осіб» від 23 лютого 2012 року.

АТ «ТАСКОМБАНК» – універсальний комерційний банк, який надає повний спектр фінансових послуг як корпоративним, так і приватним клієнтам. Стратегічним напрямком розвитку для банку є комплексна робота з корпоративними та приватними клієнтами. Надаючи повний спектр фінансових послуг, банк гармонійно поєднує індивідуальний підхід, технологічність і зручність користування банківськими продуктами.

Банк дотримується всіх нормативів, встановлених Національним банком України, в тому числі нормативів ліквідності та достатності. Станом на 21 жовтня 2024 року АТ «ТАСКОМБАНК» мав наступні значення нормативів [1]:

- достатності регулятивного капіталу – 10,97%;
- достатності капіталу 1 рівня – 10,97%;
- достатності основного капіталу 1 рівня – 10,97%;
- коефіцієнт покриття ліквідністю в іноземній валюті (LCR IB) – 334,15%;
- коефіцієнт покриття ліквідністю за всіма валютами (LCR BB) – 133,96%;
- коефіцієнт чистого стабільного фінансування (NSFR) – 123,95%.

Здійснюючи діяльність відповідно до чинного законодавства, банк здійснює різні види витрат для отримання доходів.

Доходи комерційного банку – це зростання економічних вигід протягом періоду, що аналізується, в результаті реалізації банківського продукту та іншої діяльності банку у вигляді збільшення активів або зменшення зобов'язань.

Банківські доходи можуть бути диверсифікованими за такими ознаками [2]:

- за порядком отримання (процентні, непроцентні);
- за джерелами отримання (підприємницькі структури, населення, біржі);
- за частотою отримання (стандартні, невизначені);
- за гарантією отримання (готівка, рахунки, цінні папери, матеріальні об'єкти);
- за строками отримання (інвестиційний часовий ефект).

Відзначимо, що основним джерелом доходів банку є саме

процентні доходи.

Процентні доходи і витрати – це доходи і витрати, які обчислюються пропорційно часу і сумі активу або зобов'язання. До процентного доходу за борговими цінними паперами у портфелі банку належать тільки проценти, нараховані за такими цінними паперами після їх придбання.

Процентні доходи (поділені на процентні доходи за гривневими кредитами та процентні доходи за валютними кредитами або на проценти за позичками, за депозитами у банках, за лізингом клієнтам, за портфелем боргових цінних паперів) можуть бути оптимізовані в межах конкурентних, ресурсних, соціальних та інших зовнішніх обмежень, а також обмежень щодо якості (частка прострочених кредитів не може перевищувати 2-5 % у структурі доходів банку) [3].

Особливим етапом аналізу доходів є оцінка дохідності окремих видів банківських операцій через порівняння обсягу доходу, отриманого за конкретною операцією, та величини коштів за відповідною статтею активу балансу.

У таблиці 1. наведено види та значення процентних доходів та витрат АТ «ТАСКОМБАНК» станом на кінець третього кварталу 2023 та 2024 років.

Таблиця 1

**Процентні доходи та витрати АТ «ТАСКОМБАНК» у 2023-2024 роках [1]**

Показник	Значення станом на:		Відхилення 2024/2023
	30.09.2024	30.09.2023	
1	2	3	4
Кредити та заборгованість клієнтів	741 942	647 729	+94 213
Депозитні сертифікати НБУ	116 467	584 575	-468 108
Боргові цінні папери	206 797	103 358	+103 439
Кореспондентські рахунки в інших банках	6 191	4 478	+1 713
Депозити та кредити в інших банках строкові	1 808	2 573	-765
Інші доходи	8 662	5 693	+2 969
Процентні витрати			
Строкові кошти юридичних осіб	322 348	449 722	-127 374
Строкові кошти фізичних осіб	168 520	195 980	-27 460

Продовж. табл 1

1	2	3	4
Поточні рахунки юридичних осіб	65 423	116 103	-50 680
Поточні рахунки фізичних осіб	4 872	4 471	401
Боргові цінні папери, що емітовані банком	140	2 862	-2 722
Строкові кошти інших банків	1 353	-	1 353
Інші залучені кошти	294	749	-455
Процентні витрати, які розраховуються за ефективною процентною ставкою	562 950	769 887	-206 937
Процентні витрати за орендним зобов'язанням орендаря	3 336	2 039	1 297
Усього процентних витрат	566 286	771 926	-205 640
Чистий процентний дохід банку	705 657	654 816	+50 841

Аналізуючи показники процентних доходів та витрат АТ «ТАСКОМБАНК» за вказаний період спостерігається наступна тенденція:

- кредити та заборгованість клієнтів станом на 30.09.24р. зросли на 94213 тис.грн;
- депозитні сертифікати НБУ зменшилися на 468108 тис. грн;
- боргові цінні папери та кореспондентські рахунки в інших банках теж зросли на 103439 тис. грн та 1713 тис. грн відповідно;
- строкові депозити та кредити в інших банках у 2024 році знизилися на 765 тис. грн.;
- величина інших доходів зросла на 2969 тис.грн.;
- строкові кошти юридичних та фізичних осіб станом на 30.09.24р. знизилася відповідно на 127374 тис.грн та 27460 тис.грн.;
- кошти на поточних рахунках юридичних осіб теж знизилися на 50680 тис.грн, а поточні рахунки фізичних осіб – зросли на 401 тис. грн.;
- станом на 30.09.24р. з'явилися строкові кошти інших

банків на суму 1 353 тис. грн;

– загальна сума процентних витрат станом на 30.09.24р. зменшилася на 205 640 тис грн і склала 566 286 тис. грн., що відображає позитивну тенденцію;

– чистий процентний дохід банку зріс на 50 841 тис. грн та склав 705 657 тис. грн.

Варто відзначити, що зміна обсягу доходів банку залежить від зміни обсягу операцій, рівня їх дохідності та структури активів з різним рівнем дохідності. Зростання процентних доходів банку переважно може відбуватися внаслідок двох факторів: збільшення середніх залишків за виданими кредитами та підвищення середнього рівня застосовуваної процентної ставки за кредит.

### **Список використаних джерел**

1.Квартальна фінансова звітність АТ «ТАСКОМБАНК»  
<https://tascombank.ua/docs/#5c272fa2fe1924094ca51d12>

2.Костюк В. А., Дятленко В. Є. Управління доходами і витратами банку. *Інфраструктура ринку*. 2017. №12. С. 150-154.

3.Макаренко Ю. П., Мороховець К. С. Доходи і витрати у забезпеченні прибутковості комерційних банків України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №. 10. С. 15-19.

**Лучкова Д.Д.,**

*здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності «Менеджмент»*

*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*

*НУ «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: Алексєєнко В.Т.*

*викладач циклової комісії економіки та менеджменту*

*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*

*НУ «Львівська політехніка»*

### **ЕТИКА І СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ**

Етика в управлінні набуває все більшого значення в сучасному бізнес-середовищі, де репутація, соціальна відповідальність та етичні принципи стають ключовими факторами успіху організацій. Етичне управління передбачає прийняття рішень та здійснення дій, які відповідають моральним нормам, цінностям суспільства та принципам соціальної відповідальності. В

умовах глобалізації та підвищення прозорості бізнесу, організації все більше усвідомлюють важливість етичних аспектів управління для забезпечення сталого розвитку.

Сучасне етичне управління базується на принципах прозорості, чесності, справедливості та поваги до всіх стейкхолдерів організації. Це включає справедливе ставлення до працівників, чесні відносини з клієнтами та партнерами, відповідальне ставлення до навколишнього середовища та активну участь у розвитку місцевих громад [1]. Дотримання цих принципів сприяє формуванню довгострокових партнерських відносин, підвищенню лояльності клієнтів та створенню позитивного іміджу організації.

Етичне управління персоналом є одним із ключових аспектів сучасного менеджменту. Воно передбачає справедливу систему оплати праці, рівні можливості для професійного розвитку, забезпечення безпечних умов праці та повагу до особистості кожного працівника. Важливим елементом є також створення механізмів для відкритого діалогу між керівництвом та працівниками, що дозволяє вчасно виявляти та вирішувати етичні проблеми [2].

Основними складовими етичного управління є:

- формування етичної корпоративної культури через систему цінностей та норм поведінки;
- розробка та впровадження етичних кодексів, що регламентують поведінку працівників;
- забезпечення прозорості управлінських рішень та їх відповідності етичним нормам;
- створення систем контролю за дотриманням етичних норм та механізмів реагування на порушення;
- розвиток соціальної відповідальності бізнесу через реалізацію соціальних проєктів;
- впровадження екологічних стандартів та програм захисту довкілля.

В сучасних умовах етичне управління стикається з низкою викликів:

- балансування між прибутковістю та соціальною відповідальністю в умовах економічної нестабільності;
- глобалізація та необхідність врахування культурних відмінностей в етичних нормах різних країн;
- цифровізація та пов'язані з нею питання конфіденційності даних та кібербезпеки;

- екологічна відповідальність та необхідність впровадження принципів сталого розвитку;
- управління різноманітністю та забезпечення інклюзивності в організації [2].

Важливим аспектом етичного управління є лідерство та особистий приклад керівництва. Менеджери повинні демонструвати високі етичні стандарти у своїй поведінці, приймати справедливі рішення та створювати атмосферу довіри в організації. Етичне лідерство передбачає здатність визнавати помилки, брати на себе відповідальність за результати та підтримувати відкритий діалог з усіма зацікавленими сторонами [3].

Ефективне етичне управління вимагає системного підходу до навчання та розвитку персоналу. Організації повинні інвестувати в програми етичного навчання, які допомагають працівникам розуміти етичні принципи та застосовувати їх у повсякденній роботі. Важливим є також створення системи мотивації, яка заохочує етичну поведінку та сприяє формуванню відповідальної корпоративної культури [1].

Сучасні тенденції в етичному управлінні включають:

- інтеграцію ESG-принципів у стратегію розвитку організації;
- розвиток програм корпоративної соціальної відповідальності та взаємодії з громадою;
- впровадження етичних стандартів у всі бізнес-процеси та системи управління;
- підвищення прозорості діяльності через публікацію нефінансової звітності;
- розвиток практик сталого споживання та відповідального виробництва;
- впровадження програм різноманітності та інклюзії;
- розвиток етичних практик у сфері штучного інтелекту та цифрових технологій.

Значну роль у забезпеченні етичного управління відіграє корпоративне управління. Воно передбачає створення ефективних механізмів контролю, забезпечення прозорості прийняття рішень та захисту інтересів всіх стейкхолдерів. Важливим є також впровадження антикорупційних практик та механізмів запобігання конфліктам інтересів [3].

Отже, етичне управління є невід'ємною складовою сучасного менеджменту, що забезпечує довгострокову стійкість та успіх організації. Воно вимагає системного підходу, постійного

вдосконалення та адаптації до нових викликів бізнес-середовища. Дотримання етичних принципів у управлінні сприяє формуванню позитивної репутації, підвищенню довіри стейкхолдерів та створенню сталої конкурентної переваги. В умовах зростаючої уваги суспільства до етичних аспектів бізнесу, організації, які приділяють належну увагу етичному управлінню, мають кращі перспективи для сталого розвитку та успіху на ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин: навч. посіб. Київ: Кондор, 2019. 356 с.
2. Петрова І.Л. Управління персоналом в умовах соціальної відповідальності бізнесу: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2020. 468 с.
3. Чернишова Л.І. Ділове спілкування та управлінська етика: підручник. Одеса: ОНПУ, 2021. 440 с.

**Марчевська Ю.О.,**

*здобувач фахової передвищої освіти*

**Філіпчук І.О.,**

*здобувач фахової передвищої освіти*

*Спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок*

*Науковий керівник: Нікольчук Ю.М.,*

*к.е.н., доц., завідувач кафедри фінансів, обліку та аудиту*

*Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту*

### **ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

Розвиток страхування є критично важливим завданням для будь-якої країни, особливо в умовах воєнного стану. Військові конфлікти і соціально-економічна нестабільність суттєво впливають на життєдіяльність громадян і функціонування бізнесу, що робить питання ефективного страхування надзвичайно актуальним. Страхові компанії зіштовхнулися з низкою проблем, серед яких найбільше уваги в перші місяці воєнного стану потребували переміщення персоналу та організації роботи віддалено, розірвання договорів або відтермінування платежів.

Негативно вплинуло на стан страхового ринку в цілому зменшення кількості надходжень премій, знищення об'єктів нерухомості, складності виїзду на місця страхових випадків, особливо урегулювання страхових випадків на територіях проведення активних бойових дій. Досвід роботи під час коронакризи забезпечив швидкий перехід в режим он-лайн, рекомендації НБУ щодо спрощення процедури врегулювання страхових випадків – це надало можливість налагодити діяльність та продовжувати працювати в надскладних умовах. На страховому ринку України продовжують здійснювати діяльність дві групи страхових компаній: компанії, що спеціалізуються на страхуванні життя (СК life) та компанії, які спеціалізуються на ризикових видах страхування (СК non-life), чисельність яких поступово скорочується [1].

Узагальнюючи дані щодо стану страхового ринку України під час війни, варто відзначити його знаходження в кризовий ситуації, проте він продовжує працювати та забезпечувати захист суспільства та суб'єктів господарювання. Зазначимо, що під час пандемії, страховики адаптуючись до нових реалій, почали створювати нові страхові продукти. Аналізуючи також перспективи розвитку страхової діяльності під час війни, дослідники погоджуються з правомірністю віднесення воєнних дій до категорії «форс-мажорних» обставин, проте наявність таких обставин не може звільнити страхові компанії від виплати відшкодування. Звільненню підлягає лише відповідальність за порушення зобов'язань, якщо воно мало місце внаслідок дії обставин непереборної сили.

Страхові випадки, які сталася в наслідок дії воєнних ризиків, страховою компанією не покривається, проте всі інші за договорами відшкодовуються. Тому, аналогічно до ситуації коронакризи, в умовах воєнного стану страхові компанії почали пропонувати захист від воєнних ризиків (табл. 1).

Пропонований захист від воєнних ризиків не є окремим продуктом, він представлений додатковою функцією до вже існуючого, або вдосконаленим продуктом, який покриває часткові ризики воєнних дій. В кожній запропонованій програмі існують особливі умови, які пов'язані зі ступенем завданого ризику; географічним обмеженням; лімітом страхового покриття.

Поки повноцінне страхування воєнних ризиків відсутнє, страхуванню підлягають невеликі об'єкти та фізичних осіб. Це пов'язано саме з величиною можливого збитку, який страхові

компанії не в змозі будуть покрити. Саме обмеження в сумі є найбільшим стримуючим фактором, оскільки пропонуване покриття є дуже малим, тому премії за даними продуктами становлять невелику частину. Не зважаючи на наявні обмеження, отримання незначних компенсацій є кращим варіантом у порівнянні з нічим. Саме тому потреба в страхових продуктах, що надаватимуть покриття воєнним ризикам зростатиме. Одночасно існує необхідність створення дієвої системи перестраховування цих ризиків, оскільки воєнні ризики є дорогими й вимагають обов'язкового перестраховування.

Таблиця 1

**Страхові продукти українських страховиків, які передбачають захист від воєнних ризиків [2]**

Страхова компанія	Страховий продукт	Ризики, які покриває	Сума покриття	Що не покриває
1	2	3	4	5
ВУСО	КАСКО Patriot	пошкодження транспортного засобу осколками, ризик прильоту ракети, інших об'єктів, підрив на міні, прямий обстріл	10% від вартості авто	прямий обстріл ядерних, біологічних, хімічних атак; повна загибель авто
АРКС	Бронезахист	влучення снарядів, мін, куль, обрушення будівель, наслідки пожежі, мінування територій	до 4500 грн.	участь в активних бойових діях; територія на якій відбуваються воєнні дії, окупована, в оточенні
TAC life	Страховка для бізнесу: страхування від військових ризиків	запропонований продукт створює захист від наслідків військових дій для вашого колективу	200 тис. грн.	

1	2	3	4	5
ІНГО	КАСКО (опція воєнні ризику КАСКО)	за розділом договору: КАСКО (руйнівна дія ударних хвиль; пошкодження вогнем або темпом при близькому розташуванні від місця пожежі, в наслідок воєнних дій; зіткнення чи наїзд військової техніки; падіння сторонніх об'єктів оборонного і спеціального військового призначення); Страхування від нещасних випадків (страховий випадок – смерть або втрата працездатності водія, пасажирів в результаті ДТП в наслідок воєнних дій)	КАСКО: 10% від страхової суми за договором, але не < 300 тис. грн.  Страхування від нещасних випадків: до 300 тис. грн.	території високого ризику (перелік представлений на сайті)

Дії НБУ спрямовані на розвиток прозорого, надійного та конкурентоспроможного страхового ринку, який буде вчасно відповідати за зобов'язаннями перед користувачами послуг. Втім, запровадження нових вимог щодо діяльності страховиків було б доречним у мирний час. Під час війни учасники страхового ринку особливо гостро відчувають потребу в додатковій підтримці зі сторони регулятора.

Український бізнес робить все можливе для підтримки своєї діяльності та економіки країни. В цьому напрямку, за відсутності послаблень зі сторони регулятора, буде поступово реалізовуватися оптимістичний сценарій розвитку страхового ринку, відповідно до якого на ринку залишатимуться компанії, що

вчасно підлаштовуються до розвитку подій, стабільно функціонують, відповідають вимогам регулятора, а також розробляють нові страхові продукти й ефективно впроваджують інновації.

### Список використаних джерел

1. Антонів Р. Страхування під час війни. Що змінюється у страхуванні з введенням воєнного стану. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/04/14/685760> (дата звернення: 07.11.2024).

2. Братюк В.П. Сучасні реалії в Україні та страховий ринок. *Збірник тез доповідей IV Міжнародної науково-практичної конференції. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклик*. Мукачево: МДУ, 2022. С. 19-21.

3. Чуницька І.І., Богріновцева Л.М. Особливості діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України в умовах воєнного стану. *Інфраструктура ринку*. 2023. Випуск 71. С. 251-258.

**Небжицький Б.Р.**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,  
спеціальність 072 Фінанси, банківська справа, страхування та  
фондовий ринок  
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут  
Науковий керівник: Лопатовська О.О.  
викладач кафедри фінансів, обліку та аудиту  
Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут*

### **ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА**

Для здійснення господарської діяльності кожне підприємство має мати певне майно, яке є активами підприємства, і класифікуються вони на оборотні та необоротні.

Необоротні активи – це матеріальні і нематеріальні ресурси, які забезпечують функціонування підприємства і термін корисної експлуатації яких, як очікується, становить більше одного року [1, с. 32].

Склад необоротних активів підприємства представлений у таблиці 1.

Таблиця 1

**Склад необоротних активів підприємства [сформовано автором]**

Вид необоротних активів	Приналежність до певного виду активу
нематеріальні активи	вартість програмного забезпечення, вартість прав користування природними ресурсами, промисловими зразками об'єктів промислової та інтелектуальної власності, ноу-хау, гудвілу, прав користування будинками, спорудами, вартість прав на здійснення окремих видів діяльності й оренду будівель
незавершене будівництво	вартість незавершеного будівництва (включаючи устаткування для монтажу), що здійснюється для власних потреб підприємства, а також авансові платежі для фінансування такого будівництва
основні засоби	вартість власних і одержаних на умовах фінансового лізингу об'єктів і орендованих цілісних майнових комплексів, що належать до складу основних засобів згідно з відповідними НП(С)БО
довгострокові фінансові інвестиції	фінансові інвестиції на період понад один рік, а також усі інвестиції, що не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент, а також фінансові інвестиції, які обліковують методом участі в капіталі
довгострокова дебіторська заборгованість	заборгованість фізичних і юридичних осіб, що не виникає в процесі нормального операційного циклу і буде погашена після 12 місяців з дати балансу
відстрочені податкові активи	сума податку на прибуток, що підлягає відшкодуванню в наступних періодах внаслідок тимчасової різниці між обліковою і податковою базами оцінки
інші необоротні активи	суми необоротних активів, що не можуть бути включені до наведених вище статей розділу «Необоротні активи»

Поліпшення експлуатації необоротних активів для підвищення ефективності управління діяльністю підприємства є напрямком досягнення кращих результатів при відповідному рівні розвитку виробництва з урахуванням вартості робочої сили, використаної для створення готової продукції [1].

Підприємство може досягти кращих результатів своєчасним переоснащенням виробництва, яка передбачає застосування нових технологій, які є більш продуктивними та економічно ефективними. Впровадження досягнень науково-технічного прогресу сприятиме підвищенню рівня автоматизації виробництва, продуктивності праці працівників, сприяють економії матеріальних ресурсів, підвищенню безпеки виробництва.

Переважно, найбільшу частку у складі необоротних активів підприємства займають основні засоби, до складу яких належать земля, будівлі, споруди, передавальні пристрої та обладнання, транспортні засоби, інструменти, прилади, інвентар, які можуть використовуватися як для процесу управління, виробничих процесів так для здачі в оренду.

Однією з умов підвищення ефективності відтворювальних процесів основних засобів є оптимальність термінів їх експлуатації, і передусім активної їх частини, відповідно до первинного технологічного призначення. При цьому як скорочення, так і подовження терміну експлуатації основних засобів по-різному впливають на ефективність їх відтворення та використання.

Скорочення термінів експлуатації основних засобів, з одного боку, робить можливим прискорення їх оновлення, зменшення морального старіння, зниження ремонтно-експлуатаційних витрат, а з іншого, такий крок призводить до зростання собівартості виготовленої та реалізованої продукції за рахунок зростання сум амортизаційних відрахувань, потребує більших за обсягом ресурсів для нарощування виробничих потужностей товариства.

Строк корисної експлуатації об'єкта основних засобів повинен періодично переглядатися та, якщо очікування суттєво відрізняються від попередніх оцінок, сума накопиченої амортизації поточного і майбутнього періодів повинна бути відкоригована.

Моментом визнання необоротних активів як активів які класифіковані як утримувані для продажу є прийняття рішення про їх відчуження. Вони оцінюються по найменшій вартості – або балансовій вартості, або справедливій вартості за вирахуванням витрат на продаж. Необоротні активи, які утримуються для

продажу не підлягають амортизації.

Основними шляхами підвищення ефективності використання основних засобів підприємства є [2, с.105]:

– екстенсивний, спрямований в основному на збільшення часу роботи основних засобів;

– інтенсивний, спрямований на підвищення віддачі засобів праці на одиницю часу.

Таблиця 2

**Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів підприємства [систематизовано автором]**

Зростання інтенсивного навантаження об'єктів основних засобів передбачає:	Підвищення екстенсивного завантаження об'єктів основних засобів передбачає:
– технічне вдосконалення об'єктів основних засобів, підвищення якості сировини	– скорочення простоїв у роботі об'єктів основних засобів
– запровадження нових технологій	– підвищення якості ремонтного обслуговування об'єктів
– застосування прогресивних форм організації виробництва	– зниження питомої ваги недіючих об'єктів основних засобів

Діяльність кожного господарюючого суб'єкта пов'язана з ризиками і вартість чистих активів у нестабільному ринковому середовищі може суттєво змінитись унаслідок впливу суб'єктивних чинників та об'єктивних чинників, вірогідність і напрямок впливу яких заздалегідь точно передбачити неможливо. До таких ризиків віднесено кредитний ризик, ринковий ризик та ризик ліквідності. Ринковий ризик включає валютний ризик, відсотковий ризик та інший ціновий ризик[1, с. 34]. Управління ризиками керівництвом підприємства здійснюється на основі розуміння причин виникнення ризику, кількісної оцінки його можливого впливу на вартість чистих активів та застосування інструментарію щодо його пом'якшення.

Значний вплив можуть мати валютний ризик та ризик ліквідності. Валютний ризик – це ризик того, що справедлива вартість або майбутні грошові потоки від фінансового інструменту коливатимуться внаслідок змін валютних курсів.

Для мінімізації та контролю за валютними ризиками

підприємство має контролювати частку активів, номінованих в іноземній валюті, у загальному обсягу активів. Оцінка валютних ризиків здійснюється на основі аналізу чутливості.

Ризик ліквідності – ризик того, що підприємство матиме труднощі при виконанні зобов'язань, пов'язаних із фінансовими зобов'язаннями, що погашаються шляхом поставки грошових коштів або іншого фінансового активу.

Отже, одним із найважливіших факторів зростання обсягів виробництва та реалізації продукції на підприємстві, захист ним конкурентоспроможної позиції на ринку є забезпеченість його оборотними активами в необхідній кількості та асортименті, а також ефективне їх використання. Належна забезпеченість підприємства основними засобами, їх сучасний технологічний стан та рівень ефективності використання впливає на загальне фінансове становище суб'єкта господарювання, конкурентоздатність продукції, обсяги її виробництва та реалізації, а також на показники якості продукції, асортиментності.

На сьогоднішній день проблема ефективності використання оборотних активів є достатньо актуальною та потребує реального вирішення.

### **Список використаних джерел**

1. Власюк Г.В. Шляхи вдосконалення основних засобів. *Держава та регіони*. 2018. №4. С. 32-36
2. Яшан Ю.В. Напрямки підвищення ефективності відтворення і використання основних засобів. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. *Економічні науки*. 2021. № 22, ч. II. С. 105 – 111.

**Нестерюк В.С.,**  
здобувач гр.31 ПТ  
*Таврійського державного агротехнологічного університету*  
*імені Дмитра Моторного,*  
**Науковий керівник: Завадських Г.М.,**  
*к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу*  
*Таврійського державного агротехнологічного університету*  
*імені Дмитра Моторного*

## **ТЕХНОЛОГІЇ ТА ПРАКТИКИ СТАЛОГО СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА**

Трансформація агросектору спричиняється комплексом економічних, технологічних, екологічних та соціальних чинників. Ось основні з них:

1. Технологічний прогрес: Розвиток агротехнологій, таких як точне землеробство, автоматизація, дрони, штучний інтелект та робототехніка, значно підвищують ефективність сільськогосподарських процесів. Ці технології дозволяють аграріям отримувати більше інформації про стан ґрунтів, погоду, посіви та тварин.

2. Екологічні проблеми, такі як зміни клімату, виснаження ґрунтів, дефіцит водних ресурсів та забруднення довкілля, вимагають переходу до стійких методів сільського господарства. Це стимулює впровадження екологічно безпечних практик, включаючи органічне землеробство, зменшення використання пестицидів і хімічних добрив. У відповідь на зміну клімату аграрний сектор активно шукає інноваційні технології та стратегії, які б забезпечували його стійкість і ефективність. Цей процес адаптації та пошуку нових підходів призводить до трансформації аграрної галузі під нові умови.

3. Попит на продовольство: Зростання населення світу і потреба у безпечних продуктах харчування стимулюють агросектор до збільшення виробництва та підвищення якості продуктів.

4. Глобалізація та зміни на ринку: Відкриття ринків, вільна торгівля і конкуренція змушують аграріїв адаптуватися до нових умов. Вони змушені впроваджувати інновації, щоб залишатися конкурентоспроможними.

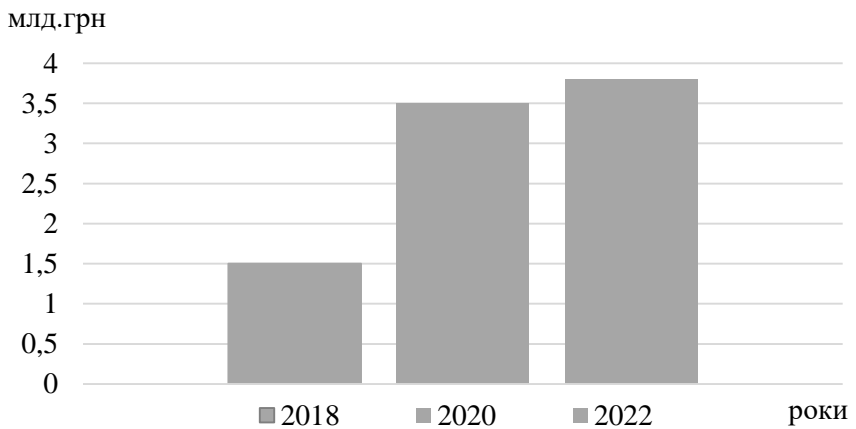
5. Державна політика та інвестиції: Підтримка з боку держави, зокрема у вигляді субсидій, кредитів і законодавчих

ініціатив, сприяє модернізації агросектору.

6. Соціальні фактори: Міграція з сільських територій до міст, зменшення робочої сили в агросекторі та старіння населення також впливають на необхідність трансформації та пошук нових підходів до ведення сільського господарства [3].

Таким чином, зміни в агросекторі викликані як внутрішніми (технологічними та економічними), так і зовнішніми (екологічними та соціальними) факторами.

Збільшення витрат висуває вимоги до впровадження ефективних технологій, підвищення продуктивності та розвитку стійких стратегій управління.



**Рис. 1. Витрати на інновації у виробництві харчових продуктів та напоїв, млрд грн**

*Джерело: побудовано автором на основі [1]*

Збільшення витрат на інновації має декілька переваг:

- підвищення ефективності;
- адаптація до змін;
- підвищення конкурентоспроможності;
- стимулювання розвитку;
- збереження ресурсів.

Збільшення вартості енергопродуктів підвищує витрати не лише на виробництво с/г продукції, а й на транспортування. Це стимулює до пошуку ефективніших технологій та розвитку альтернативних джерел енергії, що впливає на світові ціни на продукти [2].

Пермакультура – це система сталого сільського господарства, яка базується на екологічних принципах та імітує природні екосистеми. Головна мета пермакультури – створення самопідтримуваних і стійких екосистем, де всі елементи взаємодіють та підтримують один одного без потреби у великих ресурсах або хімічних добривах [1].

Основні принципи пермакультури включають:

1. Спостереження за природою: Пермакультура вивчає природні процеси та адаптує їх до сільського господарства. Це дозволяє уникати надмірного втручання в природу та зменшувати вплив на екологію.

2. Використання місцевих ресурсів: Важливим аспектом є використання природних ресурсів, що є на місці (наприклад, дощова вода, компост), замість імпорту зовнішніх матеріалів.

3. Збереження енергії та ресурсів: Пермакультурні системи спрямовані на економне використання енергії, води та інших ресурсів. Вони створюють замкнені цикли, де відходи одних процесів стають ресурсами для інших.

4. Біорізноманіття: Різноманіття рослин і тварин забезпечує природний баланс і знижує ризик виникнення хвороб чи шкідників. Така система менш залежить від зовнішніх впливів.

5. Дизайн території: Пермакультура включає ретельне планування ландшафту для оптимізації використання простору, води і сонячної енергії. Враховуються такі фактори, як потік води, напрямок вітру, рівень сонячного освітлення.

6. Етичні принципи: Пермакультура базується на трьох основних етичних принципах – турбота про землю, турбота про людей і справедливий розподіл ресурсів.

Застосування пермакультури може бути як на малих приватних ділянках, так і на великих фермах. Вона включає не лише сільськогосподарські підходи, але й соціальні аспекти, що спрямовані на створення стійких громад.

Ця система стає дедалі популярнішою через її екологічні та економічні переваги, особливо в умовах зміни клімату та вичерпання природних ресурсів.

Агролісомеліорація – це система заходів з вирощування лісових насаджень для покращення умов ведення сільського господарства та охорони земель. Цей підхід поєднує лісівництво та сільське господарство, спрямований на поліпшення якості ґрунтів, боротьбу з ерозією, захист полів від вітрових та водних руйнувань, а також на регулювання водного балансу в регіоні.

Основні цілі агролісомеліорації:

1. Захист ґрунтів від ерозії: Висадка лісосмуг або дерев'яних насаджень допомагає зменшити швидкість вітру та водних потоків, що захищає ґрунти від вивітрювання та змивання.

2. Поліпшення водного балансу: Лісові насадження сприяють затриманню вологи в ґрунті, що важливо для регіонів із сухим кліматом. Вони допомагають регулювати стік води та зберігати вологу, необхідну для сільськогосподарських культур.

3. Захист сільськогосподарських культур: Лісосмути знижують шкоду, яку можуть завдати поля вітри, заморозки, сухості або пилові бурі. Це особливо важливо для відкритих територій з високими ризиками вітрової ерозії.

4. Підвищення врожайності: Поліпшення мікрокліматичних умов на полях за рахунок лісових насаджень може збільшити врожайність культур. Деревя створюють більш сприятливі умови для росту рослин, захищаючи їх від екстремальних погодних умов.

5. Біорізноманіття: Лісові смуги сприяють збереженню і розвитку біорізноманіття, що може позитивно вплинути на стабільність агроєкосистем.

6. Озеленення територій: Агролісомеліорація також сприяє покращенню ландшафту, створюючи зелені зони, що покращують екологічний стан регіонів.

Цей підхід активно використовується у регіонах з високим ризиком деградації ґрунтів та екстремальними кліматичними умовами. Завдяки агролісомеліорації підвищується стійкість агросистем до негативних природних факторів, що забезпечує довгострокову стабільність сільського господарства.

Точне землеробство – це сучасний підхід до ведення сільського господарства, який використовує високотехнологічні засоби для оптимізації агровиробництва. Головна мета точного землеробства – підвищити ефективність використання ресурсів (насіння, добрив, води) і зменшити негативний вплив на довкілля шляхом точного аналізу даних та цільового впливу на кожен етап вирощування культур.

Основні елементи точного землеробства:

1. Збір даних: Використання різних датчиків, дронів, супутникових знімків та інших технологій для отримання детальної інформації про стан полів, ґрунтів, рослин і навколишнього середовища.

2. GPS-навігація: Трактори та інші сільськогосподарські

машини обладнуються GPS-системами, що дозволяє їм рухатися по полю з високою точністю.

3. Точкове внесення ресурсів: Замість того, щоб застосовувати добрива чи засоби захисту рослин рівномірно на всіх ділянках поля, точне землеробство дозволяє вносити їх тільки там, де це необхідно, і в точно визначених кількостях.

4. Аналіз ґрунту: Технології дозволяють точно оцінювати властивості ґрунту на різних ділянках поля.

5. Автоматизація та роботизація: Використання роботизованих систем для виконання рутинних завдань, таких як збирання врожаю, зменшує потребу в ручній праці та підвищує продуктивність.

6. Прогнозування врожайності: Завдяки аналізу великих обсягів даних (Big Data) фермери можуть прогнозувати врожайність, визначати оптимальні строки посадки та збирання врожаю, а також підготуватися до можливих кліматичних змін.

### Список використаних джерел

1. Агробізнес України. Інфографічний довідник. 2022/2023 МР.46 с.

2. Пінчук, А. Стратегія забезпечення сталого розвитку сільського господарства в умовах діджиталізації економіки України. URL: <http://ir.stu.cn.ua/handle/123456789/19695>

3. Сталий розвиток сільського господарства. URL: <https://www.yara.ua/aboutyara/sustainability/commitment-and-policy/sustainable-agriculture/>.

4. Тебенко В.М., Лисак О.І., Завадських Г.М. Пріоритетні напрями інноваційного розвитку. *Науковий вісник Таврійського державного агротехнологічного університету: електронне наукове фахове видання ТДАТУ*; гол. ред.д.т.н., проф. В.М. Кюрчев. Мелітополь: ТДАТУ, 2022. Вип. 12, том. 3. С. 34-46

5. Oleksenko, R., Nianko, V., Plotnichenko, S., Andrieieva, L., Zavadskykh, H. (2022). The Problem of Financing Agricultural Enterprises in the Context of the COVID-19 Pandemic. In: Beskopylny, A., Shamtsyan, M., Artiukh, V. (eds) XV International Scientific Conference “INTERAGROMASH 2022”. INTERAGROMASH 2023. Lecture Notes in Networks and Systems, p. 1507-1513/ Springer, Cham.

**Огородня В.С.,**  
*здобувачка вищої освіти економічного факультету*  
*Хмельницький університет управління та права*  
*імені Леоніда Юзькова*  
**Науковий керівник: Піхняк Т.А.,**  
*к.е.н., доцентка, доцентка кафедри менеджменту, економіки,*  
*статистики та цифрових технологій*  
*Хмельницький університет управління та права*  
*імені Леоніда Юзькова*

## МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФАКТОРІВ РУХУ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Рух трудових ресурсів – це динамічний процес, пов'язаний із прийняттям на роботу, звільненням та переміщенням працівників всередині підприємства. Цей процес впливає на стабільність колективу, продуктивність праці та загальний успіх організації. Фактори, що безпосередньо впливають на рух, є критично важливими для ефективного управління персоналом (табл.1).

Таблиця 1

### Фактори впливу на рух трудових ресурсів

Фактори	Приклад
1	2
Індивідуальні	Особистісні характеристики: вік, стать, сімейний стан, рівень освіти, досвід роботи, амбіції, цінності. Мотивація: прагнення до самореалізації, матеріального благополуччя, кар'єрного зростання, визнання. Здоров'я: фізичний та психологічний стан працівника. Сімейні обставини: необхідність догляду за дітьми, літніми родичами.
Соціальні	Рівень життя: рівень доходів, доступність житла, соціальних послуг. Соціальний статус: престиж професії, соціальні очікування. Культурні особливості: цінності, звичаї, традиції.
Економічні	Рівень заробітної плати Умови праці Перспективи кар'єрного зростання Додаткові пільги та виплати. Економічна ситуація в країні.

1	2
Організаційні	Централізація прийняття рішень Нескоординована робота підрозділів Перевантаження керівників Часті зміни планів Суперечливі вимоги до якості Недостатнє забезпечення ресурсами
Зовнішні	Пропозиція і попит на робочу силу, рівень конкуренції. Законодавство Технологічні зміни
Кадрові	Негнучка система мотивації Недооцінка персоналу Несприятливий психологічний клімат Примусове підвищення кваліфікації Недосконалий підбір персоналу

Примітка: сформовано автором за джерелами [1, с. 254], [2, с. 33]

Зважаючи на таку значну кількість факторів, необхідно аналізувати й контролювати їх вплив на трудові ресурси. Для цього використовують методи аналізу руху трудових ресурсів (табл. 2).

Таблиця 2

### Методи аналізу руху трудових ресурсів

Метод	Мета	Переваги	Недоліки
1	2	3	4
Анкетування	Збір інформації безпосередньо від працівників про їхні мотивації, причини залишення компанії, думки про умови праці	Можливість отримати велику кількість даних за короткий час, відносна дешевизна	Можливість соціальної бажаності відповідей, вплив формулювання запитань на результати
Інтерв'ю	Глибоке дослідження причин руху персоналу шляхом проведення індивідуальних або групових бесід	Можливість отримати детальну інформацію, уточнити незрозумілі моменти.	Висока трудомісткість, залежність результатів від навичок інтерв'юєра.

Спостереження	Фіксація поведінки працівників у різних ситуаціях для виявлення неформальних норм, міжособистісних відносин	Можливість отримати інформацію про невербальні прояви, які не завжди можуть бути виявлені іншими методами	Можливість суб'єктивної інтерпретації результатів
Аналіз документів	Вивчення трудових договорів, наказів про прийняття на роботу та звільнення, результатів атестації, скарг працівників	Можливість отримати об'єктивну інформацію про причини руху персоналу	Не дозволяє отримати інформацію про суб'єктивні фактори
Соціометрія	Виявлення міжособистісних відносин в колективі, лідерів і аутсайдерів	Дозволяє оцінити вплив міжособистісних відносин на рух персоналу	Можливість соціальної бажаності відповідей
Регресійний аналіз	Виявити залежність між рівнем плинності кадрів та різними факторами (заробітна плата, умови праці, відстань до роботи тощо)	Дозволяє оцінити силу та напрямок впливу кожного фактора	Вибір кількості факторів та їхня інтерпретація можуть бути суб'єктивними
Кореляційний аналіз	Оцінити тісноту зв'язку між двома змінними (наприклад, рівень заробітної плати і рівень кваліфікації працівників)	Дозволяє виявити взаємозв'язки між різними факторами.	Не дозволяє виявити нелінійні зв'язки між змінним та не може встановити причинно-наслідковий зв'язок
Факторний аналіз	Звести велику кількість факторів до меншого числа латентних факторів, які пояснюють більшу частину дисперсії даних.	Дозволяє спростити модель і виявити основні причини плинності кадрів	Вибір кількості факторів та їхня інтерпретація можуть бути суб'єктивними

Дискримі- нантний аналіз	Визначити, які фактори відрізняють групи працівників (наприклад, ті, хто звільнились, від тих, хто залишились).	Дозволяє розробити модель для прогнозування ймовірності звільнення працівника	Припускає нормальний розподіл змінних, що може не виконуватися в реальних даних
Логісти- чна регресія	Прогнозувати ймовірність дискретної події (наприклад, звільнення працівника), виходячи з значень незалежних змінних	Дозволяє оцінити вплив різних факторів на ймовірність звільнення	Модель може бути складною для інтерпретації, а вибір правильної функції зв'язку складним.

Примітка: сформовано автором за джерелами [3], [4].

Методи аналізу руху трудових ресурсів різняться за підходами та інформативністю. Інтерв'ю та спостереження дають глибокий аналіз, тоді як анкети та аналіз документів ефективні для швидкого збору об'єктивних даних. Методи регресійного та факторного аналізу корисні для виявлення взаємозв'язків та основних причин, а логістична регресія дозволяє прогнозувати ймовірність звільнень.

Таким чином, рух трудових ресурсів є складним і багатогранним процесом, який залежить від взаємодії великої кількості факторів. Застосування економіко-математичних методів дозволяє об'єктивно оцінити вплив різних факторів на рух персоналу та розробити ефективні заходи для його управління.

### Список використаних джерел

1. Бегма П. Методика дослідження факторів руху трудових ресурсів підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. № 14. С. 253–258. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/14\\_ukr/35.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/35.pdf).
2. Давидюк Т. В. Трудові ресурси, трудовий потенціал, робоча сила, людський капітал: взаємозв'язок категорій. *Вісник Житомирського державного технологічного університету*. 2013. Т. 47, № 1. С. 30–35. URL: <https://repository.kpi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/cbdfec11-e259-4739-b41f-6708a941116b/content>.

3. Методи збору соціальної інформації (вибірка, аналіз документів, спостереження, опитування: анкетування та інтерв'ю). Studies. URL: <https://studies.in.ua/lekcii-sociologija/4441-metodi-zboru-socalnoyi-nformacyi.html>.

4. Опря А. Т. Статистика. Підручники для студентів. URL: <https://ukrtextbook.com/statistika-oprya-a-t/statistika-oprya-a-t-7-2-korelyacijno-regresijnij-analiz.html>.

**Підпайло Л.А.,**  
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня спеціальності «Менеджмент»*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*  
*Науковий керівник: Павлова М.Б.,*  
*к.е.н., викладач кафедри менеджменту*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*

## **РОЛЬ СТИМУЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ**

Стимулювання праці є важливим елементом ефективного управління персоналом, який спрямований на забезпечення високої продуктивності та мотивації працівників. В умовах сучасної економіки, коли конкуренція між компаніями постійно зростає, а ринок праці стає все більш вимогливим, перед роботодавцями постає завдання не тільки утримати висококваліфікованих фахівців, а й забезпечити їх максимальну продуктивність. Стимулювання праці відіграє ключову роль у досягненні цих цілей, надаючи працівникам належні умови для професійного розвитку, винагороди за продуктивність та почуття власної гідності.

Стимулювання – процес, що включає використання різноманітних стимулів для підвищення продуктивності праці, який передбачає економічні, соціальні та психологічні аспекти.

Основними функціями стимулювання є:

1. Економічна: сприяє підвищенню ефективності виробництва. Вона досягається через матеріальні стимули, такі як заробітна плата, премії та інші грошові винагороди.

2. Соціальна: формує соціальну структуру, задовольняє потреби працівників та сприяє їх розвитку. Це може бути досягнуто через соціальні пакети та інші нефінансові мотиваційні

інструменти.

3. Психологічна: охоплює моральні аспекти, що впливають на ставлення працівників до роботи та співробітників. Тут важливе значення має визнання заслуг працівника та створення позитивної атмосфери в колективі.

Стимулювання можна поділити на кілька видів:

1. Матеріальне стимулювання: включає грошові та не грошові винагороди, такі як премії, надбавки до зарплати, соціальні пільги.

2. Духовне стимулювання: охоплює моральні, соціальні та інформаційні стимули, які підвищують мотивацію працівників через визнання їхніх досягнень та підтримку корпоративної культури.

3. Моральне стимулювання: це частина духовного стимулювання, яка полягає у визнанні заслуг працівників на рівні колективу і суспільства, що сприяє формуванню соціальної справедливості.

Ефективність стимулювання праці базується на дотриманні певних принципів:

1. Прозорість: умови стимулювання мають бути чітко сформульовані та зрозумілі для всіх працівників.

2. Реальність: стимули повинні бути досяжними, щоб уникнути розчарування у працівників.

3. Своєчасність: заохочення повинні надаватися вчасно, безпосередньо після виконання завдань.

Процес стимулювання, під яким зазвичай розуміють вплив на трудову діяльність працівника шляхом створення індивідуально-значущих умов трудової ситуації, містить у собі спонукання ззовні та структурні компоненти трудової ситуації.

Отже, з одного боку, відбувається створення сприятливих умов з метою задоволення потреб працівників, а з іншого, забезпечення трудової поведінки, що є необхідною для успішного функціонування та розвитку підприємства, тобто здійснюється своєрідний обмін діяльністю. При цьому деякі вчені ототожнюють поняття «стимул» та «заохочення», розуміють як синоніми ці два поняття, категорії стимулювання та заохочення співвідносять як єдине ціле та як частину складної системи: заохочення, як окремий напрям у загальному процесі стимулювання.

Також, розглядаючи питання стимулювання в аспекті забезпечення виконання поставлених обов'язків, варто зазначити, що його головним призначенням є підвищення трудової активності,

продуктивності та якості праці, стимулювання до добросовісного виконання трудових обов'язків. Таким чином, стимулювання є процесом, що зазвичай спрямовується на окремого працівника чи на групу працівників. Водночас на практиці поєднання персонального та групового стимулювання найчастіше зустрічається у процесах матеріального стимулювання [1].

Отже, стимулювання праці є ключовим аспектом управління персоналом, спрямованим на підвищення продуктивності та мотивації працівників. В умовах сучасної ринкової економіки це допомагає компаніям підтримувати конкурентоспроможність, утримувати кваліфікованих спеціалістів та забезпечувати їхню залученість.

### **Список використаних джерел**

1. Климчук А.О., Михайлов А.М. Мотивація та стимулювання персоналу в ефективному управлінні підприємством та підвищенні інноваційної діяльності. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. URL: <https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2018.pdf>.

**Решміділова С.Л.,**

*к.е.н., доцент, кафедри маркетингу  
Хмельницького національного університету*

**Галушко К.С.,**

*здобувач першого (бакалаврського) РВО  
Хмельницького національного університету*

## **ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

Розвиток теоретичних знань маркетингу обумовлює необхідність застосування методології наукових досліджень в системі маркетингу підприємств. Наукові дослідження в маркетинговій науці дозволяють отримати нові наукові знання. Обов'язковою складовою цього процесу є методологія, яка забезпечує отримання повної, об'єктивної та систематизованої інформації про реальний стан та можливі майбутні тренди в розвитку маркетингової діяльності.

В маркетингу застосовується багаторівнева концепція

методології знання, згідно якої виокремлюються як філософські, так і загально та внутрішньо наукові та міждисциплінарні методи досліджень [1].

Під методом наукового дослідження розуміють сукупність прийомів чи операцій практичного або теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих розв'язанню конкретного завдання. Сукупність методів, необхідних для проведення результативного дослідження, формує методика дослідження, яка, незважаючи на свою індивідуальність під час вирішення конкретного завдання, має сталу структуру.

Існують різні підходи до класифікації методів наукових досліджень. Найбільш поширеним є їх поділ на основі рівнів наукового дослідження. Відповідно до цього, методи пізнання узагальнено поділяються на три групи:

- методи теоретичного дослідження;
- методи емпіричного дослідження;
- методи, використовувані на емпіричному та теоретичному рівнях.

Методи наукового дослідження відіграють ключову роль у маркетинговій діяльності, допомагаючи компаніям отримувати достовірну інформацію про ринок, споживачів, конкурентів та ринкові процеси. Нижче розглянемо, як основні методи наукових досліджень застосовуються в маркетингу [2].

1. Метод абстрагування. Суть методу абстрагування полягає у відході у думці від несуттєвих властивостей, зв'язків, відношень предметів і виділення декількох найважливіших рис для дослідника. Абстрагування дозволяє маркетологам виділяти ключові фактори, які впливають на ринкові процеси, і відкидати несуттєві деталі. У маркетинговій діяльності цей метод застосовують для:

- визначення найбільш значущих характеристик споживачів, наприклад, демографічних або поведінкових чинників, що допомагають сегментувати ринок;

- створення спрощених моделей поведінки споживачів, зосереджуючись на основних чинниках, що визначають вибір товару;

- відокремлення важливих показників ефективності рекламних кампаній від другорядних факторів.

2. Методи аналізу і синтезу являють собою взаємопов'язані методи, які відповідно дають змогу поділити предмети дослідження на складові частини, або ж об'єднати окремі частини

чи риси предмета в єдине ціле. Аналіз включає вивчення предмета за допомогою мислення або практичного розчленування його на складові елементи (частини об'єкта, його ознаки, властивості, відношення). Кожну із виділених частин аналізують окремо у межах єдиного цілого.

Аналіз і синтез є основою для прийняття маркетингових рішень, їх застосовують для:

- аналізу ринку: маркетологи «розчленовують» ринок на окремі сегменти для кращого розуміння потреб різних груп споживачів;

- аналізу конкурентів: підприємства використовують аналіз для оцінки стратегій конкурентів, їхньої ринкової позиції та сильних і слабких сторін;

- синтезу даних: після аналізу маркетингових даних підприємство може поєднувати різні сегменти, ідеї та стратегії в єдину маркетингову стратегію, яка враховує всі аспекти ринку;

- складання маркетингового плану: об'єднання різних тактичних та стратегічних елементів дозволяє створити комплексний підхід до просування товарів чи послуг.

3. Методи індукції та дедукції є взаємопротилежними методами наукового пізнання. Індуктивний метод передбачає перехід від часткового до загального, а дедуктивний метод – використання загальних наукових положень для дослідження конкретних явищ.

Метод індукції дозволяє маркетологам робити узагальнення на основі окремих випадків. Наприклад, на основі окремих споживчих відгуків або результатів опитувань можна зробити висновки про загальні споживчі тенденції на ринку.

Метод дедукції. Маркетологи використовують загальні закономірності або принципи для вивчення конкретних ситуацій. Наприклад, загальні знання про поведінку споживачів у кризові періоди можуть використовуватися для розробки конкретних стратегій адаптації підприємства під час економічних спадів.

4. Метод моделювання. Моделювання включає пізнання на основі використання моделі як засобу дослідження явищ і процесів природи. За своєю суттю – це непрямий, опосередкований метод наукового дослідження об'єктів пізнання, який ґрунтується на застосуванні моделі як засобу дослідження. Під моделями розуміють аналоги, що замінюють об'єкт пізнання і слугують джерелом інформації щодо нього, характеризуються суттєвою подібністю до оригіналу і несуттєвими розбіжностями. Загалом

моделі поділяються на: матеріальні (фізично втілені певному матеріалі) та ідеальні (наочні засоби: креслення, схеми, комп'ютерна програма тощо).

Моделювання дозволяє створювати маркетингові прогнози та симуляції для оцінки можливих результатів різних ринкових стратегій, його використовують для:

- прогнозування попиту: моделі можуть допомогти передбачити, як зміна ціни або рекламної стратегії вплине на продажі;

- аналізу ефективності маркетингових кампаній: використовуючи моделі, маркетологи можуть тестувати різні сценарії і оцінювати їхній вплив на поведінку споживачів;

- сегментації ринку: за допомогою моделей маркетологи можуть виявити потенційні сегменти споживачів на основі подібних характеристик або поведінкових моделей [3].

Застосування цих методів у маркетинговій діяльності підвищує точність досліджень та дозволяє створювати більш ефективні стратегії просування товарів і послуг на ринку.

Сучасні взаємовідносини між споживачами, продавцями та покупцями суттєво впливають на трансформацію класичних маркетингових методів. Відбувається усвідомлення ролі цифрових технологій повинні усвідомлюватися в методології маркетингу, як таких, що дозволяють вирішувати найбільш актуальні завдання маркетингу. Такі новітні технології при визначенні методологічної бази маркетингових досліджень дозволяють маркетологам найбільш всебічно застосовувати сучасні маркетингові інструменти задля забезпечення інновацій, конкурентної позиції компанії на ринку, застосування Інтернету для розширення прав і можливостей споживачів [4].

Серед специфічних методів наукових досліджень, які використовуються в маркетингу підприємства, є: опитування, персональне інтерв'ю, бесіда, групове інтерв'ю, інтерв'ю по телефону, імітація, спостереження.

Перелічені методи застосовуються для вирішення різних проблем у сфері маркетингу. Деякі з них мають як свої переваги, так і недоліки, що необхідно враховувати у планування маркетингових досліджень.

Так, наприклад, імітація як метод із застосування програмного забезпечення дозволяє вивчати вплив різних маркетингових факторів на досліджувану величину за допомогою математичних моделей, а не в реальних умовах. Для цього

будується модель контрольованих і неконтрольованих факторів, з якими стикається підприємство в результаті своєї діяльності, далі сукупність цих факторів підлягає математичній обробці і таким чином визначається їхній вплив на маркетингову стратегію підприємства.

Маркетингові дослідження забезпечують стійке конкурентоспроможне положення суб'єктів маркетингової системи на ринку з урахуванням стану внутрішнього і зовнішнього середовища. Результати маркетингових досліджень слугують інструментом ефективної адаптації діяльності суб'єктів ринку та їх адаптації до сучасних вимог споживачів, забезпечують прийняття стратегічних маркетингових рішень з мінімальним ризиком. Тому застосування науково-обґрунтованих методів наукових досліджень є необхідним для досягнення ефективності отриманих результатів.

### **Список використаних джерел**

1. Зрибнева І.П., Бабух І.Б. Методологія наукових досліджень в маркетингу крізь призму цифрових технологій. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/ru/article/id-1133/>

2. Методологія наукових досліджень : навч. посіб. / В. І. Зацерковний, І. В. Тішаєв, В. К. Демидов. Ніжин : НДУ ім. М. Гоголя, 2017. 236 с.

3. Денис О.Б., Кубишина Н.С. Методологія наукових досліджень в маркетингу: навчально-методичний комплекс : навчальний посібник для здобувачів ступеня доктора філософії за спеціальністю 075 «Маркетинг». Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 61 с.

4. Янчук Т., Кравцова А. Використання цифрових технологій в маркетинговій діяльності. *Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Серія : Економічні науки.* 2018. № 2 (11). С. 75-81.

**Рудніченко С. Р.,**  
*магістр ОПП «Економіка бізнесу»*  
**Науковий керівник: Селюченко Н. Є.,**  
*к.е.н., доц., доцент кафедри економіки підприємства та інвестицій*  
*НУ «Львівська політехніка»*

## **ФІНАНСОВЕ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

Вітчизняні суб'єкти підприємництва функціонують у нестабільних та складних умовах, що обумовлює необхідність постійного моніторингу та адаптації до змінного зовнішнього середовища. У період воєнних дій переважають зовнішні чинники, які мають негативний вплив на діяльність та фінансово-економічний стан підприємницьких структур. За даними Державної служби статистики України, з 2014 до 2022 року кількість діючих суб'єктів господарювання в Україні істотно коливалася, що підкреслює відчутність впливу зовнішніх чинників [1]. Такі умови вимагають від суб'єктів підприємництва коригування поточних планів, а нерідко і бізнес-стратегій з метою адаптації до нових викликів. Використання сучасних методів аналізування та прогнозування дає можливість урахувати зовнішні виклики, краще підготуватися до несподіваних ситуацій, зберегти бізнес і забезпечити його конкурентоспроможність. Зазначене підкреслює актуальність дослідження проблеми фінансового моделювання бізнесу в умовах нестабільного та важко прогнозованого зовнішнього середовища.

Фінансове моделювання полягає у проєктуванні впливу різних майбутніх подій чи рішень на результати діяльності та фінансовий стан бізнесу.

Вивчення статистичних даних щодо очікувань бізнесу, аналітичних матеріалів у періодичних виданнях, думок експертів дало можливість виокремити найважливіші чинники, що мають вплив на суб'єкти підприємництва в Україні в умовах повномасштабної війни, а також оцінити характер і рівень їхнього впливу. Отримані результати представлено в таблиці 1.

Серед головних зовнішніх чинників, які необхідно враховувати в процесі фінансового моделювання вітчизняного бізнесу, можна виділити геополітичні чинники, які зумовлюють невизначеність у бізнес-середовищі, а, отже, проблематичність формування бізнес-стратегій.

Таблиця 1

**Результати оцінювання впливу зовнішніх чинників на суб'єкти підприємництва в Україні**

<b>Чинники</b>	<b>Характер впливу</b>	<b>Рівень впливу, у частках одиниці</b>
Геополітичні чинники	-	0,20
Соціально-економічні чинники	-/+	0,18
Регуляторні зміни	+/-	0,15
Рівень інфляції	-	0,12
Коливання валютних курсів	+/-	0,10
Техногенні чинники	-	0,10
Поведінка споживачів	-/+	0,07
Техніко-технологічні чинники	+	0,05
Природні катаклізми, епідемії	-	0,03

З геополітичними тісно пов'язані соціально-економічні чинники, які разом впливають на загальний стан економіки та бізнесу, зумовлюють міграційні процеси, визначають пропозицію та вартість робочої сили тощо. Так, за даними Міжнародної організації з міграції ООН, з початку повномасштабного вторгнення понад 14 млн українців (третина населення країни) залишили свої домівки. Понад 6,5 млн з них є біженцями в різних країнах світу, а близько 3,7 млн залишаються переміщеними особами в Україні [2].

Регуляторні зміни формують правове і податкове поле суб'єктів підприємництва, і, як показує практика, можуть бути непередбачуваними та несприятливими для бізнесу. Прикладом є нещодавно прийнятий у другому читанні законопроект «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану».

Рівень інфляції впливає на купівельну спроможність населення, витрати і доходи підприємств. Так, за роки повномасштабної війни в Україні індекс інфляції змінювався від 110 % у 2021 році до 126,6% у 2022 році і до 105,1 % у 2023 році, а прогнозований рівень на 2024 рік становить 106,5 % [3].

Коливання валютних курсів ускладнюють проведення зовнішньоекономічних операцій та можливість оцінювання їхньої результативності. Згідно з жовтневим прогнозом МВФ, курс долара може становити 45 грн/дол у 2025 році, 46,8 грн/дол у 2026 році, 48,6 грн/дол у 2027 році, 50,2 грн/дол у 2028 році і 51,7 грн/дол у

2029 році [4].

Техногенні чинники можуть проявитися через порушення правил обслуговування техногенних виробництв чи вчинення навмисних дій. В умовах воєнних дій такі загрози постають насамперед на атомних електростанціях України.

Зміни в поведінці споживачів під час війни пов'язані зі зниженням реальних доходів, втратою роботи, міграцією, невизначеністю майбутнього. Такі чинники можуть істотно впливати на попит на товари чи послуги, змушуючи підприємства коригувати свої бізнес-стратегії.

Важливий вплив на підприємницьку діяльність мають також техніко-технологічні чинники. Упровадження техніко-технологічних змін, з одного боку, може потребувати значних інвестицій, залучення яких є проблематичним в умовах війни, але з іншого – забезпечує підприємству конкурентні переваги на ринку, можливість адаптувати бізнес до нових реалій. У той же час підприємці, які враховують потреби країни в умовах війни і налагоджують виробництво необхідної техніки та зброї чи товарів подвійного призначення, можуть отримати фінансування з державного та місцевих бюджетів, а також від країн-партнерів України.

Про масштаби негативного впливу епідемій на бізнес відомо за наслідками пандемії Covid-19. В умовах воєнних дій, коли руйнується житлово-комунальна інфраструктура та порушується нормальне функціонування комунальних служб, ризики виникнення епідемій підвищуються. Природні катаклізми (урагани, повені, посухи, землетруси) також здатні серйозно порушити нормальну діяльність суб'єктів підприємництва і навіть спричинити їх фізичне знищення.

Щоб урахувати виокремлені чинники у фінансових моделях, необхідно інтегрувати їх у процес прогнозування. Геополітичні чинники та регуляторні зміни можуть бути враховані шляхом моніторингу воєнно-політичної ситуації та законодавчих ініціатив на основі аналітичних звітів і експертних оцінок.

Соціально-економічні чинники і рівень інфляції можна врахувати за допомогою макроекономічних прогнозів та сценарного підходу, що дає можливість моделювати різні економічні ситуації та оцінювати їхній вплив на фінансово-економічні показники суб'єкта підприємництва. Вплив коливання валютних курсів на операційні та фінансові результати можна моделювати на основі прогнозів фінансових організацій, політики

НБУ щодо регулювання валютного ринку.

Опрацювання аналітичних оглядів щодо тенденцій на товарних ринках, а також проведення, за можливості, маркетингових досліджень дає змогу врахувати поведінку споживачів.

Техніко-технологічні зміни вимагають оцінювання впливу впровадження нових технологій на витрати та ефективність операційної діяльності.

Природні катаклізми в Україні трапляються нечасто, однак їх слід моделювати шляхом аналізування можливих загроз та формування планів дій на випадок настання надзвичайних ситуацій.

Упровадження фінансового моделювання є критично важливим завданням для українського бізнесу в умовах повномасштабної війни. Інтегрування охарактеризованих вище чинників у фінансові моделі забезпечить формування більш точних та адаптивних фінансових прогнозів, які будуть враховувати потенційні ризики та можливості бізнесу, що виникають у зовнішньому середовищі. Використання макроекономічних прогнозів, аналітичних звітів, результатів маркетингових досліджень, оцінок експертів у процесі фінансового моделювання дає змогу суб'єктам підприємництва вчасно реагувати на потенційні загрози та використовувати нові можливості для зростання.

Упровадження сучасних методів та інструментів аналізування і прогнозування має стати невід'ємною частиною удосконалення управлінських процесів суб'єктів підприємства, що допомагатиме менеджерам різних рівнів упоратися з викликами зовнішнього середовища. Такий підхід дасть змогу зберегти бізнес та забезпечувати його розвиток в умовах високого рівня нестабільності зовнішнього середовища.

### Список використаних джерел

1. Кількість діючих суб'єктів господарювання за видами економічної діяльності у розрізі регіонів (2014–2022). *Державна служба статистики України*: веб-сайт. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.10.2024).

2. Павлушенко Т. Міграція під час війни. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/war-in-ukraine/migratsiya-pid-chas-viyni-blizko-20-ukraintsiv-mozhut-viikhati-za-kordon-u-razi-zagostrennya-situatsii-shcho-krim-bezpeki-sponukae-do-tsogo-naselennya-visnovki-z->

doslidzhennya-gradus-research-pro-migr-20032024-20013 (дата звернення: 14.10.2024).

3. Індекс інфляції в Україні. Мінфін: веб-сайт. <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/> (дата звернення: 14.10.2024).

4. Горбачова А. МВФ змінив прогноз курсу для України до 2029 року: коли долар буде по 50 гривень. *Уніан*: веб-сайт. URL: <https://www.unian.ua/economics/finance/kurs-dolara-v-ukrajini-novi-prognoz-vid-mvf-12796980.html> (дата звернення: 14.10.2024).

**Свириденко С.О.,**  
*здобувач гр.ІІ ПТ*

*Таврійського державного агротехнологічного університету  
імені Дмитра Моторного,  
Науковий керівник: Завадських Г.М.,  
к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу  
Таврійського державного агротехнологічного університету  
імені Дмитра Моторного*

## **ЯКІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ВАЖЕЛЬ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ**

Категорія "якість продукції" у товарознавстві виникла під впливом ряду передумов, пов'язаних із розвитком суспільства, економіки та технологій. Із зростанням обсягів виробництва та підвищенням спеціалізації на різних етапах промислового процесу виникла необхідність стандартизації та оцінки якості продукції. Споживачі стали більше залежати від якості готових товарів, оскільки самі вже не виготовляли їх власноруч. Зі збільшенням кількості виробників і розширенням асортименту продукції виникла потреба в порівнянні товарів за різними характеристиками, що призвело до формування поняття якості як важливої конкурентної переваги. Із часом споживачі стали більш вимогливими до властивостей продукції – функціональності, безпеки, зовнішнього вигляду та довговічності. Це стимулювало розвиток методів оцінки якості продукції для забезпечення відповідності потребам. Технологічний прогрес дозволив покращувати процеси виробництва та контролю якості. Виникли нові вимірювальні інструменти та методи, які зробили можливим точне визначення і стандартизацію параметрів якості. Зростаюча

увага до безпеки споживчих товарів і їх впливу на довкілля також стала важливою передумовою для формування поняття якості. Виробники були змушені враховувати ці фактори, розробляючи нові стандарти якості [5]. Уряди різних країн почали встановлювати стандарти та норми якості для забезпечення безпеки, захисту прав споживачів і підтримки справедливої конкуренції на ринку.

Таким чином, розвиток категорії "якість продукції" у товаровзнавстві був зумовлений необхідністю стандартизації, задоволенням зростаючих вимог споживачів, впровадженням технологічних інновацій та регулюванням з боку держави.

Рівень розвитку компанії та її прибутковість залежать насамперед від якості продукції. Якість як економічне поняття відображає сукупність характеристик товару, які визначають його здатність задовольняти потреби людей згідно з його призначенням [1]. Тому для кожного підприємства важливо постійно вдосконалювати та підвищувати якість своїх товарів чи послуг. У контексті зростання міжнародної торгівлі та споріднених галузей, успіх компаній на внутрішньому та зовнішньому ринках напряму залежить від відповідності їхньої продукції стандартам якості. Проблеми, пов'язані з якістю, є спільними для всіх країн і стають ще більш актуальними в умовах поглиблення ринкових відносин, посилення конкуренції та зменшення державного захисту національних виробників. Якість продукції – це сукупність характеристик товару або послуги, які визначають його здатність задовольняти потреби споживача відповідно до встановлених стандартів [3]. Вона включає такі показники, як надійність, безпека, функціональність, естетичність, довговічність, екологічність тощо.

Отже, якість продукції важлива як для підприємства, так і для споживача, оскільки вона впливає на успіх бізнесу та задоволення потреб клієнтів.

При визначенні показників якості та встановленні їх рівнів для різних видів продукції необхідно комплексно враховувати такі чотири фактори:

- потреби і побажання споживачів: це можуть бути населення, підприємства з переробки або аграрні підприємства, які використовують проміжну продукцію
- можливості досягнення потрібних показників якості з урахуванням рівня розвитку технологій, техніки та кваліфікації працівників
- наявність розроблених методик, підходів та

інструментів для оцінки якості та контролю її показників

- матеріальне стимулювання виробників за досягнення високих показників якості та встановлення відповідальності за їх погіршення [2].

Таблиця 1

**Критерії важливості якості продукції для виробника і споживача**

Для виробника	Для споживача
Конкурентоспроможність: висока якість продукції дозволяє підприємству виділятися серед конкурентів, що допомагає залучати більше клієнтів	Задоволення потреб: продукція високої якості краще відповідає очікуванням та потребам споживачів.
Зниження витрат: продукція високої якості зменшує ймовірність повернень, гарантійних ремонтів та скарг, що знижує витрати на післяпродажне обслуговування.	Безпека: якісні товари є більш безпечними у використанні, що знижує ризики для здоров'я та життя.
Зростання прибутку: якісні продукти дозволяють підприємствам встановлювати вищу ціну та отримувати більше прибутку.	Тривалість використання: якісні продукти служать довше, що дозволяє споживачам заощаджувати кошти на заміну або ремонт.
Репутація: надійна продукція формує позитивний імідж компанії, що сприяє довгостроковій успішній діяльності.	Довіра до бренду: придбання якісної продукції підвищує лояльність до бренду, споживачі більше довіряють компанії та частіше повертаються за новими покупками.
Відповідність стандартам: забезпечення високої якості допомагає підприємствам відповідати міжнародним стандартам та регламентам, що відкриває можливості для експорту.	Економічна ефективність: висока якість означає меншу ймовірність дефектів або поломок, що зменшує загальні витрати споживача на обслуговування.

Джерело: сформовано автором

На якість продукції впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори:

До основних внутрішніх факторів належать:

1. Якість сировини та матеріалів – використання високоякісних ресурсів підвищує якість кінцевої продукції.

2. Технологічні процеси – правильна організація виробничих процесів, застосування сучасних технологій та обладнання сприяють виготовленню якісної продукції.

3. Кваліфікація персоналу – рівень професійної підготовки та досвід працівників безпосередньо впливають на точність та якість виконуваних операцій.

4. Організація контролю якості – наявність системи контролю на всіх етапах виробництва дозволяє виявляти та усувати недоліки.

5. Інновації та розробки – впровадження нових технологій та рішень може покращити якість продукції та її конкурентоспроможність.

До зовнішніх факторів належать:

1. Конкуренція на ринку – змушує підприємства підвищувати якість продукції, щоб відповідати очікуванням споживачів.

2. Попит і потреби споживачів – зміни в уподобаннях клієнтів стимулюють вдосконалення продукції.

3. Законодавство та стандарти – вимоги державних стандартів, регуляцій та сертифікацій впливають на якість продукції.

4. Економічні умови – коливання цін на сировину, зміни в економіці можуть впливати на можливості підприємства забезпечувати високу якість.

5. Екологічні фактори – дотримання екологічних норм та вимог може вимагати змін у виробничому процесі та якості продукції.

Ці фактори взаємодіють між собою, впливаючи на кінцевий результат – якість продукції.

Отже, щоб продукція була успішною на ринку і могла ефективно конкурувати, вона повинна відповідати вимогам споживачів. Для цього, з одного боку, держава має враховувати ринкові потреби під час розробки стандартів якості, а з іншого боку – сам виробник продукції. Задоволення потреб передбачає виробництво продукції відповідної якості та в необхідній кількості. Розрив між потребами ринку та наявною продукцією за рівнем

якості і насиченістю ринку має стати основою для прийняття управлінських рішень щодо державного регулювання якості продукції. Щоб продукція залишалася якісною, вона повинна враховувати актуальні потреби, але також важливо пам'ятати, що якість – це динамічне поняття, яке змінюється з часом разом із потребами споживачів.

### Список використаних джерел

1. Васюта В., Пузак В., Лашко І. Основні напрямки розвитку сучасного товарознавства. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 1. С. 152–157. URL: <http://surl.li/dgvor>.

2. Завадських Г. М. Основні напрямки і проблеми розвитку сучасного товарознавства. *Збірник наукових праць ТДАТУ імені Дмитра Моторного (економічні науки) № 1 (50)*, 2024. С.104-111.

3. Завадських Г.М. Безпека та якість продукції в контексті формування продовольчої системи України. *Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту: збірник тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції*. За заг. наук. ред. д.-ра екон. наук, доц. А.В. Савіцького. Хмельницький, 2023. С. 135-137.

Системи управління якістю. [Стандарт востаннє переглядався та підтверджувався у 2021 році]. URL: <https://www.iso.org/>

5. Язіна В.А., Вишнікіна О.В., Сабіров О.В. Сучасні тенденції розвитку товарознавства харчових продуктів. *Економіка та управління підприємствами*. 2022. Випуск 67. С. 167-170.

**Танасієнко Н.П.,**  
*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі*  
*Хмельницького національного університету*  
**Дем'янов Д.М.,**  
*здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти*  
*Хмельницького національного університету*

## **ЕКОНОМІЧНІ РИЗИКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Економічні ризики належать до найбільш значущих, оскільки впливають на ключові показники діяльності підприємства, його загальний стан.

Повномасштабне збройне вторгнення РФ на територію України в лютому 2022 року значно посилило несприятливий вплив значної кількості ризиків для вітчизняних суб'єктів господарювання. Значне зростання рівня ризиків в умовах воєнного стану актуалізує вміння підприємств ефективно ідентифікувати, оцінювати та приймати рішення щодо їх мінімізації.

Проаналізуємо економічні ризики в умовах воєнного стану ТДВ «Хмельницькзалізобетон» – підприємства, яке займає провідні позиції у будівельній галузі, спеціалізується на виготовленні продукції для житлового та дорожнього будівництва, об'єктів інженерної та електричної інфраструктури, а також на виробництві бетонів, розчинів та столярних виробів (табл.1).

Таблиця 1

### **Аналіз економічних ризиків ТДВ «Хмельницькзалізобетон»**

Вид ризику	Обґрунтування	Шляхи мінімізації
1	2	3
Зростання витрат	Інфляція, підвищення цін на енергоносії та матеріали значно збільшують собівартість продукції.	Оптимізація витрат; вихід на нові ринки; участь в державних програмах субсидування, грантах.
Зниження попиту	Зниження купівельної спроможності населення призводить до скорочення попиту на будівельні матеріали	Підвищення гнучкості цінової політики: використання динамічного ціноутворення залежно від попиту і пропозиції; пропозиція розстрочок або знижок для довгострокових контрактів.

1	2	3
Ризик порушення виробничого процесу	Воєнний конфлікт значно впливає на стабільність постачання сировини і матеріалів для будівельної галузі. Постачальники можуть відмовитися від співпраці через високі ризики, спричинені військовими діями, ракетними обстрілами та нестабільністю.	Диверсифікація постачальників: налагодження співпраці з кількома постачальниками з різних регіонів, що, безумовно, знизить залежність від одного джерела; створення резервних запасів сировини; укладення полісів страхування для компенсації втрат через невиконання договірних зобов'язань.
Розрив логістичних ланцюгів	Військові дії можуть призвести до руйнування транспортних шляхів (залізниць, автодоріг, портів), через які здійснюється доставка сировини.	Розвиток гнучких ланцюгів постачання: пошук альтернативних шляхів доставки через безпечніші регіони, або нові транспортні мережі.
Ризик втрати кваліфікованих працівників	Війна може спричинити втрати серед персоналу підприємства: мобілізація, еміграція, поранення, або загибель працівників створюють кадровий дефіцит.	Підготовка документів на процедуру бронювання працівників; розгляд варіантів залучення кваліфікованих працівників, зокрема з-поміж внутрішньо переміщених осіб, які втратили роботу, але володіють необхідними навичками, що забезпечить стабільне виробництво високоякісної та конкурентоспроможної продукції.
Податкові ризики	Зумовлений мінливістю прийнятих рішень в податковому законодавстві через нестабільну економічну та політичну ситуацію.	Систематичний аналіз податкових змін у законодавстві для уникнення помилок, які можуть призвести до штрафів.

В рамках боротьби із ризиками ТДВ «Хмельницькзалізобетон» може обрати стратегію управління ризиками, серед основних методів якої: методи попередження ризиків (створення резервів, налагодження логістики, участь у

програмах державної підтримки); методи розподілу ризиків (диверсифікація постачальників та партнерів, ринків збуту тощо); методи локалізації ризиків (визначення потенційно небезпечних ділянок та зон).

На превеликий жаль, війна все ще продовжується. Вітчизняним підприємствам залишається максимально оптимізувати свою діяльність для підтримки стійкого економічного фронту для наближення перемоги України.

### **Список використаних джерел**

1. Лошенюк О.В., Мурована Т.О. Ризики ведення бізнесу в умовах воєнного стану та шляхи їх подолання. *Ефективна економіка*. №2. 2023. URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1166>
2. Макалюк І.В., Кривда О.В., Лайкова А.О. Якісний аналіз ризиків вітчизняних підприємств в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Вип.62. 2024. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3950>

**Танасієнко Н.П.,**  
*к.е.н., доцент кафедри економічної теорії, підприємництва та торгівлі*  
*Хмельницького національного університету*  
**Єфремова Ю.В.,**  
*здобувачка другого (магістерського) рівня вищої освіти*  
*Хмельницького національного університету*

## **ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ РФ**

Військова агресія росії проти України спричинила суттєві зміни у функціонуванні національної економічної системи, що створює нові виклики для українського бізнесу. Дестабілізація економіки, пошкодження виробничої та транспортної інфраструктури, зміна поведінки споживачів, а також зростання невизначеності на ринках створюють нові умови, в яких необхідно переглядати традиційні підходи до управління бізнесом.

Конкурентоспроможність підприємства в умовах

невизначеності і ризику набуває ключового значення для його функціонування та подальшого розвитку. Її рівень визначається сукупністю зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на процес адаптації до викликів сучасності (табл. 1).

Таблиця 1

### Фактори конкурентоспроможності підприємства

Зовнішні	Внутрішні
Стан національної економіки, інфляція, обмінний курс	Фінансова стабільність підприємства, ефективне управління витратами
Політична ситуація в державі, регулювання експорту та імпорту	Ефективність системи управління підприємством, адаптація до змін
Державна політика у сфері оподаткування, кредитування, регулювання	Собівартість виробництва та ефективність використання ресурсів
Наявність сировинних ресурсів	Організація процесу виробництва
Розміщення виробничих сил	Якість виробленої продукції
Демографічні зміни, рівень доходів населення	Задоволення потреб споживачів
Рівень конкуренції у галузі	Інноваційні технології виробництва

*Джерело: сформовано на основі [1; 3].*

До них належать: тимчасова окупація частини територій України та втрата їх економічного потенціалу; зміна місця розташування підприємств через тимчасово окуповані та небезпечні для діяльності регіони; транспортні та логістичні проблеми; зниження рівня доходів населення; велика чисельність вимушено-переселених осіб та еміграція за кордон; зміни ринку праці внаслідок мобілізації та міграції населення.

Потрібно зауважити, що є декілька позитивних зовнішніх факторів впливу, а саме: вихід багатьох іноземних виробників з українського ринку (що звільняє частку ринку для вітчизняних виробників); відкриття іноземних ринків збуту, які дають конкурентні можливості для експортерів та українських виробників. Усі ці фактори впливають на підприємницьку діяльність, вимагають оперативного внесення змін до підходів управління конкурентоспроможністю.

Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємств розглянуто на прикладі ТОВ “РЕНОМЕ”, яке є одним із провідних у вітчизняній галузі виробництва електронної продукції та електротехнічного обладнання, газосигналізаторів та електроопалювальної техніки. Основними негативними зовнішніми факторами впливу на конкурентоспроможність в умовах повномасштабного вторгнення РФ є: порушення логістичних ланцюгів, дефіцит ресурсів (вихід з ринку частини іноземних та національних постачальників сировини та матеріалів); втрата частки ринку через тимчасову окупацію території України; зростання інфляції та нестабільність курсу валют (підвищення собівартості).

Щодо позитивних зовнішніх факторів впливу на конкурентоспроможність підприємства можна віднести: вихід міжнародних конкурентів із українського ринку; підтримка національного виробника; технологічні можливості, активна цифровізація (автоматизація процесів та впровадження нових технологій).

Для оцінки конкурентоспроможності під час повномасштабного вторгнення РФ потрібно враховувати внутрішні фактори впливу, негативними з яких є: втрата працівників через мобілізацію та еміграцію за кордон; додаткові витрати підприємства на дотримання норм безпеки працівників; періодичні відключення електроенергії, що спричиняє перебої у виробництві; поява проблем із постачанням сировини та матеріалів на підприємство, що зменшує обсяги виробництва; ризики втрати майна.

До позитивних внутрішніх факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства належать: адаптація працівників до роботи в кризових ситуаціях (впровадження дистанційного формату для деяких працівників); готовність підприємства до впровадження нових технологій виробництва; підвищення лояльності споживачів та працівників.

Враховуючи всі фактори впливу можемо запропонувати наступні дії для покращення управління конкурентоспроможністю підприємства в Україні під час повномасштабного вторгнення РФ: створення та впровадження стратегії антикризового управління; залучення нових працівників із числа внутрішньо-переселених осіб; розробка резервних логістичних ланцюгів на випадок збоїв; вихід на іноземні ринки збуту тощо.

### Список використаних джерел

1. Березіна Л.М., Вараксіна О.В., Олійник А.С., Теоретико-методологічні основи управління конкурентоспроможністю підприємства. *Агросвіт*. 2021. № 21-22. С. 35–42.
2. Ливч Д. Нове обличчя українського підприємництва. *Економічна правда*. 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/29/690937>.
3. Кадирус І.Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. №5. С. 24-28.
4. Хацер М.В., Булгакова К.В. Шляхи трансформації управління конкурентоспроможністю на підприємствах України в умовах російської військової агресії. *Management and entrepreneurship: trends of development*. 2022. №3 (21). С. 45-52.
5. Гринько Т.В., Гвініашвілі Т.З., Бостинчук Д.М. Стратегічні аспекти управління прибутковістю підприємства. *The scientific heritage*. 2023. № 105 (105). С. 28-31.
6. Шевченко Л.С. Конкурентні переваги бізнесу: управлінсько-орієнтований погляд на проблему. *Економічна теорія та право*. 2022. №2 (49). С. 72-92.

**Шарко В.В.,**

*д-р екон. наук, доцент*

*професор кафедри товарознавства, експертизи  
та торговельного підприємництва*

*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

### УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСАМИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Управління бізнес-процесами завжди починається зі стратегічного планування, проектування бізнес-структури та визначення ключових показників ефективності за кожним з підрозділів, а завершується контролем результатів діяльності роздрібною мережі у розрізі філій, окремих магазинів, товарних груп тощо [1].

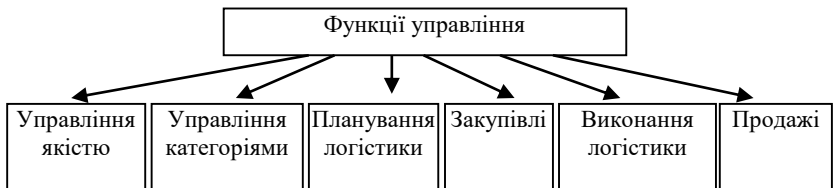
В сучасних умовах, складність і важливість рішення цієї задачі та оперативність, з якої зовнішнє середовище вимагатиме реакції на зміни, визначає необхідність концентрації ресурсів та вибору інструментів, адекватних масштабам задачі. Відповідно,

інструменти, призначені для рішення задачі, повинні повною мірою забезпечувати контроль бізнес-процесів на всіх рівнях управління торговельною мережею, зберігаючи при цьому гнучкість організації і здатність реагувати на зміни у зовнішньому середовищі. Також, подібні інструменти не можуть спиратися лише на вербальні комунікації та паперовий документообіг: для їх реалізації потрібні сучасні інформаційні технології, відповідне програмне забезпечення та мережеві рішення.

Перелік бізнес-процесів підприємства (мережі підприємств) роздрібною торгівлі, які потребують ґрунтовної інформаційно-аналітичної підтримки, є досить широким.

Бізнес-процес підприємства торгівлі – це процес взаємопов'язаних операцій, в результаті яких використовуються ресурси підприємства для удосконалення об'єкта з метою досягнення кращого результату – отримання прибутку, який надає міжфункціональний вплив на структурний підрозділ або окремого працівника підприємства, що задовольняє запити цільового покупця [2].

На рис. 1 наведені основні функції. Однак, до нього не включені численні процеси управління та забезпечення, зокрема, такі як управління персоналом, управління фінансами (включаючи бухгалтерський та управлінський облік), управління портфелем проєктів тощо.



**Рис. 1. Функції управління бізнес-процесами підприємств роздрібною торгівлі**

*Сформовано автором на базі [1]*

За останніх п'ять років у практиці підприємств роздрібною торгівлі доведено, що висока точність планування й оперативний контроль асортименту по кожній торговому об'єкті створюють передумови для оптимального товарообігу всієї роздрібною мережі, дозволяють знизити рівень запасів, уникнути дефіциту і скоротити можливі втрати торгової виручки.

Ведення асортиментних матриць за категоріями торгових

точок значно спрощує відкриття нових магазинів, дозволяючи використовувати існуючий досвід. Вироблення правил ціноутворення та затвердження націнок має бути централізованим. Це сприятиме пришвидшенню реалізації корпоративної стратегії мережі підприємств і контролювати рентабельність їх бізнесу. Інформаційна підтримка управління роздрібною мережею повинна включати дані про ефективність продажу за окремими асортиментними групами, магазинами, регіонами, напрямками діяльності та іншими аналітичними розрізами. Тоді управлінські рішення щодо розподілу ресурсів, асортиментної політики, системи мотивації праці тощо базуватимуться на більш якісному аналітичному фундаменті. Цей фундамент обов'язково повинен включати і маркетингову інформацію – аналіз соціально-демографічних показників, сегментацію і формування портрету споживача, моніторинг змін у потребах, смаках споживача, обґрунтування рекламних заходів, аналіз прихильності брендам тощо.

Таким чином, застосування процесного підходу вимагає певних інвестиційних вкладень; оптимізації тимчасових, матеріальних, трудових, інформаційних ресурсів. Але виконана структуризація цілей і завдань торговельної діяльності, стандартизація бізнес-процесів сприятимуть подальшому економічному зростанню підприємств торгівлі.

### **Список використаних джерел**

1. Гелей Л.О. Управління процесами у роздрібній торгівлі: вимоги до інструментарію підтримки управлінських рішень. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2009. № 5. Т. 2. С. 265-268. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009\\_5\\_2/pdf/265-268.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_5_2/pdf/265-268.pdf).
2. Шарко В.В., Нікітішин А.О. Управління бізнес-процесами підприємства: процесний підхід. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2020. № 4. Т. 2. С. 268-273. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/vknu-es-2020-n-4-t2-284\\_46.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2021/11/vknu-es-2020-n-4-t2-284_46.pdf).

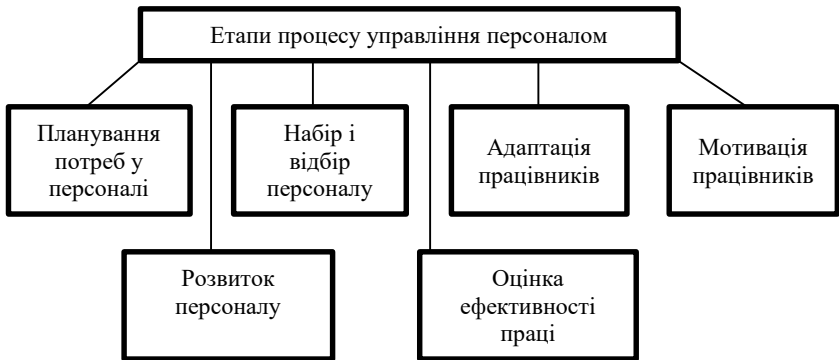
**Шишко А.В.,**  
*здобувачка першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*  
*спеціальності «Менеджмент»*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*  
**Науковий керівник: Павлова М.Б.,**  
*к.е.н., викладач кафедри менеджменту*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*

## ПРОЦЕС УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах глобалізації та стрімкого розвитку технологій управління персоналом стало одним із ключових факторів успішної діяльності підприємств. Ефективне управління трудовими ресурсами дозволяє не лише оптимізувати робочі процеси, але й підвищити продуктивність праці, що, своєю чергою, веде до покращення фінансових показників компанії.

Люди є рушійною силою будь-якого бізнесу, тому їхній підбір, навчання, мотивація та розвиток є ключовими факторами досягнення стратегічних цілей компанії. Люди – це не ресурс, люди – це капітал, і для його збереження та розвитку потрібно вчасно трансформувати підходи до управління [2].

Процес управління персоналом охоплює кілька ключових етапів, кожен з яких є важливим для досягнення стратегічних цілей підприємства (рис. 1).



**Рис. 1** Процес управління персоналом на підприємстві

Основою управлінського процесу є планування. На цьому етапі визначаються потреби в персоналі з урахуванням стратегічних цілей підприємства, прогнозу обсягів продажу, сезонності та інших факторів. Важливо враховувати не лише кількість працівників, але і їх кваліфікацію та професійні навички.

У сучасних умовах конкуренції за таланти, набір та відбір персоналу вимагає застосування новітніх методів і технологій. Включення автоматизованих систем відбору, використання соціальних мереж для залучення кандидатів, а також проведення психологічних тестів та співбесід є важливими складовими цього процесу.

Критично важливою для збереження кадрового потенціалу підприємства є адаптація нових працівників до умов роботи. Вона включає в себе ознайомлення з корпоративною культурою, процесами, структурою підприємства, а також навчання специфіці виконуваних обов'язків. Успішна адаптація сприяє швидкій інтеграції нових співробітників у колектив і зменшує плинність кадрів.

Мотивація є ключовим елементом управління персоналом. Ефективна система мотивації має враховувати як матеріальні, так і нематеріальні фактори. Зокрема, це може включати премії, бонуси, соціальні пакети, а також визнання досягнень працівників, що сприяє підвищенню їхньої зацікавленості в результатах роботи підприємства.

Розвиток працівників є важливою складовою управління персоналом. Це може включати програми навчання, підвищення кваліфікації, професійної перепідготовки, а також кар'єрного росту. Системи навчання та розвитку сприяють не лише підвищенню компетенцій працівників, але і їх залученості до роботи, що позитивно впливає на загальний клімат у колективі.

Оцінка ефективності праці працівників є важливою частиною управлінського процесу. Вона дозволяє виявити сильні та слабкі сторони персоналу, визначити потреби у навчанні, а також розробити системи мотивації, що базуються на результатах роботи. Використання різноманітних інструментів оцінки, таких як KPI, 360-градусна оцінка та регулярні атестації, допомагає здійснювати об'єктивний аналіз результативності.

Процес управління персоналом не є статичним, адже постійно піддається впливу зовнішніх і внутрішніх факторів. Сучасний світ бізнесу характеризується швидкими змінами, технологічним прогресом та високою конкуренцією. У таких

умовах управління персоналом стає дедалі складнішим завданням. Перед підприємствами постає низка викликів, які вимагають гнучких та інноваційних підходів, а саме:

1. Зміни на ринку праці є одним з ключових викликів. Сьогодні працівники мають більше можливостей для вибору роботодавця, вони більш вимогливі до умов праці та прагнуть до самореалізації. Це спонукає компанії до постійного вдосконалення умов праці, розробки нових програм мотивації та розвитку співробітників.

2. Глобалізація та міжнародна конкуренція також впливають на управління персоналом. Компанії змушені адаптуватися до роботи в багатокультурному середовищі, враховувати різні менталітети та стилі роботи. Це вимагає від менеджерів високої комунікативної компетентності та здатності будувати міцні міжособистісні стосунки.

3. Технологічний прогрес створює як нові можливості, так і нові виклики. Автоматизація багатьох процесів призводить до зміни вимог до кваліфікації працівників. Підприємствам необхідно постійно інвестувати в навчання та перекваліфікацію персоналу, щоб відповідати сучасним вимогам.

4. Демографічні зміни також впливають на управління персоналом. Зміна вікової структури населення, вихід на пенсію досвідчених фахівців та поява нових поколінь на ринку праці вимагають від компаній розробки нових підходів до залучення та утримання персоналу.

5. Робота на відстані стала нормою для багатьох підприємств. Це створює нові виклики в організації роботи, комунікації та контролю за виконанням завдань. Менеджерам необхідно знайти баланс між гнучким графіком та ефективною роботою.

6. Одним з найсерйозніших викликів для управління персоналом, що вимагає нестандартних рішень та швидкої адаптації до нових умов, стала війна в Україні. Безпека працівників, підтримка продуктивності, міграція, мобілізація, збереження команди та комунікація – це лише декілька проблем, з якими зіштовхнулися підприємства з початку війни.

Кожен із цих викликів вимагає від керівників гнучкості, відкритої й чесної комунікації з працівниками. Для їх успішного подолання компаніям необхідно бути готовими до швидких змін і адаптувати свої бізнес-процеси до нових умов, забезпечувати постійне навчання та розвиток співробітників, створювати

комфортні умови праці, можливості для кар'єрного зростання, формувати атмосферу довіри, взаємоповаги та підтримки, заохочувати ініціативність та креативність.

Управління персоналом на сучасному підприємстві є складним і багатограним процесом, що вимагає комплексного підходу. Ефективна реалізація всіх етапів управління трудовими ресурсами може суттєво підвищити продуктивність праці, поліпшити якість обслуговування клієнтів і, в результаті, забезпечити стабільний економічний розвиток підприємства. Успішність цього процесу залежить від здатності керівництва адаптувати наявні моделі управління до змінних умов ринку та потреби кадрів.

### **Список використаних джерел**

1. Герчанівська С.В., Стемковська І.В. Управління персоналом підприємств в сучасних умовах. *Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки*. 2021. Т.2. №2. С.200-211.

2. Тимошенко, В. Тенденції у сфері управління персоналом компаній в умовах трансформацій. *Економіка та суспільство*, (52). 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-11>

**Шняк О.З.,**

*спеціаліст вищої категорії, старший викладач,  
викладач циклової комісії готельно-ресторанної справи  
ВСП «Львівський фаховий коледж  
харчової та переробної промисловості НУХТ»*

### **ОСНОВНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Якість – один з найважливіших показників роботи готельного підприємства. Поняття «якість послуг» і «якість обслуговування» мають неоднакове значення, тому що обслуговування – це процес, а послуга – результат цього процесу. Послуга виступає закономірним наслідком процесу обслуговування. Тоді якість послуг, як якість кінцевих результатів праці у формі діяльності, залежить від якості обслуговування [2].

Відповідно до вищезгаданих аргументів, не слід змішувати категорії «якість продукції», «якість обслуговування» і «якість

послуг», ні тим більше підмінювати одне іншим не можна, як не можна ототожнювати два види діяльності – з виробництва матеріальних благ і надання послуг.

Згідно міжнародного стандарту ІСО 9000, якість – це сукупність властивостей і характеристик послуг, які здатні задовольняти обумовлені або передбачувані потреби споживачів [5].

Для надання якісного обслуговування у готельному підприємстві необхідно:

- добре оснащену матеріально-технічну базу;
- наявність кваліфікованого, вмотивованого персоналу;
- оптимальна організаційна структура, яка забезпечить досягнення стратегічних цілей підприємства;
- чітке управління підприємством та управління якістю.

Якість обслуговування туристів – проблема комплексна, її вирішення передбачає ефективне використання всіх важелів, різних форм і методів впливу. В основу вирішення цієї проблеми покладено системний підхід єдності і взаємодія організаційних, технічних, економічних, соціологічних правових заходів [4].

Сприйняття споживачем якості готельного обслуговування – це формування в його свідомості образу відмінностей між очікуваним і фактично отриманим обслуговуванням з подальшим переростанням цього образу в емоційний настрій. Його можна виміряти: сильний позитивний настрій – високий ступінь задоволеності – висока якість обслуговування або сильний негативний настрій – низька якість обслуговування.

Послуги готелю характеризуються матеріальною й нематеріальною складовими. Перша охоплює рівень технологій, друга – рівень обслуговування. Це відбивається у різних складових сприйняття якості споживачами: «що нас оточує» і «як нас обслуговують» [5].

Управління якістю обслуговування в готельно-ресторанному бізнесі відіграє все більш помітну роль у сучасних системах управління підприємствами ресторанного та готельного типів, оскільки якість є найбільш вагомим інструментом конкурентоспроможності послуг.

Під управлінням якістю послуг розуміють постійний, планомірний, цілеспрямований вплив на всіх рівнях на фактори та умови, що забезпечують надання послуг оптимальної якості і повноцінне їх споживання [5].

Система управління якістю готельних послуг розглядається

як своєрідний механізм управлінських відносин сформований з таких елементів[1]:

- законів управління якістю, тобто з суттєвих періодично повторюваних взаємозв'язків між елементами системи управління якістю, які забезпечують її функціонування та цілісність;

- об'єкта управління якістю (структурних підрозділів у підприємствах готельного господарства, керівників середнього і низового рівнів управління та підпорядкованого їм персоналу);

- предмета управління якістю – готельної послуги або з комплексу послуг, що надається у підприємствах готельного господарства;

- факторів управління якістю (на що спрямовано діяльність у сфері якості з метою досягнення визначених цілей);

- функцій та методів управління якістю – конкретних форм і засобів цілеспрямованого впливу органів управління якістю на інтереси та умови життєдіяльності працівників готелю;

- інформації – сукупності даних для прийняття управлінських рішень щодо якості послуг;

- методики – встановленого способу діяльності та інструментарію впливу суб'єкта управління якістю на об'єкт (планів, технологій, рішень, норм та нормативів, форм матеріального та морального стимулювання);

- організаційної структури – обов'язків, повноважень і взаємовідносин, поданих у вигляді схеми, за якою готельне підприємство виконує свої функції;

- технічних засобів збору, обробки та збереження інформації, технології виконання робіт, які підвищують продуктивність та ефективність управлінської праці у сфері якості;

- кадрів управління якістю – керівників, спеціалістів, допоміжного персоналу.

Менеджмент якісного обслуговування в підприємствах готельно-ресторанного бізнесу повинен включати два основні напрямки [3]:

1. Якісне обслуговування кожного гостя, що досягається через:

- внутрішньофірмову систему інформації – брифінги, збори персоналу;

- навчання – єдність персоналу, професійну майстерність, навчання творчому підходу;

- визнання і винагороду – введення номінацій, моральне

стимулювання, премії;

- визначення повноважень обслуговуючого персоналу – завдань персоналу, розгляд претензій гостей, усунення недоліків в роботі.

2. Гість повинен отримати максимальне задоволення від перебування в готелі, що передбачає:

- виконання бажань гостя – дослідження ринку та відгуків гостей;

- розгляд набору послуг – запровадження нових послуг, усунення недоліків, пов'язаних з обслуговуванням, підвищення якості існуючих послуг;

- задоволення запитів відвідувачів, формування бази даних постійних гостей, прийом гостей по вищому класу.

Отже, якість – це комплексне поняття, що характеризує ефективність всіх сторін діяльності підприємства готельно-ресторанного бізнесу: розробку стратегії, організацію управління наданням якісних готельних послуг, маркетинг тощо. Якість – це відчуття задоволення гостя від обслуговування, а якісні готельні послуги – це ті, що відповідають потребам гостя. У системі управління готельним підприємством найважливішою складовою є якість готельних послуг.

### **Список використаних джерел**

1. Дубоделова А.В. Система управління якістю готельних послуг: методологічні аспекти. *Проблеми економіки та управління*. Л.: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. Політехніка», 2008. №611. С.130-134.

2. Роглев Х.Й., Маркелов В.Л. Організація обслуговування в готельних комплексах: Посіб. За ред. І.М.Мініч. К.: КУТЕП, 2004. 163 с.

3. Лук'янов В.О., Мунін Г.Б. Організація готельно-ресторанного обслуговування: Навчальний посібник. 2-ге вид., переробл. і доповн. К. : Кондор, 2012. 344 с.

4. Кузнецова Н.М. Основи економіки готельного та ресторанного господарства. Навч. посібник, Київ, 1997.

5. Чоренька Н. В. Організація туристичної індустрії: Навчальний посібник. К.: Атіка, 2006. 264 с.

**Шулякова О.В.,**

*Завідувач відділенням економіки та менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

**Валявіна О.Т.,**

*викладач-методист циклової комісії економіки та менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## **РОЗВИТОК МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ**

Наслідками руйнівної російсько-української війни є зростання безробіття, погіршення можливості працевлаштування та розвитку власного бізнесу.

Малий та середній бізнес відіграє ключову роль в економіці України, забезпечуючи значну частину доданої вартості, податкових надходжень, зайнятість працівників у суб'єктів господарювання. Військовий стан негативно вплинув на нормальне функціонування бізнесу; ускладнив логістику працівників на підприємствах; призвів до втрати платоспроможного попиту на продукцію з боку споживачів; зумовив руйнування ланцюгів доданої вартості.

Молодь є найбільш прогресивною частиною населення від якої залежить подальший соціально-економічний розвиток та відновлення повоєнної України. Результати Національного опитування української молоді (віком 16-35 років) проведеного з 19 червня по 21 липня 2024 року Центром аналізу та соціологічних досліджень (CISR) Міжнародного республіканського інституту (MPI) в межах програми USAID «Мріємо та діємо» показали такі відповіді на наступні питання:

1. Який вид Вашого працевлаштування (серед тих, хто тільки працює або і працює, і навчаються)? Так серед чоловіків (n=594) – 19% підприємці, серед жінок (n=434) – 16% підприємці.

2. Чи думали Ви над тим, щоб відкрити власну справу (серед тих, хто працює, але не є підприємцем)? Серед 1200 респондентів відповіли: Так – 71%, Ні – 29%.

3. Які основні причини перешкоджають Вам почати власний бізнес (серед тих, хто працює, але не є підприємцем; )? Серед 1200 респондентів відповіли: немає стартового капіталу (грошей) – 39%; нестабільність через війну – 24%; брак знань,

навичок – 11%; я не хочу займатися бізнесом – 9%; недостатньо впевненості у своїх силах – 8%; немає бізнесової ідеї – 7%. [2, с.66-70].

Відновлення та стабілізація в Україні підприємств малого та середнього бізнесу може бути досягнута через механізм підтримки та стимулювання розвитку молодіжного підприємництва, як фактора забезпечення зайнятості молоді, можливості реалізації його інноваційного потенціалу. Тому завдання нашого навчального закладу полягає в наданні студентам додаткових знань, умінь, практичних навичок для розробки та реалізації бізнес проектів.

У 2023-2024 навчальному році у ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж Національного університету «Львівська політехніка» в рамках вивчення курсу «Компанія» від Junior Achievement Ukraine було створено 4 міні-компанії та залучено 16 студентів відділення економіки та менеджменту. Вцілому в Україні учасники створили 246 мінікомпаній, до вивчення підприємництва приєдналися 154 заклади професійної (професійно-технічної), фахової вищої та передвищої освіти Вінницької, Дніпропетровської, Івано-Франківської, Київської, Львівської, Полтавської, Тернопільської, Хмельницької, Чернівецької областей та міста Києва. У фіналі національного конкурсу «JA Компанія року 2024» студенти коледжу були відзначені у чотирьох позиціях. 2-е місце в загальному рейтингу посіла мінікомпанія «Motore Bee», котра запустила виробництво екологічних вощанок. Усі учасники навчального курсу набули професійні компетентності у сфері підприємництва через практику, навчання здійснювалось в інтерактивному форматі, що сприяло розвитку підприємницького мислення.

Отже, молодіжне підприємство можна розглядати як один з напрямів майбутнього відновлення малого та середнього бізнесу повоєнної України. Саме молодь швидко навчається, адаптується до нових змін, орієнтується у новітніх цифрових технологіях, динамічна, креативна, амбітна.

Одним з інструментів залученням молоді до підприємницької діяльності є участь в реалізації різних ініціатив, програм, які мають навчати та надавати практичний досвід ведення бізнесу в різних галузях національної економіки.

### Список використаних джерел

1. Про основні засади молодіжної політики: Закон України від 27 квітня 2021 року №414-IX. Верховна Рада України. 2021. [Електронний ресурс]. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1414-20#n356>
2. Українська молодь сьогодні. Опитування молоді (червень – липень 2024). URL: <https://static1.squarespace.com/static/627>

**Яременко О.Ф.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин  
Хмельницький національний університет*

### **ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ В ЛОГІСТИЦІ**

Діяльність підприємств у сучасних глобальних соціально-економічних умовах, особливо за умов військового стану та нестабільності ділового середовища, значною мірою залежить від рівня ефективності управління. У ситуаціях, коли деструкція зовнішніх та внутрішніх викликів посилюється, систематична оцінка управлінських процесів стає ключовою передумовою забезпечення конкурентоспроможності та стійкості організацій. Це, у свою чергу, відкриває ширші можливості для їх адаптації та розвитку. Одним із ключових напрямів удосконалення управління підприємством є не лише оптимізація економічних, виробничих, технологічних і організаційних процесів, а й систематизація підходів до ефективного практичного управління. Ефективність управлінських процесів є основним резервом для підвищення результативності діяльності підприємства. Для забезпечення високого рівня управління необхідно регулярно здійснювати оцінювання його ефективності. Такий підхід забезпечує визначеність у прийнятті рішень, дозволяє відстежувати динаміку розвитку організації, а також оцінювати досягнуті результати, що є базою для подальшого вдосконалення діяльності.

Питання оцінювання ефективності управління в сучасних соціально-економічних умовах, особливо у контексті функціонування складних логістичних систем, залишаються недостатньо дослідженими в науковій літературі. Станом на сьогодні відсутнє єдине розуміння щодо визначення основних елементів, показників та критеріїв ефективності управління

підприємством. Існуючі дослідження здебільшого мають фрагментарний характер. Зокрема, Н.І. Чухрай [4] запропонувала низку методичних рекомендацій щодо встановлення ефективності інноваційної діяльності логістичного забезпечення. У роботі В.Г. Банько [2] викладено методику аналізу ефективності менеджменту, яка слугує основою для подальших досліджень. Таким чином, сучасній науковій літературі, присвяченій питанням менеджменту, представлено різноманітні теоретико-методологічні підходи до розуміння поняття «ефективність управління», які різняться залежно від характеристик, які дослідники вважають ключовими, та способів представлення ефективності через конкретні показники і критерії. Отже, аналіз літературних джерел дозволяє стверджувати, що категорія «ефективність управління» використовується у різних варіаціях, відображаючи широкий спектр явищ та процесів, як у науковій площині, так і у практичній діяльності.

Зосереджуючись на питаннях ефективності саме управлінського рішення, розглянемо ефективність саме фокусуючись на цій проблемі. Рішення найчастіше розглядаються з вершин основи трикутної піраміди, а саме як організаційний акт, один з основних етапів процесу управління, інтелектуальне завдання, процес легалізації управлінського впливу на керовану підсистему, результатом (четвертою вершиною) є результат, виражений ефектом від реалізованого рішення. Ухвалюють рішення особи, які несуть за них відповідальність. Отже, виходячи із викладеного, можна припустити, що оцінка ефективності управлінського рішення, в тому числі в логістичних системах, передбачає оцінку ефективності роботи особи, яка ухвалює рішення.

В класичному розумінні під економічним ефектом, як правило, визначають представлену у грошових одиницях абсолютну величину результату господарської діяльності, а економічна ефективність представляє собою співвідношення результату і витрат на його одержання. Зважаючи на те, що ефективність прийняття управлінських рішень означає в якій мірі управлінське рішення забезпечує шляхи розвитку економічної системи в умовах, які складаються. Зважаючи на складність структури, оцінці ефективності управлінських рішень необхідно забезпечити синтез економічних та соціальних аспектів управління. У відповідності з цим повинна розроблятися і система критеріїв оцінки ефективності.

В оцінках економічної ефективності проектів господарських рішень, використання ресурсів (капітальних вкладень, діючих виробничих фондів) доцільно додержуватись ряду принципів [3, с. 22]:

- ефективність повинна визначатись співставленням результатів з витратами;

- додержуватись комплексного підходу, розглядаючи як сферу виробництва, так і експлуатації, враховуючи зв'язки проектного рішення з іншими процесами;

- правильно враховувати поточні і капітальні витрати, здійснені у різні строки;

- вибір варіанту методами порівняльної ефективності необхідно доповнювати оцінкою загальної ефективності;

- при виборі варіантів технічних рішень необхідно виходити з оптимальних для даних умов режимів використання технічних засобів по кожному варіанту;

- критерій оптимальності при виборі рішень повинен бути єдиним для всіх варіантів, що порівнюються.

Ефективність у контексті управлінських рішень розглядається як співвідношення ресурсів (витрат), що витрачаються, до досягнутих результатів. Витрати, пов'язані з ухваленням управлінських рішень, включають: інформаційні, часові, технічні, трудові ресурси, а також інші витрати.

Ефективність управлінських рішень визначається трьома групами факторів:

- 1) Використання ресурсів: характеризує структуру та якість наявних ресурсів, їх раціональне використання, економію в процесах управління, а також можливості їх поповнення та накопичення.

- 2) Фактор часу: відображає своєчасність прийняття рішень, економію часу, застосування сучасних технологій та залучення персоналу, здатного оперативно й професійно вирішувати поставлені завдання.

- 3) Цілеспрямованість управління: охоплює реальність і значущість визначених цілей, що відповідають стратегії організації та враховують економічні процеси розвитку. Цей фактор безпосередньо впливає на досягнення результатів діяльності.

Ефективність або результативність управлінського рішення визначається шляхом порівняння очікуваної віддачі з фактично досягнутою. Такий аналіз необхідний для оцінки стійкості внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства у процесі

реалізації рішення. Реакція середовища на впроваджені рішення дозволяє не лише перевірити їх виконання, але й у разі значних розбіжностей між очікуваними та фактичними результатами скоригувати стратегію управління.

Співвідношення між ефектом (результатом) і витратами є ключовим показником ефективності будь-якої діяльності. Цей показник може бути як додатним, так і від'ємним, що вказує на ефективність або неефективність в управлінському процесі.

Загальний методологічний підхід до оцінювання ефекту у вартісній формі відображається формулою:

$$E = \sum_{t=0}^T (P_t - B_t)$$

де:

$E$  – сумарний ефект від розроблення та впровадження управлінського рішення, грн;

$P_t$  – результати від впровадження управлінського рішення в  $t$ -му періоді, грн;

$B_t$  – видатки на створення (розроблення) і реалізацію управлінського рішення в  $t$ -му періоді, грн;

$T$  – строк дії управлінського рішення.

Економічна ефективність управлінського рішення визначається за формулою:

$$E_{yp} = \frac{E}{B_t}$$

Кількісна оцінка ефективності управлінських рішень на стадії розробки і прийняття багато в чому утруднена через специфіку управлінської праці, яка полягають в наступному:

– управлінська праця, включаючи розробку і прийняття рішень, це переважно творчий процес, який важко піддається нормуванню та обліку;

– результати реалізації рішень проявляються опосередковано через діяльність колективу підприємства в цілому, в якому складно виділити управлінську частку витрат. А тому ототожнюються результати праці розробників рішень і виконавців, на яких спрямовано управлінський вплив;

– реалізація рішення пов'язана з певними соціально-

психологічними результатами, кількісна оцінка яких ще складнішою, ніж економічних;

– ускладнює оцінку ефективності рішень і часовий чинник, оскільки їх реалізація може бути як оперативною (миттєвою), так і розтягнутою в часі (протягом днів, тижнів, місяців і навіть років);

– утруднене і кількісне вираження характеристик якості самих рішень як основної передумови їх ефективності, а також дій і взаємодії окремих працівників.

Тому на стадії розробки і прийняття управлінського рішення можна дати тільки орієнтовну оцінку його ефективності.

У логістиці створена система показників економічної ефективності. Зовнішні показники – це загальні витрати, якість сервісу і повернення на інвестиції. Внутрішні показники – тривалість логістичних циклів і продуктивність. Основними критеріями оцінки є такі характеристики:

1) Чистий прибуток – сумарні доходи за винятком витрат і податків.

2) Узагальнений показник – співвідношення реалізованої продукції на 1 гр. од. собівартості.

3) Рентабельність продажів – відношення ціни до собівартості; вона характеризує чистий прибуток підприємства на кожен 1 гр.од, отриману від реалізованої продукції.

4) Продуктивність – відношення пропускну здатності ділянки до кількості застосовуваних ресурсів.

Однак перераховані показники мають ряд недоліків: вони залежать від прийомів розрахунку, характеризують вже зроблені угоди купівлі-продажу.

Іншим видом характеристики логістичних рішень є прямі показники: вага, швидкість оборотності, відстань транспортування, число виконаних заявок. Абсолютні показники – збут, баланс, дохід – також дозволяють дати оцінку логістичним рішенням.

Транспортні витрати – це всі витрати, пов'язані з виконанням функцій логістичного ланцюга. Продуктивні витрати – це кошти, спрямовані на додану собівартість (оформлення замовлень, контроль).

Зазначені способи оцінки ефективності рішень повинні аналізуватись, тому що жоден з наведених показників окремо не може сформувати об'єктивної картини.

Розроблено кілька методів оцінки логістичних рішень: метод витрат, метод продуктивності, метод сервісу. Їх суть полягає

в визначенні ймовірності отримання бажаного результату.

Метод витрат встановлює вартісний критерій на виконання певної операції.

Метод продуктивності виражається в розрахунку перевезеного вантажу на транспортну одиницю в заданий часовий період.

Метод сервісу враховує час, точність і структуру послідовності операцій.

Окрім того, вміння передати завдання виконавцям є важливим важелем ефективності ухваленого рішення. Зважаючи на це, у практичній діяльності виділяються чотири основні причини невиконання рішень: рішення було недостатньо чітко сформульовано менеджером; рішення було ясно і чітко сформульовано, однак виконавець його погано зрозумів; рішення чітко сформульована і виконавець його добре зрозумів, але у нього не було необхідних умов і засобів для його виконання; рішення було грамотно сформульоване, виконавець його засвоїв і мав усі необхідні засоби для його виконання, але у нього не було внутрішнього згоди з варіантом рішення, запропонованим менеджером. Виконавець у даному випадку може мати свій, більш ефективний, на його думку, варіант рішення даної проблеми. Таким чином, ефективність рішення залежить не тільки від його оптимальності, але і від форми доведення його до виконавців (оформлення рішень і особистих якостей керівників і виконавців).

Отже, критерієм оціночного аналізу будь-якої діяльності має бути кінцевий результат. Цілями проведення оцінки ефективності працівників можуть бути адміністративні (прийняття обґрунтованих рішень); інформаційні (визначення рівня кваліфікації та ККД співробітників); мотиваційні (корекція винагороди, стимулювання професійного зростання). Мета оцінки – комплексна корпоративна система аналізу ключових показників ефективності, яка здатна вплинути на прибуток компанії. Найчастіше для цього використовується система аналізу ключових показників ефективності KPI (Key Performance Indicators). У кожній компанії має бути своя персональна система оцінювання, яка враховує специфіку ринку та персоналу. Їх можна розділити на чотири основні категорії: якість роботи (управління цілями через присвоєння балів за їх досягнення; суб'єктивна оцінка керівника (оцінка співробітника за результатами та потенціалом; виробничі дефекти/ кількість помилок (кількість є свідченням низької якості роботи); Net Promoter Score (готовність клієнта рекомендувати

послугу компанії); зворотний зв'язок (оцінка роботи співробітника колегами, підлеглими, клієнтами); примусовий рейтинг (порівнює співробітників компанії/відділу між собою та оцінює їх роботу)); кількість роботи (кількість продажів/вироблених одиниць (спосіб визначити результати роботи виконавця)), ефективність роботи та організаційні показники ефективності (дохід/прибуток на одного працівника (низький дохід/прибуток та багато працівників дають нижчий рейтинг, і навпаки); рентабельність людського капіталу (відношення доходу компанії до загальної суми зарплат та премій); коефіцієнт пропусків; понаднормовий час (співробітники, які готові докласти додаткових зусиль, як правило, більш мотивовані та виробляють більше (мається на увазі кількість роботи, проте не завжди – якість).) [1].

Таким чином, управлінське рішення вважається реалізованим тільки за умови досягнення поставлених цілей і результатів, які відповідають критеріям ефективності. Ефективність управління організацією є ключовою умовою покращення її кінцевих результатів, зокрема фінансово-економічних показників, а також забезпечення позитивного соціально-психологічного клімату. Роль керівника або особи, яка ухвалює рішення та несе за нього відповідальність, є визначальною на всіх етапах цього процесу. Ефективне управління вимагає не лише вибору правильного рішення, а й забезпечення його результативності через моніторинг та коригування у разі необхідності. Подолання існуючих розривів у системі управління виробництвом та загалом організацією можливе за рахунок підвищення якості роботи керівників, впровадження сучасних методів прийняття рішень і стратегічного планування. Це дозволяє адаптуватися до викликів зовнішнього середовища, використовувати ресурси раціонально та досягати цілей організації ефективно і вчасно. Таким чином, успішне управлінське рішення є не лише показником професіоналізму керівника, але й запорукою стабільного розвитку організації, орієнтованої на досягнення як економічних, так і соціальних цілей.

### **Список використаних джерел**

1. 17 показників ефективності співробітників на всі випадки URL: <https://bakertilly.ua/17-%D0%BF%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%B7%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D1%96%D0%B2-%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96->

%D1%81%D0%BF%D1%96%D0%B2%D1%80%D0%BE%D0%B1%D1%96%D1%82%D0%BD/ (дата звернення 10.11.2024)

2. Банько В.Г. Логістика : навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. Київ : КНТ, 2007. 332 с

3. Економіка підприємства: Навчальний посібник. За заг.ред. О.М. Бандурки. Х.: ХНУВС. 2017. 192с.

4. Чухрай Н.І. Логістичне забезпечення інноваційної діяльності підприємства : методичні рекомендації / за наук. ред. Є.В. Крикавського. Львів : ІРД НАН України, 2003. 44 с

## РОЗДІЛ 2 ЕКОНОМІКА ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ

**Зарнадзе В.С.,**

*здобувач вищої освіти навчально-наукового інституту  
електроенергетики, електроніки та електромеханіки  
НТУ «ХПІ»*

**Науковий керівник: Проскурня О.М.,**

*канд. тех. наук, доцент, доцент кафедри економіки бізнесу та  
міжнародних економічних відносин  
НТУ «ХПІ»*

### АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВСТАНОВЛЕННЯ ДОМАШНЬОЇ СОНЯЧНОЇ СТАНЦІЇ

Зараз про встановлення сонячної електростанції задумується, мабуть, кожний у кого є приватний будинок. Також цьому сприяють програми підтримки децентралізованої енергетики “ГрінДІМ”, яка компенсує 70% вартості обладнання [1], але не більше 1млн. грн та “Зелений тариф” за яким можна продавати надлишок виробленої електроенергії у мережу за підвищеним тарифом.

Найбільшою проблемою сонячної енергетики є те, що найбільше її вироблення приходиться на літо, коли немає необхідності опалювати будинок, а взимку виробіток майже відсутній коли споживання велике [2]. Також наразі є проблема утилізації відпрацьованих панелей та ризик пов’язаний з пошкодженням панелей від військових дій та погодних умов [3].

Нами розглядається енергоспоживання будинку влітку 14кВт·годин за добу, взимку 37кВт·годин за добу. Обираємо гібридну систему, яка передбачає, окрім заживлення будинку, заряджання акумуляторної батареї від сонця та продаж надлишкової енергії в мережу. Гібридну систему також обрали для того, щоб була можливість заживити будинок після заходу сонця коли може бути блекаут і не буде можливості купувати енергію з електромережі. Розглядаємо три варіанти станції на 5, 10 та 20 кВт потужності.

В розрахунку приймалося:

- що споживання 37кВт·год на добу з жовтня по березень, а споживання 14кВт·год на добу з квітня по вересень тобто споживання 9034,2 кВт·год за рік, що у грошовому еквіваленті дорівнює 39027,7грн;

- що станція вдень заряджає акумуляторну батарею та заживлює будинок. Після заряду батареї надлишок енергії продається в мережу;

- що в будинку не буде відбуватися ніяких заходів по економії електроенергії (використання іншого способу опалення будинку (тепловий насос, сонячний колектор тощо), нагрівання води та приготування їжі).

- що акумуляторна батарея в ціну станції не входить.

- що купівля електроенергії по тарифу 4,32грн за кВт·год, а продаж по 6,15 грн за кВт·год.

Результати розрахунків наведені в графічній формі на рисунку 1.

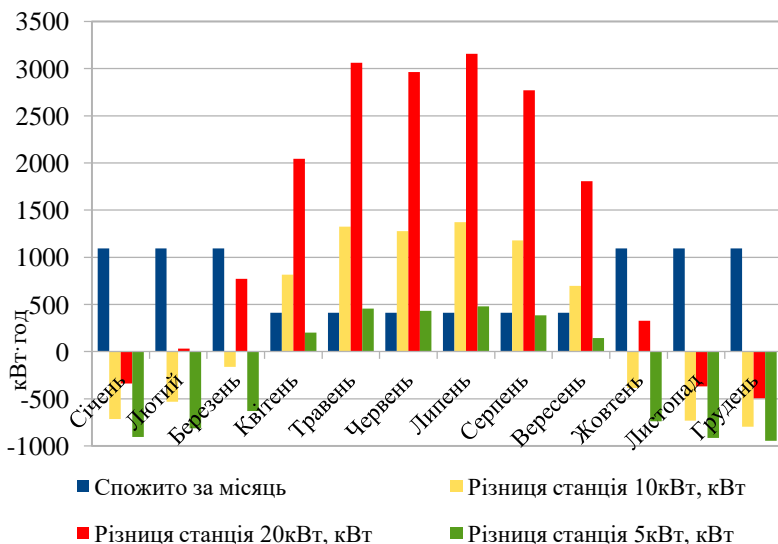


Рис. 1. Графік спожитої та виробленої електроенергії за рік (кВт·год в місяць)

де, «Різниця станція хх кВт» – це різниця між спожитою і виробленою енергією.

З графіку видно, що станція на 5 кВт покриває споживання будинку тільки з травня по серпень, але майже не виробляє надлишку для продажу в мережу. В інші місяці виробляється енергії менше, ніж споживається, тому недостача компенсується купівлею з мережі. За підсумком року вироблено 6192 кВт·год, а з мережі докуплено недостатньої енергії на 8438,35 грн. А з урахуванням зносу панелей, за 25 років станція на 5 кВт вийшла в

мінус на 399784,5 грн.

Станція 10 кВт повністю покриває споживання будинку з квітня по вересень та продає надлишок енергії в мережу. В інші місяці виробляється енергії менше, ніж споживається, тому недостача компенсується купівлею з мережі. За підсумком року вироблено 12383,9 кВт·год, а в мережу продано надлишкової енергії на 26653,8 грн. А з урахуванням зносу панелей, за 25 років станція на 10кВт принесе 411375,8 грн.

Станція 20 кВт теж повністю покриває споживання будинку з квітня по вересень та продає надлишок енергії в мережу. В інші місяці виробляється енергії менше, ніж споживається, тому недостача компенсується купівлею з мережі. За підсумку року вироблено 24767,8 кВт·год в мережу продано надлишкової енергії на 98897,9 грн. А з урахуванням зносу панелей, за 25 років станція на 20кВт принесе 2040299,5 грн.

Якщо не ставити СЕС, то за 25 років вартість витраченої електроенергії складе 975693,6 грн. На сьогоднішній час ціна станції в такому діапазоні: 5кВт – 189986 грн; 10кВт – 251304 грн; 20кВт – 418549грн. Таким чином встановивши станцію на 5кВт можна заощадити 575909 грн. на оплату за спожиту електроенергію; на 10кВт заробити 411375,8 грн; а на 20 кВт заробити 2040299,5 грн. При цьому термін окупності станції наступний: станція на 5 кВт не окупиться; станція на 10кВт окупиться за 9,48 років та станція на 20 кВт окупиться за 4,26 роки.

Таким чином, встановлення СЕС потужністю 5кВт для даного будинку в перспективі заощадить гроші, але такий проект буде дуже ризикований в наш час. Доплативши 32% до ціни станції на 5кВт можна встановити СЕС потужністю 10 кВт і в перспективі за 25 років заробити 411375 грн. при цьому окупність сягатиме близько 10 років і ризик менший. Доплативши 67% до ціни станції на 10кВт можна встановити СЕС потужністю 20 кВт і в перспективі за 25 років заробити 2040299 грн., окупиться станція приблизно за 4,5 років.

### **Список використаних джерел**

1. EEFUND: [Веб-сайт] [Електронний ресурс] 2023. URL: <https://eefund.org.ua/greendim/> (дата звернення: 01.11.2024).
2. Губа Д.М., Проскурня О.М, Розвиток відновлювальних джерел енергії в довоєнний період та їх стан під час воєнного стану. *Сучасні досягнення та перспективи науки та освіти : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*

*Міжнародний гуманітарний дослідницький центр (Житомир, 15 листопада 2023 р). Research Europe, 2023. С.166-169*

3. Кирисов І. Г., Михайлов Б. К., Лосенко Є. В., Вплив затінення та пошкоджень сонячних батарей на їх параметри. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Технічні науки* Том 34 (73) № 1 2023. С.180-185 DOI <https://doi.org/10.32782/2663-5941/2023>

**Купалова Г.І.,**

*д.е.н., професор, професор кафедри екологічного менеджменту та підприємництва*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

**Гончаренко Н.В.,**

*к.е.н., доцент, завідувач кафедри екологічного менеджменту та підприємництва*

*Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

## **ІННОВАЦІЙНА ЕКОСИСТЕМА ОРГАНІЧНОГО ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИНИЦТВА**

Україна займала лідерські позиції на ринку органічної продукції в країнах Європейського Союзу та відіграла важливу роль у її постачанні на міжнародні ринки ще до початку повномасштабної війни. Протягом останніх років активні бойові дії спричинили в секторі органічного аграрного виробництва надзвичайно великі економічні та екологічні збитки [1]. Незважаючи на це, понад 70 % вітчизняних органічних операторів наполегливо продовжують свою виробничу діяльність, оптимізуючи ланцюги постачання та освоюючи нові ринкові ніші.

Важливою передумовою сталого функціонування органічного виробництва аграрної продукції в сучасних умовах є стимулювання інноваційної діяльності виробників, науковців та інвесторів щодо розробки та прикладного впровадження інноваційних технологічних рішень у виробництво, зберігання і постачання органічної продукції. Це дозволить суттєво підвищити економічну ефективність органічних виробників та операторів ринку. Не менш важливим результатом інноваційної діяльності у сфері органічного виробництва є також вихід і закріплення на стрімко зростаючих ринках органічних добрив, біопрепаратів, сівалок та інших засобів. За оцінками учених, у 2026 р.

європейський ринок органічних добрив сягне 3,5 млрд \$, а світовий – понад 20 млрд \$ [2]. Провідні виробники мінеральних добрив активно працюють над створенням фосфорно-калійних, азотно-фосфорно-калійних добрив із додаванням природного мінералу – полісульфату. Він дозволений для використання в органічному землеробстві і має найменший з-поміж усіх добрив вуглецевий слід [3]. Враховуючи вимоги Європейського зеленого курсу щодо декарбонізації виробництва, вважаємо, що попит на екологічно безпечні добрива стабільно зростатиме.

Інноваційна діяльність в органічному рослинництві охоплює такі основні напрями:

- розробка систем супутникової навігації. Такі системи дозволяють оптимізувати виробничі процеси – посів насіння, обробку насаджень, оцінювання стану посівів та ін. Економічний ефект формується за рахунок оптимального використання посівного матеріалу, добрив та інших ресурсів;

- обґрунтування технологій вирощування культур, адаптованих до місцевих умов з урахуванням тенденцій зміни клімату [4]. Беззаперечним нині фактом є посилення кліматичних змін. Виробники органічної продукції повсякчас стикаються з дефіцитом водних ресурсів, збільшенням кількості природних аномалій. Тому актуальною вимогою часу є розробка та обґрунтування ефективності інноваційних технологій, апробація і використання яких дозволить поступово трансформувати виробничу, збутову, управлінську інфраструктури аграрних виробників з урахуванням природних і ринкових змін;

- створення інноваційних біопрепаратів для захисту рослин;

- розробка інноваційної сільськогосподарської техніки для обробки ґрунту, посівів, внесення добрив тощо.

Інноваційна діяльність у сфері органічного сільського господарства в Україні ускладнюється через дію негативних факторів, спричинених повномасштабним військовим вторгненням росії на територію України. Основні з них такі:

- падіння рівня рентабельності виробництва і, відповідно, фінансової спроможності господарств щодо випуску інноваційної продукції та/або технологій;

- нестача необхідних матеріально-технічних ресурсів для забезпечення інноваційної діяльності;

- затяжний період впровадження – від створення мінімально життєздатного продукту до практичної реалізації інноваційного рішення у виробництві, зберіганні, збуті чи іншому

етапі життєвого циклу;

- слабка комунікація між зацікавленими стейкхолдерами (виробники – наукові інститути – оператори ринку);

- неефективна інформаційна діяльність щодо висвітлення можливостей і переваг застосування вже створених інноваційних технологій, продуктів та ін.;

- низька активність фермерів і невеликих аграрних підприємств;

- ринкова та економічна невизначеність, які спричинені продовженням воєнних дій.

Враховуючи зовнішні фактори і потенційний дефіцит інвестиційних ресурсів, активізація інноваційної діяльності у сфері органічного виробництва продукції рослинництва можлива шляхом створення єдиної інноваційної екосистеми. Під нею слід розуміти добровільну, зацікавлену, паритетну співпрацю незалежних організацій та індивідів, які об'єднують ресурси, розподіляють зобов'язання, ризики і вигоди, формують культуру довіри, відкритості, чесності, справедливості відносин і поваги до партнерів. Це дозволить подолати конкуренцію між собою задля досягнення спільної мети – створення інновацій, і потребує постійного обміну знаннями й інформацією, постійних узгоджень і координації дій. Виникає також необхідність сформувати нові неформальні правила, норми і структури, яких будуть дотримуватися усі учасники [5].

В Україні інноваційні екосистеми перебувають на стадії становлення. Інституціональна структура і зв'язки в них формуються залежно від стратегічних та операційних цілей і задач галузі, рівня інноваційної активності та зацікавленості різних стейкхолдерів. Зважаючи на початковий етап становлення і велику кількість зацікавлених стейкхолдерів, інноваційна екосистема органічного виробництва продукції рослинництва повинна формуватися з урахуванням таких принципів:

- *Пріоритетність*. Сектор органічного виробництва продукції рослинництва перебуває на стадії масштабування, яке відбувається в умовах жорстких обмежень, а саме фінансових і виробничих (земельні ресурси, оборотні засоби, техніка та ін.). Таким чином, інноваційна діяльність учасників екосистеми повинна спрямовуватись на пріоритетні напрями наукових досліджень і розробок, які поширюватимуться на аграрний сектор. Вони сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності як окремих товаровиробників, так і сільського господарства загалом,

на внутрішньому і міжнародних ринках, насамперед, на європейському. Одним з найперспективніших інноваційних розробок нині є всебічна диджиталізації виробничих і збутових процесів, управління ризиками та ін.

- *Продуктивна взаємодія стейкхолдерів.* Органічний сектор включає різноманітних стейкхолдерів. До них належать: виробники продукції, оператори ринку, постачальники засобів виробництва, сертифікаційні органи та ін. Часто вони конкурують між собою. Залучення до інноваційної екосистеми передбачає посилення взаємодії між різними учасниками, формування стійких виробничих, технологічних, наукових зв'язків, які розвиватимуться під впливом змін споживчих інтересів, зовнішнього інноваційного середовища. Отже, першочерговим завданням формування екосистеми є залучення стейкхолдерів, які розуміють важливість імплементації інновацій, готових до співпраці і розподілу ризиків інноваційних досліджень.

- *Ефективний менеджмент.* Формування інноваційної екосистеми потребує чіткого, дієвого управління на всіх етапах – планування, організації, контролю. Впровадження єдиної системи менеджменту дозволить визначити пріоритетні потреби виробників, розробити єдині стратегічні цілі і задачі інноваційної діяльності, побудувати оптимальні взаємозв'язки між стейкхолдерами, залучити необхідні фінансові інвестиції.

- *Комерційна привабливість.* Важливим результатом інноваційної діяльності є комерціалізація інноваційних розробок. Формування єдиної екосистеми сприятиме залученню венчурного капіталу, популяризації вітчизняних інноваційних розробок, забезпеченню присутності на міжнародних інноваційних платформах.

- *Науковість.* Визначальною складовою інноваційної екосистеми органічного виробництва продукції рослинництва повинна стати взаємодія виробників та науково-дослідних установ, які мають відповідний кадровий потенціал для розробки інноваційних рішень щодо покращення технічних, екологічних та виробничих процесів господарської діяльності;

- *Міжнародна інтеграція.* Для обміну передовими технологіями, вивчення та імплементації міжнародного досвіду, популяризації результатів вітчизняних досліджень важливо налагоджувати міжнародні наукові зв'язки у тому числі шляхом створення міжнародних наукових консорціумів, активної участі в європейських грантових програмах тощо.

- *Інформаційна відкритість*. Враховуючи те, що в органічному секторі переважають невеликі аграрні підприємства або фермерські господарства, пріоритетним завданням інноваційної екосистеми є наповнення інформаційного простору даними про результати інноваційної діяльності, технологічні та екологічні розробки, можливості та переваги участі в інноваційній діяльності.

Таким чином, незважаючи на економічні та безпекові ризики, органічне виробництво рослинницької продукції виступає перспективною ланкою сільського господарства України. Для забезпечення сталого розвитку і високого рівня конкурентоспроможності органічного сектору важливо стимулювати інноваційну діяльність виробників, операторів ринку та інших стейкхолдерів. За сучасних умов економічної нестабільності, ускладнення фінансового забезпечення перспективним інструментом активізації інноваційної діяльності є створення єдиної інноваційної екосистеми органічного виробництва продукції рослинництва. Ця система здатна забезпечити формування сталих зв'язків, активізувати інноваційну активність, прийняття та реалізацію сучасних технологічних рішень.

### **Список використаних джерел**

1. Аналіз українського органічного сектору. 8 місяців від початку повномасштабної війни в Україні. URL.: <https://business.diia.gov.ua/analytics/research/Analysis-Ukrainian-organic-sector-war-Ukraine>

2. Червоний Д. Перспективи розвитку ринку органічних добрив в Україні. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2023. № 1(30). С. 116-128. URL.: <file:///C:/Users/User/Downloads/293937-%D0%A2%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%96-678261-1-10-20231220.pdf>

3. Відновлення чи падіння. Куди рухається український ринок добрив. URL.: <https://agroportal.ua/publishing/intervyu/vidnovlennya-chi-podalshe-padinnya-kudi-ruhayetsya-ukrajinskiy-rinok-dobriv>

4. Інновації у виробництві органічної сої та пшениці. URL.: [https://qftp.org/wp-content/uploads/2020/05/3\\_aleksandr-bittner-konsultant-nimechchyna12.pdf](https://qftp.org/wp-content/uploads/2020/05/3_aleksandr-bittner-konsultant-nimechchyna12.pdf)

5. Підоричева І.Ю. Розвиток інноваційних екосистем України в умовах глобалізації та європейської інтеграції. URL.: [https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/pidorycheva\\_konf\\_13-kvitnia.pdf](https://iie.org.ua/wp-content/uploads/2021/04/pidorycheva_konf_13-kvitnia.pdf)

**Курило С.А.,**  
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність 075 «Маркетинг»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Науковий керівник: **Донець Д.М.,**  
ст. викладач каф. МЛ  
Національний університет «Львівська політехніка»*

## **ВПЛИВ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ**

Взаємодія держави та інноваційних процесів є визначальним фактором сучасного економічного розвитку, де державна політика створює сприятливе середовище для інноваційної діяльності, а інновації, в свою чергу, забезпечують економічне зростання та підвищення конкурентоспроможності країни.

Сучасна стратегія економічного і соціального розвитку України передбачає радикальну трансформацію економічної моделі. Ключовим елементом нової стратегії розвитку України є формування та реалізація ефективної державної політики, спрямованої на модернізацію виробництва, розвиток нових галузей, що базуються на високих технологіях, створення сприятливого середовища для наукових досліджень та розробок. Мета цих трансформацій – перетворення України на сучасну інноваційну економіку, здатну конкурувати на світовому ринку та забезпечити високий рівень життя населення.

Інноваційний розвиток вітчизняних підприємств стримується низкою взаємопов'язаних факторів, серед яких ключову роль відіграють недосконалість державної політики у сфері інновацій. Недостатнє фінансування наукових досліджень та розробок, відсутність чіткої та прозорої законодавчої бази, а також обмеженість інноваційної інфраструктури створюють значні бар'єри для впровадження нових технологій та продуктів.

Аналіз чинного законодавства України в сфері правового забезпечення інноваційної діяльності виявляє відсутність системного підходу. Незважаючи на наявність окремих нормативно-правових актів, що регулюють різні аспекти інноваційної діяльності, загальна картина характеризується відсутністю чіткої концептуальної єдності.

Загальні положення щодо інноваційної діяльності містяться

у Главі 34 Господарського кодексу України [1]. Водночас, детальніше регулювання інноваційних процесів здійснюється Законом України «Про інноваційну діяльність» [2]. Крім того, важливим аспектом інноваційної діяльності є право інтелектуальної власності, яке регулюється окремою книгою Цивільного кодексу України [3]. Така фрагментація нормативних положень ускладнює розуміння та застосування законодавства суб'єктами інноваційної діяльності, а також створює певні правові колізії.

Для усунення виявлених проблем необхідне створення єдиного кодексу, який би систематизував всі нормативні положення, що регулюють дану сферу. Такий кодекс мав би містити чіткі визначення ключових понять, детальний опис процедур, а також механізми державної підтримки інноваційної діяльності. Крім того, необхідно забезпечити постійний моніторинг та оновлення законодавства з урахуванням розвитку інноваційних технологій.

Проблема відсутності єдиного координаційного центру, який би забезпечував системне фінансування, ефективне управління та комплексну реалізацію інноваційних проектів є серйозною перешкодою для розвитку інноваційної екосистеми в Україні. Наслідком такої ситуації є фрагментація інвестицій, неповнота реалізації проектів та, як наслідок, неефективне використання державних ресурсів [4].

Для успішного розвитку інноваційної екосистеми в Україні необхідний комплексний підхід, який включає як створення спеціалізованих державних інституцій, так і вдосконалення регуляторного середовища. Інституції повинні відповідати за формування стратегії інноваційного розвитку, фінансування перспективних проектів та співпрацю з бізнесом і науковими установами. Паралельно з цим, необхідно забезпечити прозорі та передбачувані правила гри для інноваційних компаній, що дозволить залучити приватні інвестиції та пришвидшити технологічні зміни.

Ще одним зі стримуючих факторів інноваційної діяльності в Україні є високий рівень ризику, пов'язаний з невизначеністю результатів та тривалими термінами окупності інвестицій. Це призводить до того, що значна частина підприємств обирає короткострокові проекти із гарантованою прибутковістю замість довгострокових інноваційних ініціатив.

Для вирішення цієї проблеми необхідно розробити комплекс заходів, спрямованих на зниження рівня ризику для інвесторів. Зокрема, це може включати створення державних

фондів підтримки інновацій, надання податкових пільг для інноваційних підприємств, розробку механізмів гарантування інвестицій, а також удосконалення інституційної середовища, що сприятиме розвитку інноваційної діяльності. Важливу роль відіграє також підвищення рівня кваліфікації науковців та інженерів, а також розвиток співпраці між науковими установами та бізнесом.

Аналіз досвіду розвинених країн свідчить про те, що державне регулювання інноваційної діяльності має бути збалансованим. Надмірне втручання держави може негативно вплинути на розвиток інноваційної економіки.

Прикладом є історія «Кремнієвій долини», де спроби жорсткого державного регулювання призвели до тимчасового уповільнення розвитку венчурного фінансування. Досвід формування «Кремнієвої долини» вказує на те, що ключовими факторами успішного розвитку венчурного фінансування є не стільки державне регулювання, скільки створення сприятливого середовища для підприємництва. Зокрема, важливу роль відіграють гнучкі ринки праці та капіталу, наявність потужної науково-дослідної бази, а також мінімальні адміністративні бар'єри [5].

Однак, це не означає, що держава повинна повністю відмовитися від участі в інноваційному процесі. Її роль полягає скоріше в створенні умов для розвитку інновацій, ніж у прямому управлінні цим процесом.

### **Список використаних джерел**

1. Господарський кодекс України: від 16.01.2003р. № 436-V. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002р. № 40-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2002, № 36, ст. 266. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>
3. Цивільний кодекс України від 16.01.2003р. № 435-IV. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № № 40-44, ст. 356. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>
4. Developing Ukraine's digital state: feedback invited on innovation ecosystem strategy. URL: <https://eufordigital.eu/developing-ukraines-digital-state-feedback-invited-on-innovation-ecosystem-strategy/>
5. The Silicon Valley Bank intervention and its implications. URL: <https://www.caixabankresearch.com/en/economics-markets/financial-markets/silicon-valley-bank-intervention-and-its-implications>

**Лагановський А.О., Бойчук Н.А.,**  
*студенти I курсу групи ХТ-140,*  
*ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж*  
*ДТЕУ»*

*Науковий керівник: **Надворна Н.Е.,***  
*викладач циклової комісії харчових технологій та готельно-*  
*ресторанного бізнесу*  
*ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж*  
*ДТЕУ»*

## **ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ**

Готельні підприємства України в сучасних умовах функціонують у середовищі багатомірної конкуренції, за якої ефективне господарювання залежить від своєчасного впровадження інновацій. Зростання конкуренції у сфері готельного господарства вимагає використання інноваційних методів управління персоналом, матеріальними ресурсами, інформацією, впровадження інфраструктурних, технологічних та інших інновацій у діяльність готельних підприємств [1].

Питанням впровадження інноваційних технологій на підприємствах готельного господарства задаються багато готельєрів, які розуміють реальний рівень конкуренції на ринку цих послуг, тому, щоб завоювати ринок, вони удосконалюють організацію і надання додаткових послуг. Одним з таких напрямків діяльності готелів є драйв-сервіс, а саме транспортне забезпечення.

Завдяки інноваціям, готелі можуть пропонувати гостям унікальний досвід, що враховує індивідуальні потреби кожного клієнта. Розглянемо основні технологічні тренди, що визначають майбутнє готельної індустрії.

1. Штучний інтелект та чат-боти. Штучний інтелект (ШІ) активно використовується для покращення обслуговування клієнтів. Чат-боти, інтегровані на сайтах і в додатках готелів, дозволяють гостям швидко отримувати відповіді на запити, здійснювати бронювання, дізнаватися про послуги готелю та інше. ШІ також здатен аналізувати вподобання гостей і пропонувати персоналізовані послуги, наприклад, рекомендувати місцеві розваги або страви, що відповідають їхнім смакам.

2. Інтернет речей (IoT). Інтернет речей вже став невід'ємною частиною готельного сервісу, оскільки дозволяє керувати номером за допомогою мобільного телефону чи

голосових команд. Наприклад, гості можуть налаштувати освітлення, температуру в номері, відкривати двері за допомогою електронних ключів у смартфоні. Це не тільки підвищує комфорт, але й сприяє ефективному використанню енергоресурсів.

3. Система розпізнавання обличчя. Багато готелів почали впроваджувати системи розпізнавання обличчя для швидшого і безконтактного процесу реєстрації гостей. Це дозволяє зменшити черги на рецепції і прискорити процес заселення. Така система також може посилювати безпеку, забезпечуючи доступ до кімнат тільки авторизованим гостям.

4. Віртуальна та доповнена реальність. Технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR) знаходять все більше застосувань у готельній індустрії. Гості можуть заздалегідь ознайомитися з номерами готелю, туристичними визначними пам'ятками або навіть брати участь у віртуальних турах. Це полегшує вибір, а також дає можливість готелям підвищувати рівень довіри з боку клієнтів.

5. Мобільні додатки для інтеграції послуг. Готелі інвестують у розробку власних мобільних додатків, які дозволяють клієнтам отримувати повний доступ до послуг готелю. Через додаток можна не тільки здійснювати бронювання, але й замовляти додаткові послуги, як-от сніданок у номер або бронювання столика в ресторані. Крім того, деякі готелі інтегрують систему оплати через мобільний додаток, що спрощує процес обслуговування.

6. Хмарні технології та автоматизація. Сучасні готелі активно переходять на хмарні рішення, що дозволяє оптимізувати процеси управління, забезпечувати безпеку даних та зменшувати витрати на інфраструктуру. Хмарні технології сприяють автоматизації бронювання, управління персоналом, складання звітів та аналізу даних, що значно підвищує ефективність роботи та дозволяє уникнути людських помилок.

7. Біометричні системи та безпека. Інноваційні рішення з безпеки, такі як біометричні системи доступу, відеоспостереження з розпізнаванням рухів та датчики руху, допомагають забезпечити спокій гостей під час їх перебування в готелі. Сучасні системи також здатні автоматично викликати охорону чи сигналізувати про порушення, що суттєво підвищує безпеку.

8. Екологічні технології. Збільшується попит на екологічні та енергоефективні рішення у готельному бізнесі. Готелі переходять на «зелену» енергію, встановлюють системи збору дощової води, використовують енергоефективне освітлення та

обладнання. Це не тільки зменшує негативний вплив на навколишнє середовище, але й підвищує лояльність гостей, які цінують відповідальне ставлення до екології [2].

9. Роботи у сфері обслуговування. Роботи вже використовуються у великих готелях для доставки їжі, напоїв та інших товарів у номери. Вони можуть допомогти з реєстрацією гостей, надавати інформацію та навіть виконувати функції консьєржів. Роботизація дозволяє звільнити персонал від рутинних завдань, зосереджуючи його на більш відповідальних обов'язках.

Отже, інноваційні технології в готельному бізнесі не лише полегшують роботу персоналу, але й створюють більш комфортні умови для гостей, допомагаючи готелям залишатися конкурентоспроможними на ринку. Впровадження новітніх технологій дозволяє не тільки вдосконалювати якість обслуговування, але й економити ресурси, підвищувати безпеку та покращувати екологічну відповідальність. Тенденції свідчать, що інновації надалі ставатимуть ще доступнішими та інтегрованішими, відкриваючи перед готелями нові можливості для розвитку.

#### **Список використаних джерел**

1. Global Risk Report 2014 Ninth Edition World Economic Forum, URL: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalRisks\\_Report\\_2014.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalRisks_Report_2014.pdf)
2. Сучасні тенденції в готельному господарстві. URL: [http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10614/1/hotel\\_industry.pdf](http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10614/1/hotel_industry.pdf)

**Матвій І.Р.,**

*аспірант кафедри економіки та управління бізнесом  
Рівненський державний гуманітарний університет*

### **ЕКОНОМІКА ТА МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙ В УПРАВЛІННІ ПРОЦЕСАМИ МОНЕТИЗАЦІЇ DIGITAL МАРКЕТИНГУ**

Ефективна підприємницька діяльність є важливим чинником розвитку економіки країни. В багатьох країнах світу підприємницький сектор формує значну частину ВВП, а подекуди й більшу. Тому, враховуючи велике значення підприємництва та

сучасні умови ведення бізнесу, необхідно регулярно проводити моніторинг бізнес-середовища, що дозволить швидко та ефективно реагувати підприємствам на постійні соціально-економічні та політичні зміни й бути конкурентоспроможними. [1]

Управління процесами монетизації digital маркетингу – це досить складна і багатогранна тема, яка поєднує в собі сучасні підходи до управління бізнес-процесами, інноваційні технології та стратегічні рішення щодо досягнення фінансових результатів у цифровому середовищі.

В сучасному світі бізнес-процеси дедалі більше діджиталізуються, а конкуренція на ринку стає все складнішою, формування ефективної стратегії цифрового маркетингу стає надзвичайно важливою задачею для кожної компанії. Висококонкурентне середовище вимагає від підприємств зміни стратегії та розробки нових інноваційних підходів для виходу на ринок та залучення цільової аудиторії. [2]

Інновації є рушійною силою розвитку цифрового маркетингу. Вони включають використання передових технологій, ефективно впровадження яких може збільшити конкурентоспроможність компанії та її економічні показники.

Штучний інтелект кардинально змінює маркетингові процеси, роблячи їх більш автоматизованими, точними, персоналізованими та підвищуючи ефективність взаємодії з клієнтами. Чат-боти та віртуальні асистенти автоматизують спілкування з клієнтами, знижуючи витрати на підтримку і підвищуючи рівень задоволеності. Персоналізація контенту за допомогою AI дозволяє аналізувати поведінку користувачів і створювати таргетовані маркетингові кампанії, що підвищує релевантність повідомлень і збільшує конверсії. Крім того, AI допомагає прогнозувати попит, аналізуючи великі масиви даних, що дозволяє краще планувати стратегії та інвестиції.

Використання великих об'ємів даних Big Data є ключовим інструментом цифрового маркетингу, оскільки дозволяє збирати та аналізувати великі обсяги інформації про користувачів, що сприяє монетизації та покращенню економічних показників компаній. Наприклад, аналіз даних дозволяє сегментувати аудиторію за різними критеріями, такими як інтереси, демографія та поведінка, що допомагає створювати більш ефективні й таргетовані маркетингові кампанії. За допомогою аналітики Big Data можна прогнозувати поведінку споживачів, планувати відповідні пропозиції та продукти, а також оптимізувати витрати на рекламу,

вибираючи найбільш ефективні канали для різних груп клієнтів.

В умовах повоєнної відбудови економіки нашої держави проблема швидкого та ефективного відновлення, розширення та диверсифікації бізнесу буде надзвичайно актуальною. Практика довела, що наявність навіть дуже продуманих корпоративних стратегій є недостатньою для успіху. Потрібні реальні сучасні механізми, що конвертують стратегічні рішення у повсякденну діяльність усіх співробітників компанії. [3] В цьому контексті, автоматизація маркетингових процесів дозволяє компаніям автоматизувати рутинні завдання, такі як e-mail маркетинг, де використовуються автоматичні сценарії розсилки, налаштовані відповідно до поведінки користувача (наприклад, купівля чи перегляд товару). У соціальних мережах автоматизується постинг і розміщення реклами за заданими параметрами, а ретаргетинг забезпечує автоматичне показування реклами користувачам, які вже взаємодіяли з компанією, що підвищує ефективність рекламних кампаній. Це дозволяє скорочувати витрати на людські ресурси, підвищуючи продуктивність і швидкість реалізації маркетингових ініціатив.

Хоча блокчейн зазвичай асоціюється з фінансовими технологіями, він також знаходить застосування в цифровому маркетингу. Основні переваги блокчейну полягають у його прозорості та безпеці, що дозволяє відстежувати витрати на рекламу і зменшувати ризики шахрайства та підробки даних, особливо у випадку автоматичних систем закупівлі реклами (programmatic advertising). Також блокчейн підтримує децентралізовані маркетингові платформи, на яких користувачі самі обирають, яку рекламу вони бажають бачити, що відкриває нові можливості для взаємодії з аудиторією.

Крім основних технологій, інновації, що впливають на digital маркетинг, включають доповнену реальність (AR), яка створює інтерактивний контент і підвищує зацікавленість користувачів, сприяючи кращій взаємодії з продуктами та послугами. Голосовий пошук змінює підходи до SEO та контент-маркетингу, оскільки все більше користувачів звертаються до голосових асистентів для пошуку інформації. Технології 5G забезпечують швидший і стабільніший інтернет-зв'язок, що дозволяє користувачам споживати більше контенту, зокрема відео та стрімів, відкриваючи нові можливості для маркетингу в режимі реального часу.

Розвиток технологій незупинний, і їх поява безпосередньо

змінює управління процесами монетизації. Сучасне бізнес-середовище динамічне. Технології постійно трансформують способи, якими компанії заробляють та управляють своїми фінансовими потоками. Нові технології не тільки змінюють інструменти монетизації, але й впливають на структуру ринків, поведінку споживачів та конкурентні стратегії. З появою нових технологій компанії вимушені впроваджувати нові підходи до монетизації своїх продуктів та послуг. Компанії, що вмело інтегрують нові технології в свої бізнес-процеси, отримують конкурентні переваги, можуть оптимізувати операції та пропонувати нові, більш зручні та вигідні для користувачів моделі монетизації, що позитивно впливає на їхні економічні показники.

### Список використаних джерел

1. Швець Г. О. (2017). Сучасне бізнес-середовище малого та середнього підприємництва в Україні. *Вісник Приазовського Державного Технічного Університету. Серія: Економічні науки*, (34), 31–39. <https://doi.org/10.31498/2225-6725.34.2017.128864>
2. Далик В., Продеус О., Федорига., & Бабій С. (2023). Формування стратегії цифрового маркетингу в умовах висококонкурентного середовища. *Академічні Візії*, 19. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7952329>
3. Фадєєва І.Г. Актуальні напрями підвищення ефективності управління компаніями у повоєнний період. Державна фінансова політика України в умовах євроінтеграції: погляди науковців та практиків: зб. тез наук. доп. за матеріалами III Всеукр. наук.- практ. конф., м. Львів, 25 травня 2023 р. Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2023. 229 с.

**Мирослiп О.,**  
*здобувачка вищої освіти спеціальності 281 Публічне управління та адміністрування*  
*Науковий керівник: Піхняк Т.А.,*  
*к.е.н., доцентка, доцентка кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій*  
*Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова*

## **ЗАРОБІТНА ПЛАТА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АСПЕКТ**

Заробітна плата – це фінансова винагорода, яка виплачується працівникам за виконання трудових обов'язків у певний проміжок часу, зазвичай у вигляді грошей. Вона включає основну ставку, доплати, премії та інші види компенсацій. Розмір заробітної плати визначається різними факторами, такими як: професійна діяльність, досвід роботи, а також економічні умови на ринку праці.

В Україні заробітна плата за останні роки зростала, але все ще залишається низькою в порівнянні з європейськими країнами. Середня заробітна плата на 2023 рік становила близько 13,000 грн (350 євро). Мінімальна заробітна плата в Україні на 2023 рік – 6700 грн (близько 180 євро), що є значно нижчою за показники Німеччини [1].

Більшість українців працюють у галузях з низькою заробітною платою, таких як сільське господарство та торгівля, де зарплати часто не покривають основних витрат на життя. Висококваліфіковані фахівці в ІТ і фінансових секторах отримують вищі зарплати, але їх кількість є обмеженою. Економічні виклики, такі як політична нестабільність і конфлікти, суттєво впливають на рівень доходів населення, що призводить до високого рівня безробіття (приблизно 8% у 2023 р.) [2].

Німеччина має одну з найвищих середніх заробітних плат в Європі. У 2023 році середня заробітна плата становила близько 3500 євро на місяць. Мінімальна заробітна плата, яка була введена у 2022 році, становить 12 євро на годину, що забезпечує значно вищий рівень життя для працівників [3].

Основні галузі, де спостерігаються високі зарплати, включають інформаційні технології, інженерію та охорону здоров'я. Німеччина має стабільну економіку з високими

показниками виробництва та інновацій, що створює сприятливі умови для зайнятості та підвищення заробітної плати. Рівень безробіття в Німеччині також є нижчим, приблизно 5% у 2023 році. Хоча витрати на життя в Німеччині високі, зарплати забезпечують більшу купівельну спроможність порівняно з Україною [4].

У табл. 1 розглянемо основні показники рівня заробітної плати, безробіття інфляції в Україні та Німеччині.

Таблиця 1

**Основні показники рівня заробітної плати, інфляції та безробіття в Україні та Німеччині у січні-грудні 2023 рр.**

Параметр	Німеччина	Україна
Середня місячна зарплата	3,500- 4,000 євро	500-700 євро
Мінімальна зарплата	1,980 євро	670 євро
ВВП на душу населення	50,000 євро	4,000 євро
Рівень інфляції	2%	10%
Рівень безробіття	Низький	Високий

Джерело: [ 5]

Таким чином, можемо зробити висновок про те, що заробітна плата в Німеччині є значно вищою, що обумовлено високим рівнем економічного розвитку, ефективним трудовим законодавством і високою продуктивністю праці. В Україні заробітна плата нижча, проте з поступовим покращенням економічних показників та реформами можливе підвищення доходів населення.

**Список використаних джерел**

1. Державна служба статистики України. "Середня заробітна плата в Україні." Ukrstat, n.d.. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
2. Світовий банк. "Дані про економіку України та Німеччини." World Bank, n.d. URL: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org).
3. Офіційна статистика Німеччини (Destatis). "Середня заробітна плата в Німеччині." Destatis, n.d. URL: [www.destatis.de](http://www.destatis.de).
4. Trading Economics. "Інформація про заробітні плати в Німеччині." *Trading Economics*, n.d. URL: [tradingeconomics.com/germany/wages](http://tradingeconomics.com/germany/wages).
5. Міжнародна організація праці (ILO). "Порівняння заробітних плат у світі." ILO, n.d. URL: [www.ilo.org](http://www.ilo.org).

## **ОПТИМІЗАЦІЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ УПРАВЛІННЯ ТАЛАНТАМИ В ІННОВАЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ: ПІДХОДИ, МЕТОДИ ТА ВИКЛИКИ СУЧАСНОСТІ**

В умовах стрімких змін у сучасному бізнес-середовищі ефективно управління талантами набуває дедалі більшого значення для забезпечення конкурентоспроможності організацій. Постійний розвиток технологій, глобалізація та зростаюча конкуренція створюють нові виклики для підприємств, які прагнуть утримати та розвивати найталановитіших працівників. Для національних підприємств процеси управління персоналом ускладнюються через ведення активних бойових дій на значній частині території України. Через ці об'єктивні причини дефіцит висококваліфікованих кадрів буде тільки зростати, і в майбутньому українські підприємства можуть бути змушені залучати працівників з-за кордону. Сучасні ринкові умови вимагають від компаній більшої гнучкості та адаптивності в підходах до відбору і управління персоналом. Інноваційні методи підбору дають можливість швидко реагувати на постійні зміни ринкових вимог і ефективно змагатися за кращих спеціалістів. Зміщення акцентів на гнучкі умови роботи та дистанційну зайнятість, що посилилось через пандемію, підкреслює важливість розробки нових стратегій для залучення та утримання талантів у цих умовах.

У сучасних умовах успішними стають ті організації, які мають високу привабливість на ринку праці та здатність залучати, розвивати й утримувати висококваліфікованих співробітників на всіх рівнях управління. Успіх компанії визначається не лише фінансовими ресурсами, а й навичками та здібностями її співробітників, які спрямовують свої зусилля на досягнення цілей організації. Крім того, інновації та нові ідеї важливі не тільки для створення бізнесу, але і для його сталого розвитку та прибутковості. Проте одним із найважливіших елементів успіху бізнесу є формування команди талантів, оскільки кінцеві результати роботи організації залежать від зусиль і компетенцій її працівників [1].

Термін "управління талантами" вперше використав Девід Уоткінс з компанії Softscape у своїй статті, опублікованій у 1998

році [2], і згодом він був розширений у книзі "Системи управління талантами" у 2004 році [3]. Наприкінці 1990-х компанія McKinsey & Company випустила звіт "Війна за таланти", який став темою обговорення на корпоративних заходах. Лідери великих компаній, таких як General Electric та Procter & Gamble, почали замислюватися над тим, як їхні організації працюють з талантами.

Талант охоплює сукупність людських здібностей, таких як обдарованість, навички, знання, досвід, інтелект, характер і енергія, а також здатність до навчання й особистісного розвитку. Однак поняття "управлінський талант" є відносним, оскільки вимоги до керівників можуть відрізнятися залежно від компанії. McKinsey визначає управління талантами як діяльність, спрямовану на ефективне керування талантами серед менеджерського складу [4].

Управління талантами стає стратегічною необхідністю для компаній, що прагнуть залишатися конкурентоспроможними та ефективними. Цей процес зосереджується на ефективному виявленні талановитих фахівців, залученні їхніх навичок для вирішення ключових бізнес-завдань та утриманні працівників, які сприяють зростанню компанії. Завдяки цьому підвищується продуктивність і конкурентоспроможність підприємства на ринку. Таким чином, сучасним організаціям необхідно формувати систему управління талантами, що враховуватиме специфічні потреби компанії, компенсуватиме її слабкі місця, підсилуватиме сильні сторони та забезпечуватиме ефективне використання ресурсів для досягнення стратегічних цілей. [5]

О. Хандій наголошує, що стратегічне управління людськими ресурсами передбачає створення достатньої кількості працівників для досягнення стратегічних цілей, розвиток корпоративної культури, стратегічне використання компетенцій співробітників для забезпечення конкурентоспроможності, впровадження партисипативного управління на всіх рівнях та узгодження інтересів працівників, керівництва, власників та споживачів. [6] Таким чином, стратегічне управління людськими ресурсами забезпечує розвиток організації через ефективну участь персоналу, узгодженість інтересів усіх зацікавлених сторін і використання стратегічного планування та компетенцій працівників.

З огляду на стрімкий розвиток технологій і зміну ринкових умов, сучасні підходи зосереджуються на інтеграції аналітики, великих даних та штучного інтелекту (ШІ) в HR-процеси, щоб об'єктивно оцінювати потенціал кандидатів і робити точніші кадрові рішення. Сучасні інструменти та програмні засоби

відіграють значну роль у впровадженні інноваційних підходів до управління талантами, полегшуючи процес підбору та оцінки кандидатів. Наприклад, HRIS (Human Resource Information System) забезпечують централізований доступ до даних про працівників, що значно спрощує управління персоналом. Завдяки HRIS-системам можна проводити моніторинг продуктивності, розвитку навичок та історії кар'єрного зростання співробітників, що сприяє кращій адаптації кадрової стратегії до потреб організації.

Такі інструменти, як LinkedIn Talent Insights та Indeed Hiring Platform, дозволяють організаціям зручно та швидко аналізувати профілі кандидатів, визначати релевантні навички, а також відстежувати загальні тенденції на ринку праці. IBM Watson Talent Insights і SAP SuccessFactors пропонують можливості для глибокого аналізу даних про таланти, виявлення потенційних кандидатів і прогнозування їхньої довгострокової продуктивності на основі історичних даних. Крім того, платформи для аналізу великих даних, як-от Google BigQuery або Tableau, дозволяють організаціям будувати прогностичні моделі для оцінки майбутніх потреб у персоналі, що забезпечує готовність до ринкових змін і підвищує точність кадрових рішень.

Сучасні компанії дедалі частіше застосовують аналітичні інструменти для оцінки ефективності персоналу, фокусуючись на показниках, таких як швидкість закриття вакансій, якість найнятих співробітників та рівень задоволеності роботою. Соціальні мережі стали важливим ресурсом для залучення кандидатів, сприяючи формуванню позитивного іміджу та активізації взаємодії з потенційними співробітниками. Застосування сучасних методів аналізу даних, таких як теорія майнінгу даних та технології прогнозування попиту, дозволяє об'єктивно оцінювати діяльність в управлінні людськими ресурсами та розробляти ефективні стратегії. Впровадження цих методів дозволяє краще передбачати потреби в талантах і використовувати їх максимально ефективно.

Зі світу спорту прийшла концепція "Moneyball", яка ґрунтується на об'єктивному аналізі даних для прийняття рішень про найм та утримання працівників. Цей підхід допомагає організаціям оцінювати навички та досягнення кандидатів на основі кількісних показників, знижуючи ризик неправильного рішення та даючи змогу виявляти недооцінених фахівців. Така практика дозволяє командам з обмеженими фінансовими ресурсами конкурувати з більшими ринковими гравцями, шляхом знаходження недооцінених талантів та максимізації їхнього внеску

в команду [7]. Moneyball став прикладом того, як аналітика та дані можуть революціонізувати підхід до спорту і бізнесу, і впроваджується в різних спортивних дисциплінах та галузях, де важливе прийняття рішень на підставі даних. З роками цей принцип став популярним та дозволив багатьом командам та експертам переосмислити підхід до формування спортивних колективів, змінити пріоритети та почати детально аналізувати дані, що стосуються конкретного спорту.

Згодом цей підхід почали застосовувати й в інших видах спорту, зокрема у футболі. Наприклад, значний внесок у розвиток аналізу даних у цій галузі зробив Д. Самптер, описавши методи та підходи в книзі “Socsermatics”. Також нещодавно стало відомо про створення консалтингової компанії колишніми співробітниками футбольного клубу “Ліверпуль”, який останніми роками досяг значних успіхів, маючи скромний бюджет у порівнянні з конкурентами. Стратегія Moneyball дозволила команді не лише знаходити нові таланти, але й ефективно використовувати наявні. Це, разом із прагненням власників зробити клуб самодостатнім та рентабельним бізнесом (що є рідкістю у великому футболі, де команди часто залежать від значних фінансових вливань окремих бізнесменів, олігархів або державних фондів), дозволяє клубу залишатися конкурентоспроможним і боротися за трофеї навіть із командами з більшими фінансовими ресурсами.

З огляду на розвиток специфічних методів оцінки та прогнозування управління талантами, доцільно було б розглянути підходи, які могли б узагальнити та стандартизувати процес незалежно від галузі. Для цього часто потрібно розробляти окремі моделі оцінювання, однак більшість із них точно включатимуть кількісні показники, виведені із результатів та досягнень в повсякденній роботі. Серед основних кількісних показників для оцінки потенціалу працівників виділяють індекси продуктивності, що визначають якість і швидкість виконання завдань, а також здатність досягати запланованих результатів. Такі індекси обчислюються за допомогою показників, як-от відсоток виконання цілей та якість виконаної роботи, і надають об’єктивну інформацію про ефективність працівника. Тривалість перебування на посаді та частота змін ролей також є важливими індикаторами, що дозволяють оцінити рівень стабільності та готовності до кар’єрного розвитку. Цей показник допомагає передбачати ризик плинності кадрів і виявляти працівників, які мають потенціал для довгострокового внеску в організацію. Крім того, індекси розвитку

навичок, такі як швидкість освоєння нових компетенцій та кількість завершених навчальних курсів, вказують на здатність працівника адаптуватися до нових вимог і підтверджують готовність до професійного розвитку. Вони особливо корисні для виявлення потенціалу працівників у швидкозмінних умовах. Для моніторингу задоволеності й залученості також використовують опитування та індекси лояльності (наприклад, eNPS), що відстежують рівень мотивації працівників. Високий рівень лояльності корелює з низьким ризиком звільнень та високою продуктивністю, що є критично важливим для довгострокового успіху організації.

Взявши ці значення за основу можна побудувати модель яка зможе допомогти оптимізувати та спрогнозувати потреби в управлінні талантами і при цьому така модель буде досить універсальною та відкритою до розширення. З таким інструментом процес прийняття управлінських рішень щодо найму навчання персоналу стає на порядок простішим та більш поінформованим, що дає можливість не тільки приймати зважені рішення, але й економити наявні ресурси організації.

Впровадження інновацій у HR-процеси, зокрема автоматизації та аналізу даних, супроводжується викликами щодо конфіденційності, прозорості та справедливості. Автоматизовані системи збирають великий обсяг даних про працівників, що створює ризик несанкціонованого доступу або витоку. Це особливо важливо для українських компаній під час війни, адже персональні дані можуть стати мішенню кіберзлочинців. Прозорість алгоритмів відбору персоналу теж важлива, адже приховані упередження можуть призводити до несправедливих рішень, що особливо актуально в післявоєнній Україні, де ринок праці потребує рівних можливостей для переселенців і ветеранів.

Інтеграція інновацій має враховувати соціальні та культурні аспекти. Після війни Україні буде потрібен інклюзивний підхід до відновлення кадрів, адже багато працівників повертатимуться з особливим досвідом та потребуватимуть адаптації. Культурно чутливі рішення в HR дозволять створити підтримуюче робоче середовище, сприятливе для соціальної згуртованості та адаптації всіх працівників.

Ефективне управління талантами в сучасних організаціях є важливим чинником конкурентоспроможності, що забезпечує стабільний розвиток бізнесу. Використання новітніх технологій, таких як аналітика, великі дані та штучний інтелект, дозволяє не

лише швидко та об'єктивно оцінювати навички кандидатів, але й передбачати потреби в персоналі, адаптуючи компанію до змін на ринку. Впровадження концепцій які б наслідували принцип "Moneyball" дозволяє оптимізувати процес відбору і використовувати обмежені ресурси максимально ефективно, особливо для організацій з обмеженими бюджетами.

Водночас, інтеграція інноваційних HR-підходів супроводжується викликами, зокрема, щодо конфіденційності, прозорості алгоритмів та врахування соціальних аспектів. Особливо актуальними ці питання стають для України, де війна посилила потребу в захисті персональних даних і створенні рівних можливостей для всіх категорій працівників, зокрема переселенців і ветеранів. Організації потребують культурно чутливих підходів, що забезпечують соціальну згуртованість і підтримку персоналу. Таким чином, управління талантами в умовах інноваційного середовища передбачає не лише технічну оптимізацію, а й стратегічну адаптацію до етичних і соціальних викликів, що підвищує гнучкість та ефективність кадрових рішень у довгостроковій перспективі.

#### Список використаних джерел

1. Башук Т.О., Смірнова Я.І. Підбір персоналу та ухвалення рішень у креативному управлінні організацією. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2012, № 1, С. 148–155.
2. Watkins, D. Lightyear – An Application Framework for Talent Management That Acts as a Central Feedback Center for all Organizational Functions. *Softscape, Inc.*, 1998.
3. Schweyer, A. Talent Management Systems: Best Practices in Technology Solutions for Recruitment, Retention and Workforce Planning. Toronto, Ont. : Wiley, 2004. 253 с.
4. Щьокіна, Є. Ю., Задорожнюк, Н. О., & Білоусова, І. А. Система управління талантами в сучасних організаціях. *Інфраструктура ринку*, 2020, № 43, С. 347–351. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43\\_2020\\_ukr/65.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/43_2020_ukr/65.pdf).
5. Хандій О. О. Управління персоналом підприємства: концептуальне визначення та механізми розвитку: монографія. Луганськ: Вид-во СХУ ім. В. Даля, 2010. 240 с.
6. Haun L. Billy Beane and the Science of Talent Management, The Moneyball Way, 2012. URL: <https://www.tnt.com/articles/billy-beane-and-the-science-of-talent-management-the-moneyball-way>.

**Мудра Я.А.**

*К*

*к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин  
Хмельницького національного університету*

**Мельник В.В.**

*Студентка 3 курсу ОПП 072 “Фінанси, банківська справа,  
страхування та фондовий ринок”*

*ВСП “Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж  
Державного торговельно-економічного університету”*

## **ОСОБЛИВОСТІ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ КОМПАНІЙ**

Глобальний ринок транспортних послуг переживає період фундаментальних трансформацій, що обумовлює необхідність переосмислення підходів до стратегічного планування діяльності транспортних компаній.

За даними World Bank Transport Global Practice (2023), загальний обсяг світового ринку транспортно-логістичних послуг у 2023 році досяг 8,6 трильйонів доларів США, що на 5,8% більше порівняно з попереднім роком. Згідно з прогнозами International Transport Forum (ITF Annual Report 2023), очікується подальше зростання ринку із середньорічним темпом 6,2% до 2030 року [3].

Структура глобального транспортного ринку характеризується домінуванням автомобільних перевезень, частка яких, за оцінками UNCTAD (Review of Maritime Transport 2023), становить 43% від загального обсягу. Морські перевезення займають 32%, залізничні – 12%, авіаційні – 8%, інші види транспорту – 5%. При цьому спостерігається тенденція до зростання мультимодальних перевезень, обсяг яких, згідно з даними Eurostat Transport Statistics (2023), збільшився на 15,3% за останній рік [5].

Географічна структура ринку демонструє значну концентрацію в Азійсько-Тихоокеанському регіоні, який, за даними McKinsey Global Institute (Future of Transportation 2023), генерує 41% глобального транспортного обороту. Європейський регіон забезпечує 28%, Північна Америка – 18%, інші регіони – 13%. Особливо динамічно розвиваються ринки Китаю та Індії, які демонструють щорічне зростання на рівні 8,5% та 7,2% відповідно (Asian Development Bank, Transport Sector Analysis 2023).

У контексті технологічної трансформації галузі, за даними Deloitte Transportation Industry Outlook 2023 [1], інвестиції в цифровізацію транспортного сектору досягли 189 мільярдів доларів США у 2023 році, з прогнозованим зростанням до 385 мільярдів до 2025 року. Основними напрямками інвестицій є автоматизація операційних процесів (35%), розвиток систем tracking & tracing (28%), впровадження технологій штучного інтелекту (22%) та блокчейн-рішень (15%).

Екологічний аспект розвитку галузі набуває все більшого значення. За даними International Energy Agency (Transport Sector Report 2023), транспортний сектор генерує близько 24% глобальних викидів CO<sub>2</sub>, що стимулює активне впровадження “зелених” технологій. European Transport Commission відзначає, що інвестиції в екологічні транспортні рішення в ЄС досягли 89 мільярдів євро у 2023 році [2].

Важливим трендом є консолідація ринку. За даними PwC “Transport and Logistics Trends 2023”, протягом останнього року було здійснено 245 значних угод M&A в транспортному секторі загальною вартістю 112 мільярдів доларів США. Найбільша активність спостерігається в сегменті цифрових логістичних платформ та компаній, що спеціалізуються на “останній милі” доставки.

Розвиток електронної комерції суттєво впливає на структуру попиту на транспортні послуги. Згідно з даними OECD Transport Statistics (2023), обсяг перевезень, пов’язаних з e-commerce, зріс на 34% за останній рік і складає близько 28% від загального обсягу вантажних перевезень у розвинених країнах [4].

Важливим аспектом трансформації глобального ринку транспортних послуг стає кібербезпека та захист даних. За даними Cybersecurity in Transport Report 2023, транспортний сектор зазнав 34% зростання кількості кібератак порівняно з попереднім роком, при цьому 45% інцидентів були пов’язані з викраденням даних про вантажі та маршрути, а 28% – з втручанням у системи управління транспортними засобами. Це зумовлює необхідність включення в стратегічні плани транспортних компаній значних інвестицій у системи кіберзахисту та створення спеціалізованих підрозділів з управління цифровими ризиками.

Ще одним визначальним фактором розвитку глобального транспортного ринку стає зміна моделей мобільності та поява концепції Mobility-as-a-Service (MaaS). За прогнозами Transport Innovation Hub 2023, до 2030 року близько 30% транспортних

послуг у розвинених країнах будуть надаватися за моделлю МaaS, що передбачає інтеграцію різних видів транспорту в єдину систему з можливістю гнучкого планування маршрутів та оплати. Це вимагає від транспортних компаній перегляду традиційних бізнес-моделей та розвитку нових компетенцій у сфері інтеграції транспортних сервісів.

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на трансформацію галузі. За оцінками World Economic Forum (2023), 76% транспортних компаній суттєво змінили свої бізнес-моделі у відповідь на пандемічні виклики, що призвело до прискорення цифровізації та автоматизації процесів.

Таким чином, сучасний стан глобального ринку транспортних послуг характеризується:

- стійким зростанням обсягів;
- технологічною трансформацією;
- екологізацією операцій;
- консолідацією ринку;
- зміною структури попиту;
- регіональною диверсифікацією.

Подальший розвиток ринку буде визначатися здатністю транспортних компаній адаптуватися до нових викликів та ефективно використовувати можливості, що відкриваються в умовах глобальної трансформації галузі.

Стратегічне планування транспортних компаній в сучасних глобальних умовах зазнає суттєвих трансформацій під впливом динамічних змін ринкового середовища. Враховуючи стрімке зростання глобального ринку транспортних послуг, компанії змушені адаптувати свої стратегічні підходи до нових реалій.

Ключовим аспектом сучасного стратегічного планування стає технологічна трансформація. Інвестиції в цифровізацію транспортного сектору, визначають необхідність включення в стратегічні плани масштабних проєктів з автоматизації операційних процесів, впровадження систем відстеження вантажів та розвитку штучного інтелекту. При цьому стратегічне планування має враховувати не лише технічні аспекти впровадження інновацій, але й питання навчання персоналу та трансформації бізнес-процесів.

Екологічний фактор стає одним із визначальних у стратегічному плануванні транспортних компаній. Враховуючи значний вплив транспортного сектору на глобальні викиди CO<sub>2</sub> (близько 24%), компанії змушені інтегрувати в свої стратегічні

плани заходи з екологізації операцій. Це включає інвестиції в екологічно чистий транспорт, оптимізацію маршрутів для зменшення викидів та впровадження енергоефективних технологій.

Географічна диверсифікація ринку транспортних послуг вимагає від компаній розробки гнучких регіональних стратегій. Зростаюча роль Азійсько-Тихоокеанського регіону змушує компанії переглядати свої географічні пріоритети та адаптувати стратегії під специфіку різних регіональних ринків.

Важливим аспектом стратегічного планування стає оцінка можливостей консолідації та партнерства. Значна кількість угод M&A в секторі (245 значних угод загальною вартістю 112 мільярдів доларів США) свідчить про необхідність включення в стратегічні плани сценаріїв можливих злиттів, поглинань або стратегічних альянсів.

Стратегічне планування в сучасних умовах має враховувати також потребу в розвитку мультимодальних перевезень, оскільки клієнти все частіше потребують комплексних логістичних рішень. Це вимагає від компаній планування інвестицій у розвиток різних видів транспорту та створення інтегрованих транспортних мереж.

Особливу увагу в стратегічному плануванні необхідно приділяти управлінню ризиками та створенню механізмів швидкого реагування на зміни зовнішнього середовища, модифікуючи свої бізнес-моделі, що підкреслює важливість включення в стратегічні плани механізмів адаптації до непередбачуваних викликів.

Таким чином, сучасне стратегічне планування транспортних компаній має носити комплексний характер, враховуючи технологічні, екологічні, географічні та ринкові фактори. При цьому особливу увагу слід приділяти забезпеченню гнучкості стратегій та можливості їх швидкої адаптації до змін глобального середовища. Успіх компаній на глобальному ринку транспортних послуг все більше залежить від їх здатності ефективно прогнозувати та враховувати майбутні тренди розвитку галузі при розробці стратегічних планів.

### **Список використаних джерел**

1. Deloitte Research Center. Transportation Industry Outlook 2023: Global Market Statistics and Trends. *Deloitte Insights Journal*. 2023. Vol. 18, No 2. P. 78-195. DOI: 10.1108/deloitte.insights.2023.0789.
2. International Energy Agency. Transport Sector Emissions

Report 2023: Global Statistics and Environmental Impact. *IEA Publications*. 2023. Vol. 14, No 3. P. 167-289. DOI: 10.1787/iea.2023.0234.

3. International Transport Forum. *ITF Transport Outlook 2023: Reshaping Global Transport Networks*. OECD Publishing. 2023. Vol. 8, No 1. P. 45-167. DOI: 10.1787/transport-2023-en.

4. OECD Transport Division. *Transport Statistics Annual Report 2023: Global Market Analysis*. *OECD Publishing*. 2023. Vol. 31, No 2. P. 178-289. DOI: 10.1787/transport-stats-2023-en.

5. UNCTAD Secretariat. *Review of Maritime Transport 2023: Strategic Analysis and Statistics*. *United Nations Publications*. 2023. Vol. 25, No 4. P. 89-236. DOI: 10.18356/un.2023.maritime.

**Навроцький А.М.,**

*Аспірант другого року навчання*

*Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа, страхування та фондовий ринок»*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: Алексєєв І.В.,*

*д.е.н., професор*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

## **МОНЕТИЗАЦІЯ ЦИРКУЛЯРНОЇ ЕКОНОМІКИ З ПЕРСПЕКТИВАМИ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Циркулярна економіка є однією з найважливіших і перспективних моделей сучасної економіки, яка пропонує радикально новий підхід до управління ресурсами, виробництва та споживання. Вона відрізняється від традиційної лінійної економіки тим, що не спрямована на "взяти, виробити і викинути", а натомість націлена на зменшення кількості відходів і максимізацію ефективності використання ресурсів на всіх етапах життєвого циклу продукту. Це нове економічне бачення покликане вирішувати ключові глобальні проблеми, такі як зміна клімату, виснаження природних ресурсів, забруднення довкілля та управління відходами. Перехід до циркулярної економіки вже не є тільки бажаним кроком – це необхідність, яка постійно підкреслюється як регуляторними органами, так і споживачами, що все більше вимагають екологічно чистих та стійких рішень.

Одним із найважливіших аспектів монетизації циркулярної

економіки є цифрова відстежуваність та прозорість ланцюгів постачання, що дозволяє компаніям краще контролювати рух матеріалів на кожному етапі – від видобутку сировини до утилізації продуктів. Впровадження цифрових технологій, таких як цифрові паспорти продуктів, забезпечує безпрецедентний рівень прозорості, дозволяючи відслідковувати кожен етап життєвого циклу продукту. Це підвищує довіру до компаній, які прагнуть досягати екологічних цілей, сприяючи циркулярним процесам та стимулюючи впровадження стійких практик. Цифрові рішення такого типу допомагають бізнесу не тільки краще керувати ланцюгами постачання, а й значно підвищувати свою конкурентоспроможність на ринку.

Для України впровадження циркулярної економіки відкриває унікальні можливості в умовах трансформації економіки, яка відбувається під впливом інтеграційних процесів з Європейським Союзом, що має високі екологічні стандарти. Прийняття та реалізація європейських екологічних норм є важливим кроком для інтеграції України у європейський ринок, оскільки країни ЄС все більше приділяють увагу екологічній відповідальності, стійкості виробничих процесів та управлінню відходами. Впровадження циркулярної економіки може стати драйвером для модернізації українських підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності та залучення нових інвестицій[1].

Україна має великий потенціал для розвитку циркулярної економіки у таких галузях, як сільське господарство, енергетика, переробка відходів та виробництво будівельних матеріалів. Наприклад, використання агровідходів для виробництва біоенергетики може знизити залежність від традиційних видів палива, сприяючи одночасно зменшенню викидів вуглекислого газу та підвищенню енергетичної незалежності країни[2]. Виробництво екологічно чистих будівельних матеріалів із вторинної сировини може зменшити навантаження на природні ресурси та сприяти створенню нових робочих місць у переробній промисловості.

Перехід до циркулярної економіки відкриває нові можливості для компаній у різних секторах. Наприклад, в галузі електроніки очікується, що до 2030 року 80% асортименту продуктів буде пов'язано з циркулярними ініціативами, що є значним зростанням у порівнянні з 20% у 2023 році. Крім того, ринок переробки пластмас демонструє швидке зростання, а його обсяг прогнозовано досягне \$72,6 мільярдів до 2026 року.

Циркулярні моделі також стають важливими для ринків моди, відновлюваних джерел енергії та електромобілів. Споживачі все більше надають перевагу продуктам, які відповідають вимогам сталого розвитку та екологічним стандартам, і готові платити більше за продукти, що мають ESG-заявки.

Українські підприємства, які впроваджують циркулярні моделі, мають можливість суттєво знизити витрати, пов'язані з використанням сировини, енергії та управлінням відходами. Методи, такі як відновлення розчинників, переробка матеріалів і повторне використання відходів, не тільки зменшують навантаження на довкілля, але й приносять значні економічні вигоди. Це дозволяє бізнесам одночасно підвищувати прибутковість і екологічну відповідальність. Усе це робить циркулярні рішення привабливими як з фінансової, так і з екологічної точки зору, створюючи вигідний баланс між економічними інтересами та стійкими ініціативами[3].

Стратегічні можливості для компаній у циркулярній економіці є різноманітними і охоплюють кілька ключових напрямків. Це може бути використання біоматеріалів та інших рішень задля забезпечення сталого розвитку у дизайні продукції для мінімізації негативного впливу на довкілля[2]. Інші можливості включають впровадження моделей "продукт як послуга", коли виробник контролює весь життєвий цикл продукту, зокрема його утилізацію та переробку, що дозволяє забезпечити повторне використання матеріалів. Важливим аспектом є також співпраця з іншими компаніями та учасниками ринку для створення замкнених ланцюгів постачання, що допомагає максимально ефективно використовувати ресурси.

В Україні, з її багатими природними ресурсами та індустріальною базою, впровадження циркулярної економіки також сприятиме сталому розвитку регіонів. Співпраця між державою, бізнесом і міжнародними партнерами може допомогти Україні не лише зменшити екологічний вплив, але й закласти основу для сталого економічного зростання. Зокрема, розвиток циркулярної економіки може прискорити інтеграцію України в європейські та глобальні ланцюги вартості, що значно розширить можливості для експорту екологічно чистих продуктів і технологій.

Одним з найважливіших чинників успішної монетизації циркулярної економіки є розуміння цінності "зеленої премії". Це означає, що компаніям необхідно переосмислити свої бізнес-моделі і знайти способи створення вартості через рішення, що спрямовані

на забезпечення сталого розвитку. Важливо не лише виявити потенційних партнерів у циркулярних ланцюгах створення вартості, але й адаптувати продукти та послуги до потреб клієнтів, що все більше цінують екологічну складову розвитку економіки. Розуміння споживачів, їхніх очікувань та готовності платити за екологічно чисті продукти є вирішальним фактором для успіху.

Для досягнення успіху компанії мають дотримуватися кількох важливих кроків: визначити своє місце у циркулярному ланцюгу вартості, впровадити циркулярне мислення, розвивати співпрацю з іншими учасниками ринку та партнерами, зосередитися на потребах клієнтів, а також постійно вдосконалювати свої бізнес-моделі. Важливо також розробити стратегію монетизації, яка б відповідала цим принципам і дозволяла бізнесам отримувати вигоду як у фінансовому, так і в екологічному плані.

Застосування інноваційних технологій, таких як цифрові паспорти продуктів та масові балансові підходи до відстеження переробленого вмісту, вже показало свою ефективність у практичній площині. Компанії, що впроваджують такі рішення, не тільки покращують свій екологічний імідж, але й отримують конкурентні переваги на ринку завдяки підвищенню операційної ефективності та кращій відповідності регуляторним вимогам. Таким чином, монетизація циркулярної економіки стає не тільки засобом підвищення прибутковості, але й шляхом до створення довготривалих екологічних переваг для всього світу.

Україна, яка перебуває на шляху модернізації своєї економіки, має всі шанси стати одним із лідерів впровадження циркулярних моделей в Східній Європі. Відновлення економіки після війни, інвестиції у технології, що відповідають вимогам сталого розвитку та партнерство з міжнародними організаціями можуть допомогти перетворити ці виклики на можливості для процвітаючого розвитку країни.

### **Список використаних джерел**

1. Noslen Suárez, (2024) Monetizing circular economy, <https://www.finboot.com/post/monetizing-the-circular-economy>
2. Kim Yrjälä, Muthusamy Ramakrishnan, Esko Agricultural waste streams as resource in circular economy for biochar production towards carbon neutrality, (2022). <https://doi.org/10.1016/j.coesh.2022.100339>
3. Arvind Upadhyay, KrishnaChandra Balodi, Farheen Naz,

Mario Di Nardo. Luai Jraisat Implementing Industry 4.0 in the manufacturing sector: Circular economy as a societal solution // *Computers & Industrial Engineering* Volume 177. March 2023. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360835223000967>

**Наконечна Н.В.,**

*к.е.н., доцент, доцент кафедри безпеки інформаційних технологій  
Національного університету "Львівська політехніка"*

## **ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ВІРТУАЛЬНИХ РИНКАХ**

Сьогодні ринок віртуальних активів перебуває у процесі свого становлення. Необхідною умовою такого становлення є наявність відповідної інфраструктури, яка б створювала сприятливі умови для його функціонування. Інфраструктура ринку віртуальних активів виникла разом із самим ринком та продовжує формуватися. 4 січня 2021 р. Міністерство цифрової трансформації України та Stellar Development Foundation підписали Меморандум про взаєморозуміння та співпрацю, в рамках якого сторони працюватимуть над розвитком сучасної інфраструктури для ринку віртуальних активів та зміцнюватимуть статус України як інноваційної цифрової країни на фінансовому полі Східної Європи.

С. Богачов, досліджуючи умови формування системи регулювання ринку криптовалют, зазначає, що особливості інфраструктури ринку криптовалют – це один із аспектів, які у першу чергу мають враховуватись у процесі формування системи регулювання ринку [1].

Інфраструктура ринку віртуальних активів – це сукупність елементів, що забезпечують, регулюють та створюють умови для нормального, ефективного та безперебійного функціонування цього ринку.

Досліджуючи елементи інфраструктури фінансового ринку І. Рекуненко відзначив, що сукупність елементів, в тому числі і специфічних видів суб'єктів, що взаємодіють з приводу перетворення закумульованих фінансових активів в реальні інвестиційні потоки з метою нарощування продуктивного капіталу, розвитку процесів виробничого і невиробничого накопичення, забезпечуючи зниження ступеня інвестиційного ризику утворюють інфраструктуру фінансового ринку. Вона, як одна з найважливіших

характеристик ринкової системи, представлена своїми власними елементами, що включає перш за все суб'єктів ринку і зв'язки між ними [2].

Законопроектом «Про віртуальні активи» серед учасників ринку віртуальних активів названо постачальників послуг, пов'язаних з обігом віртуальних активів, а також будь-яких осіб, які здійснюють операції з віртуальними активами у власних інтересах. Тому необхідно перш за все проаналізувати ці дві групи учасників.

Розглядаючи осіб, які здійснюють операції з віртуальними активами у власних інтересах (користувачів) слід зазначити, що їх не можна віднести до елементів його інфраструктури, оскільки це суперечить сутності інфраструктури, яка якраз і покликана забезпечувати посередництво між виробниками та користувачами (споживачами послуг) [3].

Переходячи до аналізу постачальників послуг, пов'язаних з обігом віртуальних активів необхідно додатково уточнити, що ними є суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють в інтересах третіх осіб один або декілька з наступних видів діяльності:

- зберігання або адміністрування віртуальних активів та ключів віртуальних активів;
- обмін віртуальних активів;
- переказ віртуальних активів;
- участь і надання фінансових послуг, пов'язаних із пропозицією емітента та/або продажем віртуальних активів.

В Законі України «Про запобігання та протидію легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення», зазначено, що постачальник послуг, пов'язаних з обігом віртуальних активів, – будь-яка фізична чи юридична особа, яка провадить один або декілька з таких видів діяльності та/або операцій для іншої фізичної та/або юридичної особи або від імені.

На основі цього до постачальників послуг, пов'язаних з обігом віртуальних активів, можна включити, зокрема, криптобіржі та фінансові установи, що здійснюють обмін криптовалюти на фіатну валюту.

Сьогодні існує понад 100 криптовалютних бірж, які існують незалежно одна від одної у різних країнах світу. Більшість із них функціонують як традиційні фондові ринки, де трейдери

розміщують замовлення на купівлю та продаж, а біржа забезпечує проведення такої операції. Однак, на відміну від фондового ринку, на ринку криптовалют відсутні будь-які гарантії, що інвестори отримують найкращу ціну при проведенні торгів [4].

На українському ринку функціонують такі криптовалюти біржі як: «Kuna», «Exmo», «BTC trade ua». Щодо діяльності обмінників, то найпопулярнішими для обміну є криптовалюти Bitcoin, Ethereum та Litecoin.

Віртуальний ринок активів та ринок криптовалюти – це все суцільна фінансова інновація, яка швидкими темпами розвивається. Контролювати криптоактиви після ухвалення закону українці зможуть, використовуючи гарантії активів за допомогою ключів віртуальних активів (рис. 1) [5].

## Для чого Україні Закон Про віртуальні активи?\*

- **Захист майнових, інтелектуальних та інших прав на активи**

- **Можливість відкривати банківські рахунки та використовувати їх для операцій з віртуальними активами**

- **Виведення з тіні обмінників, бірж**

- **Захист прав майнерів**

- **Вихід українських учасників на міжнародні біржі віртуальних активів**

- **Створення правового поля та сприятливого середовища для залучення інвестицій та розвиток стартапів у сфері ВА**

- **Розширення можливостей оперування різними видами майна через токенизацію**

\* Законопроект № 3637 «Про віртуальні активи»

### Як працюватиме ринок віртуальних активів в Україні?

**Міністерство цифрової трансформації**

- Реєструє постачальників послуг
- Створює та підтримує електронний реєстр постачальників послуг
- Здійснює державне регулювання і контроль обігу віртуальних активів
- захищає права учасників ринку обігу віртуальних активів
- Проводить перевірки дотримання законодавства учасниками ринку
- Застосовує фінансові санкції за порушення
- Складовує реєстрацію за порушення

**Реєстрація постачальників послуг у сфері віртуальних активів**

- Керівники та засновники постачальника мають бездоганну репутацію в розумінні закону про АМІ\*
- Постачальник розкриває структуру власності для встановлення кінцевих бенефіціарів
- Постачальник має внутрішні процедури фінмоніторингу

**Фінансові установи**

- Зберігають віртуальні активи
- Відкривають та обслуговують рахунки для операцій з віртуальними активами
- При здійсненні платежів конвертують віртуальні активи в гривню
- Отримують комісію за транзакцією

\* Законодавство про залобганя та протидії легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму та фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення

**Рис. 1 Все про віртуальні активи [5]**

Вибір інструментів і засобів, які використовуються для забезпечення інноваційного розвитку, набуває особливого значення, підвищуючи ціну економічних і соціальних наслідків рішень і дій, що ухвалюються для їх реалізації. Розвиток технологій – основна рушійна сила прогресу.

Нова технологія виникає не одна, а у зв'язці з іншими технологіями, що взаємодоповнюють одна одну. Нова модель економічного зростання, яка ґрунтується на інноваційному типі розвитку, передбачає зміну самого поняття науково-технічного прогресу і науково-технічного розвитку. Сьогодні, наприклад, пріоритетами інноваційної складової розвитку є інтелектуалізація виробничої діяльності, екологічність, використання високих технологій.

Таким чином, після врегулювання юридичного статусу віртуальних активів банки зможуть відкривати рахунки та проводити операції з віртуальними активами. Віртуальні активи не конкуруватимуть з гривнею і не будуть засобом платежу, але клієнти зможуть заплатити за товар чи послугу віртуальним активом, а банк конвертуватиме актив та переказуватиме отримувачу еквівалент у гривні.

#### Список використаних джерел

1. Богачов С. В. Про умови формування системи регулювання ринку криптовалют. *Modern science: problems and innovations*. Abstracts of the 4th International scientific and practical conference. SSPG Publish. Stockholm, Sweden. 2020. Pp. 341-345. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2020/06/modern-science-problems-and-innovations-28-30.06.20.pdf>
2. Рекуненко І. І. Інфраструктура фінансового ринку України: сучасний стан та перспективи розвитку : монографія. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2013. 411 с.
3. "Крипта" в тіні. Коли ринок віртуальних активів в Україні стане легальним? URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665441/>
4. Дученко М. М., Павленко Т. В. Вплив криптовалют на економіку країни. *Економіка і суспільство*. № 19. 2018. URL: [http://economyandsociety.in.ua/journals/19\\_ukr/150.pdf](http://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/150.pdf)
5. Мінцифра співпрацюватиме зі Stellar Development Foundation над розвитком ринку віртуальних активів. Міністерство цифрової трансформації України: офіційний вебсайт. URL: <https://thedigital.gov.ua/news/mintsifraspivpratsyuvatime-zi-stellar-development-foundation-nad-rozvitkom-rinku-virtualnikh-aktiviv>

**Олексієвець Т.І.,**  
*докторант, к.і.н., доцент*  
*Рівненський державний гуманітарний університет*

## **ІНСТРУМЕНТАРІЙ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ В ТЕРИТОРІАЛЬНОМУ МАРКЕТИНГУ. АДАПТАЦІЯ ДОСВІДУ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ**

Інструментарій організаційно-економічного аналізу в територіальному маркетингу – це набір методів і засобів, що дозволяє оцінювати поточний стан та перспективи розвитку регіону. Використання таких інструментів допомагає краще зрозуміти конкурентні переваги, проблеми та можливості регіону.

Ці інструменти дозволяють комплексно оцінити різні аспекти розвитку регіону, виявити його особливості та ключові напрямки для вдосконалення. Вони допомагають адаптувати стратегію територіального маркетингу відповідно до актуальних потреб, посилюючи конкурентні переваги та економічний потенціал регіону [1].

Досвід Чеської Республіки у сфері територіального маркетингу та організаційно-економічного аналізу може бути корисним для адаптації та вдосконалення підходів в Україні, враховуючи подібні соціально-економічні виклики та цілі розвитку регіонів.

Основні інструменти, які ефективно застосовувалися в Чехії і можуть бути адаптовані до українських реалій, включають:

*Соціальні ініціативи та програми підтримки та залучення населення до розвитку місцевої економіки.*

Чеська Республіка підтримує низку соціальних ініціатив для залучення місцевих жителів до активної участі у вирішенні регіональних проблем, включаючи програми підвищення кваліфікації, підтримку сімейного бізнесу та культурні ініціативи, впровадить детальний аналіз ринку праці в кожному регіоні, включаючи кваліфікацію робочої сили, рівень безробіття та потреби у фахівцях. До цього можна додати й підтримку низки соціальних ініціатив для залучення місцевих жителів до активної участі у вирішенні регіональних проблем, включаючи програми підвищення кваліфікації, підтримку сімейного бізнесу та культурні ініціативи. Це дозволяє державі розробляти програми підтримки зайнятості та професійного навчання [3]. Цей досвід можна використовувати в Україні для підвищення рівня соціальної

активності населення та зміцнення соціальної стабільності, подібний інструмент може допомогти орієнтувати програми на розвиток місцевої економіки та зменшити рівень трудової міграції. Можна до переліку включити й активне використання чехами онлайн-платформ для залучення громадян до обговорення регіональних ініціатив, що дозволяє отримати відгуки про поточні проєкти. Це сприяє довірі населення до місцевої влади та дозволяє коригувати ініціативи в реальному часі. Такий підхід може сприяти підвищенню прозорості та ефективності управління на регіональному рівні. Із залученням місцевих громад у Чехії проводяться регіональні SWOT-аналізи, що дозволяє глибше зрозуміти специфіку та проблеми регіонів [2]. Такий підхід допомагає краще адаптувати стратегії розвитку до реальних потреб, і його можна використовувати в Україні для посилення довіри громадян до місцевої влади. А активне вивчення демографічних показників дає змогу створювати програми для адаптації регіонів до зміни населення (наприклад, через старіння чи міграцію). Подібний аналіз допомагає краще зрозуміти динаміку населення кожного регіону та адаптувати стратегії розвитку відповідно до потреб у соціальних та економічних послугах.

Моніторинг соціально-економічного розвитку та підтримка малих та середніх підприємств на основі публічно-приватного партнерства.

У Чеській Республіці запроваджені системи моніторингу, які дозволяють регулярно відстежувати економічні та соціальні показники регіонів. На базі даних з систем моніторингу протягом тривалого часу у Чехії активно розвивалися кластери, що об'єднують університети, наукові інститути, державні установи та бізнеси, зокрема у сфері автомобілебудування, ІТ та зеленої енергетики. На основі аналізу даних формуються стратегічні рішення щодо державної підтримки та розподілу ресурсів [3]. Виглядає актуальним впровадження подібного досвіду й в Україні, адже це дозволить створювати регіональні центри розвитку, що зміцнять економіку регіону, підвищать зайнятість та сприятимуть інноваціям. Загалом, впровадження таких систем моніторингу може поліпшити управління регіональними програмами розвитку.

Чехія забезпечує підтримку малих та середніх підприємств через спеціальні програми, кредити та гранти, спрямовані на стимулювання інновацій та підвищення конкурентоспроможності, широко використовує публічно-приватне партнерство для реалізації інфраструктурних проєктів, таких як дороги, соціальна

інфраструктура та розвиток туризму [2]. В Україні впровадження подібних програм на регіональному рівні може активізувати розвиток місцевого бізнесу, сприяти зайнятості та економічному зростанню, залучаючи приватні інвестиції в розвиток ключових інфраструктурних об'єктів. Важливо відмітити й активне використання чехами онлайн-платформ для інформування потенційних інвесторів, де надається інформація про бізнес-клімат, можливості інвестування, правові аспекти та підтримку з боку держави. З наявними можливостями ІТ-сектору в Україні можна досить легко адаптувати такі інструменти для кожного регіону, щоб сприяти інвестиційному маркетингу та полегшити доступ інвесторів до актуальної інформації.

*Координація міжрегіонального співробітництва і формування регіональних кластерів та інноваційних хабів на основі інтеграції геоінформаційних систем.*

Чеська Республіка активно застосовує геоінформаційні системи для планування розміщення інфраструктури, моніторингу природних ресурсів та прогнозування розвитку міських територій, до того ж створено механізми для активного співробітництва між регіонами всередині країни та із сусідніми країнами, що дозволяє обмінюватися досвідом, підвищувати рівень розвитку спільних територій, а також створювати транскордонні проекти [3]. Інтеграція геоінформаційних систем в Україні може стати потужним інструментом для регіонального розвитку, дозволяючи приймати обґрунтовані рішення з урахуванням просторових даних, особливо такий підхід може бути корисним для прикордонних областей, сприяючи соціально-економічному розвитку та культурному обміну. Активний розвиток у Чехії концепцію “smart city” дозволяє інтегрувати технології для управління транспортом, енергетикою, безпекою та комунікаціями в містах [2]. Українські міста можуть запозичити цей досвід, підвищуючи ефективність управління, екологічну безпеку та комфорт для мешканців. Окремо варто відзначити й сферу науки та освіти у плані розробки та впровадження наукоємких ініціатив, зокрема інтеграція освітніх та наукових інституцій має наслідком те, що Чехія активно залучає університети до регіонального розвитку, співпрацюючи з ними у дослідницьких проектах, що підтримують розвиток місцевих галузей і підвищують кваліфікацію молодих фахівців. В Україні залучення університетів до аналізу та розробки регіональних стратегій значно підвищило б інноваційний потенціал регіонів.

Стратегія розширення туристичного потенціалу та

інтеграції екологічних стандартів у регіональний розвиток.

Туристичний маркетинг, як один з елементів територіального маркетингу, активно використовується Чеською Республікою, залучаючи відвідувачів на основі історичної спадщини та культурних об'єктів. Для популяризації регіонів, впроваджена розробка локальних брендів, тобто ствоєння брендів для кожного регіону, враховуючи їхні унікальні риси (традиційні ремесла, кулінарія, архітектура), що допомагає підвищити інтерес туристів та підтримати локальний бізнес [3]. Розробка та підтримка туристичних маршрутів, історичних локацій та культурних заходів в українських регіонах на основі цього досвіду може сприяти притоку туристів і розвитку економіки. До того ж, цей підхід дозволить зміцнити ідентичність регіонів і підвищити інтерес до місцевих продуктів і послуг. Чехія приділяє значну увагу екологічним аспектам, впроваджуючи зелений маркетинг та екологічні ініціативи в регіональне планування, розвиває екотуризм як частину стратегії сталого розвитку регіонів, включаючи прокладання екомаршрутів, розвиток велоінфраструктури та парків. В Україні, з її значним природним потенціалом, адаптація цього підходу може сприяти сталому розвитку та підвищенню привабливості регіонів для екологічно відповідального туризму та інвесторів, а розвиток екотуризму сприятиме збільшенню туристичного потоку та підвищенню рівня екологічної свідомості населення.

Підводячи підсумки, успішна адаптація інструментів Чеської Республіки дозволить Україні підвищити ефективність територіального маркетингу, залучити більше інвестицій, розвинути туристичний та інноваційний потенціал регіонів, сприяючи сталому розвитку та покращенню якості життя місцевих громад.

### **Список використаних джерел**

1. Чабан І.І. Особливості використання інструментів маркетингу територій у Європейському Союзі. *Економіка регіону*. 2020, Вип. 2, С. 65–73.
2. Pětrova, E., Novotný, J. “Regional Development and Marketing in the Czech Republic: Strategies and Outcomes.” *Journal of Regional Studies*, 2019, Vol. 12, Issue 4, pp. 321-340.
3. Ritsova, M., & Konečný, M. “Adapting Cluster Policies: Lessons from the Czech Republic.” *European Planning Studies*, 2021, Vol. 29, Issue 6, pp. 984-1001.

**Папроцька В.В.,**  
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність 075 «Маркетинг»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Науковий керівник: **Донець Д.М.,**  
Ст. викладач каф. МЛ  
Національний університет «Львівська політехніка»*

## **СТРАТИГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА**

З огляду на сучасні тенденції господарювання ефективність та результативність підприємств значною мірою залежить від впровадження інновацій та стратегій розвитку. Важливість інновацій у діяльності компаній обумовлено рядом факторів, зокрема глобальною конкуренцією, швидкими змінами та зростанням інформаційних потоків. Це призводить до збільшення складності бізнес-процесів та скорочення життєвого циклу інноваційних продуктів, що вимагає впровадження інноваційних стратегічних рішень для швидкого реагування на виклики ринку.

Здатність впроваджувати інноваційні стратегії розвитку стає ключовим фактором для досягнення сталого економічного зростання, науково-технічного прогресу та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Для забезпечення високої якості економічного зростання необхідно створити сприятливі умови для активації інноваційного, виробничого та фінансового потенціалу. Тому розробка інноваційної стратегії є особливо важливою для національних підприємств, які мають значний науково-технічний потенціал, розвинену виробничу базу та є сильними конкурентами на внутрішньому ринку.

Сучасний науково-технічний прогрес має вагомий вплив на розвиток підприємств та їх структур, що призвело до формування інноваційного менеджменту, основним завданням якого є управління інноваційним розвитком компанії. Інноваційна діяльність охоплює комплекс різноманітних процесів і механізмів – технологічних, організаційних, наукових, комерційних і фінансових, які об'єднані в єдину систему та стимулюють інноваційний розвиток [1]. Також інноваційна стратегія передбачає створення організаційних елементів, що допомагають визначити пріоритети довгострокового розвитку та їх досягнення через впровадження інновацій у виробництво, що в результаті сприяє

підвищенню ефективності діяльності підприємства. Тому інтеграція інноваційних рішень у виробничі процеси стає одним із найпоширеніших методів підвищення конкурентоспроможності продукції, забезпечення стійкого розвитку та підтримки високого рівня прибутковості, що і визначає актуальність даного дослідження.

Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства розглядається як послідовний процес, що включає кілька етапів [2]:

1. Пошук та аналіз інформаційних сигналів з конкурентного середовища, що допомагає виявити потенційні загрози та нові можливості для бізнесу.
2. Оцінка впливу факторів на інноваційну діяльність компанії.
3. Трансформація загроз і можливостей у конкурентні переваги
4. Формування стратегії інноваційного розвитку, яка забезпечить конкурентоспроможність підприємства.

Розвиток інноваційного потенціалу підприємства значною мірою залежить від наявності ресурсів, таких як технологічні, фінансові, організаційні та кадрові. Важливою є здатність підприємства ефективно використовувати ці ресурси для впровадження інновацій, а також готовність підприємства до вирішення конкретних інноваційних завдань [3]. Кожне підприємство має свій рівень інноваційного потенціалу. Компанії з високим інноваційним потенціалом ведуть активну інноваційну діяльність, займають лідерські позиції на ринку, а їхня здатність швидко модифікувати продукцію та впроваджувати новітні розробки допомагає підтримувати своє становище. На противагу, підприємства з низьким інноваційним потенціалом не встигають адаптуватися до змін ринку через недостатню ресурсну базу та відсутність чіткої спрямованості інноваційної діяльності. Успішна реалізація інноваційних проєктів залежить від розвинутого інноваційного потенціалу та здатності підприємства управляти ним для досягнення комерційного результату.

Рівень інноваційного розвитку підприємства визначає відповідну модель його стратегічної поведінки на ринку. Стратегічний план розвитку має бути співвідносним із фінансовими та виробничими можливостями підприємства. Кожна інновація вимагає значних інвестицій, причому чим складніша технологія, тим більше ресурсів потрібно для її реалізації. Тому

раціональніше говорити про інноваційне управління підприємством з урахуванням інвестиційної складової. Відтак підприємствам, які прагнуть зміцнити свої позиції на ринку та забезпечити стабільний розвиток, слід розробляти інвестиційно-інноваційну стратегію, впроваджуючи її у виробництво. Це сприятиме досягненню інноваційних цілей, максимально ефективному використанню внутрішніх ресурсів, оптимальному управлінню інвестиційними коштами, а також швидкій адаптації до змін зовнішнього середовища. Наступним кроком є розгляд алгоритму створення стратегії сталого інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності. У таких умовах існує безліч ефективних методів формування стратегій розвитку, серед яких аналітичні, дослідно-експериментальні, прогностичні, економічні, соціально-психологічні та адміністративні. Найбільш перспективними є портфельні методи, які базуються на створенні матриць, інтуїтивні підходи, що особливо актуальні за нестачі інформації, програмно-цільові стратегії та математичне моделювання [4].

Об'єднання стратегічних, стійких і інноваційних аспектів розвитку підприємства здатне підвищити економічну, соціальну та екологічну ефективність його діяльності, що забезпечить високий рівень конкурентоспроможності вітчизняної промисловості. Визначаючи мету, яку слід досягти через реалізацію стратегії, важливо усвідомлювати реальний та бажаний стан об'єкта, враховуючи доступні ресурси та можливості. Цілі формування стратегії базуються на наступних принципах. Принцип обґрунтованості полягає у тому, що ресурси виділяються для чітко визначених і необхідних цілей. Принцип комплексності охоплює всі аспекти розвитку підприємства, забезпечуючи всебічний підхід до процесів управління. Принцип адаптації передбачає здатність підприємства реагувати та пристосовуватись до змін як у внутрішньому, так і в зовнішньому середовищах. Принцип результативності полягає у досягненні комерційного ефекту від реалізації стратегії, що підкреслює важливість економічної доцільності на кожному кроці [5].

У сучасних умовах економічної глобалізації підприємства змушені адаптуватися до змінного та конкурентного ринкового середовища. Інноваційна діяльність стає ключовим фактором, що забезпечує конкурентні переваги та фінансову стабільність підприємств. Успіх залежить від здатності компаній впроваджувати інновації як стратегічний ресурс, ретельно плануючи процеси їх

залучення, впровадження та реалізації.

Отже, стратегічне управління інноваційним розвитком є визначальним чинником для забезпечення стійкого зростання. Ефективне управління потребує правильної стратегії, яка враховує всі аспекти діяльності підприємства, включаючи бізнес-структуру, інновації, фінансові ресурси, методи управління та ресурсне забезпечення. У результаті, підприємства, що здатні адаптуватися та швидко реагувати на зміни, отримують можливість зайняти лідируючі позиції на ринку.

### **Список використаних джерел**

1. Діденко Є.О., Моторна Ю.С. Особливості формування інноваційної безпеки підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6053> (дата звернення 28.09.2024).

2. Тисько М.М. Управління інноваційним розвитком підприємства. 2016. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/33671> (дата звернення 28.09.2024).

3. Коваленко О.В., Калита В.І. Стратегія діяльності підприємства як генеральна програма розвитку. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2016. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE\\_print\\_2016\\_54\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2016_54_8) (дата звернення 28.09.2024).

4. Холод С.Б., Грушевський С.В., Куянова О.Ю. Удосконалення структури підприємства і системи управління щодо реалізації стратегії розвитку. *Вісник економічної науки України*. 2014. С. 163–165. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu\\_2014\\_2\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2014_2_33) (дата звернення 29.09.2024).

5. Гурбик У.Ю., Сальнікова М.В., Курган П.О. Суть, принципи та етапи стратегічного планування на підприємстві. 2019. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2019-20-25> (дата звернення 29.09.2024).

**Проскурівч О.В.,**  
*к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки, аналітики,  
 моделювання та інформаційних технологій в бізнесі  
 Хмельницького національного університету*

**Савицька Д.О.,**  
*студентка гр. МЕ-233, ВСІП «Хмельницький політехнічний  
 фаховий коледжНУ «Львівська політехніка»*

## ДІАГНОСТУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних умов господарювання вкрай важливим є оцінювання стану розвитку суб'єкта підприємництва за його прибутковістю. Це забезпечить надійне отримання доходу, виявлення факторів, що сприяють ефективному господарюванню та покращенню його результативності. Динамізм економічного середовища вимагає зваженого управління усіма процесами господарювання. Вагомим при цьому є оцінювання рівня та пошук шляхів підвищення фінансового результату задля покращення умов функціонування, конкурентного статусу та економічної безпеки приватного підприємства [1].

Процес формування фінансових результатів на приватному підприємстві подано у таблицях 1 – 2.

Таблиця 1

### Динаміка фінансових результатів приватного підприємства з 2018 р. по 2023 р.

Показники	Абсолютне значення за роками, тис. грн					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Обсяг реалізованої продукції	38474,0	43214,2	50264,5	56893,5	88782,5	128929,4
Собівартість реалізованої продукції	33617,1	38222,3	43298,0	52286,6	82223,0	115486,6
Валовий прибуток	4856,9	4991,9	6966,5	4606,9	6559,5	13442,8
Інші операційні доходи	474,8	503,1	159,8	1637,2	4101,6	3706,6
Інші операційні витрати	1845,10	2358,40	2975,70	3792,60	5532,40	7179,70
Прибуток від операційної діяльності	3486,6	3136,6	4150,6	2451,5	5128,7	9969,7
Інші доходи	18,2	152,2	50,3	578	296,1	1580,5
Інші витрати	0	151,1	566	1082,7	1769,7	2509,3
Прибуток оподаткування	3504,8	3137,7	3634,9	1946,8	3655,1	9040,9
Податок на прибуток	854,6	361,9	904,5	475,7	780,8	1646,5
Чистий прибуток	2650,2	2775,8	2730,4	1471,1	2874,3	7394,4

За даними таблиці 1 діяльність приватного підприємства була прибутковою за увесь аналізований період. У звітному році суб'єкт підприємництва отримав прибуток у розмірі 7394,4 тис. грн.

Таблиця 2

**Відносне відхилення за основними видами фінансових результатів**

Показники	Абсолютне відхилення за роками, тис. грн					Відносне відхилення за роками, %				
	2019-2018	2020-2019	2021-2020	2022-2021	2023-2022	2019/2018	2020/2019	2021/2020	2022/2021	2023/2022
Чистий дохід від реалізації	4740,2	7050,3	6629,0	31889,0	40146,9	12,32	16,31	13,19	56,05	45,22
Валовий прибуток	135,0	1974,6	-2359,6	1952,6	6883,3	2,78	39,56	-33,87	42,38	104,94
Інші операційні доходи	28,3	-343,3	1477,4	2464,4	-395,0	5,96	-68,24	924,53	150,53	-9,63
Інші операційні витрати	513,3	617,3	816,9	1739,8	1647,3	27,82	26,17	27,45	45,87	29,78
Прибуток від операційної діяльності	-350,0	1014,0	-1699,1	2677,2	4841,0	-10,04	32,33	-40,94	109,21	94,39
Інші доходи	134,0	-101,9	527,7	-281,9	1284,4	736,26	-66,95	1049,11	-48,77	433,77
Інші витрати	151,1	414,9	516,7	687,0	739,6	-	274,59	91,29	63,45	41,79
Прибуток до оподаткування	-367,1	497,2	-1688,1	1708,3	5385,8	-10,47	15,85	-46,44	87,75	147,35
Чистий прибуток	125,6	-45,4	-1259,3	1403,2	4520,1	4,74	-1,64	-46,12	95,38	157,26

Аналіз даних, що подані у таблицях 1 та 2, показує позитивну тенденцію зростання чистого доходу від реалізованої продукції впродовж аналізованого періоду. Найбільше зростання на 56,05 % відбулося з 2021 р. по 2022 р. та на 45,22 % у наступному році. За останніх шість років розмір чистого доходу від наданих послуг збільшився у 2,35 рази. Собівартість реалізованої продукції теж мала тенденцію до нарощування з 2018 р. по 2023 р., що негативно характеризує діяльність приватного підприємства, оскільки воно не займається оптимізацією витрат. Так у звітному році щодо попереднього собівартість виросла на 40,46 % або на 33264 тис. грн. У 2022 р. витрати зростали на 57,25 %, у 2021 р. – на 20,76 %, у 2019 р. та 2020 р. – на 13 %. За досліджуваний період вони зростали (у 2,44 рази) трошки меншими темпами ніж виручка від реалізації, що призвело до позитивного значення фінансового результату – валового прибутку. Оцінюючи динаміку валового прибутку приватного підприємства слід відмітити його позитивне

значення протягом усього досліджуваного періоду. Найбільший його розмір приватне підприємство отримало у 2023 р. 13443 тис. грн та 2020 р. 6967 тис. грн. Його величина зростає впродовж усіх років, за виключенням 2021 р., коли він зменшився на 2360 тис. грн або на 33,87 %. З 2018 р. по 2023 р. валовий прибуток збільшився на 177 % або на 6883,3 тис. грн. Це позитивно характеризує фінансовий результат від виробничо-збутової діяльності, що характеризується рентабельністю його діяльності. Її величина хоч і коливається, але зростає на 41,12 % у звітному році щодо попереднього.

Розмір чистого прибутку приватного підприємства з 2018 р. по 2023 р. здебільшого зростає: на 4744,2 тис. грн за шість років, на 4520,1 тис. грн у звітному році щодо попереднього, на 1403,2 тис. грн у 2022 р. Проте, він зменшився з 2019 р. по 2020 р. на 45,4 тис. грн або на 1,64 % та наступного року на 1259,3 тис. грн або на 46,12 % відповідно до попереднього року. Тому, менеджменту приватного підприємства слід ретельно підходити до діагностування своєї діяльності і намагатися виявляти резерви подальшого її покращення. Це дозволить стабілізувати ситуацію та підвищити доходи шляхом: укладання контрактів із надійними партнерами, оптимізації розміру зобов'язань та витрат на збут, збільшення обсягу інших операційних доходів та рівня рентабельності активів; ефективного використання матеріальних ресурсів; збільшення обсягів та покращення якості продукції (робіт, послуг); підвищення конкурентного статусу та ефективності господарювання приватного підприємства.

Для впровадження цих заходів, нами пропонується здійснити економіко-математичне моделювання процесу збільшення розміру чистого прибутку засобами кореляційно-регресійного аналізу. В результаті побудовано економетричні (таблиця 3) та трендові (таблиця 4) моделі його зміни на реальних даних про його діяльність.

У результаті економетричного моделювання фінансового результату побудована чотирьох факторна модель (1). У ній найбільший вплив на його зміну здійснює рентабельність активів. За її зростання на 1 % чистий прибуток збільшиться на 548 тис. грн. Значення коефіцієнта детермінації (0,7905) вказує на те, що на 79 % відібрані чотири фактори впливають на зміну фінансового результату. Побудована модель є адекватною, як за коефіцієнтом детермінації так і за критерієм Фішера. Одночасно побудовано по чотири трьох факторних моделі (2) – (5), двох факторні моделі (6) –

(9) та одно факторні моделі (10) – (13). Вони теж мають достатнє значення коефіцієнта детермінації, яке вказує на суттєвість впливу відібраних факторів на результативний показник. Усі вони є адекватними за критерієм Фішера, оскільки їх розрахункові значення перевищують табличне значення. Тому за ними здійснено прогнозування чистого фінансового результату приватного підприємства (таблиця 5).

Таблиця 3

**Основні характеристики економетричних моделей зміни чистого прибутку**

ч/ч	Вид моделі	Коефіцієнт детермінації	Критерій Фішера	
			розр. знач.	Табл. знач.
1	$Y_p = 0,16x_1 - 0,01x_2 + 0,27x_3 + 547,59x_4 - 6483$	0,7905	11,32	3,26
2	$Y_{p1} = 0,19x_1 - 0,02x_2 + 0,35x_3 - 4495$	0,5500	5,30	3,41
3	$Y_{p2} = 0,01x_2 + 0,09x_3 + 629,73x_4 - 5600$	0,6241	7,20	
4	$Y_{p3} = 0,143x_1 + 0,002x_2 + 562,86x_4 - 4227$	0,7672	14,28	
5	$Y_{p4} = 0,13x_1 + 0,09x_3 + 572,20x_4 - 5268$	0,7770	15,10	
6	$Y_{p5} = 0,17x_1 - 0,004x_2 - 1493$	0,5111	7,32	3,74
7	$Y_{p6} = 0,36x_3 + 610,66x_4 - 7586$	0,5947	10,27	
8	$Y_{p7} = 0,14x_1 + 0,02x_3 - 2061$	0,5946	7,13	
9	$Y_{p8} = 0,15x_1 + 554,24x_4 - 4058;$	0,7661	22,93	4,54
10	$Y_{p9} = 0,15x_1 - 1817$	0,5041	15,25	
11	$Y_{p10} = 0,02x_2 - 1875$	0,2897	6,12	
12	$Y_{p11} = 0,31x_3 - 4390$	0,2824	5,90	
13	$Y_{p12} = 516,51x_4 - 831$	0,2280	4,63	

Таблиця 4

**Основні характеристики трендових моделей**

ч/ч	Вплив часового фактору на зміну	Вид моделі	Коефіцієнт детермінації	Критерій Фішера	
				розр. знач.	табл. знач.
14	чистого прибутку	$P_t = 5161 - 2246t + 155t^2$	0,2900	2,86	3,74
15	інших операційних доходів	$D_t = 49696 - 16406t + 1125t^2$	0,6617	13,70	
16	зобов'язань підприємства	$Z_t = 177867 - 76943t + 6805t^2$	0,9249	86,16	
17	витрат на збут	$V_t = 10097 - 1969t + 241t^2$	0,9219	82,67	
18	рентабельності активів	$R_t = 2,50 + 0,61t - 0,04t^2$	0,0179	0,13	

На основі трендових моделей (14 – 18), за поліноміальною залежністю (таблиця 4), встановлено вплив часового фактору на зміну як розміру чистого прибутку так і факторів, які на нього впливають. За коефіцієнтом детермінації доведено суттєвий вплив часового фактору на зміну обсягу інших операційних доходів (на 66 %), зобов'язань підприємства ( на 93 %) та витрат на збут (92 %). Лише на 29 % він впливає на зміну розміру чистого прибутку

та взагалі не впливає на зміну рентабельності активів. Тому, трендові моделі використовувались лише для прогнозування значень обраних факторів на три майбутніх роки (таблиця 5).

Таблиця 5

**Прогнозні значення чистого прибутку та факторів, що на нього впливають**

Показники	2022 р.	2023 р.	2024 р.	2025 р.
Інші операційні доходи	158289	159872	161471	163085
Зобов'язання підприємства	1012931	1002802	992774	982846
Витрати на збут	49653	49156	48665	48178
Рентабельність активів	2,62	2,64	2,67	2,69
Чистий прибуток	23429	-	-	-
за моделлю (1)	21 025	21 278	21 533	21 792
за моделлю (2)	21 015	21 368	21 723	22 081
за моделлю (3)	14 592	14 423	14 256	14 091
за моделлю (4)	21 585	21 808	22 033	22 261
за моделлю (5)	21 314	21 489	21 668	21 849
за моделлю (6)	21 742	22 059	22 379	22 701
за моделлю (7)	11 931	11 768	11 606	11 447
за моделлю (8)	21 554	21 771	21 990	22 211
за моделлю (9)	21 635	21 892	22 151	22 413
за моделлю (10)	21 623	21 857	22 094	22 333
за моделлю (11)	13 519	13 365	13 212	13 061
за моделлю (12)	11 177	11 021	10 867	10 714

За даними таблиці 5 видно, що найбільш точно описують зміну чистого прибутку змодельовані значення за моделями (1), (2), (4) – (6), (8) – (10). Результати прогнозування чистого фінансового результату за трендовими залежностями довели, що на прогнозні значення впливає загальна тенденція їх зміни протягом досліджуваного періоду. В результаті усі моделі, показали нестабільну тенденцію зміни результуючого показника. Його прогнозне значення у 2023 р. зменшиться за усіма моделями, як щодо фактичного так і змодельованого значення за 2022 р. Проте у два наступних роки чистий прибуток приватного підприємства буде зростати.

Отже, умови сьогодення вказують на складність забезпечення прибутковості діяльності. На менеджмент приватного підприємства покладається завдання щодо пошуку шляхів їх отримання і утримання впродовж процесу функціонування господарюючого суб'єкта. При цьому, слід зосередити увагу на

пошуку внутрішніх резервів зростання фінансового результату. Це можна досягти за рахунок[2]: нарощування обсягів товарної і відповідно реалізованої продукції (робіт, послуг); зниження розміру операційних витрат та собівартості реалізованої продукції; задіяння внутрішніх резервів щодо покращення продуктивності праці, ефективності використання залучених ресурсів, впровадження маркетингових досліджень.

### **Список використаних джерел**

1. Проскурович О. В., Бойчук В. А. Комп'ютерні технології економічного аналізу: навч. посібник. Львів : «Новий Світ–2000», 2012. 310 с.

2. Ткаченко І. С., Проскурович О. В. Економіко-математичне моделювання фінансового результату підприємства. *Економіка: реалії часу*. 2017. № 3 (31). С. 84-94.

**Савіцький А.В.,**

*д.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## **ПЕРЕВАГИ УЧАСТІ У ГРАНТОВИХ ПРОПОЗИЦІЯХ ДЛЯ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ**

Умови динамічного розвитку фахової передвищої та вищої освіти ставлять нові вимоги і виклики перед вищими навчальними закладами (ВНЗ), а особливо тоді, коли вітчизняна економіка та усі сфери її забезпечення направлені на фінансування військових потреб ЗСУ. Не виключенням і є освітнє середовище, яке для підвищення якості підготовки кваліфікованих спеціалістів потребує пошуку значних сум грошових коштів, субсидій та інвестицій.

На сьогодні, для коледжів та інших ВНЗ пропонується досить велика кількість грантових пропозицій, які можуть не тільки вирішити питання додаткового фінансування освіти, а також сприяти започаткуванню інноваційних проєктів, що направлені на підвищення компетентності як студентів, так і науково-педагогічних працівників. Переважна кількість грантових пропозицій надходить із з-закордону, проте, є безліч українських

мікрогрантів, в межах яких, організації та інституції готові здійснити фінансування інновацій в освіті.

Через це, на авторську думку, виникає два важливих питання, які дозволяють визначити подальший розвиток ВНЗ на основі участі у грантових пропозиціях:

1. Як забезпечити якість освітнього процесу?

2. Чи можливо сприяти удосконаленню управлінського традиційного підходу?

Для того, щоб відповісти на ці питання, необхідно вивчити, порівняти та систематизувати окремі вимоги до грантових пропозицій [1-6], які встановлюються грантодавцями. З цих позицій, вважаємо, за потрібне звернути увагу на наступне:

– грантова пропозиція буде мати зміст та прийнятною до розгляду, якщо містить унікальність у практичному застосуванні на мікро-, макро- та регіональному рівнях, а особливо тоді, коли її результат може створити соціальний ефект для виконавців та користувачів проєкту, для яких він запускається і реалізується;

– усі грантові пропозиції здебільшого пов'язуються трьома ключовими детермінантами, які визначають параметри отримання та виконання грантів в цілому: обсяг фінансових коштів, технології та техніка, цільова аудиторія;

– грантові пропозиції спрямовані на виділення коштів для розвитку організацій, а не на збагачення; відповідно, після виконання грантового проєкту в розпорядженні грантоотримувача залишаються технології та техніка, набутий досвід і кваліфікований персонал, нові знання;

– для того, щоб отримати гранти на значні суми коштів від 50 тис. дол. і вище, організація повинна сконцентрувати увагу на вигрші мікрогрантів;

– значна сума витрат та фінансування пов'язана із купівлею технологій та техніки, яка варіюється у розрізі 30-50%;

– у процесі виконання гранту необхідно дотримуватись елементу публічності, а саме, інформативної звітності перед грантодавцем, оскільки інституція, яка фінансує проєкт має пересвідчитись у його продуманій і поетапній реалізації; проте, якщо проєкт містить комерційну таємницю та пов'язаний з авторськими правами чи тимчасово недоречний по причині ймовірного копіювання – елемент публічності є поверхневим та здійснюється виключно для прямого представлення грантодавцю.

Виходячи з цього, процес управління розвитком ВНЗ та підвищення якості освітнього процесу буде залежати від того, на

скільки правильно розробники інноваційної ідеї гранту можуть інтегрувати її тематику в зміст окремої освітньої програми, спеціальності чи спеціалізації. У цьому випадку, кожна грантова інноваційна ідея має бути спрямована на формування або доповнення компетентностей, за якими формуються уміння та навички здобувачів освіти. Як результат, застосування такого підходу, дасть змогу отримати ряд важливих переваг, а саме:

- на основі інноваційної ідеї, куплена і впроваджена у дію технологія та техніка залишається на балансі ВНЗ, оновлює та доповнює матеріально-технічну базу;

- у процесі виконання гранту активізується команда тих науково-педагогічних працівників, які спроможні досліджувати альтернативні ідеї, продукувати нові знання та інтегрувати їх в окремі тематики освітніх компонент, розробити навчальні робочі програми та інші освітні матеріали;

- сформувати цільову групу зацікавлених осіб із числа студентів, які після виконання гранту зможуть застосувати набуті знання під час навчання та професійної роботи;

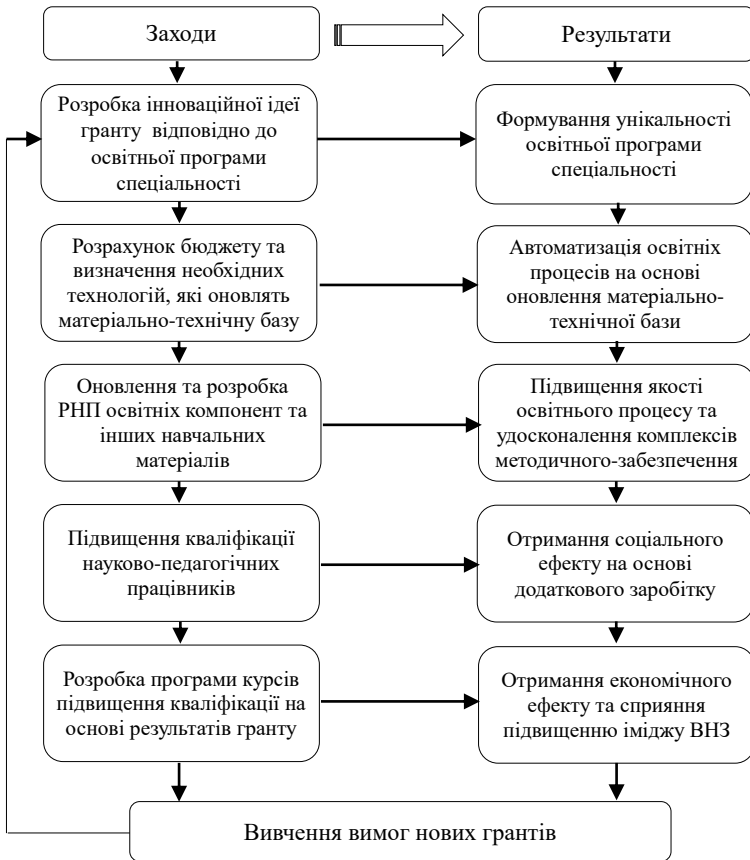
- на основі реалізованого гранту сформувати програму підвищення кваліфікації та продовжити практику її виконання із іншою цільовою аудиторією, яка може складатись не тільки із студентів, а також, і інших зацікавлених осіб, якщо вони відповідатимуть поставленим для цього вимогам;

- отримати соціальний ефект від започаткування програми підвищення кваліфікації: для викладачів – за рахунок додаткового заробітку; для студентів, науково-педагогічних працівників інших ВНЗ, підприємців і усіх бажаючих – на базі набутого нового інноваційного досвіду з відповідним сертифікатом підтвердження;

- отримання економічного ефекту від надходження коштів за оплату курсів підвищення кваліфікації на баланс ВНЗ, який виконав грант, розробив програму та її реалізовує в подальшому;

- покращити імідж ВНЗ на ринку освітніх послуг.

На рис. 1, представлено авторську схему управління розвитком ВНЗ та підвищення якості освітнього процесу на основі участі в закордонних і вітчизняних грантових пропозиціях.



**Рис. 1. Управління розвитком ВНЗ та підвищення якості освітнього процесу на основі участі в закордонних і вітчизняних грантових пропозиціях\***

\* розроблено та сформовано автором

Таким чином, грантові пропозиції, для українських ВНЗ відкривають нові можливості для розвитку та здійснення якісних внутрішніх перетворень, які направлені на відповідність сучасним трендам інноваційних процесів, вимогам ринку освітніх послуг за умов воєнного стану, і відповідно виступають рушійною силою для пошуку альтернативних підходів покращення іміджу у порівнянні з іншими закладами освіти та інституціями. Крім того, це дасть змогу, більше сконцентруватись на практичних питаннях, які



**Смігунова О.В.,**  
*к.е.н., доцент, вчений секретар, Інститут тваринництва НААН*  
**Вишенський С.В.,**  
*аспірант, Інститут тваринництва НААН*  
**Вареник В.Б.,**  
*аспірант, Інститут тваринництва НААН*

## **СУТНІСТЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА**

Питання підвищення рівня ефективності аграрного сектора економіки з кожним маркетинговим періодом набуває значної актуальності. Проблеми галузі є результатом економічних, політичних, соціально-психологічних, а також технологічних аспектів її розвитку. Аграрний сектор економіки країни – це цілісна система, в основі якої знаходяться природні фактори, техніко-технологічні можливості та кваліфіковані кадри. Ця особливість визначає теоретико-методичні та практичні пошуки раціональних варіантів поєднання цих елементів для пристосування галузі в умовах постійних динамічних ринкових перетворень на вітчизняному та світовому ринках.

Спеціалізація сільського господарства відіграє значну роль в економічному розвитку країни. Вона сприяє концентрації фінансових, матеріальних та трудових ресурсів на виробництві конкурентоспроможної продукції, надає поштовх до удосконалення організації праці, стимулює науково-технічний розвиток та підвищує економічну ефективність сільськогосподарських підприємств [1].

Термін «спеціалізація» походить від латинського слова «specialis», що означає «особливий» та буквально описує процес як конкретизацію або деталізацію. З точки зору базових понять, пов'язаних із подальшим закріпленням спеціалізації як економічної категорії, основним можна вважати поділ праці. У популярній праці «Економікс», присвяченій найважливішим проблемам економіки, К. Макконнелл та С. Брю визначали поділ праці як постійне виконання людиною одноманітної роботи та прирівнювали його до спеціалізації.

Теоретичне осмислення спеціалізації як результату суспільного поділу праці розпочалось у працях А. Сміта. У книзі «Дослідженні про природу і причину багатства народів», яка неабияк вплинула на розвиток економічної теорії, він розкрив суть

розподілу праці та основні причини його виникнення. А. Сміт вважав, що великий прогрес в розвитку продуктивності праці та значна частка вмінь та навичок працівників, тобто якість праці, є наслідком суспільного поділу праці. Поділ праці у будь-якій галузі, незалежно від розмірів виробництва, веде до зростання продуктивності праці, а також зростання «загального добробуту народів». Однак, за своєю сутністю сільське господарство менше піддається поділу праці, ніж промисловість. Тому підвищення продуктивності праці в сільському господарстві не завжди залежить від її поділу [2].

З дослідження А. Сміта випливає те, що обмежене спеціалізоване сільськогосподарське виробництво здатне створити економічний ефект, який полягає в удосконаленні підприємствами технології, вмінь працівників, економії матеріальних ресурсів, часу та подальшому забезпеченні продуктивності праці та зменшенні виробничих витрат.

Більшість вчених-економістів, які вивчали питання розміщення галузей сільського господарства та спеціалізації, погоджуються між собою, що ці два поняття є близько взаємопов'язаними, проте не тотожними, оскільки кожне з них виступає як форма суспільного поділу праці. До того ж, розміщення виробництва є кількісною характеристикою суспільного поділу праці в сільському господарстві, яка зумовлює його спеціалізацію [3].

Спеціалізації сільськогосподарського виробництва заснована на тих же основних теоретичних та практичних підходах, що й у інші суб'єкти господарювання. Науковці під спеціалізацією сільськогосподарських підприємств розуміють виробничий напрям підприємства з раціональним поєднанням головних, додаткових і підсобних галузей.

Територіальна спеціалізація сільського господарства являє собою домінуюче виробництво тих чи інших видів сільськогосподарської продукції на певній території, беручи до уваги природо-кліматичні умови. Господарська спеціалізація – це спеціалізація підприємства на виробництві певних видів продукції, виробництво яких забезпечить підприємству найбільший економічний ефект. Внутрігосподарська спеціалізація характерна в першу чергу для великих мультикорпоративних підприємств, і передбачає поділ праці між підрозділами підприємства.

На думку Канінського П. К. [4], спеціалізація – це раціональна організація праці, яка виявляється шляхом

концентрації власності товаровиробників на виробництві одного або декількох видів продукції, здійсненні окремих технологічних процесів або наданні послуг окремими галузями, виробництвами, підприємствами та їх підрозділами у відповідності до економічних та природних умов з метою підвищення ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності виробленої продукції з мінімальним ризиком .

Оскільки спеціалізація сільськогосподарського виробництва як економічна категорія має комплексний і багатоаспектний характер, останнім часом все частіше зустрічається у полі зору наукових досліджень, а також перебуває під необмеженим впливом певних факторів, то повноцінно відобразити її сутність можливо за умови ототожнення із процесом як динамічним явищем.

У сільському господарстві як галузі народного господарства на початковому етапі розвитку спеціалізація була взагалі відсутня. Природно-кліматичні умови впливали на виробництво, яке включало в себе сільськогосподарську продукцію, відповідну до географічного розміщення.

Виробничо-територіальним типам господарств не характерна статичність – процес їх формування знаходиться в постійному розвитку. Власне, ідея відповідності певної галузі сільського господарства тому природному ландшафту, в якому вона розвивається (рівень зональності), пронизує роботу вітчизняних економістів-класиків. Що ж до економічної оцінки сільськогосподарських земель, то в сьгоднішніх надскладних умовах боротьби за саме існування української держави сільське господарство – чи не єдина галузь, яка ще може тримати вітчизняну економіку «на плаву», а реальна вартість наших земель може бути найглибше усвідомлена і обґрунтована саме географами.

Поштовхом до поглиблення спеціалізації сільськогосподарського виробництва став розвиток продуктивних сил, а саме сільськогосподарського машинобудування та транспортної інфраструктури. Так, розробка комплексів машинного доїння корів та агрегатів автоматизованої подачі кормів, зумовило формування вузькоспеціалізованих тваринницьких ферм. А розвиток транспортної інфраструктури значно полегшив процес обміну та підвищив товарність сільськогосподарської продукції. Це сприяло поглибленню спеціалізації в галузі рослинництва, де товаровиробники зосереджували виробництво на вирощуванні більш врожайних та прибуткових культур.

Концентрація виробництва у сільському господарстві – це процес зосередження засобів виробництва, землі і трудових ресурсів на одному підприємстві з метою нарощування обсягів виробництва. Це по суті процес укрупнення виробництва, який передбачає нарощування виробництва одного виду продукції з одночасним зменшенням виробництва інших. Наприклад, в рільництві, підприємство яке займалось вирощуванням всього спектру сільськогосподарської продукції, в процесі концентрації виробництва зосереджує свої ресурси на виробництві озимого ріпаку та овочів, зменшуючи при тому посіви зернових та картоплі.

Диверсифікація як процес є оберненою до концентрації і передбачає розвиток у високо чи вузько спеціалізованих підприємствах суміжних або допоміжних виробництв з метою зменшення підприємницьких ризиків. В західній економічній літературі сільськогосподарське підприємство, яке займається виробництвом декількох видів продукції називають диверсифікованим, а сукупність видів продукції на виробництві яких спеціалізується підприємство – його портфелем.

Слід відмітити, що там, де існує спеціалізація, має бути і кооперація. Ці організаційно-економічні форми взаємопов'язані й зумовлюють одна одну, перетворюють процес виробництва на суспільну комбінацію праці. Кооперація значно поглиблює процес спеціалізації підприємств, дозволяє вузькоспеціалізованим підприємствам об'єднуватись для виконання якихось виробничих операцій, придбання нових видів технічного оснащення, розвитку системи зберігання та збуту сільськогосподарської продукції тощо. Тобто, кооперація значно підвищує технологічну та економічну ефективність спеціалізованих сільськогосподарських підприємств.

Сьогодні в Україні поряд із великими господарствами здебільшого колективної форми власності функціонують приватні підприємства середньої величини та малі підсобні господарства селян. Обираючи виробничий напрям підприємства та рівень його спеціалізації, керівництво та власники сільськогосподарських підприємств не завжди керуються науково обґрунтованими рекомендаціями, а виключно – прагненням одержати максимальний прибуток, зосереджуючись на виробництві лише високоліквідних видів продукції. Спеціалізація аграрних підприємств повинна узгоджуватись із стратегічним планом підприємства, відповідати його цілям та місії. Формування спеціалізації та виробничого напрямку підприємства має

гармонізуватися із природно-кліматичними умовами та детальним вивченням ринку сільськогосподарської продукції.

Отже, основними засадами на яких повинна здійснюватися спеціалізація сільськогосподарських підприємств є:

- виробничий напрям підприємства повинен відповідати стратегії, місії та цілям, які ставить перед собою підприємство;
- відповідність структури виробництва ринковій кон'юнктурі та попереднім заключним договорам постачання;
- врахування природно-кліматичних умов за ради забезпечення найвищих показників продуктивності виробництва (урожайності культур, продуктивності тварин);
- забезпечення економічних переваг, максимізація прибутку та зниження рівня підприємницького ризику;
- відповідність виробничого напрямку підприємства регіональним та загальнодержавним програмам економічного розвитку;
- забезпечення екологічної безпеки та раціонального природокористування.

Досвід господарювання та світові тенденції свідчать, що перевагу в результатах діяльності мають спеціалізовані підприємства. Спеціалізація, як елемент суспільного поділу праці, забезпечує поруч із кооперацією високу економічну ефективність виробництва сільськогосподарської продукції, вдосконалення матеріально-технічної бази, оптимальні канали реалізації, контроль якості продукції, підвищення її конкурентоспроможності тощо.

### Список використаних джерел

1. Голованова Г.Є. Принципи раціоналізації вибору товарної спеціалізації виробництва в аграрних підприємствах. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*, 2019. № 4. С. 29 – 33. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2019-4-5>.
2. Smith A. *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*. Prometheus Books, 1991.
3. Красноруцький О. О., Смігунова О. В., Чигринов Є. І. Стратегічні орієнтири управління розмірами та масштабами виробництва аграрних підприємств молочного напрямку. *Науково-технічний бюлетень ІТ НААН*. №129. С. 90 – 102. DOI 10.32900/2312-8402-2023-129-90-102. DOI 10.32900/2312-8402-2023-129-90-102.
4. Канінський П.К. Спеціалізація сільськогосподарських підприємств: монографія. К: ННЦ ІАЕ, 2005. 348 с.

**Царук І.В.,**  
*здобувачка вищої освіти спеціальності 073 Менеджмент*  
**Науковий керівник: Піхняк Т.А.,**  
*к.е.н., доцентка, доцентка кафедри менеджменту,*  
*економіки, статистики та цифрових технологій*  
*Хмельницького університету управління та права*  
*імені Леоніда Юзькова*

## **АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙ У БІЗНЕСІ**

Сьогодні важко уявити успішний бізнес без інновацій. Вони є ключовим двигуном розвитку та конкурентоспроможності підприємств. Від впровадження нових технологій до модернізації виробничих процесів – інновації можуть суттєво підвищити ефективність бізнесу. Однак для того, щоб прийняти рішення про інвестування в інновації, необхідно ретельно оцінити їх економічну ефективність. Існує декілька основних методів аналізу економічної ефективності інновацій. Розглянемо їх:

По-перше, аналіз витрат і вигод, який передбачає порівняння витрат на впровадження інновацій з очікуваними вигодами. Вигоди можуть бути як фінансовими (прибуток, зниження витрат), так і нефінансовими (покращення іміджу, підвищення лояльності клієнтів). Для прикладу, американська автомобільна компанія-стартап Tesla, яка інвестувала значні кошти в розробку нових акумуляторів для електромобілів. Це дало змогу збільшити дальність поїздки на одному заряді, що привабило нових клієнтів і збільшило продажі. Вигоди від цієї інновації перевищили витрати на її впровадження;

По-друге, окупність інвестицій (ROI). Даний метод дозволяє оцінити, наскільки прибутковими є інвестиції в інновації. Цей показник допомагає зрозуміти, як швидко підприємство зможе отримати вигоду від інвестицій і повернути вкладені кошти. Так, до прикладу, компанія Amazon впровадила автоматизовані склади, що дозволило скоротити витрати на персонал і пришвидшити обробку замовлень. Інвестиції в робототехніку окупилися протягом трьох років завдяки економії на операційних витратах;

По-третє, метод чистої теперішньої вартості (NPV). Він дозволяє оцінити майбутні грошові потоки від інновацій, дисконтовані до поточного моменту. Якщо NPV позитивна, це означає, що проєкт вигідний і вартий інвестування;

По-четверте, індекс рентабельності інвестицій (PI). Цей

індекс показує співвідношення між теперішньою вартістю майбутніх доходів і початковими витратами. Якщо показник PI більше 1, це свідчить про вигідність проєкту. Як приклад, можна розглянути компанію Apple, яка впровадила новий чіп M1 для своїх комп'ютерів, який значно покращив продуктивність і зменшив енергоспоживання. Високі початкові витрати на розробку даного процесора виправдали себе через зростання продажів та зниження витрат на сторонні комплектуючі.

Із вище викладеного можна зробити висновок про те, що основні методи аналізу економічної ефективності інновацій, такі як: аналіз витрат і вигід, окупність інвестицій (ROI), чиста теперішня вартість (NPV) та індекс рентабельності інвестицій (PI), є незамінними інструментами для прийняття зважених рішень щодо інвестицій в інновації. Вони допомагають оцінити фінансову вигоду проєктів, визначити їхню окупність та рентабельність, а також зменшити ризики. Використання цих методів дозволяє підприємствам не лише обрати найбільш ефективні інноваційні рішення, але й забезпечити їх успішну реалізацію, сприяючи стійкому розвитку і зростанню бізнесу [1].

Одним із найважливіших ефектів впровадження інновацій є підвищення продуктивності. Новітні технології та автоматизація дозволяють підприємствам скоротити час на виконання виробничих завдань та підвищити якість продукції або послуг. Завдяки використанню сучасного обладнання, програмного забезпечення та методів управління, підприємства можуть більш ефективно використовувати свої ресурси. Інновації також сприяють зниженню операційних витрат. Оптимізація процесів, автоматизація рутинних операцій та впровадження енергоефективних рішень дозволяють підприємствам скорочувати витрати на робочу силу, матеріали та енергоресурси. Окрім цього, інноваційні підходи до управління бізнесом, такі як: використання хмарних сервісів, цифрових платформ, дозволяють зменшити витрати на інфраструктуру та технічну підтримку. Інновації відкривають нові можливості для зростання доходів і виходу на нові ринки. Розробка нових продуктів та послуг, які відповідають сучасним потребам споживачів, дозволяє підприємствам збільшити свої продажі та залучити нових клієнтів. Також інновації дозволяють підприємствам впроваджувати нові бізнес-моделі, що можуть стати ключовим фактором успіху в глобальній економіці.[2], [3]

Отже, можна зробити висновок, що інновації відіграють

важливу роль у розвитку бізнесу, впливаючи на всі ключові показники ефективності – від підвищення продуктивності до зниження витрат і зростання доходів. Підприємства, які активно інвестують в інновації, отримують конкурентні переваги на ринку, розширюють свої можливості та краще адаптуються до змін. Однак, впровадження інновацій вимагає від підприємств не тільки фінансових ресурсів, але й стратегічного підходу та готовності до змін. Ті підприємства, які успішно використовують інновації, забезпечують собі стабільне зростання і стійкість на тривалий період.

### **Список використаних джерел**

1. Гриньова В.М., Бутенко Д.С. Оцінка результативності інноваційної діяльності підприємства : монографія. Харків : Вид. ХНЕУ, 2013. С.54
2. Лихолет С. І. Сучасні підходи оцінки ефективності економічного стимулювання інноваційної діяльності промислових підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*, 2016. С. 9–14.
3. Рудь Н. Т. Нові методичні підходи до аналізу інноваційного потенціалу підприємства. *Економічний форум*, 2015. С. 103–108.

### РОЗДІЛ 3

## АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ЕНЕРГІЇ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ОСВІТИ І НАУКИ

**Плахотнюк Р.В.,**  
*аспірант кафедри публічного та приватного права,  
Університет митної справи та фінансів*

### ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ОСНОВА ДЛЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ КРИТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ

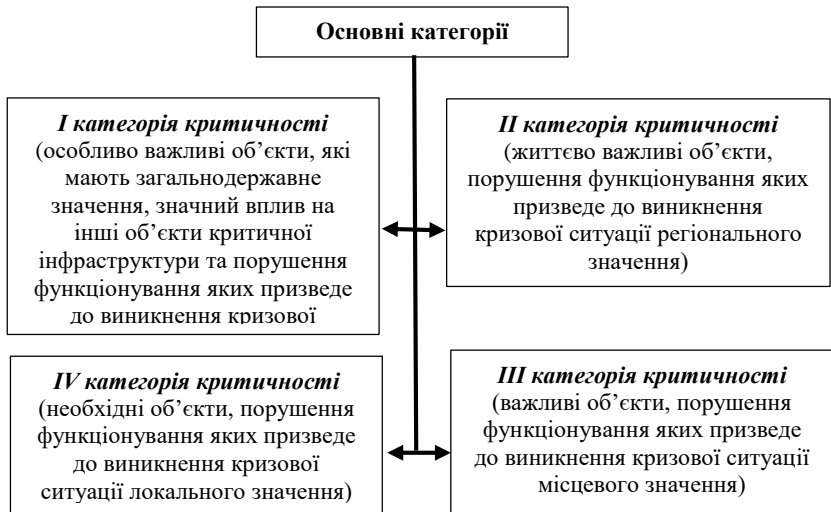
В умовах глобальних викликів, пов'язаних із змінами клімату, енергетичною безпекою та економічною нестабільністю, Україна стикається з необхідністю переходу до сталого розвитку. Одним із ключових аспектів цього переходу є впровадження зелених технологій у функціонування критичної інфраструктури, що, своєю чергою, може сприяти підвищенню її стійкості та ефективності.

Загалом, критична інфраструктура включає в себе об'єкти та системи, які забезпечують життєдіяльність суспільства та економіки: енергетичні, транспортні, водопостачальні системи та комунікації. Законом України «Про критичну інфраструктуру» визначено, що критична інфраструктура складається із сукупності певних об'єктів, при цьому «об'єкти критичної інфраструктури – об'єкти інфраструктури, системи, їх частини та їх сукупність, які є важливими для економіки, національної безпеки та оборони, порушення функціонування яких може завдати шкоди життєво важливим національним інтересам» [1].

Стійкість критичної інфраструктури є основою для забезпечення національної безпеки, економічного розвитку та соціальної стабільності. А отже, стосується стійкості кожного об'єкту, який включений до критичної інфраструктури. В умовах війни, економічних криз та природних катастроф, ця стійкість стає особливо важливою. Законом передбачена категоризація об'єктів інфраструктури, тобто віднесення відповідного об'єкту інфраструктури до категорій критичності. Відповідний об'єкт інфраструктури у цьому разі має задовольняти певним критеріям критичності, які формують собою категорію. «Категорія критичності (критерії) об'єкта критичної інфраструктури – ступінь (відносний рівень) важливості об'єкта критичної інфраструктури,

класифікована (категоризована) залежно від його впливу на виконання життєво важливих функцій та/або надання життєво важливих послуг» [1].

Законом також установлені чотири основні категорії критичності для об'єктів критичної інфраструктури (рис. 1).



**Рис. 1. Основні категорії критичності, визначені законодавством України**

Зазвичай, зелені технології асоціюють з інноваційними рішеннями, які забезпечують зниження негативного впливу на довкілля, оптимізацію використання ресурсів та підвищення енергоефективності. Вони включають в себе відновлювальні джерела енергії, енергоефективні будівлі, системи управління відходами та інші екологічно чисті рішення.

Якщо взяти до уваги основні категорії, то зелені технології тією чи іншою мірою можуть застосовані у будь-якій з визначених груп. Разом з тим, традиційно, зелені технології впроваджують у енергетиці як альтернативні джерела енергії.

Запровадження зелених технологій у критичну інфраструктуру може:

1. Знизити залежність від традиційних енергетичних ресурсів. Впровадження сонячних та вітрових електростанцій зменшить потребу в імпорті енергії та підвищить енергетичну

автономію країни.

2. Підвищити енергоефективність. Системи управління енергією в будівлях та на підприємствах дозволять зменшити споживання енергії, що веде до зниження витрат і екологічного навантаження.

3. Покращити стійкість до екстремальних ситуацій. Зелена інфраструктура може бути більш адаптованою до змін клімату, зменшуючи ризики, пов'язані з природними катастрофами.

На міжнародному рівні спостерігається зростання інвестицій у зелені технології. За даними Глобальної платформи з питань зміни клімату [2], у 2021 році світові інвестиції в поновлювані джерела енергії перевищили 300 мільярдів доларів. У 2020 році, незважаючи на пандемію COVID-19, інвестиції в зелений сектор зросли на 9% порівняно з попереднім роком.

Серед країн, які вже реалізували успішні програми з впровадження зелених технологій як альтернативних джерел енергії, вирізняються:

- Німеччина, де близько 42% електричної енергії генерується з відновлювальних джерел. Програма "Енергетичний перехід" (Energiewende) демонструє, як зелена політика може призвести до зниження викидів CO<sub>2</sub> на 40% до 2020 року порівняно з рівнем 1990 року.

- Данія, яка має одну з найвищих часток вітрової енергії у світі – близько 47% загального виробництва електроенергії в 2019 році. Стратегія переходу до 100% відновлювальних джерел енергії до 2050 року стала взірцем для інших країн.

- Швеція знизилла викиди парникових газів на 26% у 2019 році завдяки інвестиціям у чисті технології, зокрема біопаливо та електромобілі.

Разом з тим, для ефективного впровадження зелених технологій в Україні необхідно вжити низку заходів:

1. Удосконалення законодавчої бази. Важливо створити сприятливі умови для інвестування в екологічні проекти, зокрема через податкові пільги та фінансові інструменти.

2. Для реалізації інноваційних проектів необхідні фахівці здатні до практичного використання зелених технологій, які володіють знаннями про сучасні технології та їхнє впровадження. Тобто має бути забезпечено належне навчання та підготовка кадрів.

3. Стимулювання співпраці між державним та приватним секторами. Партнерство між урядом і бізнесом може сприяти реалізації проектів, що базуються на зелених технологіях.

4. Популяризація зелених технологій, розширення комунікації та просвітництва з цих питань. Підвищення обізнаності громадськості про переваги зелених технологій стимулюватиме їх впровадження на рівні домогосподарств і малих підприємств.

Зелені технології мають потенціал стати основою для стійкого функціонування критичної інфраструктури в Україні. Їхнє впровадження не лише сприятиме зниженню екологічного впливу, але й забезпечить економічну стабільність та соціальну безпеку. В умовах сучасних викликів, особливо тих, що пов'язані з постійними атаками на енергетичні об'єкти України, потрібно активно інвестувати в інновації, щоб побудувати стійке та ефективне суспільство, готове до змін.

Перехід до зеленої економіки – це не лише необхідність, а й можливість для України стати лідером у впровадженні сталих практик розвитку альтернативних джерел енергії.

#### **Список використаних джерел**

1. Про критичну інфраструктуру. Закон України від 16 листопада 2021 року № 1882-IX. [Електронний ресурс]. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1882-20#Text> (дата звернення: 26.09.2024).

2. Список сайтів по проблемі зміни клімату. Сайти міжурядових організацій та офіційних органів. [Електронний ресурс]. *Українська кліматична мережа*. URL: <https://ucn.org.ua> (дата звернення: 26.09.2024).

## РОЗДІЛ 4

# РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СУСПІЛЬСТВО, НАУКУ, ОСВІТУ І БІЗНЕС

**Бенчук С.О.,**

*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти  
Рівненський державний гуманітарний університет*

## АНАЛІЗ ТЕКСТОВИХ ДАНИХ З МЕДІА-ДЖЕРЕЛ ДЛЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ КЛЮЧОВИХ ТРЕНДІВ СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ЦЕМЕНТУ УКРАЇНИ

Трендом сучасної економіки стала повномасштабна інформатизація всіх сфер життя суспільства – соціального, політичного, культурного тощо, що супроводжується зростанням інтересу до ефективного використання інформації, задоволення інформаційних потреб фізичних і юридичних осіб. Зокрема сьогодні світова спільнота є свідком активного розвитку технологій інтелектуального аналізу даних (Data Mining), поява якого пов'язана в першу чергу з необхідністю аналітичної обробки великих об'ємів інформації, що нагромаджуються у сучасних базах даних. Більшість компаній накопичують під час своєї діяльності величезні обсяги даних, але головне, що вони хочуть від них отримати – це корисну інформацію [1, с. 7].

Процес інтелектуального аналізу даних включає кілька кроків від збору даних до візуалізації для акумулювання цінної інформації із великого об'єму даних. Методи інтелектуального аналізу даних можна використовувати для створення описів і прогнозів цільового набору даних. Одним із методів інтелектуального аналізу даних є техніки інтелектуального аналізу тексту, що застосовуються для отримання цінних ідей і знань із неструктурованих текстових даних. Інтелектуальний аналіз тексту включає такі завдання, як категоризація тексту, аналіз настроїв, моделювання тем і вилучення інформації, що дає змогу користувачу отримувати значущу інформацію з великих обсягів текстових даних, таких як відгуки клієнтів, публікації у соціальних мережах, електронні листи та статті тощо [2]. Аналіз текстових даних із медіа-джерел для ідентифікації ключових тем і трендів є дуже важливою темою у сучасному інформаційному середовищі.

Кількість інформації, що генерується щодня, зростає

експоненціально. Аналіз текстових даних дозволяє систематизувати цю інформацію, виділяючи головні теми та тренди, що допомагає уникнути перевантаження та прийняти обґрунтовані рішення. Бізнес, політика, громадянське суспільство – всі ці сфери значною мірою залежать від своєчасної та точної інформації. Аналіз медіа дозволяє розпізнати важливі теми, що можуть впливати на стратегії та рішення.

Медіа є важливим джерелом для розуміння суспільних настроїв. Аналіз текстових даних дозволяє виявити, які теми турбують громадськість, що допомагає формувати відповідну політику або маркетингові стратегії. За допомогою аналізу медіа можна відстежувати активність конкурентів, розуміти їхні стратегії та визначати сильні та слабкі сторони їхнього позиціонування. Ідентифікація ключових тем дозволяє компаніям краще розуміти потреби і настрої цільової аудиторії, і, відповідно, адаптувати свої повідомлення для більш ефективної комунікації.

Інтелектуальний аналіз даних зазвичай включає п'ять основних етапів: встановлення цілей, вибір даних, підготовка даних, побудова моделі даних, аналіз шаблонів і оцінка результатів. З метою оцінювання тематики та змісту інформації у сфері функціонування ринку цементу було проведено вибірку статей за критеріями пошук «цемент», «виробники цементу», «цементна промисловість». Проаналізувавши вміст та заголовки статей, було складено порівняльну таблицю для визначення ключових тем та трендів у цементній галузі. Результати аналізу наведені у таблиці 1.

Результати аналізу медіа свідчать про те, що найбільше публікацій (15 шт.) було на тему квот на імпорту цементу. Поточні квоти діяли до липня 2024 року, і далі поки їх не продовжили, тому є імовірність відкриття вітчизняного ринку для цементу з Молдови та Туреччини.

Також зараз дуже актуальною є тема купівлі-продажу виробника цементу (14 шт.). Це питання знаходиться на розгляді в антимонопольному комітеті і повинно бути вирішено до кінця 2024 р. Згідно даних джерел купівля цього виробника цементу спричинить концентрацію на ринку цементу і саме тому до цієї теми така увага, як з боку медіа, так і гравців на будівельному ринку. На момент написання цих тез (вересень 2024) питання купівлі ПрАТ «Дікергофф Цемент Україна» було погоджене АМКУ і кількість статей на цю тему у ЗМІ виросла дуже суттєво.

Третьою, найбільш популярною, темою є тема післявоєнного відновлення країни. Хоча війна ще не закінчена, але

медіа вже звертають увагу читачів на необхідність подумати про наявність будматеріалів для необхідної відбудови. Що стосується цементу – його нестачу в Україні прогнозують на рівні 14-15%. Виходом із цієї ситуації може бути допуск в Україну цементу з Туреччини шляхом анулювання ввізного мита.

Перші три теми стали популярними саме зараз, але є такі, що є актуальними завжди. Наприклад, аналіз ринку цементу та підробка цементу. Такі статті пишуться та публікуються регулярно і мають попит серед читачів. Люди цікавляться поточною ситуацією ринку. Також попитом користуються статті про підробку цементу та боротьбу з фальсифікатом. Ці статті можуть замовлятися виробниками, що зацікавлені у реалізації своєї продукції.

Таблиця 1

**Результати аналізу статей стосовно ринку цементу в медіа**

№ з/п	Тема публікацій	Кількість публікацій	Рік публікацій
1	Квоти на імпорт цементу	15	2019-2024
2	Купівля виробника цементу	14	2023-2024
3	Цемент на відновлення	11	2023-2024
4	Аналіз ринку цементу	8	2004-2024
5	Бетонні дороги	6	2017-2020
6	Викиди CO <sub>2</sub>	6	2024
7	Визнання спонсором війни	5	2023
8	Зростання цін	4	2015-2022
9	Підробка цементу	3	2012-2023
10	Загальна інформація про цемент	2	2019-2023
11	Залучення інвестицій	2	2023-2024
12	Експорт цементу в Польщу	1	2024
13	Контрабанда цементу	1	2021
14	Пристаосування до війни	1	2023
15	Узгоджені дії (антимонопольний)	1	2024

*Джерело: власне напрацювання*

Також слід відмітити зростання інтенсивності написання статей на тему викидів CO<sub>2</sub>. Вважаємо, що зростання цікавості до

цієї проблематики пов'язано із обраним Україною курсом на євроінтеграцію. Адже цьому питанню приділяється величезна увага у Європі [3]. Значення екологічності як маркетингового фактору у світовій спільноті зросло за останні декілька десятиліть. Сучасні споживачі шукають не тільки найоптимальніший за ціною та якістю продукт, але й той, який найкраще підходить для навколишнього середовища. Оскільки виробники цементу намагаються всіма способами потрапити на європейський ринок, то вони повинні прикладати максимум зусиль стосовно покращення свого «екологічного іміджу», адже компанія з екологічним іміджем бренду сприйматиметься позитивно і їй довіряють екологічно свідомі споживачі.

Таким чином, інтелектуальний аналіз даних є процесом вилучення цінної інформації та шаблонів із великих масивів даних. Це складний процес, який включає низку кроків і використання складних алгоритмів для виявлення прихованих закономірностей і розуміння у великих масивах даних. Цей процес можна застосувати до різних типів даних, таких як транзакційні, реляційні або неструктуровані дані, а також тексту і зображень. Інтелектуальний аналіз даних є міждисциплінарною галуззю, яка поєднує методи інформатики, статистики та математики для обробки й аналізу даних. Для правильної інтерпретації даних потрібне глибоке розуміння предметної області.

За результатами власного дослідження можна зробити висновок, що при висвітленні у медіа стану та перспектив розвитку ринку цементу найбільше уваги приділяється регуляторним питанням (імпортні квоти), корпоративним змінам (купівля виробника), і відновленню економіки країни після війни. Висвітлення екологічних питань і результатів ринкового аналізу є також важливим, тоді як менш висвітленими є теми, що стосуються загальних та специфічних аспектів функціонування галузі.

### **Список використаних джерел**

1. Черняк О. І., Захарченко В. І. Інтелектуальний аналіз даних: підручник. Київ. 2010. 837 с.
2. Data Mining. URL: <https://www.qlik.com/us/data-analytics/data-mining> (дата звернення: 14.09.2024)
3. Офіційний сайт асоціації виробників цементу України. URL: <http://ukrcement.com.ua/> (дата звернення: 14.09.2024)

**Бойко О.В.,**  
*к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу*  
*Луцький національний технічний університет*

**Мандзюк Б.І.,**  
*здобувач ОП Маркетинг*  
*Луцький національний технічний університет*

## **ВПЛИВ РЕКЛАМИ В ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ НА БІЗНЕС**

В сучасному світі, де маркетинг реалізується переважно в цифровому просторі, пошук та використання нових видів реклами є необхідним для компаній, а Інтернет є головним місцем для проведення комунікацій зі споживачами, клієнтами, інвесторами тощо.

Відділ маркетингу приділяє велику увагу формуванню різних рекламних стратегій та використанню засобів, інструментів цифрового маркетингу. Інтернет-реклама представляє собою інформацію, що передається через Інтернет невизначеному колу осіб, з метою привернення їх уваги, формування зацікавленості та просування визначеного товару на ринку. Відзначимо три основні групи характеристик інтернет-реклами, які мають свій вплив на успішність продукції компанії, та по яких можна оцінити ефективність просування [1]:

1) іміджева реклама – спрямована на просування бренду компанії, створення позитивного іміджу серед цільової аудиторії. Ефективність використання цього виду реклами залежить від того, наскільки описані переваги та конкурентні особливості компанії. Важливі такі характеристики як репутація, інноваційність, доступність, вигода компанії. Ця реклама потребує значних бюджетів і доступна переважно великим компаніям, але створює необхідний позитивний імідж в очах споживачів;

2) товарна реклама – її основним завданням є просування конкретного товару чи послуги для оцінки реакції споживачів. Цей вид реклами стимулює попит, він допомагає маркетологам зібрати необхідну інформацію для подальших дій над товаром;

3) комерційна реклама – найбільш поширений вид реклами, який повсюди використовується. Метою є збільшення продажів конкретних товарів та послуг. Цільова аудиторія однозначно зацікавлена в покупці, тому шукають найбільш сприятливе для себе місце купівлі. Найбільш привабливими факторами для покупки для споживачів зараз є знижки, акції, певні

програми лояльності, персональні пропозиції, умови доставки, гарантії тощо.

В Україні обширно використовуються цифрові інструменти маркетингу для створення реклами і щорічно відбувається ріст витрат на інтерактивні засоби реклами, за виключенням 2022 р. повномасштабної війни, в розрізі останніх п'яти років. В таблиці 1 показано динаміку використання цифрових інструментів маркетингу в Україні за 2019-2023 роки.

Таблиця 1

**Динаміка використання цифрових інструментів маркетингу в Україні, млн грн**

Інструменти цифрової реклами	2019 рік	2020 рік	2021 рік	2022 рік	2023 рік
Digital Media реклама	3379	6980	10833	7190	15500
Банерна реклама	3440	3180	4780	3595	6000
YouTube	2939	3800	6053	3595	8500
Пошукова реклама	9000	12300	17835	12484	24000
Інша цифрова реклама	676	630	693	346	800
Інфлюенсер маркетинг	–	336,8	505,2	124	700
Всього ринок Інтернет-реклами	16055	20247	29867	34500	39200

Джерело: Сформовано на підставі [2]

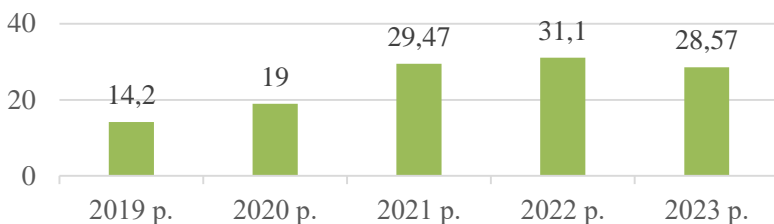
Динаміка рекламного ринку в Україні за аналізований період свідчить про наявність позитивних тенденцій щодо зростання витрат на рекламу в Інтернет [1].

За статистикою Dentsu Aegis Network, у 2024 році порівняно з 2023 роком темпи зростання світової цифрової реклами зростуть на 6,5 %, та складатимуть 442,6 мільярдів доларів США [3].

Незважаючи на воєнний стан в країні, український бізнес демонструє зростаючу готовність до впровадження цифрового маркетингу. Значне збільшення кількості інтернет-користувачів в Україні

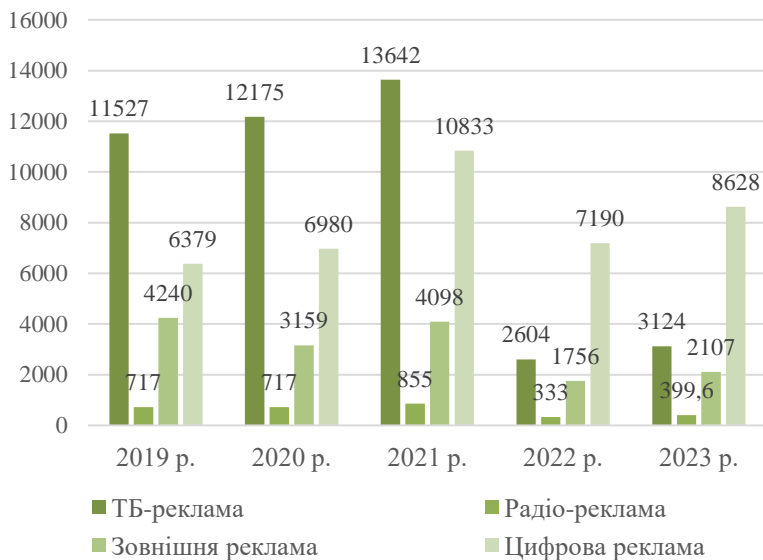
(рис. 1), яка у 2021 році складала більше 29 мільйонів українців, у 2022 році – більше 31 млн, що пов'язано з переходом в умовах повномасштабної війни на дистанційний формат роботи багатьох

підприємств, а у 2023 році – відмічено зменшення і цей показник склав більше 28 млн. Це показує, що для бізнесу є доступним залучення потенційної аудиторії за допомогою стратегій цифрового маркетингу.



**Рис. 1. Кількість українських інтернет-користувачів, млн осіб**  
Джерело: Побудовано на основі [4]

На рисунку 2 показано тенденції зростання витрат на цифрову рекламу порівняно з іншими видами реклами.



**Рис. 2. Порівняння обсягів витрат на цифрову рекламу порівняно з іншими видами реклами, млн. грн**  
Джерело: Побудовано на основі [5]

Український бізнес демонструє зростаючу готовність до використання цифрового маркетингу. Значне зростання кількості користувачів Інтернету, особливо серед підлітків та дорослих людей, у поєднанні з доступністю інструментів цифрового маркетингу, демонструє потенціал для бізнесу використовувати цифрові канали для просування своїх товарів та послуг. Це відображається на більш динамічному рості цифрової реклами у порівнянні з іншими її видами.

Отже, реклама в Інтернеті відіграє важливу роль в успішній діяльності бізнесу. Саме через Інтернет можна вести комунікації зі споживачами, клієнтами та інвесторами. Успішність цифрової реклами зумовлена різними факторами, наприклад, коронавірус в 2020 році, загальна цифровізація бізнесу в світі, поява різних інструментів маркетингу, що допомагають компаніям вести діяльність в інтернеті. Все більше людей починають користуватися соціальними мережами, за останні роки вони є найбільш популярним середовищем інформації для споживачів, тому бізнесам необхідно переводити свою увагу на цей сегмент ринку. Успішне використання інтерактивних засобів реклами позитивно вплине на прибуток, а також імідж та репутацію бізнесу.

### **Список використаних джерел**

1. Яловега, Н. Аналіз ефективності інтернет-реклами: нові методики вимірювання та оцінки результатів. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 57. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3167/3090>.
2. Об'єм Digital реклами за класифікацією IAB Україна. URL : <https://vrk.org.ua/images/AdVolume2022.pdf>.
3. News Release: Dentsu Forecasts 2024 Global Ad Spend To Grow By 4.6% And Defines A New Era Of Brand Investment Metrics. URL : <https://www.dentsu.com/news-releases/dentsu-forecasts-2024-global-ad-spend-to-grow>.
4. Інфографіка «Як повномасштабна війна відобразилася на кількості інтернет-користувачів в Україні». URL : <https://www.slovoidilo.ua/2024/04/15/infografika/suspilstvo/yak-povnomasshtabna-vijna-vidobrazylasya-kilkosti-internet-korystuvachiv-ukrayini>.
5. Обіход С., Матвеев М., Бойко В. Digital-маркетинг в умовах цифровізації сучасних бізнес-процесів. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 50. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2439/2359>.

**Будзін Д. В.,**  
*здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти*  
*Рівненський державний гуманітарний університет*

## **THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS**

The hotel and restaurant business in Ukraine, like in other countries, is experiencing a significant impact from modern social challenges, including war and economic instability. Alongside this, technological progress opens up new opportunities for business adaptation to crisis conditions. One of the key innovations is the implementation of artificial intelligence (AI) in human resource management processes. AI can optimize HR processes such as recruitment, training, professional development, and the adaptation of employees to new conditions. This is particularly crucial in times of social instability when the hotel and restaurant business require flexibility and rapid response to changes in the labour market [1, c. 6].

According to reports from McKinsey [5] and other Ukrainian studies, more than 40% of enterprises that use AI in human resource management have managed to reduce operational process costs by 25% or more. At the same time, the automation of recruitment and employee integration allows businesses to focus on strategic aspects of development, which is critical for stability amid social challenges.

Given the relevance of AI implementation in Ukraine's hotel and restaurant business, the primary objective of this study is to comprehensively analyse the impact of AI on human resource management, as well as to assess its effectiveness in crisis situations. The task includes several key aspects:

1. Review of AI usage in HR processes: Investigate the role of artificial intelligence in recruitment, training management, and professional development of employees.

Research has shown that AI integration in recruitment processes has become a common practice among Ukrainian companies. According to a study by HR Tech Ukraine [4], about 60% of surveyed HR managers reported using automated systems to assess resumes. This reduces the time required for candidate selection by an average of 40%. Additionally, platforms using machine learning algorithms help reduce subjectivity in candidate evaluation, ensuring a more objective approach to recruitment.

2. Analysis of adaptation tools: Examine how AI helps adapt staff to new working conditions during social crises, such as war, including through flexible work schedule management and task distribution.

According to a Deloitte study, organizations that use AI to manage work schedules and employee adaptation have improved employee satisfaction by 30%. Tools that offer flexible schedules allow businesses to adjust to changes in service demand, which is especially important in times of economic instability.

3. Assessment of AI efficiency in cost reduction: Determine how AI implementation can reduce operational costs related to human resource management and how this can affect a company's competitiveness.

Research conducted by KPMG indicates that automating HR processes through AI implementation allows businesses to reduce HR management costs by 20-25%. This is achieved by reducing time spent on administrative tasks and increasing employee productivity. For example, the analysis of Ukrainian restaurants that implemented AI to automate training programs showed a reduction in training costs by up to 30%.

4. Recommendations for further AI implementation: Propose specific ways to introduce AI into Ukraine's hotel and restaurant business to improve personnel management efficiency and reduce risks in crisis situations

Research conducted by the Centre for Innovation Development identified major obstacles to AI implementation in the hotel and restaurant business. These include insufficient technical training of staff and a lack of investment in new technologies. It is recommended to create training programs for HR managers and employees that will allow them to effectively use the latest technologies. The importance of collaboration between businesses and IT companies to develop customized solutions was also highlighted.

The use of AI to automate recruitment processes has significant potential to improve the search and selection of personnel. According to studies of Ukrainian companies, the implementation of machine learning algorithms and Big Data analysis allows automated scanning of resumes, analysing candidate qualifications, and matching them to job requirements. For instance, the "Smart Recruiter" system uses machine learning for automated staff selection, reducing search time by 50% compared to traditional methods. AI can create personalized training programs for employees, improving the effectiveness of professional

development. According to research, companies that implement AI technologies in employee training programs report a 15-20% increase in productivity due to the convenience and accessibility of training materials. Moreover, AI can create simulations of work situations, preparing staff better for working under crisis conditions, such as war or economic instability.

AI plays an important role in adapting employees to new working conditions when businesses face crisis situations. During periods of social instability, particularly during war, AI enables the creation of flexible work schedules, predicts workloads, and automates task distribution processes. This helps reduce employee stress and ensures business stability even under challenging conditions. For example, according to the Ukrainian Association of the Restaurant Business, implementing AI for work schedule management allowed some establishments to reduce employee turnover by 30% during the crisis.

In today's world, artificial intelligence is transforming many business processes, but there are several key areas HR must focus on. These include recruitment process automation, adaptive learning, and employee performance evaluation. Given the rapid pace of change, it is important to train teams to work with new technologies and foster a culture of continuous development.

AI implementation in the learning process is not only a technological innovation but a strategic step requiring thorough analysis. Every L&D manager must assess the risks, advantages, required resources, and potential impact of AI on the team. Additionally, it is essential to understand how AI can be integrated into current learning processes and what changes in training approaches will be needed to achieve maximum efficiency. L&D should explore several important questions regarding the potential use of AI in the workplace. How can AI improve existing training programs? What risks may arise during its integration? What additional resources will be needed to implement AI? What productivity gains can be expected? How will AI impact collaboration between employees?

In considering human resource management [3], AI assists not only HR but also middle management. For instance, Veriato 360 is a monitoring program that tracks employee behaviour and then provides online advice on how to improve it. Another option is Bluevision, a program for staff optimization that allows employers to better manage teams, ensuring that the right employees are in the right place at the right time, ensuring optimal productivity, and integrating with access control systems. In terms of accounting, the PayScale program helps

determine the so-called value of employees. In other words, this app provides managers with compensation data, while for employees, it helps understand their market value. All these applications, and many others, are AI-based and, in one way or another, help manage and simultaneously learn from various cases.

Artificial intelligence also enhances decision-making processes in HR through predictive analytics. Using tools like SAP SuccessFactors or Workday, managers can analyse employee data, predict their needs, and even forecast employee turnover. This allows HR to be more proactive and develop retention strategies for key employees, adapting development and reward programs. This approach enables businesses to remain competitive in the market by responding in a timely manner to changes in employee needs and behaviour.

AI plays a significant role in improving labour safety in the hotel and restaurant business [2]. Through the integration of AI systems, it is possible to monitor working conditions in real-time, analysing environmental factors such as humidity, temperature, or the presence of harmful substances in the air. This helps prevent dangerous situations and respond promptly to potential health risks for employees.

In addition, AI can analyse employee behaviour data, identifying deviations from safety standards and offering recommendations for correcting potentially hazardous actions. Such systems can also automatically generate reports and recommendations for process optimization, allowing for more efficient compliance with labor safety standards.

Research shows that the implementation of artificial intelligence in Ukraine's hotel and restaurant business is critically important for improving HR management efficiency in the face of social challenges. AI has great potential for automating routine HR processes, reducing costs, speeding up employee adaptation, and improving recruitment quality. At the same time, AI integration contributes to more flexible and stable business operations in crisis conditions, which is especially relevant during wartime. Despite all the advantages, it is important to remember that AI implementation requires significant investments in staff training and infrastructure development. Companies also need to focus on adapting corporate culture to new technologies to maximize the effectiveness of AI in human resource management.

### **Список використаних джерел**

1. Винничук Р., Нога А. Дослідження інструментів штучного інтелекту в системі управління персоналом

організацією. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 5(33). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5\(33\)-267-275](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-5(33)-267-275) (дата звернення: 15.10.2024).

2. Можливості використання штучного інтелекту в охороні праці. *Довідник спеціаліста з охорони праці*. URL: <https://propr.com.ua/article/17264-mozhливosti-vikoristannya-shtuchnogo-intelektu-v-okhoroni-pratsi> (дата звернення: 10.10.2024).

3. Штучний інтелект в управлінні персоналом: переваги та можливості. *dev.ua*. URL: <https://dev.ua/blogs/posts/polo-1693891874> (дата звернення: 10.10.2024).

4. HR Tech Techosystem представила аналіз ринку HR Tech в Україні у звіті “STATE OF UKRAINIAN HR TECH”. URL: <https://ua.jobble.org/blog/hr-tech-techosystem-predstavyla-analiz-rynku-hr-tech-v-ukrayini-u-zviti-state-of-ukrainian-hr-tech/> (дата звернення: 05.10.2024).

5. Ukraine. *McKinsey & Company*. URL: <https://www.mckinsey.com/ua/overview> (дата звернення: 05.10.2024).

**ГЛОВЮК Ю.В.,**  
*студентка 2 курсу, групи МД-3,*  
*Науковий керівник: Верхогляд-Гловюк Т.М.,*  
*викладач циклової комісії торгівлі, маркетингу та менеджменту*  
*ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий*  
*коледж ДТЕУ»*

## **DIGITAL МАРКЕТИНГ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ, СТРАТЕГІЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ**

У наш час методи впливу на потенційного покупця швидко змінюються. Ще нещодавно для успішного виходу на онлайн-ринок підприємцю достатньо було розробити якісний сайт, розібратися в SEO та email-розсилках. Зараз, на тлі шаленої конкуренції, щоб займати лідируючі позиції на e-commerce-арені, одних лише інтернет-технологій замало. А власники бізнесу все частіше надають перевагу більш широкому, гнучкому і динамічному напрямку в маркетингу – digital.

Digital маркетинг – це набір маркетингових інструментів і каналів зв'язку для спілкування з цільовою аудиторією там, де потенційні клієнти проводять більшу частину свого часу – у мережі. Головними завданнями цифрового маркетингу в свою

чергу є просування бренду і збільшення збуту за допомогою різних методик. Існує цілий ряд тактик та інструментів, які відносяться до поняття цифрового маркетингу. Бізнес, який використовує різні канали цифрового маркетингу має можливість взаємодіяти з цільовою аудиторією більш ефективного і своєчасно, в цей же час постійно збільшуючи кількість нових клієнтів і лояльність аудиторії до бренду.[4]

В залежності від цілей своєї маркетингової стратегії маркетологи можуть розширювати масштаб своїх рекламних кампаній, як за допомогою платних, так і безкоштовних каналів просування. Корисні для бізнесу дії можуть бути різними: потенційний клієнт, а поки що відвідувач сайту, може підписатися на розсилку або скачати корисний контент, купити продукт, замовити послугу, поділитися статтею в соціальних мережах. Всі інструменти інтернет-маркетингу підпорядковані вирішенню одного з головних завдань: залучення відвідувачів на сайт або мотивування відвідувачів на вчинення дії на сайті (так звана конверсія). Тобто ми можемо побачити, що головне завдання маркетингу – залучення нових потенційних клієнтів для бізнесу, підприємства, тощо.

На нашу думку фундаментальна концепція цифрового маркетингу полягає в клієнтоорієнтованому підході. Варто зазначити, що за результатами аналізу особливостей поведінки споживачів в Інтернеті, можна побачити що істотно збільшився час їхнього перебування у мережі Інтернет, особливо в соціальних мережах, посилюється роль інформації у процесі купівлі, яку отримують користувачі у соціальних мережах. Відгуки та рекомендації про власний споживчий досвід можуть сприяти актуалізації потреби у купівлі в інших користувачів або спонукати їх до переоцінки важливості атрибутів товару та актуалізації нової потреби. Тобто інформація, що циркулює в Інтернеті та соціальних мережах, відчутно впливає на процес купівлі товарів.[2]

До найпопулярніших форм цифрового-маркетингу відносять: пошукове просування, контекстну й дражильну (тизерну) рекламу, медійну та банерну рекламу, можливості просування в соціальних медіа та блогах, розроблення мобільних додатків для смартфонів, планшетів та інших носіїв, вірусну рекламу.[2]

У наш час є достатньо велика кількість різновидів роботи з цифровим маркетингом, дослідження можливостей застосування Інтернет-технологій у маркетинговій діяльності підприємств

зумовило появу такого явища, як крауд-технології. Крауд-маркетинг, своєю чергою, являє собою метод стимулювання продажів товару цільової Інтернет-аудиторії на основі рекомендацій. Головне завдання крауд-маркетингу полягає в управлінні відгуками та рекомендаціями Інтернет-користувачів таким чином, щоб вони в кінцевому підсумку працювали на продажі компанії. Крім того, крауд-маркетинг істотно покращує репутацію компанії та підвищує позицію сайту в результатах пошуку Google. Таким чином, крауд-маркетинг є гібридом декількох видів інтернет-просування: репутаційного менеджменту, стимулювання продажів за допомогою спілкування з аудиторією, SEO оптимізації. Крауд став симбіозом трьох підходів, але не є жодним з них в чистому вигляді.[3]

На сьогодні основних інструментів крауд-маркетингу кілька:

- Google – пошук питань і відгуків про товар на сайтах і форумах.
- Google Alerts і Talkwalker – сповіщення про нові відгуки і питання.
- Disqus – відстеження коментарів про товар у блогах.
- Крібрум – моніторинг соціальних мереж і форумів.
- Tagboard, LiveTweet, Tweetdeck – моніторинг соціальної мережі Twitter.
- Facebook, Google Plus, Вконтакте, Twitter – комунікації з потенційними клієнтами
- Google Analytics – аналіз переходів на сайт з товаром і поведінки споживачів на цьому сайті.[3]

Щоб працювати з цифровим маркетингом потрібно чітко розуміти його інструменти. Основними є такі інструменти цифрового маркетингу:

– пошукова оптимізація веб-сайту, яка допомагає йому займати більш високі позиції в пошуковій видачі. Це збільшує об'єм органічного (безкоштовного) трафіка.

– контент-маркетинг, який вважають одним з найефективніших інструментів для просування бізнесу в Інтернеті. Він підходить для підвищення пізнаваності відомих брендів або залучення клієнтів.

– маркетинг в соціальних мережах (SMM). Даний вид маркетингу націлений на просування бренду і контенту в соціальних мережах. Він може бути використаний для збільшення кількості трафіка, а також для генерації лідів.

– реклама з оплатою за клік (PPC) – чудовий метод залучення трафіка на сайті. Суть полягає в тому, що за кожний клік по оголошенню потрібно заплатити власнику сайту або провайдеру комісію. Найбільш поширеним типом PPC є Google AdWords.

– емейл маркетинг. Компанії використовують поштову розсилку як здатність спілкуватися зі своєю аудиторією. Електронна пошта найчастіше використовується для просування товарів, повідомлень про знижки та заходи, а також для направлення людей на веб-сайт компанії.

Як вибрати інструменти та канали для digital-маркетингу? Вибір ґрунтується на особливостях продукту, персоналізованих характеристиках аудиторії. До успіху призведе поєднання різних сервісів й інструментів, а також контроль за результатами просування. Тільки так можна зміцнити позиції свого бренду в Інтернеті.

Стратегія просування будь-якого сайту має забезпечувати безконтактні конверсії й зростаючі продажі. На мою думку цьому сприяють гарний дизайн, підвищення зручності пересування сайтом (юзабіліті), функціональність ресурсу. Та разом з тим, дуже важливо, щоб Ваші потенційні клієнти спершу знайшли сайт у пошуковій мережі – для цього використовують інструменти пошукової оптимізації. Стратегія SEO просування (search engine optimization) допомагає підняти сайт на вищі позиції у пошуковій мережі. Таким чином, при введенні певного запиту, який відповідає вмісту Вашого сайту, користувач побачить сайт у Google (чи іншій пошуковій мережі) та зможе перейти на нього. Процес сео-просування складається з багатьох етапів, де одним із найважливіших є внутрішня оптимізація вебсайту згідно з рекомендаціями пошукової мережі. Як правило, спеціалісти рекомендують починати її ще на етапі розробки.

Digital-маркетинг забезпечує підвищення впізнаваності бренду, його вірне позиціонування в мережі, збільшення клієнтської бази та прибутків. Та для ефективного росту рекомендується не нехтувати жодним із його інструментів – комплексний інтернет-маркетинг дозволить досягти кращих результатів за короткий проміжок часу. Грамотне просування сайтів призведе до того, що разові продажі практично повністю зміняться на довготривалі відносини з клієнтами – а це успішність бізнесу сьогодні і у майбутньому.

З усього вище сказаного випливає, що digital-маркетинг – це маркетинг майбутнього. Він має безліч переваг, на відмінну від

традиційного маркетингу. І він не зупиняється на якійсь одній конкретній ніші, а об'єднує абсолютно всі області рекламних стратегій в мережі. Сучасний digital-маркетинг – це різноманіття напрямків, чітке дотримання стратегії та професійний підхід.

### **Список використаних джерел**

1. Гуменна О.В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. НАУКОВІ ЗАПИСКИ НаУКМА. Економічні науки. 2016. Т. 185. С. 48–53. URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/84072.pdf> (дата звернення: 03.11.2023).

2. Digital-маркетинг – що це і як працюють інструменти діджитал-маркетингу. IT-компанія полного цикла разработки программных продуктов WEZOM – Киев, Украина. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa> (дата звернення: 03.11.2023).

3. Кушнірук Н. Крауд-маркетинг –технологія просування в інтернеті. URL: [http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/24409/2/MTEMSTE\\_2017\\_Kushniruk\\_NCrowd\\_marketing-technology\\_146-147.pdf](http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/24409/2/MTEMSTE_2017_Kushniruk_NCrowd_marketing-technology_146-147.pdf).

4. Пульків І. «Основні інструменти цифрового маркетингу main digital marketing instruments» URL: [https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29383/2/RSPIC\\_2019\\_Pulkiv\\_I-Main\\_digital\\_marketing\\_instruments\\_149-150.pdf](https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/29383/2/RSPIC_2019_Pulkiv_I-Main_digital_marketing_instruments_149-150.pdf)

**Гловюк Ю.В., Яцишена Ю.О.,**  
*студентки 2 курсу, групи МД-3,*

*Науковий керівник: Лучицька Н.Ю.,*  
*викладач циклової комісії інформаційних технологій і*  
*природничо-наукових дисциплін*  
*ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий коледж*  
*ДТЕУ»*

### **ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ: СУТНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Для інформаційного суспільства, яке інтенсивно розвивається, в сучасних умовах характерним є зростання ролі інформатизації та цифрових інформаційно-комунікаційних технологій, інформатизація відносин між усіма суб'єктами ринку з

використанням мережі Інтернет та цифрових каналів, формування глобального простору та розвиток цифрової економіки.

Вітчизняні науковці О.О. Карпіщенко, Ю.Е. Логінова підкреслюють, що «цифровий маркетинг – це використання всіх можливих форм цифрових каналів для просування фірми та її товару» [1].

На відміну від Інтернет-маркетингу, який є складовою цифрового маркетингу та використовує один канал розповсюдження – Інтернет (через стаціонарні комп'ютери і ноутбуки), цифровий маркетинг використовує значно більшу кількість каналів, яка в майбутньому буде тільки зростати.

Розглянемо, як інновації змінюють цифровий маркетинг, та що чекає на нас у найближчому майбутньому.

Використання штучного інтелекту (ШІ). Штучний інтелект вже давно перейшов із категорії експериментальних технологій у реальне використання. ШІ активно застосовується для аналізу великих обсягів даних, прогнозування поведінки споживачів і персоналізації контенту. Завдяки алгоритмам машинного навчання компанії можуть краще розуміти потреби своєї аудиторії та передбачати її дії.

Наприклад, чат-боти на основі ШІ можуть надавати швидкі відповіді на запити клієнтів. Це дозволяє автоматизувати обслуговування клієнтів і забезпечити персоналізовану комунікацію з кожним споживачем.

Персоналізація та аналіз великих даних. Інноваційний підхід до персоналізації у цифровому маркетингу дозволяє створювати глибоко індивідуалізований контент для кожного користувача. Використання великих даних (Big Data) допомагає збирати інформацію про споживачів: їхні уподобання, поведінку на сайті, попередні покупки тощо. Завдяки цьому маркетологи можуть створювати більш точні портрети споживачів і використовувати цю інформацію для побудови довгострокових відносин.

Наприклад, онлайн-магазини можуть пропонувати спеціальні пропозиції на основі минулих покупок клієнта, а стримінгові сервіси, як Netflix чи Spotify, підбирати рекомендації залежно від вподобань користувача.

Контент-маркетинг нового покоління: інтерактивний і візуальний контент. Сьогодні статичний контент поступово витісняється інтерактивними формами, такими як відео, інтерактивні інфографіки та навіть доповнена реальність. Інтерактивний контент дозволяє залучити аудиторію та утримати її

увагу на більш тривалий час. Наприклад, QR-коди, які переводять користувачів до інтерактивних рекламних кампаній або міні-ігор, стали популярним інструментом для зацікавлення споживачів.

Крім того, все більше компаній використовують доповнену реальність (AR) для демонстрації своїх продуктів. Наприклад, меблеві компанії дозволяють користувачам «приміряти» меблі у своїх квартирах за допомогою AR-додатків.

Використання голосового пошуку та оптимізація під голосові запити. З поширенням таких пристроїв, як Google Home, Amazon Echo та Apple Siri, голосовий пошук набуває все більшої популярності. Голосовий пошук змінює підхід до SEO, оскільки користувачі задають запити у розмовній формі, а не у вигляді ключових слів. Для маркетологів важливо адаптувати контент під ці нові реалії, оптимізуючи його для голосових запитів і створюючи контент, який відповідає на запитання клієнтів.

Вплив соціальних мереж і маркетинг впливу. Соціальні мережі залишаються одним із головних каналів комунікації з клієнтами, але підходи до їх використання постійно еволюціонують. Однією з головних тенденцій є співпраця з мікрота наноінфлюенсерами, які мають меншу аудиторію, але досягають більшого рівня довіри. Завдяки цьому компанії можуть отримати більш автентичний відгук і залучити потенційних клієнтів через «людський» аспект взаємодії.

Ще однією інновацією є використання технології доповненої реальності для створення фільтрів і ефектів у соціальних мережах, таких як Instagram чи TikTok. Це не тільки дозволяє залучити аудиторію, але й створює можливості для креативного представлення бренду.

Автоматизація маркетингових процесів. Інноваційні інструменти для автоматизації, такі як CRM-системи (наприклад, HubSpot або Salesforce), дозволяють компаніям автоматизувати багато процесів: від email-розсилок до управління контентом. Це дозволяє маркетологам економити час і концентруватися на більш важливих стратегічних завданнях.

Сучасні CRM-системи також дозволяють відстежувати поведінку споживачів на всіх етапах воронки продажів, що сприяє більш точній та ефективній комунікації.

Виходячи з наведених вище основних тенденцій розвитку цифрового маркетингу в світі, варто зазначити, що інтенсивний розвиток цифрових технологій позитивно впливає на розвиток дистанційних сервісів і каналів обслуговування клієнтів, що в свою

чергу зменшує частку витрати на стандартні компоненти маркетингу за рахунок оптимізації бізнес-процесів організацій та високий внесок у розвиток цифровізації бізнесу. Розвиток чат-ботів у сфері обслуговування клієнтів розширює свої обсяги, що дозволяє реалізувати індивідуальний підхід до клієнта, підвищити лояльність та збільшити обсяг онлайнпродажів, підвищити якість обслуговування [2].

Таким чином, цифровий маркетинг швидко адаптується до змін і продовжує інтегрувати новітні технології, щоб задовольнити зростаючі очікування споживачів. Успіх бізнесу в умовах сучасного цифрового світу залежить від здатності слідувати за трендами, впроваджувати інновації та активно застосовувати нові технології для покращення користувацького досвіду.

Інноваційний підхід до маркетингу дозволяє не тільки підвищити конкурентоспроможність бізнесу, а й створити цінність для споживачів. У світі, де технології змінюються так швидко, як і потреби споживачів, тільки найгнучкіші компанії можуть досягти стійкого успіху.

### **Список використаних джерел**

1. Карпіщенко О.О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. URL: [http:// essuir.sumdu.edu.ua](http://essuir.sumdu.edu.ua).
2. Сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств в умовах цифрових трансформацій. *Економіка та суспільство*. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-48>.

**Горбань Д. А.,**

*доктор філософії у галузі «Охорона здоров'я»  
Академія праці, соціальних відносин та туризму  
ORCID 0000-0003-1273-3095*

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я**

Розвиток інформаційних технологій суттєво впливає на різні сфери суспільства, зокрема на охорону здоров'я. Інновації в цій галузі не лише змінюють способи надання медичних послуг, а й підвищують їх якість та доступність. У цьому контексті важливо дослідити ключові елементи впливу інформаційних технологій на охорону здоров'я.

Основні інформаційні технології, які останнім часом активно впроваджуються в охороні здоров'я та впливатимуть у перспективі на розвиток цієї сфери – телемедицина, електронні медичні записи, аналіз даних, штучний інтелект, мобільні додатки.

Телемедицина стала важливим інструментом у наданні медичних послуг, особливо в умовах пандемії COVID-19 [3]. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (ВООЗ), під час пандемії використання телемедичних консультацій зросло в 30 разів у порівнянні з допандемічними показниками [1]. Це дозволило пацієнтам отримувати консультації без ризику зараження, знижуючи навантаження на медичні установи. Наприклад, в Україні було запроваджено послугу дистанційних консультацій, що дозволило забезпечити доступ до лікарів у віддалених регіонах [2].

Використання електронних медичних записів (ЕМЗ) посідає чинне місце серед основних інструментів цифровізації охорони здоров'я. Електронні медичні записи сприяють покращенню якості медичного обслуговування. Вони дозволяють лікарям зберігати, аналізувати та обмінюватися інформацією про пацієнтів у зручному форматі. Наприклад, у США система EMR (Electronic Medical Records) допомогла знизити кількість помилок при введенні даних на 50% [3]. Це забезпечує лікарям доступ до повної історії хвороби пацієнта, що, у свою чергу, покращує ефективність лікування і підвищує безпеку пацієнтів.

Активно поширення набуває також аналіз великих даних у медицині. Використання аналітики великих даних у сфері охорони здоров'я відкриває нові можливості для виявлення трендів у захворюваності. Наприклад, компанія IBM Watson Health аналізує мільйони медичних записів для виявлення нових ефективних лікувальних схем [4]. Це дозволяє лікарям отримувати рекомендації на основі статистично обґрунтованих даних, що підвищує точність діагнозів і зменшує ймовірність помилок.

Вагомого значення, як для суспільного розвитку, так і для сфери охорони здоров'я набуває потенціал штучного інтелекту (ШІ) у діагностиці та лікуванні. Штучний інтелект має потенціал революціонізувати медичну діагностику. Наприклад, алгоритми машинного навчання вже використовуються для аналізу медичних зображень, таких як рентгенівські знімки та МРТ. Дослідження показали, що система ШІ може виявляти рак легенів на ранніх стадіях з точністю до 94%, що перевищує показники багатьох лікарів. Це дає змогу швидше виявляти захворювання та

покращувати шанси на одужання.

Мобільні технології та додатки для здоров'я стали популярними інструментами для моніторингу стану здоров'я. Додатки, такі як MyFitnessPal або Glucose Buddy, допомагають пацієнтам контролювати свою дієту, фізичну активність і рівень цукру в крові. Наприклад, у США дослідження показало, що пацієнти, які користуються мобільними додатками для управління хронічними захворюваннями, демонструють кращі результати лікування завдяки підвищеній залученості у власне здоров'я [4].

Разом з тим, з розвитком інформаційних технологій зростають ризики кібератак на медичні установи. Згідно з даними Verizon, у 2020 році 34% усіх атак у сфері кібербезпеки були націлені на охорону здоров'я []. Забезпечення кібербезпеки є критично важливим для захисту чутливих даних пацієнтів і підтримки довіри до цифрових медичних систем. Наприклад, у 2017 році було зламано систему WannaCry, що призвело до закриття лікарень у Великій Британії [5]. Це підкреслює необхідність інвестицій у кібербезпеку для збереження цілісності медичних даних.

Інформаційні технології змінюють підходи до медичної освіти. Віртуальні симуляції, онлайн-курси та інші технології дозволяють здобувачам медичної освіти отримувати нові знання і навички в зручному для них форматі. Наприклад, платформи, такі як Coursera і edX, пропонують курси з медичних наук, які доступні для студентів з усього світу, що підвищує якість навчання і розширює доступ до освіти.

Проте, активне поширення інформаційних технологій спонукає до усвідомлення етичних викликів цифровізації охорони здоров'я. Розвиток технологій ставить нові етичні питання, такі як конфіденційність даних, доступ до медичних послуг і використання ШІ в лікуванні. Наприклад, необхідно забезпечити, щоб дані пацієнтів використовувалися лише з їхньої згоди і для покращення медичних послуг. Крім того, важливо розробити регуляторні механізми для контролю за використанням нових технологій, щоб уникнути дискримінації чи неналежного використання даних.

Інформаційні технології мають значний потенціал для трансформації системи охорони здоров'я, покращуючи доступність, якість та ефективність медичних послуг. Проте для максимізації їх позитивного впливу важливо звернути увагу на етичні, соціальні та економічні аспекти їх впровадження. Залучення усіх зацікавлених сторін, включаючи медичних працівників,

пацієнтів і регуляторів, є необхідним для успішної інтеграції інформаційних технологій у сфері охорони здоров'я.

### **Список використаних джерел**

1. World Health Statistics 2020: Monitoring Health for the SDGs (2019). Geneva: World Health Organization. URL: <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565707> (дата звернення: 02.10.2024).
2. Програма розвитку ООН (ПРООН) (2015). Sustainable Development Goals. New York: United Nations Development Programme. URL: <https://www.undp.org/sustainable-development-goals> (дата звернення: 02.10.2024).
3. World Health Organization (2021). Telehealth: A new way to provide health care. URL: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/telehealth> (дата звернення: 02.10.2024)
4. National Institutes of Health (2021). The Use of Mobile Health Applications in Health Care: A Systematic Review. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC8205796/> (дата звернення: 02.10.2024)
5. Verizon (2020). 2020 Data Breach Investigations Report. URL: <https://enterprise.verizon.com/resources/reports/dbir/> (дата звернення: 02.10.2024)

**Данько О.В.,**

*к.психол.н., старший викладач кафедри психології  
Хмельницький інститут імені Блаженнішого Володимира,  
Митрополита Київського і всієї України  
ПРАТ "ВНЗ "Міжрегіональна Академія управління персоналом"*

## **ЗАПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ**

Невід'ємною частиною сучасного нашого життя є інформаційний розвиток. У ХХІ столітті інформаційні технології швидко пробираються у будь які аспекти людської діяльності, зокрема освіта не є винятком. Новітні технології все активніше впроваджуються в освітню сферу, відкриваючи нові можливості та суттєво підвищуючи якість навчання учасників освітнього процесу. Однак дані здобутки принципово трансформували підходи та положення організації навчального процесу.

В Україні триває реформа освітньої системи, яка спрямована на інтеграцію в глобальний інформаційно-освітній простір. Це супроводжується суттєвими змінами в організації навчального процесу, що має відповідати сучасним технічним можливостям у навчальних закладів. Значна увага приділяється забезпеченню навчальних закладів сучасним обладнанням та впровадженню новітніх інформаційних технологій, що дозволяє якісно змінити методи та організаційні форми навчання, роблячи його більш зручним і доступним [1; с. 155-158].

Так як на сучасну освіту мають великий вплив інформаційні технології, саме тому необхідно продовжувати активно інтегрувати їх у навчальний процес. Своє найбільше практичне застосування знайшли в онлайн-освіті, яка почала активно розвиватися в нашій країні кілька років тому і саме в цей період вони стали особливо затребуваними. Використання цих інструментів дозволило швидко перетворити навчальний процес на такий, що приносить не тільки задоволення сучасним учасникам освітнього процесу, а й нові знання.

У сучасних умовах суспільних і технологічних змін однією з основних вимог до всіх учасників освітнього процесу у навчальних закладах є готовність фахівців до використання інформаційно-комунікаційних технологій та комп'ютеризованих систем у навчанні та професійній діяльності. Вбачають три рівні готовності (за Г. Козлаковим): 1. Особистий рівень володіння комп'ютеризованими технологіями; 2. Здатність безпосередньо застосовувати їх у професійній діяльності; 3. Вміння підвищувати свій професійний рівень за допомогою ресурсів Інтернету. Застосування спеціалізованих інформаційних технологій впливає на сприйняття навчального матеріалу і, в кінцевому підсумку, на ефективність навчального процесу [2].

Інформаційні технології відкривають нові можливості та потребу в зміні моделі навчального процесу. Це передбачає перехід від традиційного репродуктивного навчання до креативної моделі, в якій у навчальному середовищі за допомогою сучасних технологій та технічних засобів відтворюється життєва ситуація. Учасники освітнього процесу, повинні використовувати свої знання та проявляти творчі здібності для аналізу цієї ситуації та розробки рішень для поставлених завдань [3].

Експерти вважають, що розвиток нових технологій має відбуватися на основі принципу додатковості та взаємозв'язку. Це, в свою чергу, відкриває можливості для виникнення принципово

нових вимірів освітнього середовища – глобальних вимірів, які функціонують у реальному часі та об'єднують усі освітні технології.

Існує кілька важливих аспектів, які слід враховувати при впровадженні сучасних інформаційних технологій у навчальний процес. Ці аспекти, насамперед, стосуються організації та контролю психічних процесів, таких як сприйняття, увага, пам'ять тощо. Більшість з них зосереджена на основних каналах сприйняття інформації: візуальному, аудіальному та кінетичному [4; с. 156-161].

Зазначимо, що виокремлюють кілька основних різновидів звуків, які сприймає людина, а саме: мова, музика, упорядковані періодичні та разові сигнали, а також характерні й безладні шуми. Найбільш значущою серед цих звуків є мова, яка повинна займати центральне місце в організації використання інформаційних технологій у навчальному процесі.

На другому місці за важливістю в житті людини знаходяться природні та штучні шуми. Наукові дослідження показали, що відсутність шумів призводить до зниження активності людини та виникнення психологічного дискомфорту. Тому шуми також мають своє місце в навчальному процесі.

На третьому місці традиційно займає музика та відіграє важливе місце в житті людини. Дослідження, які проведені в навчальних закладах, виявили, що при наявності постійного музичного супроводу продуктивність учасників освітнього процесу зростає [3].

Сучасні інформаційні технології, які застосовуються в навчальному процесі, наразі дозволяють використовувати кінестетичний канал лише в обмежених межах. Проте можна виділити кілька напрямків, де цей канал не обмежується лише взаємодією з клавіатурою комп'ютера, а це використання мікрофонів під час вивчення мов, застосування графічних планшетів або музичних клавіатур у гуманітарних дисциплінах та використання наборів конструкторів для моделювання різних предметів на курсах технології тощо [1; с. 155-158].

Візуальне сприйняття об'єктів людиною має свої особливості. Первинне дослідження об'єкта відбувається через численні рухи очей. Після вивчення об'єкта увага до нього зменшується. У подальшому людина реагує лише на зміни, які відбуваються з об'єктом або в ньому. При цьому реакція на рухомі об'єкти є більш вираженою, ніж на нерухомі. Особливо сильна реакція спостерігається на об'єкти, що наближаються або віддаляються, у порівнянні з тими, що просто рухаються.

Отже, при розробці навчальних занять варто надавати перевагу методам, які включають рухомі об'єкти, зокрема спочатку об'єктам, що наближаються або віддаляються, потім тим, що проходять повз, і, нарешті, об'єктам, які змінюються з часом.

Завдяки сучасним інформаційно-комунікаційним технологіям, люди мають можливість навчатися або брати участь у конференціях, не виходячи з дому. Дистанційна освіта останнім часом стає все більш актуальною для мешканців нашої країни. Це стало можливим завдяки технології вебінарів. Нагадаємо, що вебінари – це семінари або конференції, які проводяться в онлайн-форматі через Інтернет з використанням відповідних технічних засобів (наушники, мікрофон і веб-камеру та спеціальне програмне забезпечення).

Основними функціями, які вебінари пропонують користувачам є слайдові презентації, відео в реальному часі зазвичай через веб-камеру, аудіозв'язок у реальному часі за допомогою навушників і мікрофона; запис для подальшого перегляду та прослуховування, голосування та вибіркового опитування тощо [2].

Перевагами використання вебінарів вважається незалежність учасників від розташування місця навчання, усі вебінари записуються на електронні носії, що дозволяє повторно використовувати навчальні матеріали. Поряд з цим існують певні недоліки такі як: обмежений зворотний зв'язок для учасників освітнього процесу але наразі активно проводяться дослідження для вирішення цієї проблеми. Таким чином, ефективність застосування інформаційних технологій значною мірою залежить від методів їх використання та врахування фізіологічних особливостей учасників освітнього процесу.

Впровадження інформаційних технологій в освітній процес дають можливість щодо збільшення ефективності навчання, а саме візуалізувати складні концепції, моделювати різні процеси, а також використовувати інтерактивні завдання та тести, що сприяє кращому засвоєнню навчального матеріалу.

Особисті ж навички особистості, такі як критичне мислення, креативність, комунікація та співпраця, набувають все більшого значення в сучасному світі. Використання спеціалізованих платформ для командної роботи під час навчання допомагає учасникам освітнього процесу розвивати ці важливі навички.

В останні роки в Україні спостерігається збільшення кількості ініціатив, орієнтованих на розвиток онлайн-освіти. Серед

них – створення електронних підручників, використання цифрових платформ для проведення та впровадження інтерактивних навчальних занять та курсів. Хоча ці інновації вимагають значних інвестицій, вони можуть стати важливим чинником модернізації освітньої системи в Україні [2].

Сучасні онлайн-платформи, такі як Zoom, Google Meet, Discord, дозволяють з будь-якої точки світу отримувати освіту, взаємодіяти та навіть виконувати спільні проекти на відстані

Онлайн платформи дають можливість користуватися численними освітніми ресурсами, включаючи відеоуроки, презентації, інтерактивні завдання та інші матеріали. Це сприяє різноманітності методів викладання, роблячи процес навчання більш захоплюючим і різноманітним [3].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що інформаційні технології стають все більш значущими в сучасній освіті. Їх застосування здатне зробити навчальний процес більш ефективним, захоплюючим і доступним для всіх. У майбутньому можна сподіватися на глибшу інтеграцію інформаційних технологій в освітній процес, що в подальшому розкриє нові інноваційні методи навчання, а також створить нові можливості та виклики для учасників освітнього процесу.

### **Список використаних джерел**

1. Генсерук Г. Р. , Мартинюк С. В. Інноваційна педагогіка: науковий журнал. Херсон : Гельветика, 2020. Вип. 30, т. 2. С. 155-158..

2. Заїка А. Використання цифрових технологій у професійній підготовці. Інноваційні моделі розвитку науково-методичної компетентності педагогів професійної школи у системі безперервної освіти, 2019. URL: [https://www.researchgate.net/publication/338197277\\_VIKORISTANN\\_A\\_CIFROVIN\\_TEHNOLOGIJ\\_U\\_PROFESIJNIJ\\_PIDGOTOVCI](https://www.researchgate.net/publication/338197277_VIKORISTANN_A_CIFROVIN_TEHNOLOGIJ_U_PROFESIJNIJ_PIDGOTOVCI).

3. Олефіренко Т., Матвієнко О., Васютіна Т., Золотаренко Т. Основи організації дистанційного та змішаного навчання у закладах вищої та початкової освіти. Навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 013 Початкова освіта. Київ: НПУ імені М. П. Драгоманова. 2022. 145 с.

4. Скасків Г. М. Впровадження технологій гейміфікації в освітній процес ЗВО. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Сер. 5: Педагогічні науки: реалії та перспективи*. Київ: Гельветика, Вип. 83, 2021. С. 156–161.

**Димон І.В.**  
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність 075 «Маркетинг»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Науковий керівник: **Донець Д.М.**,  
Ст. викладач каф. МЛ  
Національний університет «Львівська політехніка»*

## **ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАЛИЙ ТА СЕРЕДНІЙ БІЗНЕС**

У сучасному світі цифрова трансформація стає ключовим каталізатором розвитку економіки, особливо для малих та середніх підприємств (МСП). Швидкі технологічні зміни, які супроводжують цей процес, змінюють парадигму бізнесу, створюючи нові можливості для інновацій та ефективного функціонування. Цифрова економіка відіграє важливу роль у вдосконаленні інфраструктури та процесів управління, що допомагає підвищенню конкурентоспроможності МСП та створенню умов для їхнього стабільного та ефективного розвитку. Зростання використання цифрових технологій у сучасному бізнесі сприяє не лише автоматизації та оптимізації виробничих процесів, але й появі нових продуктів та послуг, що відповідають змінним потребам ринку. Сучасні технології надають МСП можливість конкурувати з великими підприємствами, забезпечуючи їм доступ до нових ринків та підвищуючи їхню продуктивність [1].

Цифрова економіка виникла й отримала подальший розвиток через об'єктивну необхідність упровадження інноваційних рішень та попиту на продукти віртуальних товарно-грошових відносин [2]. Малий та середній бізнес (МСБ) відіграють ключову роль в економічному розвитку України, і це пояснює необхідність формування ефективної цифрової інфраструктури для їхньої підтримки. Згідно з результатами дослідження «SME Digitalisation to Build Back Better», ОЕСР акцентує на важливості переходу підприємств на цифрові технології та їхні адаптації до нових викликів бізнес-середовища.

Розвиток цифрових технологій відбувається шаленими темпами, проникаючи в нові сфери людської діяльності. Використання цифрових інновацій може привести економіку країни на абсолютно новий рівень, що значно покращить якість життя населення. Впродовж наступних десятиліть реальний сектор

економіки відчує значні трансформації у всіх сферах бізнес-процесів, взаємодії між підприємствами та стейкхолдерами, а також на ринках усіх видів ресурсів, адаптуючись до вимог цифрових технологій та систем [3].

Основними характеристиками цифрової економіки є наступні:

1. Економічна діяльність здійснюється головним чином на платформах цифрової економіки, що полегшує взаємодію між економічними суб'єктами, дозволяє знижувати витрати (перш за все – транзакційні), надається додатковий функціонал, як для постачальників, так і для споживачів, покращується їх співпраця, що скорочує час циклу розробки та виведення їх на ринок, сприяє створенню та розповсюдженню інноваційних продуктів та рішень.

2. Формуються персоналізовані сервісні моделі, які дозволяють персоналізувати виробництво та збут товарів та послуг, з урахуванням вимог та потреб кожного конкретного клієнта, що, зрештою, сприяє економії ресурсів (за рахунок узгодження структури та обсягу попиту та пропозиції) та зростання якості та рівня життя населення.

3. Здійснюється безпосередня взаємодія між виробниками та споживачами, що створює передумови для скорочення ланцюжків посередників між виробником та кінцевим споживачем, вибудовується ефективна виробнича та споживча кооперація.

4. Спостерігається поширення «економіки спільного користування», що створює передумови розмивання традиційних відносин власності, розвитку юридичних практик використання теоретичної інституційної концепції «пучка прав власності». Розвивається феномен спільного володіння товарами (особливо технічно складними та дорогими, наприклад, легковими автомобілями), що дозволяє радикально скоротити витрати кінцевих споживачів.

5. Зростає роль внеску у господарську діяльність її індивідуальних учасників. Розвиток малого та середнього бізнесу, як більш гнучкого та мобільного, відіграє значну роль у бізнес-процесах; здійснюється прискорене просування інноваційних стартапів; розширюється сектор «економіки фізичних осіб» та виникає тенденція до зростання «атомізації» структури економіки [4].

Цифровізація бізнесу допомагає вивести компанію на новий рівень, підвищити лояльність клієнтів до бренду та впроваджувати нові інструменти швидко та ефективно. Знижуються витрати на маркетинг, покращується конверсія

продажів, зростає рівень конкурентоспроможності.

Отже, переваги розвитку цифрового бізнесу полягають у вирішенні різноманітних соціально-економічних та технологічних завдань, які включають: залучення інвестицій у підприємницьку сферу; появу нових продуктів та нових ринків; скорочення витрат на ведення підприємницької діяльності; посилення конкуренції; виникнення нових професій та робочих місць; зростання продуктивності, ефективності виконання процесів; збільшення податків; посилення дифузії інновацій; інноваційне зростання тощо. Ці переваги визначають прагнення компаній до цифровізації бізнес-процесів, проте більшість вітчизняних підприємств стикаються з багатьма проблемами під час спроб трансформації. Ситуація з пандемією показала, що саме превалювання у здібностях фірм можливостей швидкого переходу в онлайн-середовище дозволяє їм в умовах ізоляції забезпечити собі безперебійну взаємодію із споживачами та партнерами та знизити ризики повної втрати доходів.

Трансформація бізнесу за допомогою впровадження сучасних технологій та інструментів допомагають просувати компанію, покращувати позиції на ринку, взаємодіяти з клієнтами та автоматизувати багато процесів, що дозволяє: надати зручну взаємодію між компанією та клієнтом; оперативно вирішувати питання клієнта, знімати заперечення та стимулювати до покупки; автоматизувати внутрішні робочі процеси, удосконалювати комунікації всередині компанії; покращувати якість обслуговування; надавати широкий набір інструментів для продажу товару чи послуги; покращувати якість продукту, модернізувати послуги доставки, оплати [5].

Цифрова трансформація бізнесу стала ключовим фактором для підвищення конкурентоспроможності малих та середніх підприємств, створюючи нові можливості для інновацій та зростання. Вона сприяє автоматизації процесів, скороченню витрат, покращенню якості продуктів та послуг, а також відкриває доступ до нових ринків. Цифрові платформи полегшують взаємодію між виробниками та споживачами, знижуючи роль посередників і сприяючи розвитку економіки спільного користування.

Водночас, цифровізація бізнесу покращує взаємодію з клієнтами, забезпечує швидкість реагування на запити і знижує ризики втрати доходів, особливо в умовах кризових ситуацій. Проте для багатьох компаній процес цифровізації залишається викликом через різні бар'єри, такі як брак ресурсів та знань.

Цифрові інновації дають можливість підприємствам залишатися гнучкими, ефективно адаптуватися до нових умов та стимулюють загальний економічний розвиток.

### Список використаних джерел

1. Цифрова економіка як каталізатор розвитку малих та середніх підприємств: інновації та інституціоналізація. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/download/1021/908/918>

2. Голобородько А. Ю. Цифрова економіка: підходи та особливості розвитку. Бізнес Інформ. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-9-10-18>

3. Лебідь О. Цифрові та інформаційні технології в управлінні підприємством: реальність та погляд у майбутнє. *Економіка та суспільство*. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-19>

4. Селезньова Г.О., Чумак Г.М. Вплив розвитку цифрової економіки на конкурентне середовище вітчизняних підприємств. *Підприємництво та інновації*. Випуск 25. 2022. С.69-74. URL: <http://surl.li/fhwdjr>

5. Білик О.І. Вплив цифрової економіки на зменшення негативних наслідків соціального ризику. Проблеми економіки та управління. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journalpaper/2019/nov/19800/semi22019-10-18.pdf>

Дідух Н.О.,

*Аспірант Київського національного університету  
імені Тараса Шевченка*

## **ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ ЗЕРНОМ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС**

Використання інноваційних технологій в оптовій торгівлі зерном є кардинальною передумовою розвитку між Україною та країнами ЄС. Запровадження інноваційних технологій є викликом для менеджменту компаній, які займаються оптовою торгівлею зерном. Інноваційні технології вимагають нестандартного мислення, розбудову оновленого сприйняття організації оптової торгівлі, глибоке розуміння потреб споживачів, необхідності швидкого реагування в умовах невизначеності, особливо в умовах воєнного періоду.

Підвищення ефективності оптової торгівлі зерном залежить від налагодженої системи ланцюга постачання. Саме застосування інноваційних технологій вплине на підвищення ефективності оптової торгівлі зерном, що призведе до збільшення прибутковості компаній та економіки країни загалом.

Відстеження ланцюгів постачання зерна до країн ЄС є досить складним процесом, бо включає велику кількість етапів при переміщенні зерна від виробника до кінцевого споживача. Це складний процес, який поєднує багато операцій, учасників та зовнішніх чинників, що вимагає постійного контролю, координації та управління [1]. Традиційні системи відстеження ланцюгів постачання зерна є недосконалими, базуються на ручних процесах, паперовій документації або простих автоматизованих системах, які мають значні обмеження та знижують ефективність здійснених транзакцій, пов'язаних із ланцюгами постачання.

Шляхом подолання труднощів у системі ланцюга постачання зерна є використання інноваційних технологій таких як блокчейн. Блокчейн є децентралізованою, прозорою та незмінною базою даних, яка дозволяє ефективно відстежувати інформацію на всіх етапах ланцюга постачання зерна. Завдяки своїм можливостям блокчейн здатен вирішити ключові проблеми традиційних систем і суттєво підвищити ефективність ланцюга постачання зерна та довіру учасників [2].

Основними перевагами використання технології блокчейн в системі ланцюгів постачання зерна є перш за все прозорість та довіра учасників. Всі учасники ланцюга постачання (фермери, трейдери, переробники, споживачі) матимуть доступ до єдиної бази даних. В технології блокчейн неможливо змінити інформацію, що мінімізує шахрайські операції. Також до переваг можна віднести:

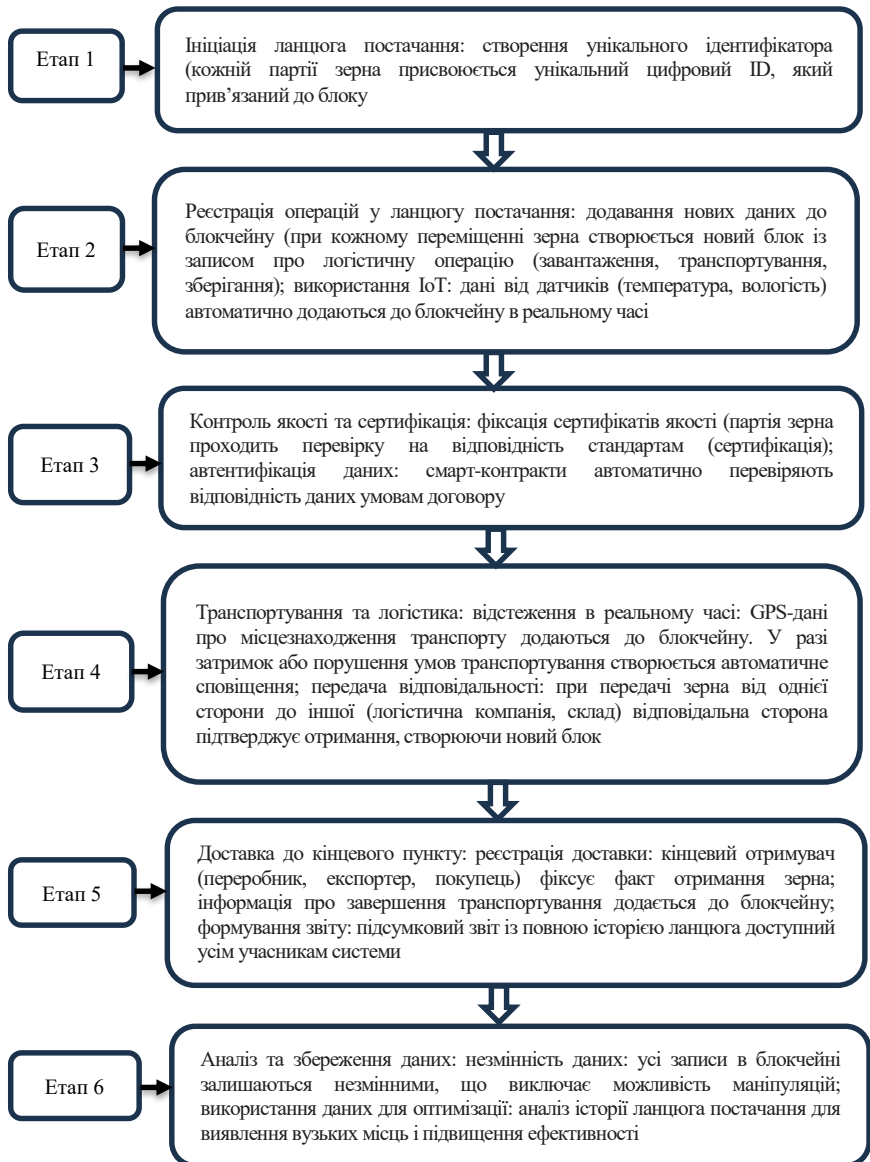
- можливість ідентифікувати походження зерна, його переміщення, умови зберігання та транспортування;

- скорочення витрат коштів та часу (повна автоматизація документообігу та зменшення потреби в паперових документах; оптимізація часу на перевірку даних та узгодження між учасниками);

- миттєве виявлення проблемних ділянок (наприклад, порушення температурного режиму, що може призвести до зниження якості зерна);

- підвищення точності прогнозних даних в частині планування ланцюга постачання зерна;

- покращення співпраці постачальників і споживачів (взаємодію всіх учасників ланцюга постачання відбувається на одній прозорій платформі).



**Рис. 1. Алгоритм роботи технології блокчейн у системі відстеження даних ланцюгів постачання зерна.**

Джерело: узагальнено автором на основі [3].

Блокчейн забезпечує прозорість і надійність у відстеженні кожного етапу ланцюга постачання зерна. Завдяки децентралізованій структурі, усі дані зберігаються в незмінному форматі, що дозволяє мінімізувати помилки та шахрайські операції.

Алгоритм роботи технології блокчейн у системі відстеження даних ланцюгів постачання зерна передбачає проходження різних етапів, основні з них наведені у алгоритмі на Рисунку 1.

Ключові можливості використання технології блокчейн у системі відстеження даних ланцюгів постачання зерна передбачають: прозору взаємодію учасників, формування блоків, формування ключів, шифровка записів. Усі учасники системи діляться на дві категорії: рядові користувачі, що створюють записи (операції, дії, транзакції) та майнери, які формують із них блоки (пакети, конверти) даних. Після цього формуються блоки, коли майнери, отримавши записи, перевіряють їх, пакують у блоки і також розсилають по мережі (поки дані не запаковані, вони вважаються недостовірними). У кожному запакованому наборі матеріалів закодована вся попередня інформація. Будь-яка зміна відомостей потребує коригування ключа поточного пакета та всіх наступних. Формування ключів відбувається шляхом хешування – перетворення інформації в число. Коли шифр створений, майнер формує блок і направляє його всім користувачам мережі. Тобто, за необхідності внесення змін до бази даних, погодження потрібно отримати від усіх учасників взаємодії, що мінімізує ризик підробки даних.

Тож, технологія блокчейн у системі відстеженні ланцюгів постачання зерна дозволяє підвищити:

- прозорість баз даних, де усі учасники ланцюга матимуть доступ до актуальної, достовірної інформації;
- надійність та довіру (дані в блокчейні захищені від фальсифікацій або змін після їх внесення);
- ефективність процесів (швидкий обмін інформацією між учасниками ланцюга скорочує час на перевірку та узгодження операцій);
- якість зерна (система відстеження дозволяє контролювати умови транспортування та зберігання, зокрема температуру, вологість);
- відповідність регуляторним вимогам (сертифікація якості може бути інтегрована в систему, спрощуючи аудит);
- оптимізація витрат (зниження витрат на логістику завдяки оптимізації маршрутів і точному плануванню);
- задоволеність клієнтів (кінцеві споживачі отримують доступ

до повної інформації про походження продукту, що підвищує їх довіру до компанії). Споживач може перевірити якість і відповідність зерна стандартам через QR-код або інший ідентифікатор.

### **Список використаних джерел**

1. Lambert, D. M. La cadena de suministro. En R. M. Monczka, R. B. Handfield, L. C. Giunipero, & J. L. Patterson (Eds.). *Administración estratégica de la cadena de suministro*. 2008. Pp. 27-61.

2. Olnes S, Ubacht J, Janssen M. Blockchain in government: Benefits and implications of distributed ledger technology for information sharing. *Government Information Quarterly*. 2017. №34 (3). Pp. 355-364.

3. Кудирко О. В. Інновації в логістиці: перспективи використання технології блокчейн у ланцюгах поставок. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. С. 158-163.

**Кирилів О.О.,**

*Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

**Гавронський В.С.,**

*к.т.н., доцент ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий  
коледж НУ «Львівська політехніка»*

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВИМІРЮВАЧА ІОНІЗУЮЧОГО ВИПРОМІНЮВАННЯ**

Іонізуюче випромінювання має значний вплив на сучасний світ, використовуючись як у медицині, так і в енергетиці. Проте неконтрольоване радіаційне опромінення може бути небезпечним для здоров'я та екології. Моніторинг рівня випромінювання є важливим для забезпечення безпеки, і для цього використовуються дозиметри.

Ціллю цього дослідження було покращення звичайного дозиметра.

Розглянемо основні характеристики дозиметра.

Дозиметр, розроблений в ході дослідження на основі мікроконтролера ESP-12F, складається з таких елементів:



**Рис. 1. Схема з'єднання елементів дозиметра**

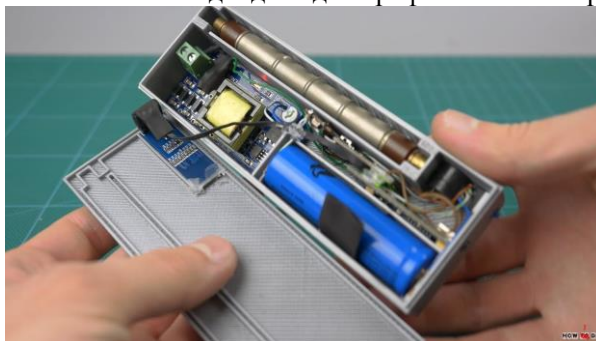
- Лічильник Гейгера-Мюллера СБМ-20 – чутливий датчик для виявлення іонізуючого випромінювання.
- Мікроконтролер ESP-12F – забезпечує передачу даних через Wi-Fi(Доповідь К )(ПЗ).
- OLED-дисплей – відображає інформацію про поточний рівень випромінювання.

Проведемо аналіз існуючих рішень.

У сучасному ринку представлено різні типи дозиметрів, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Розглянемо деякі з них:

1. Персональний дозиметр на базі Arduino Nano

Простий у виготовленні, цей пристрій легко налаштовується і може бути адаптований для додаткових функцій. Він здатний реєструвати гамма- і частину бета-променів. Проте, через його точність не підходить для професійного використання.



**Рис. 2. Зовнішній вигляд дозиметра на базі Arduino Nano**

## 2. Дозиметр на базі детектора Бета-1

Цей прилад має хорошу чутливість і точність, здатний вимірювати альфа-, бета- та гамма-випромінювання. Однак його вартість може бути вищою, ніж у простіших моделей.

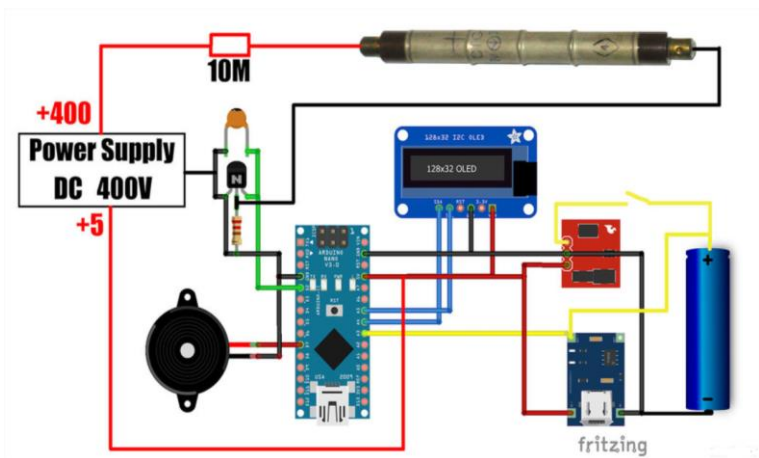


Рис. 3. Схема з'єднання елементів дозиметра Бета-1

## 3. Дозиметр гамма-випромінювання Gamma Sapiens

Призначений для вимірювання еквівалентної дози гамма-випромінювання, з можливістю передачі даних на смартфон через Bluetooth. Це робить його зручним для використання, але вимагає додаткового обладнання для обробки даних.

Цей аналіз показав, що незважаючи на різноманіття існуючих рішень, більшість з них має свої обмеження, які можна подолати за допомогою розробки нового дозиметра на базі ESP-12F.

Розглянемо принцип дії та особливості.

Прилад працює за принципом вимірювання кількості іонізуючих частинок, що надходять через лічильник Гейгера-Мюллера. Дані передаються мікроконтролеру, який обробляє їх і виводить на дисплей, або надсилає на зовнішні пристрої через Wi-Fi для подальшої обробки.

Узагальнимо результати тестування.

Під час дослідження був розроблений новий покращений дозиметр бази ESP-12F: прилад показав стабільність і точність у вимірюванні рівня радіаційного фону в різних умовах, зокрема у побутових та промислових середовищах

### Список використаних джерел

1. Принципи дії дозиметричних приладів. URL: <https://studfile.net/preview/9930385/page:7/> (дата звернення: 20.11.2024).
2. Трубки Гейгера-Мюллера. URL: <https://iot-devices.com.ua/comparison-of-geiger-muller-tubes-sbm20-j305-and-lnd712/> (дата звернення: 20.11.2024).
3. Лічильники Гейгера-Мюллера. URL: <http://um.co.ua/2/2-6/2-61248.html> (дата звернення: 20.11.2024).
4. “Дозиметр на базі Arduino Nano” URL: <https://masterclub.online/topic/14153-bytovoi-dozimetr> (дата звернення: 20.11.2024).

**Коваль В.О.,**

*Студентка факультету економіки та управління  
Хмельницький національний університет  
Науковий керівник: Тельнов А.С.,  
д.е.н., професор кафедри маркетингу  
Хмельницький національний університет*

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ ПОСЛУГ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

На сьогодні спостерігається тенденція до стрімкого зростання сфери послуг як на глобальному рівні, так і в Україні загалом. Світовий досвід доводить, що у країнах, де визначальна роль приділяється соціальній сфері, економіка є конкурентоспроможною, зростають основні показники, які характеризують ринок послуг. Сфера послуг займає в економіці України особливе місце, однак ринок послуг має свою специфіку та відповідне функціональне призначення [1].

Між маркетингом послуг та власне маркетингом звичайних товарів існує принципова відмінність, яка полягає у відмінності в кінцевому продукті, де з одного боку товар повинен задовольнити потребу споживача, а з іншого – послуга, що являє певні дії, які спрямовані на задоволення певної потреби. На основі вище викладеного виникає необхідність уточнення понять «послуга» та «маркетинг послуг» [2]:

Послуга – це загальноекономічна категорія, що виражає відносини між людьми в суспільстві з приводу формування

соціально-економічних умов, необхідних для функціонування суспільного виробництва.

Маркетинг послуг – це комплексна програмна діяльність на ринку послуг, що інтегрує в собі процес створення та виробництва послуги і доведення її до споживача на основі вивчення потенційного і реального попиту та конкретних ринкових передумов [1]. Із попереднього визначення варто виділити «комплексна програмна діяльність» з метою висвітлення власне основних напрямів дослідження, які включені в комплекс (рис. 1):

<b>Основні напрями досліджень у сфері маркетингу послуг</b>	
<b>Напрямок дослідження</b>	<b>Пояснення</b>
Управління сервісною пропозицією	Попит Ціноутворення Гарантії високого рівня якості Робота зі скаргами Внутрішній маркетинг
Сервісні інновації	Розроблення сервісної пропозиції Індивідуалізація Стандартизація Задоволення потреб Е-сервіс
Задоволення потреб споживачів та взаємодія	Задоволення та «враження» Очікування споживача Оцінка та аналіз рівня задоволення Утримання споживачів «Word of mouth»
Прибутковість	Залежність між задоволеністю співробітників, споживачів та рівнем прибутку компанії Життєва цінність споживача Клієнтський капітал

**Рис.1. Основні напрями досліджень у сфері маркетингу послуг [1-3]**

Аналіз таблиці 1 дозволяє сформулювати ще одне визначення маркетингу послуг, яке чітко поєднуватиме в собі і мету: «Маркетинг послуг – це спрямована на споживача та прибуток фірми діяльність, результатом якої є задоволення потреб у нематеріальних видах товарів або в корисному ефекті».

Важливим аспектом у контексті маркетингу послуг є розробка та впровадження маркетингової стратегії, що вимагає ґрунтовних маркетингових досліджень поточного стану та перспектив розвитку ринку послуг, проведення оцінки позиції та місця конкретного підприємства на ринку послуг. Власне, на основі цього аналізується та приймається рішення стосовно поведінки компанії на ринку, що є складовою маркетингової стратегії [3].

Відповідальним за розробку маркетингової стратегії у сфері послуг за умов цифровізації слід дотримуватися правил маркетингу:

- концепція маркетингової стратегії повинна охоплювати та враховувати всі етапи життя послуги на ринку – безпосередньо від виникнення ідеї про нову послугу, або ж саме з моменту виникнення потреби в тій чи іншій послугі до повного її задоволення;

- дотримання принципу гнучкості – під час налагодження контакту з клієнтами необхідно враховувати потреби та бажання клієнтів;

- під час надання послуги на кожному етапі є необхідним використання праці висококваліфікованого персоналу для забезпечення високої якості обслуговування;

- врахування фактору часу (за умови виникнення певних проблем слід оперативно їх вирішувати, задля уникнення поглиблення існуючої проблеми);

- з урахуванням сучасних тенденцій до цифровізації, варто розробляти та використовувати передові технології, тим самим підвищуючи якість послуги і сприяючи зниженню ціни, зберігаючи можливість до індивідуального підходу по відношенню до унікальних потреб споживачів;

- важливо розробляти та просувати на ринку власну торгову марку або знак з метою можливості ідентифікації своїх послуг на ринку [2, 3].

Таким чином, складність при формуванні маркетингової стратегії в українських компаніях, які орієнтуються на надання послуги, полягає у значній різниці в підходах до аналізу товару та послуги як об'єкту економічних відносин, що виникають між учасниками ринку.

В Україні у розвитку сфери послуг все більшого значення набуває застосування новітніх методів та прийомів, тобто фактично має місце цифровізація маркетингу сфери послуг. Насправді, маркетинг послуг в умовах цифрової економіки має певні особливості та характерні риси, які можуть відрізнити його від звичайного, традиційного товарного маркетингу [2]:

- нематеріальність та цифрове представлення послуг. Оскільки послуги фактично є нематеріальними, то маркетинг орієнтований на створення певного досвіду, який споживач може «відчути на собі» через різного роду цифрові канали. Також застосування відеоглядів, найрізноманітніших вебінарів та

віртуальних турів дасть змогу краще та з найбільш вигідного боку презентувати послугу та залучити клієнта; В умовах глобальної цифровізації все більше надавачів послуг банківського, страхового, освітнього характеру активно використовують мобільні додатки та веб-платформи задля надання послуг;

– персоналізація та аналіз даних. Враховуючи можливості збору великих обсягів інформації стосовно даних споживачів, їх основних переваг і вподобань, набули популярності більш персоналізовані пропозиції, які формуються на основі зібраних масивів даних. Широко розповсюдження набуло використання штучного інтелекту (ШІ) та різних аналітичних інструментів, які також допомагають виявляти основні потреби клієнтів та адаптувати пропозиції послуг відповідно до їхніх індивідуальних вимог;

– взаємодія з клієнтами через цифрові платформи, різні соціальні мережі, чат-боти значно змінила стиль спілкування та комунікації з клієнтами. Омніканальна взаємодія дозволяє забезпечити доступ до послуг з будь-якого пристрою в будь-який час, що підвищує зручність для користувачів;

– важливість відгуків та оцінки на соціальних платформах, які залишають споживачі для репутації компанії. Відгуки можуть впливати на рішення потенційних клієнтів, тому компаніям повинні відслідковувати негативні відгуки про їх роботу;

– цифрові інструменти дозволяють набагато швидше впроваджувати певні послуги, а також адаптувати їх до змін на ринку. Це є особливо важливим в умовах циклічності ринку, та у сферах, де попит може змінюватися на постійній основі;

– цифрові платформи та інструменти дають змогу доводити всі процеси всередині підприємства до автоматизму та самообслуговування клієнтів, що значно знижує витрати та підвищує ефективність, а для клієнтів це можливість контролювати процес надання послуги;

– цифровізація маркетингу послуг призводить до побудови довгострокових відносин з клієнтами за допомогою якісного обслуговування, формування лояльності споживача, а також постійної підтримки [1-2]. Отже, маркетинг послуг в умовах цифрової економіки використовує цифрові інструменти для налагодження взаємозв'язку з клієнтами. Це дозволить не тільки залучати нових клієнтів, але й утримувати лояльність вже наявних, тим самим забезпечуючи високу якість обслуговування, що, власне, є основою функціонування ринку послуг.

### Список використаних джерел

1. Пойта І.О. Сучасний стан розвитку маркетингу послуг в Україні: монографія. Житомир: Житомирський державний університет імені Івана Франка, 2016.
2. Данилюк Т. Маркетинг у сфері послуг. *Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2021. С. 128-136.
3. Рега М.Г., Карпова Н.В. Особливості формування та розвитку маркетингу послуг в Україні. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Економічні науки*. №22(17). 2017. С. 283-287.

**Кузнєцова Н.Ю.,**

*викладач циклової комісії іноземних мов  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## **РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У НАВЧАННІ ІНОЗЕМНИХ МОВ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ В УКРАЇНІ. РЕСУРСИ ТА ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ НАВЧАННЯ**

Введення воєнного стану в Україні, спричинене російською агресією та повномасштабним вторгненням, суттєво вплинуло на всі аспекти життя громадян, в тому числі й на систему освіти. Відбулася перебудова навчальних програм, були переглянуті методи навчання, запроваджені дистанційна і змішані форми організації освітнього процесу.

Викладачам довелось адаптуватись до нових умов, в тому числі через використання інноваційних технологій, зокрема штучного інтелекту (ШІ) для подолання сучасних викликів, підтримки освітнього процесу, забезпечення студентам ефективного та гнучкого навчання іноземних мов.

Технології ШІ дозволили автоматизувати освітні процеси та стали інструментом для створення адаптивних навчальних матеріалів, а також забезпечили персоналізацію навчання через надання студентам доступу до індивідуальних освітніх траєкторій завдяки аналізу їхньої успішності та рівня мовної компетенції; інтерактивні платформи на базі ШІ дозволили інтегрувати розмовних роботів, сервіси перекладу та готові мовні моделі у навчальний процес для ефективного розвитку у студентів

мовленнєвих навичок.

Класифікуємо найбільш популярні ресурси у навчанні іноземних мов згідно мети їхнього використання та охарактеризуємо їх.

#### 1. Інструменти для інтерактивного навчання

*Duolingo* – ресурс, який використовується для розвитку вмінь вживання лексичних одиниць та граматичних конструкцій через ігрові вправи. Цей додаток застосовує ШІ для адаптації вправ під рівень студента, підходить для самостійного навчання.

*Memrise* – використовується для розширення словникового запасу за допомогою відео та вправ. Цей інтерактивний додаток використовує ШІ для створення адаптивних планів навчання.

*Quizlet* – інструмент для створення флеш-карток та тестів з метою вивчення та закріплення нових лексичних одиниць; використовує ШІ для аналізу прогресу студентів

#### 2. Інструменти для створення персоналізованих навчальних планів

*Kahoot!* – платформа для створення інтерактивних вікторин, може бути використана для оцінювання знань та повторення матеріалу; застосунок підходить як для очного, так і для дистанційного формату навчання; ШІ допомагає налаштувати запитання для різних рівнів знань студентів

*Smart Sparrow* – платформа, яка використовується для адаптивного навчання і дозволяє викладачам створювати персоналізовані навчальні матеріали, підлаштовані під індивідуальні потреби кожного студента.

#### 3. Інструменти для дистанційної комунікації та взаємодії

*Google Classroom* – платформа для організації дистанційного та змішаного навчання, на якій викладачі можуть керувати курсами, оцінювати роботи та взаємодіяти зі студентами

*Microsoft Teams* – платформа для комунікації та співпраці, інструмент для проведення дистанційних занять. Інтеграція різноманітних сервісів ШІ дозволяє викладачам керувати групами і видами завдань.

*Zoom* – платформа для проведення відеоконференцій, яка використовує ШІ для покращення якості аудіо та відео, а також забезпечення інтерактивних функцій

#### 4. Інструменти для мовної практики.

*Speechling* – платформа для практики вимови. Надає зразки вимови носіями мови та можливість запису власних голосових повідомлень. ШІ аналізує вимову та надає зворотній зв'язок щодо

її точності;

*ELSA Speak* – інтелектуальний застосунок, який допомагає студентам покращити вимову через вправи та зворотній зв'язок у режимі реального часу

*Mondly* – використовує ШІ для симуляції розмовних ситуацій з метою тренування реальних навичок спілкування

*Lingolab* – інструмент для розвитку навичок аудіювання, дозволяє студентам практикувати розуміння на слух через різні сценарії

*Yabla* – програма для вивчення мови на основі відео. ШІ адаптує контент під рівень студента та оцінює його розуміння

*English Central* – відео-платформа для навчання мови, яка поєднує перегляд відео з інтерактивними вправами на аудіювання та говоріння

*LinguaLeo* – платформа для вивчення мов з акцентом на аудіювання та читання за допомогою контенту з відео, подкастами та інтерактивними вправами.

#### 5. Інструменти для генерації навчального контенту

*ContentBot* – інструмент ШІ для генерації текстів, який можна використовувати для створення завдань, есе або текстів для читання

*Chat GPT* – інструмент для генерації різного типу завдань на основі текстів, діалогів; може бути використаний для створення інтерактивних навчальних сценаріїв

*Canva AI* – платформа для створення візуальних матеріалів (інфографік, презентацій), яка використовує ШІ для полегшення процесу створення дизайну та адаптації матеріалу під конкретну аудиторію

*Gamma* – створення презентацій на запропоновану тематику та за обраними параметрами (додати короткий текст, розширений текст тощо)

*PodcastleAI* – інструмент для створення та трансформації подкастів у текст для кращого розуміння та аудіювання

#### 6. Інструменти для оцінювання та зворотнього зв'язку

*Grammarly* – інструмент для перевірки правильності вживання лексики, граматики, стилю письмових робіт з автоматичними порадами щодо їхнього покращення

*Turnitin* – система для перевірки робіт на плагіат зі ШІ, яка аналізує тексти та надає викладачам можливість оцінити самостійність виконання робіт студентами

*ProWritingAid* – розширений інструмент для перевірки

граматики, стилю та збагачення словникового запасу

Відзначимо, що використання штучного інтелекту у навчанні іноземних мов відкриває нові можливості для інтеграції сучасних технологій у традиційну освіту, доступ до різноманітних ресурсів дозволяє викладачам ефективніше організовувати навчальний процес, сприяти всебічному розвитку студентів навіть у складних умовах, спричинених запровадженням військового стану, а ШІ має значний потенціал для майбутнього розвитку освітніх практик, зокрема в контексті глобалізації та цифровізації навчання.

### **Список використаних джерел**

1. Сайт платформи Duolingo. URL: <https://uk.duolingo.com> (дата звернення 20.11.2024)
2. Сайт застосунку Memrise. URL: <https://www.memrise.com> (дата звернення 20.11.2024)
3. Smart Sparrow. URL: <https://www.smartsparrow.com> (дата звернення 20.11.2024)
4. Сайт компанії Yabla. URL: <https://www.yabla.com> (дата звернення 20.11.2024)
5. Сайт Podcastle AI. URL: <https://podcastle.ai> (дата звернення 20.11.2024)

**Мясіщев О.А.,**

*д.т.н., професор, викладач циклової комісії комп'ютерної інженерії  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## **ЗАХІСТ БПЛА ВІД ЗАСОБІВ РАДІОЛЕКТРОННОЇ БОРОТЬБИ**

В даний час на бортові навігаційні засоби глобальної навігаційної супутникової системи (GNSS) повітряного, морського та наземного базування відбуваються атаки засобів радіоелектронної боротьби (РЕБ). Один із методів роботи засобів РЕБ – спочатку заглушити систему супутникової навігації (jamming), а потім подати помилкові сигнали (спуфінг – spoofing). Це одна з причин, що призводить до втрати БПЛА. Завдання підвищення бойової ефективності БПЛА є актуальним завданням для інженерів-розробників.

## Варіанти боротьби зі spoofing, jamming

1. Найпоширеніший варіант. Вимикання модуля GPS під час зльоту або при перетині смути, де ймовірно працюють системи РЕБ. Бортова Інерційна навігаційна система за умов постійно відключеного GPS буде постійно накопичувати похибку. Протягом польоту може змінюватись погода, напрями вітру і накопичена похибка на довгих маршрутах буде суттєвою. В сумі БПЛА може помилитись у позиціонуванні на 5-10% від довжини маршруту. Наприклад, якщо маршрут 50 км, то похибка може становити 5 км;

2. Більш прогресивний варіант. Використання захищених систем зв'язку з бортом, які дозволяють завдяки використанню візуальних даних з борту – коригувати положення борту в реальному часі вручну оператором. Тобто, простими словами, якщо борт “спіймав” спуфінг – оператор має можливість вказати борту іншу координату, яку пілот вважає більш точною (оскільки з бортової камери було видно цю будову – а вона має такі координати). Мінуси цієї системи також очевидні: необхідно “вести” БПЛА протягом усього польоту, необхідно мати безперервний зв'язок із бортом, необхідно мати відеозв'язок із бортом;

3. Дорогий варіант. Використання захищених (military) GPS або CRPA (Controlled Reception Pattern Antenna – антена з керованою діаграмою спрямованості) антен, що дозволяють “помножити на нуль” окремий напрямок звідки приходить spoofing, jamming – сигнал від систем РЕБ. Це дуже дієвий однак не дешевий варіант. Наприклад, ціна таких систем стартує від 10<sup>3</sup>000 доларів USA. Крім того, такі системи підпадають під подвійне призначення в різних країнах і поставки в Україну таких систем є проблематичним. Якщо сумарна ціна БПЛА не перевищує 10<sup>3</sup>000 доларів USD то такий варіант зазвичай є економічно неефективним.

CRPA – це антени з керованою діаграмою спрямованості, адаптивні антени, антени з нульовим керуванням, антени з формуванням променя і т.д.

CRPA, за розмірами, більше, ніж звичайні GPS-антени. Вона містить кілька антенних елементів та електроніку з програмним забезпеченням для вирішення задач з адаптивної обробки сигналів. При роботі CRPA використовуючи той факт, що бажані супутникові сигнали та небажані сигнали на заводі приходять з різних напрямків. Тобто, створюється просторовий фільтр, який видаляє сигнали, що надходять з певних напрямків, і пропускає сигнали з інших напрямків. Щоб домогтися цього,

замість однієї антени використовується масив антенних елементів (назватимемо такий масив антеною решіткою).

Принцип роботи антеної решітки спрощено можна описати так. Припустимо, антена решітка містить основну антену  $P$  і кілька допоміжних  $A_1, A_2, \dots, A_n$ . Надходить сигнал з якогось напрямку і потрапляє на антену  $A_2$ , трохи пізніше на антену  $A_1$ , а ще пізніше на антену  $P$ . Якщо сигнал являє собою просту синусоїдальну хвилю, то можна виявити, що вихід кожної антени являє собою ту саму синусоїдальну хвилю, але з різним фазовим зрушенням залежно від просторового розташування антен.

Кожна антена дає свій сигнал, званий вагою. Далі виконується оцифровка сигналів аналого-цифровими перетворювачами. Далі використовуючи стандартну теорію адаптивної обробки сигналів можна мінімізувати або посилити сумарний сигнал від антен. Мінімізація виконується для сигналів, що йдуть, наприклад, з боку нижче за рівень горизонту. Використовуючи цифрову обробку, виконується їхнє обнулення.

Така обробка сигналу змінює діаграму спрямованості антени. Якщо діаграма спрямованості має вигляд напівсфери, то за наявності сигналу – перешкоди ця частина діаграми вирізується – обнулюється. Таким чином, залишається лише та частина діаграми спрямованості, яка не піддається перешкодам. Недоліком є те, що при великій кількості променів-перешкод зменшується доступ до всіх супутників, які помітні на незачищеному небі.

Як приклад розгорнутого військового обладнання CRPA можна навести підприємство Collins Aerospace, яке входить до військово-промислового комплексу США. Воно розпочало випуск та постачання перешкодостійкої апаратури супутникової навігації для військової техніки Сухопутних військ США. Вона складається з апаратури супутникової навігації NavHub™-100 та адаптивної антеної решітки MSAS-100 яка забезпечує перешкодно захищений прийом супутникових навігаційних сигналів GPS в умовах роботи засобів РЕБ. Ця система забезпечує рівень придушення перешкод, що виходять від РЕБ, більш ніж 100 000раз.

Аналогічні системи випускаються й інших країнах, наприклад Туреччини, Китаї, Росії (відома як «Комета-М», яка встановлювана на безпілотники «Shahed 136»). В роботі проведена експериментальна оцінка ефективності цих цифрових антенних решіток в порівнянні з деякими дводіпазонними антенами і антенними решітками.

### Список використаних джерел

1. Mounted Assured Positioning, Navigation and Timing System (MAPS) Gen II. . [Electronic resource]. – 2024. – Mode of access: <https://www.collinsaerospace.com/what-we-do/industries/military-and-defense/navigation/ground-products/mounted-assured-positioning-navigation-timing-system-maps-gen-ii>

**Новосад О.П.,**

*викладач вищої категорії, викладач-методист  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## НОВИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ОСВІТИ В ЕПОХУ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ЕЛЕКТРОННІ НАВЧАЛЬНО- МЕТОДИЧНІ ПОСІБНИКИ

Сучасний ритм життя та стрімкий розвиток інформаційних технологій та умови проведення навчального процесу, зокрема дистанційного навчання, вимагають від учасників освітнього процесу гнучкості, оперативної адаптації та швидкого реагування. Дистанційне навчання є новою формою освіти, яка суттєво відрізняється від традиційних очних або заочних методів. Вона потребує застосування інших інструментів, методів та організаційних підходів, а також різноманітних форм взаємодії між викладачем і студентами, а також між самими студентами. Особливу роль відіграють засоби навчання, які використовуються в цьому процесі.

Електронний навчальний посібник – це не просто цифрова копія друкованої книги. Його відмінності від традиційних видань полягають не тільки у форматі, але й у функціональних можливостях[1]. Завдяки відсутності обмежень у розмірі, такий посібник може містити як розширений та детальний виклад матеріалу, так і короткі опорні конспекти. Крім того, електронні посібники мають гіпертекстову структуру та супроводжуються мультимедійними елементами, що підвищує якість засвоєння навчального матеріалу і сприяє розвитку навичок здобувачів освіти.

Електронні навчальні посібники створені для полегшення активного засвоєння та запам'ятовування ключових понять,

тверджень і прикладів, стимулюючи при цьому емоційну та слухову пам'ять.

Серед основних вимог до електронного навчального посібника можна виділити наступні [3]: модульність (кожний модуль – логічно завершена частина теми); відкритість (посібник – відкрита система, яку можна доповнювати новими розділами або змінювати); зручний інтерфейс та продумана система навігації; мультимедійний супровід змісту навчального матеріалу.

Створений з урахуванням цих вимог, електронний навчальний посібник має наступні переваги: зручний інтерфейс та система навігації; висока інтерактивність навчально-виховного процесу; компактність; використання аудіо- та відеоінформації; оперативний зворотний зв'язок в мережі Інтернет; зручність пересилання посібника електронною поштою.

Викладач створює електронний навчальний посібник, зважаючи на специфіку предмету, який він викладає. Такі посібники є результатом роботи, виконаної у відповідності з професійними стандартами і зазвичай мають модульну структуру. Це дозволяє розширювати зміст та призначення окремих фрагментів та модулів, які можуть містити додаткову інформацію, діаграми, статистичні дані, а також посилання на файли довідкового характеру.

Враховуючи такий підхід, можна запропонувати наступну структуру електронного посібника може включати наступні компоненти: теоретичний матеріал та методичні рекомендації щодо вивчення курсу; віртуальний практикум; довідковий матеріал; глосарій; система тестування та контролю знань.

Основні етапи розробки електронного посібника[2]: 1) обрання розділу, теми чи частини розділу; 2) аналіз наявних і доступних матеріалів; 3) підбір та оформлення матеріалів, які плануєте розмістити в електронному посібнику; 4) створення ескізу електронного підручника у текстовому редакторі MicrosoftWord; оптимізація тексту, визначення місця розташування графічних і відеоматеріалів, виокремлення гіперактивних термінів; 5) вибір програмного забезпечення і реалізація проекту.

Більшість електронних навчальних матеріалів будь-якої складності, що містять тексти та графіку, на початковому етапі, зазвичай, створюються за допомогою текстових процесорів. Для цього завдання найчастіше використовується Microsoft Word, оскільки він є найбільш ефективним інструментом для цієї роботи. Тому електронний навчальний посібник може бути повністю

створений у текстовому редакторі Microsoft Word (рис.1.) Але такий посібник має недолік – великий розмір отриманого файлу.

Вирішенням цієї проблеми є конвертація документу у формат PDF(рис.2). Удосконалений формат PDF став потужним інструментом для зберігання та поширення різноманітних документів. Він забезпечує коректне відображення форматowanego тексту, растрової та векторної графіки, 3D зображень, мультимедійних компонентів, гіперпосилань та інших елементів. Усі гіперпосилання, мультимедійні та інтерактивні елементи спочатку вбудовуються у текстові документи, які потім конвертуються у формат PDF.

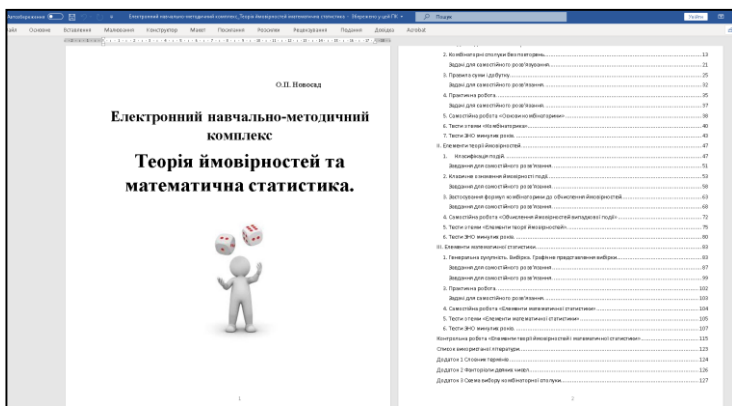


Рис. 1 Електронний навчальний посібник, створений у текстовому редакторі Microsoft Word [4].

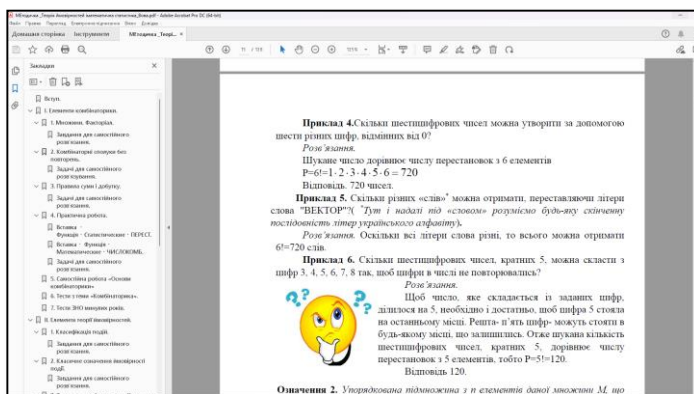
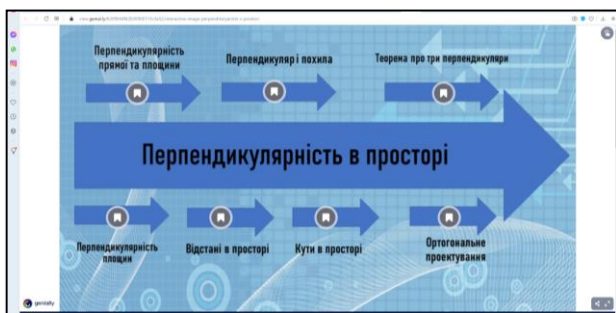


Рис.2 Електронний навчальний посібник у форматі PDF [5]

Одним із варіантів реалізації електронного навчального посібника є онлайн сервіс Genially (<https://genial.ly>). За допомогою даного сервісу посібник можна оформити у вигляді інтерактивного плакату. Інтерактивний плакат (рис.3) дозволяє об'єднати в одному документі всі необхідні матеріали для вивчення теми і відеоуроки, і конспекти, і тести, і домашні завдання.

Також електронний навчальний посібник можна створити у вигляді веб-сторінок, наприклад за допомогою GoogleSite (рис.4). Таке подання посібника дозволяє відображати веб-сторінки на будь-яких комп'ютерах, планшетах, мобільних телефонах, при цьому з прикладного програмного забезпечення підходить будь-який браузер. Таким чином забезпечується широке і швидке розповсюдження електронних навчальних матеріалів.



**Рис. 3** Реалізації електронного навчального посібника є онлайн сервіс Genially [6]



**Рис.4** Електронний навчальний посібник, створений за допомогою GoogleSite [7]

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що використання електронних навчальних посібників сприяє безперервному удосконаленню змісту навчальних предметів та адаптації традиційних методик навчання. Це допомагає прискорити процес засвоєння знань завдяки спеціальному структуруванню навчальної інформації.

Використання електронних посібників також позитивно впливає на мотивацію до навчання, що сприяє особистісному розвитку здобувачів освіти через збільшення самостійної дослідницької роботи. Вони стимулюють пізнавальний інтерес та професійну мотивацію студентів, дозволяючи їм оволодіти новими засобами та прийомами роботи з інформаційно-комунікаційними технологіями, що сприяє якісній професійній підготовці. Крім того, використання електронних посібників розширює доступ до додаткових інформаційних ресурсів через роботу в освітніх мережах та в Інтернеті, що відкриває нові можливості для навчання та допомагає збагатити освітній процес.

### **Список використаних джерел**

1. Мотало Г. М., Гоменюк Г.В. Електронний посібник, як один з засобів дистанційного навчання. Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання: досвід, тенденції, перспективи : матеріали V Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Тернопіль, 30 квітня, 2020). Тернопіль : ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2020. С. 62-64 :URL <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/15360> (дата звернення 23.10.2024)
2. Нелюбов В.А., Дубів О.В., Куруца О.С. Електронний підручник: електронний навчальний посібник. Ужгород: ДВНЗ«УжНУ»,2016. URL: <https://cutt.ly/jw7QvjUe> (дата звернення 23.10.2024)
3. Охріменко І.М., Гетта В.Г. Вимоги до електронних підручників і навчальних посібників для дистанційного навчання [Електронний ресурс]. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки.* 2016.-Вип. 140.-С. 52-55. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP\\_2016\\_140\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2016_140_14)
4. Новосад О.П. Теорія ймовірностей та математичної статистики. Хмельницький: ВПУ №25, 2020. 124 с. URL: <http://surl.li/thdvs> (дата звернення 23.10.2024)
5. Новосад О.П. Теорія ймовірностей та математичної статистики. Хмельницький: ВПУ №25, 2020. 124 с. :URL

<https://v.gd/OfdFK2> (дата звернення 23.10.2024)

6. Новосад О.П. Перпендикулярність в просторі [Електронний ресурс] URL: <http://surl.li/thdwwk> (дата звернення 23.10.2024)

7. Новосад О.П. Показникова та логарифмічна функція. Електронний навчально-методичний посібник для вивчення дисципліни Математика. [Електронний ресурс] URL: <http://surl.li/thdxxd> (дата звернення 23.10.2024)

**Пятін І. С.,**

*к.т.н., доцент циклової комісії комп'ютерної інженерії  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

**Гавронська Н. М.,**

*викладач-методист циклової комісії економіки та менеджменту  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж  
НУ «Львівська політехніка»*

## **НАСКРІЗНА ПРОГРАМА ВИВЧЕННЯ EMBEDDED SYSTEM НА БАЗІ ZYNQ ULTRASCALE+**

Сучасний стан розвитку вбудованих систем вимагає підвищення швидкості, продуктивності, багатопотоковості обчислень, створення багатозадачності, підтримки штучного інтелекту.

Актуальним є використання платформ Zynq UltraScale+ для підготовки бакалаврів за спеціальністю Комп'ютерна інженерія, оскільки це підвищує їх конкурентоспроможність на ринку праці. FPGA використовується в багатьох галузях: телекомунікації, автомобільна промисловість, аерокосмічна галузь, інтернет речей (IoT), кібербезпека та обробка сигналів. Робота з Zynq UltraScale+ розвиває ключові інженерні компетенції: розробка апаратного та програмного забезпечення; використання засобів автоматизації проектування для високопродуктивних задач; інтеграція систем на базі FPGA.

Вбудована система (Embedded System) – це комп'ютерна система, призначена для виконання конкретних завдань або функцій. Вона включає як апаратне, так і програмне забезпечення, а іноді й механічні компоненти.

FPGA – це масив програмованих логічних блоків та

елементів пам'яті, які об'єднані за допомогою програмованих з'єднань, високошвидкісних інтерфейсів введення/виведення та блоків цифрової обробки сигналів [1].

Особливості Zynq UltraScale+

- Чотирьохядерний процесор ARM Cortex-A53,
- двоядерний процесор Cortex-R5 real-time processors,
- Mali-400 MP2 graphics processing

- Високопродуктивна технологія виготовлення, програмована логіка

- Задовольняє мережевим комунікаціям, високошвидкісному обміну даними та зберігання,

- Промислове управління двигунами, злиття датчиків та промислове застосування Інтернету речей,

- Глибоке навчання, штучний інтелект, хмарні обчислення,

- Обробка та передача відео високої чіткості

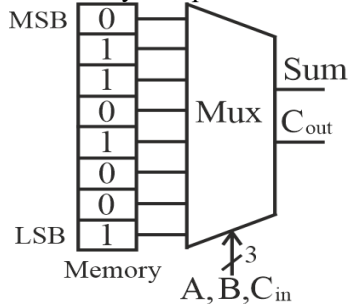
Zynq UltraScale+ – це сімейство систем на кристалі (SoC) від Xilinx, яке поєднує у собі програмовану логіку (FPGA) з процесорними ядрами ARM Cortex-A. Це потужна платформа для створення гібридних систем, де програмовану логіку можна використовувати для апаратного прискорення, а ARM ядра – для виконання програмного забезпечення.

Далі приведена наскрізна програма практикумів для вивчення Embedded System за різними дисциплінами, що виділені жирним шрифтом:

Комп'ютерна логіка (Комп'ютерна електроніка):

- вступ до FPGA. Логічні елементи. Комбінаційна логіка;
- побудова цифрових пристроїв на програмованій логіці.

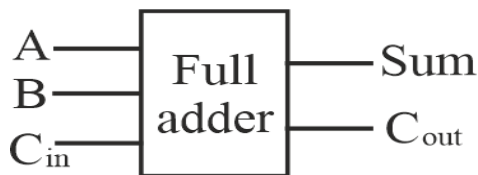
На рис. 1, рис. 2 і рис. 3 показаний приклад реалізації повного суматора на базі FPGA.



**Рис. 1. Реалізація логічного елемента за допомогою таблиці істинності і мультиплексора**

A	B	C <sub>in</sub>	Sum	C <sub>out</sub>
0	0	0	0	0
0	0	1	1	0
0	1	0	1	0
0	1	1	0	1
1	0	0	1	0
1	0	1	0	1
1	1	0	0	1
1	1	1	1	1

**Рис. 2. Таблиця істинності логічного елемента**



**Рис. 3. Умовне графічне позначення логічного елемента**

Спеціалізовані комп'ютерні системи:

- налаштування і верифікація основних компонентів і модулів FPGA-проекту на базі AXU3EG;
- вивчення апаратного забезпечення сучасних вбудованих систем;
- експерименти з читання та запису ОЗП, ПЗП, FIFO на кристалі FPGA;
- використання послідовних інтерфейсів RS232, RS422, RS485;
- паралельна обробка на Zynq Ultrascale+;
- використання драйверів для роботи з портами: I2C, USB, SPI, UART.

Штучний інтелект (Машинне навчання):

- бінарні нейронні мережі;
- згорткові нейронні мережі;
- процес розробки систем штучного інтелекту на платформі

Vitis;

- навчання нейронної мережі на основі фреймворку Keras;
- Vitis-AI Development Process.

Програмно-апаратні платформи штучного інтелекту:

- вступ до Zynq Ultrascale+ MPSoC;
- апаратне забезпечення плати AXU3EG;
- базові модулі Verilog;
- побудова систем комп'ютерного зору на основі модуля AN5641;
- використання 7-дюймового РК-модуля;
- передача Ethernet – використання АЦП на основі модуля AN9238;
- процес розробки систем штучного інтелекту на основі

Vitis-AI;

- навчання нейронної мережі на основі фреймворку Keras;

- інструменти налагодження.

Модельовання та керування траєкторією руху БПЛА:

- використання Sensor Fusion у Zynq UltraScale+ MPSoC.

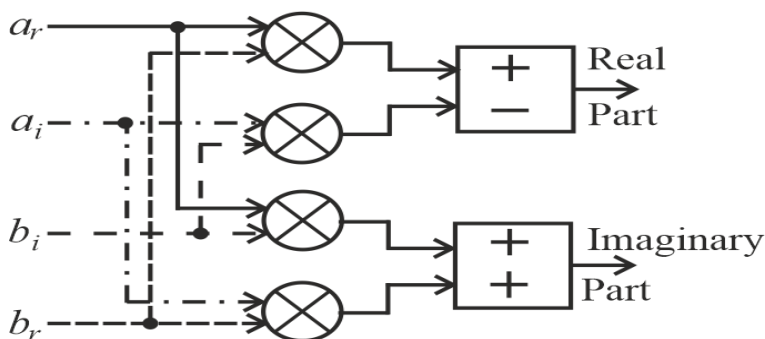
Методи та засоби цифрової обробки інформації:

- використання переривань процесорної системи;

- швидке перетворення Фур'є;

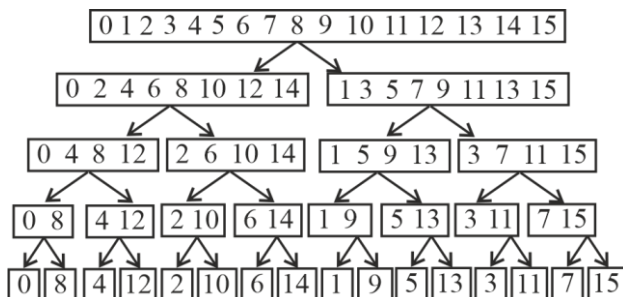
- використання високошвидкісних інтерфейсів.

На рис. 4 представлена реалізація на базі FPGA помножувача двох комплексних чисел. На рис. 5 представлена реалізація на FPGA паралельної обробки фрейма довжиною 16 біт.



**Рис. 4. Реалізація помножувача двох комплексних чисел на FPGA за виразом:**

$$(a_r + ja_i)(b_r + jb_i) = (a_r b_r - a_i b_i) + j(a_i b_r + a_r b_i)$$



**Рис. 5. Реалізація на FPGA паралельної обробки фрейма довжиною 16 біт**

Використовуються наступні інструменти розробника:

- Використання Vivado для створення цифрових систем на

Verilog

- Використання Vitis, який побудований на основі Vivado, але має вищий рівень абстракції, що дозволяє програмістам використовувати C/C++, OpenCL або Python для розробки програм для FPGA.

Sensor Fusion у Xilinx Zynq UltraScale+ – це процес об'єднання даних з декількох сенсорів (наприклад, камер, радарів, лідарів, інерційних вимірювальних модулів та інших) для формування більш точної та повної інформації про стан об'єкта або середовища. Це особливо важливо в таких додатках, як автономні автомобілі, БПЛА, робототехніка, де необхідна точність і швидкість обробки.

Завдяки програмованій архітектурі Xilinx Zynq UltraScale+ із високопродуктивним ARM процесором та ПЛІС (FPGA) на одному кристалі, платформа дозволяє швидко обробляти великі обсяги даних від сенсорів у реальному часі. Це дає змогу реалізувати ефективну обробку сигналів, фільтрацію шумів та об'єднання даних на рівні апаратного забезпечення для оптимальної продуктивності.

Sensor Fusion на Xilinx Zynq UltraScale+ використовує такі сенсори:

1. Камери (RGB або монохромні) – забезпечують візуальні дані про об'єкти та середовище. Корисні для розпізнавання об'єктів, виявлення перешкод.

2. LiDAR (Light Detection and Ranging) – визначає відстань до об'єктів за допомогою лазерного випромінювання.

3. Радар – використовує радіохвилі для визначення відстані, швидкості та напрямку об'єктів. Радари стійкі до поганих погодних умов: туман або дощ.

4. IMU (Inertial Measurement Unit) – включає акселерометри та гіроскопи для вимірювання лінійних прискорень і кутових швидкостей. Оцінює рух і положення об'єкта в просторі.

5. GPS (Global Positioning System) – надає глобальні координати об'єкта, що дозволяє точно визначити його місцезнаходження.

6. Ультразвукові сенсори – використовують звукові хвилі для визначення відстані до об'єктів.

Польотний контролер керує польотом БПЛА на основі даних, отриманих від IMU-сенсорів та GPS-модулів.

1. Польотний контролер (Flight Controller): Основний мікроконтролер або процесор, який отримує дані від різних

сенсорів і виконує алгоритми стабілізації та навігації. Він надсилає команди двигунам, щоб контролювати напрям, висоту та швидкість польоту.

2. IMU-сенсори (Inertial Measurement Unit): Система інерційних сенсорів, яка включає:

– Акселерометр для вимірювання прискорення по осях X, Y і Z (для напрямку руху).

– Гіроскоп для вимірювання кутової швидкості по трьох осях.

– Магнітометр (компас) для визначення орієнтації відносно магнітного поля Землі.

IMU дозволяє польотному контролеру обчислити орієнтацію та нахил дрона в просторі.

3. GPS-модуль: Визначає абсолютне положення дрона в просторі, тобто його координати широти, довготи та висоти. GPS також забезпечує інформацію про швидкість і напрямок руху.

### **Список використаних джерел**

1. Ryan Kastner, Janarбек Matai, and Stephen Neuendorffer. Parallel Programming for FPGAs. The HLS book. Creative Commons Attribution 4.0 International License, 2024. 261 p.

**Сенів Л. О.,**

*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність 075 «Маркетинг»*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

*Науковий керівник: Донець Д. М.,*

*Національний університет «Львівська політехніка»*

## **ЦИФРОВА ЕРА: ЯК ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗМІНЮЮТЬ СУСПІЛЬСТВО**

Інформаційні технології (ІТ) – це сукупність методів і засобів, що використовуються для збору, зберігання, обробки і поширення інформації. В даний час діяльність людини стала сильно залежати від цих технологій, вони потребують постійного розвитку. Вони охоплюють широкий спектр технологій, включаючи комп'ютери, мережі, бази даних, програмне забезпечення, інтернет та інші цифрові засоби, що дозволяють автоматизувати та оптимізувати обробку даних [1].

В новітню цифрову еру багато сфер життя базуються на інформаційних технологіях, які кардинально змінили спосіб, у який люди взаємодіють, отримують інформацію, працюють і приймають рішення. Вони мають значний як позитивний вплив на суспільство, науку, культуру тощо, так і негативний. Тому важливо вивчити наслідки впровадження інформаційних технологій у свою діяльність.

Отже, серед позитивних змін, що стаються зі суспільством та культурою через вплив інформаційних технологій, є, по-перше, доступ до інформації з різних джерел. У сучасному світі Інтернет став ключовим джерелом доступу до знань і інформації. Мільйони людей у різних куточках світу мають можливість отримувати безкоштовні освітні ресурси, наукові дослідження, новини, що сприяє їхньому розвитку, формуванню критичного мислення та забезпечує можливість самостійно навчатися. До появи Інтернету доступ до знань був значно обмежений: більшість інформаційних ресурсів, таких як бібліотеки, дослідницькі матеріали та наукові журнали, були доступні лише для вузького кола людей. Інтернет змінив цей підхід, надаючи будь-кому, незалежно від місця проживання чи соціального статусу, можливість отримувати інформацію онлайн. Таким чином інформаційні технології змінили спосіб, у який люди отримують інформацію та знання. Вони зробили освіту доступною для всіх, хто має підключення до мережі, і відкрили нові можливості для саморозвитку [2].

По-друге, інформаційні технології суттєво підвищують продуктивність бізнесу, автоматизуючи рутинні завдання та оптимізуючи процеси. Завдяки ІТ-системам компанії можуть ефективно керувати ресурсами, обробляти дані та взаємодіяти з клієнтами в реальному часі. Автоматизація скорочує час виконання операцій, зменшує людські помилки та дозволяє працівникам зосередитися на стратегічних завданнях. Використання штучного інтелекту та аналітики даних допомагає приймати обґрунтовані рішення, а хмарні платформи та інструменти для співпраці роблять роботу більш гнучкою і продуктивною. Це все сприяє підвищенню ефективності та конкурентоспроможності бізнесу.

По-третє, неймовірний вплив інформаційні технології мають на комунікацію та взаємодію в суспільстві. ІТ забезпечують миттєву передачу інформації через різні платформи. Завдяки інтернету, мобільним додаткам та соціальним мережам, обмін інформацією став миттєвим і глобальним. Одним із найкращих прикладів є соціальні мережі, які надають можливість спілкуватися

в реальному часі, обмінюватися думками. Люди можуть спілкуватися через месенджери, відеозв'язок і електронну пошту незалежно від географічної відстані, що зробило комунікацію доступнішою та ефективнішою.

Соціальні мережі також використовуються для масової комунікації та розповсюдження новин. Це особливо важливо для формування громадської думки, залучення людей до соціальних або політичних рухів. Мобільні додатки, месенджери та соціальні мережі також дозволяють компаніям і організаціям підтримувати прямий зв'язок зі своїми клієнтами або аудиторією. Це сприяє глобалізації та розширенню можливостей для міжнародного співробітництва, підвищує гнучкість бізнесу [3].

Інформаційні технології, попри їхні значні переваги, також мають низку негативних наслідків для суспільства. Важливо розглянути основні з них, щоб уникнути можливих ризиком, пов'язаних зі впровадженням ІТ в життя.

Широке використання смартфонів, комп'ютерів та інтернету призводить до залежності від технологій. Це проявляється, коли люди постійно перевіряють соціальні мережі чи новини, втрачаючи зв'язок з реальністю. навіть під час роботи чи навчання багато людей витрачають час на перевірку своїх смартфонів, що призводить до зниження продуктивності. Особливо це стосується молоді, яка часто проводить години в онлайн-іграх або соціальних мережах, що може призводити до проблем з психічним здоров'ям, зниження продуктивності і навіть депресії. Сучасне суспільство неможливо уявити без гаджетів, через що, втративши їх та доступ до Інтернету, люди не зможуть адаптуватися до іншого життя [4].

Також з використанням інформаційних технологій виникають нові проблеми з приватністю та кібербезпекою. ІТ значно збільшують обсяги збору даних про людей. Соціальні мережі, пошукові системи та інші онлайн-сервіси збирають величезну кількість персональних даних, які можуть бути використані для таргетованої реклами або навіть маніпуляцій. Крадіжка особистих даних, хакерські атаки та зловживання інформацією стають серйозними загрозами. Окрім того, відстеження дій користувачів та вторгнення в їх приватне життя створює нові виклики для захисту особистої інформації та змушує використовувати надійні системи кібербезпеки. [4].

Не менш важливою проблемою, що виникає через вплив інформаційних технологій на суспільство, є цифровий розрив.

Попри широке впровадження технологій, значна частина населення залишається поза доступом до Інтернету чи сучасних інформаційних технологій, особливо у сільських регіонах або країнах, що розвиваються, ускладнює інтеграцію таких громад у сучасний цифровий світ. Це веде до економічної та соціальної нерівності, оскільки люди без доступу до технологій не можуть скористатися новими можливостями у різних сферах.

У результаті цифровий розрив може призвести до серйозних наслідків для суспільства. Він посилює нерівність у доступі до інформації, можливостей для освіти та кар'єри, що, в свою чергу, може збільшувати соціальну напругу та дискримінацію. Для подолання цифрового розриву важливо реалізовувати програми, які сприятимуть підвищенню цифрової грамотності, доступу до технологій та їх використанню в суспільстві. Це може включати навчання, забезпечення доступу до інфраструктури та заохочення державних і приватних ініціатив для покращення умов життя. [4].

Отже, інформаційні технології мають значний вплив на суспільство, науку, освіту та бізнес, забезпечуючи як позитивні, так і негативні наслідки. З одного боку, вони сприяють доступу до знань, підвищують продуктивність, полегшують комунікацію та глобалізацію. З іншого боку, викликають такі проблеми, як залежність від технологій, загрози кібербезпеці та цифровий розрив. Для ефективного використання ІТ важливо забезпечити рівний доступ до них, підвищувати цифрову грамотність і впроваджувати заходи для захисту персональних даних. Таким чином, інформаційні технології відкривають величезні можливості, проте вимагають відповідального підходу та обачливості для мінімізації ризиків.

#### **Список використаних джерел**

1. АПЕПС. Що таке інформаційні технології? URL: <https://apeps.kpi.ua/shcho-take-informatsiini-technologii/en>
2. Padlet. Вплив інформаційних технологій на суспільство: позитивні та негативні аспекти. URL: <https://padlet.com/ljudmila2001191/padlet-kwybf89pt2tm>
3. UA5.ORG. Роль інформаційних технологій у житті сучасної людини. URL: <https://ua5.org/svit/2099-rol-informacijnyh-tehnologij-u-zhytti-suchasnoyi-lyudyny.html>
4. Ujournal. Вплив технологій на сучасне суспільство. URL: <https://www.ujournal.com.ua/post/vpliv-technologii-na-sucasne-suspilstvo>

## **ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ**

У ХХІ столітті, що значною мірою вплинуло на всі сфери господарської діяльності. Інноваційно-інвестиційний розвиток підприємництва, як невід'ємна частина глобальної цифрової трансформації, переживає період радикальних змін, які вимагають нового підходу до осмислення їх впливу на ефективність та конкурентоспроможність підприємств, закладених у сучасних бізнес-моделях.

Цифрова економіка характеризується швидкими технологічними змінами, новими бізнес-моделями, посиленням значимості даних та інформаційних технологій. З'являються нові можливості для інновацій, що потребують їх своєчасної комерціалізації. Відтак, питання дослідження інноваційно-інвестиційного розвитку підприємництва в умовах цифрової економіки набуває вагомості, на чому дедалі більше акцентують увагу дослідники, зокрема [1].

Значимість цієї проблеми для сучасного етапу полягає в тому, що ефективне використання цифрових технологій та інновацій є критично важливим для забезпечення економічної стійкості та зростання бізнесу. У країнах з розвинутою цифровою інфраструктурою та розвиненими ринками інноваційні стратегії та інвестиційні рішення стають основою для конкуренції. В Україні, де процеси інноваційного розвитку та цифровізації набирають обертів, дослідження цієї теми має особливе значення. Правильне розуміння та впровадження інноваційно-інвестиційних стратегій цифровізації може стати ключовим чинником для розвитку національного підприємництва та поліпшення його конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

Розкриття передумов поширення та використання цифрових технологій у бізнес-моделях підприємництва, ідентифікації базових передумов трансформації його інноваційно-інвестиційного розвитку передбачає конкретизацію сутності самої цифрової трансформації. У науковій літературі сьогодні представлено широкий спектр різноманітних поглядів на розуміння природи цифрової трансформації. Аналіз та їх систематизація

дають підстави стверджувати, що цифрова трансформація є процесом змін у моделі функціонування окремих систем, їх компонентів та взаємозв'язків між ними, що зумовлене активним впровадженням інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес-процеси [2; 3; 4, с. 78]. Можна впевнено погодитись, що загалом «процес цифрової трансформації характеризується переходом від оптимізації до революційних змін» [5, с. 283].

Інноваційно-інвестиційний розвиток в умовах цифрової економіки визначається комплексним підходом до інтеграції інноваційних технологій та стратегій з метою оптимізації бізнес-процесів і підвищення їх ефективності, що впливає із природи такого розвитку. Основними аспектами інноваційно-інвестиційного розвитку за поглядами значної кількості дослідників на різних віках трансформації економічної системи [2, 6, 7] є:

- впровадження інноваційних технологій, що розширює можливості підприємництва використовувати та впроваджувати нові цифрові технології, такі як штучний інтелект, блокчейн, великі дані, Інтернет речей (IoT), які відкривають нові горизонти для покращення продуктів і послуг, автоматизації процесів та підвищення оперативної ефективності;

- в умовах цифрової трансформації підприємства повинні адаптувати свої інвестиційні стратегії, щоб підтримувати розвиток нових технологій та забезпечувати фінансову стабільність. Це включає інвестиції в розробку нових продуктів, модернізацію існуючих систем та інтеграцію нових цифрових рішень;

- цифрова трансформація вимагає змін у корпоративній культурі та управлінських практиках. Підприємства мають забезпечити відповідність внутрішніх процесів новим цифровим реаліям, що часто потребує перепідготовки персоналу, змін у структуруванні процесів та адаптації до нових умов ринку.

Варто зауважити, що процеси цифрової трансформації у підприємстві є складними за своєю природою через поєднання значної кількості чинників, оскільки для їх виникнення має бути не лише здатність у підприємницьких структур використовувати такі технології в своїй діяльності (*інвестиційна складова цифрової трансформації*), але й ці технології одночасно є результатом підприємництва – розробка цифрових технологій, їх постійна модернізація та удосконалення (*інноваційна складова цифрової трансформації*).

Однією з ключових складових трансформації є інтеграція інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, великі дані,

блокчейн та Інтернет речей, які змінюють способи управління бізнесом і ведення господарської діяльності. Інвестиції в ці технології стають важливим фактором для підвищення продуктивності та впровадження нових бізнес-моделей, що дає змогу підприємствам швидше реагувати на зміни ринку та споживчих потреб.

Таким чином, розуміння процесів трансформації інноваційно-інвестиційного розвитку в контексті цифрової економіки є необхідними для забезпечення конкурентоспроможності підприємств і їх здатності до сталого розвитку в сучасному динамічному середовищі.

### Список використаних джерел

1. Грігерман Є. Інноваційно-інвестиційний розвиток: сутність та концептуальні підходи. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. №4. С.54-60. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-4-7>
2. Матвейчук Л. О. Цифрова економіка: теоретичні аспекти. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2018. № 4. С. 116-127. DOI: <https://doi.org/10.26661/2414-0287-2018-4-40-18>.
3. Новицька М.В. Порівняльний аналіз визначень терміну «цифрова економіка». *Економіка і організація управління*. 2022. № 2 (46). С. 183-189. DOI: 10.31558/2307-2318.2022.2.18
4. Якушко І. Сутність та особливості цифрової трансформації. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 4(28). С. 75-82. DOI: 10.25140/2411-5215-2021-4(28)-75-82.
5. Дергачова Г. М., Колешня Я. О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2020. № 17. С. 280-290. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.17.2020.216367>
6. Піжук О. І. Цифровізація як зміна парадигми розвитку економічних систем. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2018. № 2. С. 84-91. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2\(52\).84-91](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.2(52).84-91)
7. Kotarba M. Digital transformation of business models. *Foundations of Management*. 2018. Vol. 10. Pp. 123-142. DOI: 10.2478/fman-2018-0011

**Щенсевич Д.В.,**  
*Здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти*  
*ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж*  
*НУ «Львівська політехніка»*

**Гавронський В.Є.,**  
*к.т.н., доцент ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий*  
*коледж НУ «Львівська політехніка»*

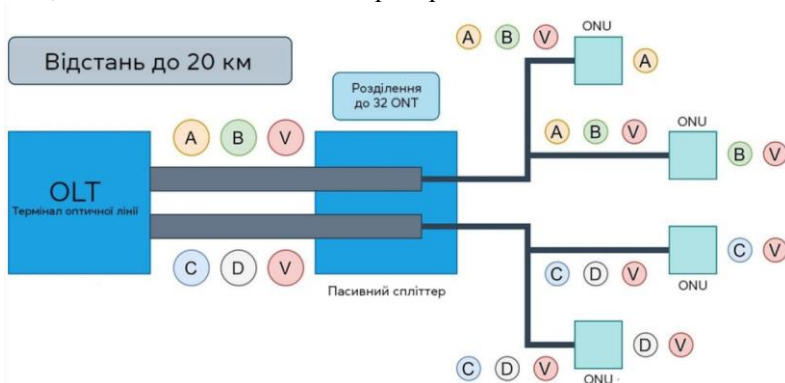
## ПАСИВНІ ОПТИЧНІ МЕРЕЖІ

Passive optical network (PON) – різновид реалізації технології Fiber to the Home (FTTH), що полягає у доставці сигналу до кінцевого абонента шляхом використання пасивних оптичних розгалужувачів.

Для реалізації PON використовує топологію дерева та наступні компоненти:

- OLT (Optical Line Terminal)
- Оптичний розгалужувач
- ONU (Optical Network Unit)

У мережі PON пристрій OLT виступає центральним вузлом, який відповідає за управління мережі. Він з'єднується за допомогою волоконно-оптичного кабеля з пасивним оптичним розгалужувачем, який помножує сигнал і передає його на багато ONU, які з'єднані з кінцевими пристроями абонентів.



**Рис.1** Схема реалізації мережі PON

Оскільки процес розгалуження це транслявання одного й того самого потоку даних «один до багатьох», ONU відповідають за фільтрацію пакетів, призначених для різних підключених кінцевих пристроїв. Шифрування гарантує, що кожен ONU читає

лише вміст, адресований кінцевим точкам, підключеним до нього.

Існує кілька типів PON, залежно від потреб користувача:

- APON: також відома як пасивна оптична мережа в режимі асинхронної передачі (APON) або просто ATM PON (оскільки вона містить електричний рівень, побудований на ATM), APON є оригінальною системою PON, яка використовувалася для комерційного розгортання.

- BPON: широкосмуговий PON (BPON) є вдосконаленим наступником APON і підтримує структуру ATM. BPON має швидкість передачі до 622 Мбіт/с, з можливостями низхідного потоку від 155 Мбіт/с до 622 Мбіт/с. З часом BPON можна перетворити на EPON або GPON, оскільки пропускна здатність ATM не ідеальна для відео.

- EPON: Ethernet PON (EPON) використовує пакети Ethernet, а не комірки ATM, які використовуються в APON і BPON. EPON популярний завдяки своїй пропускній здатності 1 Гбіт/с для сучасних мереж.

- GPON: Gigabit PON (GPON) забезпечує дуже високу пропускную здатність 2,5 Гбіт/с. GPON використовує IP і ATM або метод інкапсуляції GPON (GEM) для кодування.

Змоделюємо дві схеми підключення абонентів, які використовують Інтернет провайдери користуючись засобами Cisco Packet Tracer (рис. 2).

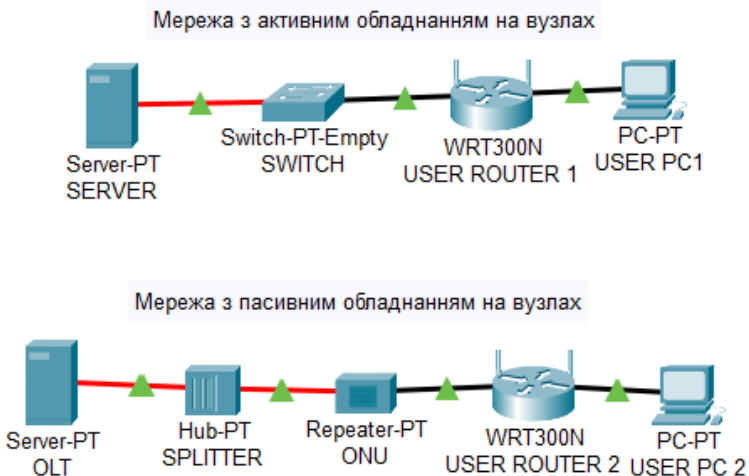
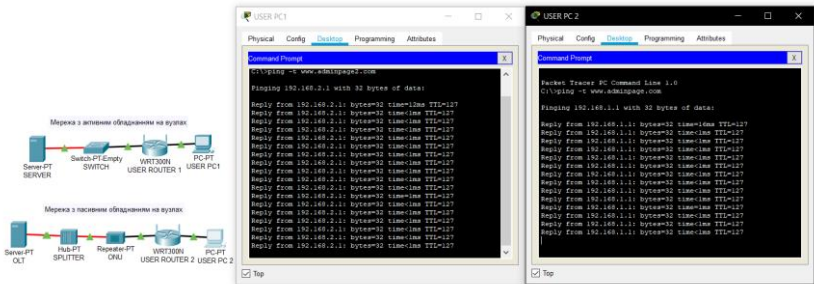


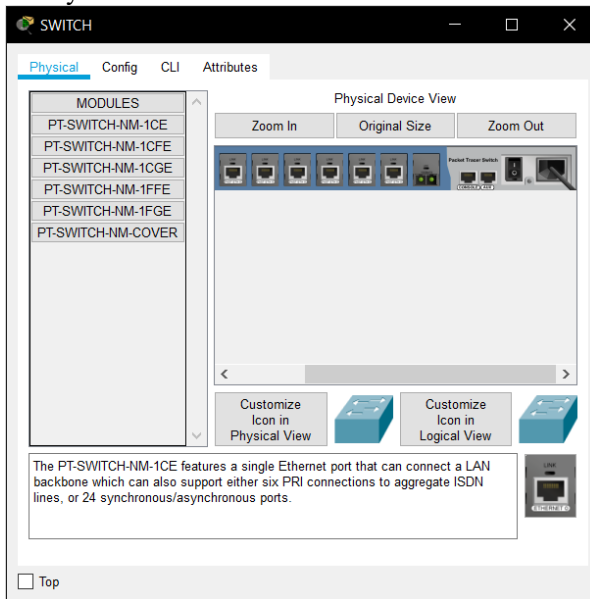
Рис.2 Схеми абонентського підключення

На даному рисунку ми бачим мережу з активним обладнанням на вузлах, яка використовує комутатори, які провайдер розміщує у під'їздах будинку та мережу з пасивним обладнанням, яка використовує пасивні розгалужувачі. Перевіримо роботу обох мереж за наявності світла:



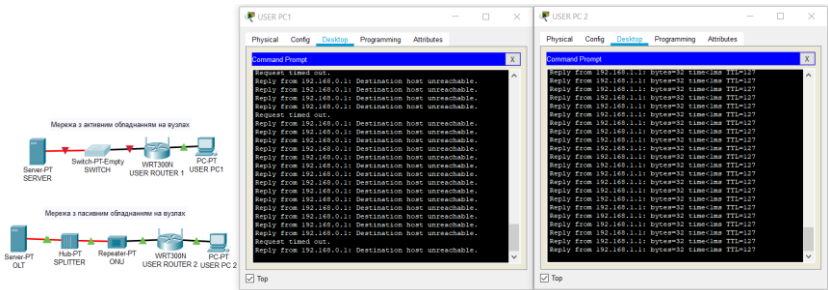
**Рис.3** Робота мереж за наявності живлення

Тепер змодуємо ситуацію за якої абонент та провайдер забезпечили автономне живлення своїх пристроїв, але відсутнє живлення на вузлах:



**Рис. 4** Вимкнення активного вузла

Як бачимо нижче на рисунку за відсутності живлення на активному вузлі ми втрачаємо зв'язок з сервером, на відміну від пасивних вузлів, які не потребують живлення для роботи, і як наслідок абоненти втрачають доступ до Інтернету, що спричиняє перешкоди у онлайн навчанні, побутовому користуванні та веденні бізнесу, які його потребують.



**Рис.5** Робота мереж за відсутності живлення на вузлах

Отже, пасивні оптичні мережі є досить економним та ефективним способом забезпечення ширококугової передачі інформації. Оскільки у своїй архітектурі PON використовує пасивні оптичні розгалужувачі, які не потребують живлення, використання даного типу мережі є дуже доречним під час «блекаутів», за умови що абонент забезпечив безперерйну роботу ONU та кінцевого пристрою. Також до переваг можна віднести можливість інтеграції з кабельним ТБ, низьку вартість і легкість обслуговування та легке підключення нових абонентів.

### Список використаних джерел

1. Як працює технологія PON. URL: <https://pasivka.com.ua/blog/kak-rabotaet-tehnologiya-pon.html?srsId=AfmBOootYhKIBon-OPhbK6NW4D9OFmAKfgF9TWWe8pSYr3E3DIn8aN7w> (дата звернення: 05.11.2024).
2. Обладнання PON (ПОН). URL: <https://gazik.ua/catalog/obladdannya-pon/> (дата звернення: 05.11.2024).
3. Що таке пасивна оптична мережа (ПОН) і активна оптична мережа (AON)? – знання – шеньчжень optico зв'язку со., ltd. URL: <https://ua.opticomfiber.com/info/what-are-passive-optical->

network-pon-and-act-51167178.html (дата звернення: 05.11.2024).

4. Contributors to Wikimedia projects. Passive optical network – Wikipedia. *Wikipedia, the free encyclopedia*. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Passive\\_optical\\_network](https://en.wikipedia.org/wiki/Passive_optical_network) (дата звернення: 05.11.2024).

5. Froehlich A., Nolle T. What is a passive optical network (PON) and how does it work?. *Search Networking*. URL: <https://www.techtarget.com/searchnetworking/definition/passive-optical-network-PON> (дата звернення: 05.11.2024).

6. PON – оптичні мережі з пасивною оптичною магістраллю. *Компанія DEPS*. URL: <https://deps.ua/ua/knowegable-base/articles/3016-pon-optychni-merezhi-z-passivnoju-opt-magistralju.html> (дата звернення: 05.11.2024).

7. PON vs AON vs PTP – відмінності, структура та порівняння технологій. URL: <https://e-server.com.ua/uk/poradi/pon-vs-aon-vs-ptp-vidminnosti-struktura-ta-porivniannia-texnologii> (дата звернення: 05.11.2024).

8. What is a passive optical network. *CompTIA*. URL: <https://www.comptia.org/content/guides/what-is-a-passive-optical-network> (дата звернення: 05.11.2024).

9. What is a passive optical network (PON)? | juniper networks US. *Juniper Networks*. URL: <https://www.juniper.net/us/en/research-topics/what-is-pon.html> (дата звернення: 05.11.2024).

10. What is passive optical networking (PON)?. *Cisco*. URL: <https://www.cisco.com/c/en/us/products/switches/what-is-passive-optical-networking.html#~how-it-works> (дата звернення: 05.11.2024).

## РОЗДІЛ 5 ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

**Оприско Я. Р.,**  
*здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня,  
спеціальність 075 «Маркетинг»  
Національний університет «Львівська політехніка»  
Науковий керівник: Донець Д. М.,  
Національний університет «Львівська політехніка»*

### ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ФАХОВОЇ ПЕРЕДВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Фахова передвища освіта відіграє ключову роль у підготовці фахівців для різних галузей економіки, забезпечуючи як базові знання, так і практичні навички. В Україні цей рівень освіти є одним із основних компонентів освітньої системи, що надає можливість отримати професійну підготовку для осіб, які не завжди мають змогу або бажання здобувати вищу освіту. Сучасні тенденції розвитку фахової передвищої освіти тісно пов'язані з процесами євроінтеграції, диджиталізації, оновленням змісту навчання, а також розвитком співпраці з роботодавцями. У тезах розглядаються основні напрямки трансформації фахової передвищої освіти в Україні, її проблеми та перспективи.

Однією з ключових тенденцій є поступова інтеграція української освітньої системи до Європейського простору вищої освіти. Україна вже адаптує свої освітні програми відповідно до принципів Болонського процесу, включаючи впровадження кредитно-трансферної системи та розвиток мобільності студентів і викладачів. Для фахової передвищої освіти це означає адаптацію освітніх стандартів до європейських, що дозволяє українським випускникам бути конкурентоспроможними як на національному, так і на міжнародному ринку праці [2].

Цифрові технології глибоко впроваджуються в усі сфери життя, включаючи освіту. Українські заклади фахової передвищої освіти активно розвивають цифрову інфраструктуру, що сприяє впровадженню змішаного та дистанційного навчання. Особливо важливими стали цифрові ресурси та платформи для забезпечення навчального процесу під час карантинних заходів, спричинених пандемією COVID-19. Навчальні заклади впроваджують такі

технології, як електронні журнали, онлайн-платформи для тестування, хмарні технології для зберігання матеріалів. Проте є й виклики – недостатня цифрова грамотність серед студентів та викладачів, проблеми з доступом до інтернету в деяких регіонах та недостатнє фінансування у сфері ІТ [4].

Дуальна система освіти, яка поєднує теоретичне навчання з практичною підготовкою на виробництві, набирає популярності в Україні. Вона дозволяє студентам отримати практичні навички безпосередньо на робочому місці, що підвищує їх професійну компетентність. У цьому контексті важливою є співпраця навчальних закладів із підприємствами, які беруть участь у розробці навчальних програм і забезпеченні місць для стажувань. На сьогодні уряд України активно підтримує розвиток дуальної освіти, зокрема через прийняття відповідних нормативних актів та стимулювання роботодавців до участі у програмі. Однак існують також перешкоди, пов'язані з недосконалістю законодавчої бази та низькою активністю деяких підприємств у цьому процесі [3].

Фахова передвища освіта в Україні поступово переходить до компетентнісної моделі навчання, де акцент робиться на формуванні у студентів не лише знань, але й умінь та компетенцій, необхідних для вирішення практичних завдань у професійній діяльності. Освітні програми розробляються з урахуванням вимог ринку праці, роботодавців і соціальних запитів. Це підходить до підготовки фахівців нового покоління, які здатні ефективно працювати в умовах змін і викликів сучасного світу. Особлива увага приділяється розвитку таких компетенцій, як креативність, комунікативність, вміння працювати в команді, критичне мислення та цифрові навички [2].

Ще однією тенденцією є активізація міжнародної співпраці навчальних закладів фахової передвищої освіти. Це виявляється у встановленні партнерських відносин з освітніми установами інших країн, участі в міжнародних проектах та програмах обміну студентами й викладачами. Особливе значення має участь України у програмі Erasmus+, яка сприяє підвищенню якості освіти через обмін досвідом та впровадження кращих європейських практик. Співпраця з міжнародними організаціями допомагає закладам передвищої освіти отримувати нові знання, навички та ресурси, які можна використовувати для модернізації навчальних програм [4].

Останнім часом у світі все більше уваги приділяється питанням рівного доступу до освіти. В Україні також відбувається активний розвиток інклюзивної освіти, яка забезпечує доступ до

якісної освіти для людей з інвалідністю або особливими освітніми потребами. Відповідно до національних та міжнародних стандартів, навчальні заклади фахової передвищої освіти повинні створювати умови для навчання осіб з інвалідністю: облаштовувати будівлі, адаптувати навчальні матеріали та програми, забезпечувати необхідну підтримку. Впровадження інклюзивної освіти є важливим кроком на шляху до забезпечення рівності можливостей для всіх студентів [1].

Питання фінансування залишається однією з найскладніших проблем для фахової передвищої освіти. Недостатнє бюджетне фінансування впливає на якість навчання, стан матеріально-технічної бази та рівень зарплат викладачів. Для забезпечення конкурентоспроможності випускників навчальним закладам необхідно постійно оновлювати обладнання, модернізувати лабораторії, закуповувати сучасні навчальні матеріали. У деяких випадках це можливе завдяки підтримці міжнародних донорів та проєктів технічної допомоги, але системне фінансування з боку держави залишається критично необхідним [2].

Фахова передвища освіта в Україні стикається з низкою серйозних викликів. До ключових проблем належать:

- недостатнє державне фінансування;
- низький рівень цифрової інфраструктури;
- потреба в модернізації освітніх програм;
- низький рівень співпраці з роботодавцями;
- низька зацікавленість студентів у технічних спеціальностях.

Сучасний етап розвитку фахової передвищої освіти в Україні характеризується позитивними змінами, серед яких інтеграція до європейського освітнього простору, диджиталізація освітнього процесу, розвиток дуальної освіти та компетентнісний підхід. Однак існує необхідність подолання ряду викликів, серед яких важливу роль відіграють питання фінансування, розвиток матеріально-технічної бази та підвищення рівня співпраці з роботодавцями. Успішна реалізація цих тенденцій сприятиме підвищенню якості фахової передвищої освіти та забезпеченню конкурентоспроможності випускників на ринку праці.

### **Список використаних джерел**

1. Закон України «Про фахову передвищу освіту» від 06.06.2019 № 2745-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2745-19>

2. Болонський процес і створення єдиного європейського освітнього простору: виклики для України / під ред. О. В. Волкова. Київ: Наукова думка, 2020.

3. Інтеграція України до європейського освітнього простору: виклики і перспективи / НАН України, Інститут вищої освіти. Київ: Наукова думка, 2021.

4. Освітні інновації в умовах диджиталізації / МОН України. Київ: Видавництво "Освіта", 2022.

**Янюк О.В.,**  
*завідувач відділення підприємництва та технологій,  
викладач вищої категорії  
ВСП «Хмельницький торговельно-економічний фаховий  
коледж ДТЕУ»*

## **ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ У ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ**

Інноваційний процес в освіті – це сукупність послідовних, цілеспрямованих дій, спрямованих на її оновлення, модифікацію мети, змісту, організації, форм і методів навчання та виховання, адаптації освітнього процесу до нових суспільно-історичних умов[2].

У коледжі використовуються різні інноваційні технології, однак у процесі викладання є впровадження інтерактивних вправ у навчанні під час формування професійних компетентностей майбутніх фахових молодших бакалаврів, особливо дисциплін професійного спрямування. Важливою складовою формування професійно-ціннісної сфери майбутніх фахівців з дисципліни «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства». Причому інтеграція проводиться не лише з точки зору взаємозв'язків знань із спецдисциплін, а і як інтеграція технологій, методів і форм навчання[1].

Інтерактивне навчання фахових молодших бакалаврів-технологів визначасмо як такий спосіб організації їх навчально-пізнавальної діяльності, що здійснюється з урахуванням інтересів і запитів, життєвого і професійного досвіду у формах партнерської взаємодії всіх суб'єктів навчального процесу. Інтерактивне

навчання спрямоване на забезпечення спільного процесу пізнання, отримання знань, умінь, навичок, здобуття необхідних компетенцій у спільній діяльності через діалог, полілог між собою й викладачем, а також через пряму взаємодію з навчальним оточенням або навчальним середовищем, що забезпечує високий рівень мотивації до навчання і моделює реальність, у якій учасники знаходять для себе галузь застосування набутого досвіду.

Сучасний викладач повинен поєднати в собі якості як педагога, так і психолога і психотерапевта. А для цього викладач повинен володіти високою педагогічною і, що дуже важливо, психологічною культурою, бути вихованим.

Проведені заняття зі студентами різних курсів спеціальності 181 «Харчові технології» показали, що саме при залученні інтерактивних технологій навчання збільшується активність роботи на занятті, увага, мотивація студентів. Учасники відчувають себе не пасивними слухачами, а активними гравцями заходу, розвивають в собі вміння вислуховувати думки інших, погоджуватись з ними або відстоювати свою, самостійно шукати аргументи, пояснювати логічність та послідовність своїх думок, володіючи термінами професійного спрямування.

Метою викладання дисциплін зі спеціальності 181 «Харчові технології» є ознайомлення здобувачів освіти з специфікою майбутньої спеціальності, отримання первинних професійних умінь і навичок, оволодіння сучасними методами та формами професійної діяльності, формування практичних прийомів та навичок у майбутніх фахівців. Основними обов'язковими професійними дисциплінами для спеціальності 181 «Харчові технології» на відділенні підприємства та технологій ВСП «ХТЕФК ДТЕУ» є:

- «Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства»;
- «Організація виробництва в закладах ресторанного господарства»;
- «Основи барної справи».

При підготовці до заняття з даних дисциплін дуже важливо, щоб студенти усвідомили значення тем дисциплін у формуванні професійних компетенцій майбутніх фахівців, від чого залежить ступінь зацікавленості нею. Студенти відповідно робочого плану повинні засвоїти спеціальні компетентності (СК), зокрема СК4. Здатність застосовувати практичні уміння і навички під час виробництва якісної і безпечної продукції та СК5. Здатність

знаходити відповідні рішення у розробці нових та удосконаленні існуючих харчових технологій продукції ресторанного господарства. При викладанні даних дисциплін застосовуються такі електронні освітні ресурси: LearningApps.org, Google Forms, classroom htek.ukr.education, vseosvita.ua, naurok.com.ua[3].

Завдяки ефекту новизни та оригінальності застосування електронних освітніх ресурсів в підготовці фахівців для готельно-ресторанного господарства при правильній їх організації зростає цікавість до процесу навчання. Інтегрування звичайного навчання у ВСП «ХТЕФК ДТЕУ» з інноваційними електронними освітніми ресурсами дозволяє зробити процес навчання більш цікавим, різноманітним, інтенсивним.

Беручи до уваги вищезазначений матеріал, можна дійти висновку, що використання інтерактивних вправ та методів в реалізації особисто орієнтованого підходу та викладанні навчальної практики молодших фахових бакалаврів дають змогу практично збільшити кількість практики на занятті, виявляються цікавими для студентів, допомагають засвоїти матеріал та використати його у подальших заняттях, виконують дидактичні та різні розвивальні функції. Таким чином, викладач стає наставником самостійної учбово-пізнавальної та творчої діяльності студентів. Маючи багато переваг, слід також пам'ятати про недоліки: при частому застосуванні сприймання інтерактивних ігор стає механічним, втрачає творчу зацікавленість, тому необхідно урізноманітнювати ігри та комбінувати інтерактивні вправи навчання з традиційними.

### **Список використаних джерел**

1. Волкова Н.П. Інтерактивні технології навчання у вищій школі: навчально-методичний посібник. Дніпро. Університет імені Альфреда Нобеля. 2018. 360 с.
2. ТОВ «На Урок». URL: <http://surl.li/iwxep1>
3. ОПП «Виробництво харчової продукції». URL: <http://surl.li/psmsza>

**РОЗДІЛ 6**  
**ПРАКТИЧНА ПІДГОТОВКА**  
**ФАХОВИХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ**  
**У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ОБОРОНОЗДАТНОСТІ КРАЇНИ ПІД ЧАС**  
**ВОЄННОГО СТАНУ ТА У МИРНИЙ ЧАС**

**Данилюк А.М.,**  
*завідувач відділення заочного навчання,  
викладач циклової комісії природничо-математичних наук,  
старший викладач, методист  
ВСП «Хмельницький політехнічний фаховий коледж»  
НУ «Львівська політехніка»*

**РОЛЬ МАТЕМАТИЧНОГО АПАРАТУ У ПІДГОТОВЦІ**  
**ФАХІВЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ**

Сучасні виклики, з якими стикається наше суспільство в умовах воєнного стану, вимагають змін не лише у політичній, економічній та військовій сферах, але й в освітньому процесі, зокрема у викладанні точних наук. Освіта відіграє важливу роль у підготовці фахівців, здатних швидко та ефективно адаптуватися до нових реалій. У даному дослідженні увагу зосереджено на математиці, як фундаментальній дисципліні, що лежить в основі багатьох сучасних технологій і методів вирішення воєнних завдань.

Уміння аналізувати дані, моделювати сценарії, оптимізувати ресурси та приймати обґрунтовані рішення – все це ключові навички, які формуються завдяки математичній підготовці. Опанування базового курсу математики та застосування її методів у військовій справі є основою для розуміння складних військових розрахунків і моделей. Навіть опорні знання алгебри та початків аналізу, геометрії та ймовірнісних методів можуть відігравати значну роль у військових розрахунках [1-3].

Акцентуємо увагу на окремих задачах, вирішення яких, здійснюється при допомогою математичного інструментарію.

Математичні методи відіграють ключову роль у вирішенні завдань, пов'язаних із балістикою та розрахунком траєкторій польоту снарядів. Розуміння фізичних процесів і математичне моделювання дають змогу точно прогнозувати поведінку снарядів у польоті, що має критичне значення для точності ураження цілей у військових операціях. Для визначення точних траєкторій руху снарядів або ракет, коли враховуються змінні сили, такі як

гравітація та опір повітря, застосовуються інтегральне числення. Якщо прискорення змінюється під час руху снаряда (через повітряний опір або інші чинники), інтегральні рівняння допомагають обчислити зміну швидкості та положення снаряда в часі. Основні рівняння руху тіл під кутом до горизонту допомагають обчислювати дальність польоту.

Визначення відстані до цілі може вимагати використання методів трикутників, якщо відомий кут з точки зору спостерігача (геометрія).

Картографія та навігація є критичними для військових операцій, і математика відіграє ключову роль у точних розрахунках відстаней, напрямків, координат, а також у плануванні руху підрозділів і техніки. Зокрема, геометрія, тригонометрія та векторна алгебра використовуються для побудови точних моделей місцевості та вирішення завдань, пов'язаних із розрахунками для артилерії, військової техніки та військових маневрів.

Методи геометрії та тригонометрії застосовуються для розрахунків, пов'язаних з визначенням об'єктів на місцевості. Зокрема, розробка планів розміщення оборонних укріплень або розташування військ базується на геометричних формах для оптимального використання ландшафту. Прямі лінії та кути допомагають визначати радіуси зон дії артилерії чи вогнепальної зброї. Визначення оптимальних кутів для встановлення мін, вогневих позицій або інших засобів оборони базується на застосуванні тригонометричних функцій.

Математика є основою для багатьох сучасних методів шифрування і криптографії. Її застосування дозволяє створювати надійні системи захисту інформації, які використовуються в різних сферах – від військових технологій до захисту персональних даних в інтернеті. Основи криптографії часто базуються на простих числах і функціях, таких як модульне арифметичне додавання та множення. Алгоритми шифрування можуть базуватися на таких прийомах, як розклад чисел на прості множники, залишки від ділення та системи рівнянь.

Оцінка ризиків при плануванні військових операцій або оцінка ймовірностей ураження цілей при застосуванні певної зброї здійснюється з використанням інструментарію теорії ймовірностей. Крім того, комбінаторика, що є складовою теорії ймовірностей, дає змогу будувати математичні моделі, які описують кількість можливих варіантів розвитку подій на полі бою, що застосовується для моделювання стратегічних і тактичних рішень, сценаріїв

розвитку подій на полі бою.

Сучасні виклики, що постають перед нашим суспільством в умовах воєнного стану, вимагають глибоких змін не лише в політичній, економічній та військовій сферах, але й в освітньому процесі [1, 3]. Для ефективного реагування на зміни, важливо адаптувати освітні програми до потреб часу, акцентуючи увагу на розвитку математичних навичок, які є основою для розв'язання складних завдань у різних сферах, зокрема в обороні та безпеці.

Таким чином, математика є фундаментом для багатьох сучасних технологій і методів вирішення військових завдань. Базовий курс математики дає необхідні знання для розуміння складніших військових розрахунків і моделей, що стає основою для подальшого навчання та професійної підготовки в умовах воєнного стану.

### **Список використаних джерел**

1. Бурда М. І., Васильєва Д. В. Особливості навчання математики в умовах воєнного стану (методичні рекомендації). Математика в рідній школі. 2022. № 4. С. 6–15.

2. Фурсенко, О., Черновол, Н., & Бобрицька, Г. (2024). Математичні моделі бойових дій як засіб вдосконалення професійної орієнтованості викладання математичних дисциплін у ВВНЗ. *Фізико-математична освіта*, 39(1), 64–69. URL: <https://doi.org/10.31110/fmo2024.v39i1-09>

3. Шиян О. Актуальність математики в час війни та чому її важливо вивчати школярам. URL: <https://zaxid.net/news/>

**Тарасюк І.В.,**

*к.п.н., доцент, заступник директора з виховної роботи  
ВСП «Технологічний фаховий коледж  
Національного лісотехнічного університету України»*

### **ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ БЕЗПЕКИ В УЧАСНИКІВ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ**

Навчання життєвих навичок є необхідним елементом високоякісної освіти. Вони підвищують конкурентоспроможність випускників на ринку праці. І це не дивно, адже нині кандидатів на посаду недостатньо досконалого володіння професією. Йому потрібно набути психосоціальних умінь: критично і творчо

мислити, адекватно сприймати себе й оточення, ухвалювати виважені рішення, будувати конструктивні міжособистісні стосунки, працювати в команді, демонструвати здатність бути лідером, зацікавлювати і створювати мотивації для інших, розв'язувати проблеми та керувати стресами.

Враховуючи те, що освітнє середовище закладу освіти не є ізольованим від зовнішніх і внутрішніх факторів, їх позитивного та негативного впливу, причетні до освітнього процесу особи мають зробити все необхідне, щоб освітнє середовище закладу освіти було захищеним, безпечним.

Безпека – стан захищеності особи чи групи, наявність способів задоволення потреб особистості та захисту її прав.

Безпека належить до базових людських потреб і є потребою дефіциту. Це означає, що доки людина не почувається безпечно, вона не може належним чином дбати про потреби вищого порядку – соціальні та духовні.

Рівень особистої безпеки залежить насамперед від самої людини: як вона вміє передбачати небезпеки й уникати їх, раціонально діяти у небезпечній ситуації, від її характеру й особистих якостей. Наприклад, оптимізм і віра у власні сили допомагають вижити в екстремальній ситуації, а така риса характеру, як поміркованість, – уникати зайвих ризиків. І навпаки, песимізм відбирає сили і надію, а звичка «ходити по краю» перетворює життя на суцільний екстрим [2].

Існують загальні принципи безпечної життєдіяльності, які можна звести до формули:

- передбачати: вміти розпізнавати небезпечні ситуації; передбачати наслідки своїх дій; оцінювати ризик);

- запобігати: діяти так, щоб не потрапляти у небезпеки; самому не створювати небезпек (наприклад, на дорозі й у транспорті; вживати запобіжних заходів (наприклад, встановлювати охоронну сигналізацію, проводити пожежні тренування);

- діяти: не розгубитися, тобто бути фізично і психологічно готовим діяти у небезпечній ситуації; знати, що і як треба робити в таких випадках; уміти зв'язуватись і взаємодіяти з рятувальними службами, правильно використовувати рятувальне спорядження; не втрачати надії й боротися, зробити все можливе, щоб урятуватись самому і допомогти іншим [2].

Враховуючи той факт, що відповідні знання, уміння та навички є необхідною умовою безпечної поведінки людини, цим

питанням надається значна увага в освітній сфері.

У закладах освіти затверджуються та розробляються правила внутрішнього трудового розпорядку, інструкції, правила поведінки під час освітнього процесу. Зазвичай, вимоги з охорони праці та безпеки життєдіяльності викладені в правилах та інструкціях. Наприклад, правила пожежної безпеки, обережного поводження з електрикою, правила дорожнього руху, правила і норми поведінки на воді, інструкції з безпеки під час проведення занять із фізичної культури і спорту, правила надання домедичної допомоги, правила поведінки під час виявлення вибухонебезпечних предметів тощо.

Кожен заклад освіти розробляє Положення про організацію роботи з питань охорони праці та безпеки життєдіяльності, що регулює всі напрями діяльності закладу щодо забезпечення санітарної, гігієнічної, пожежної безпеки, а також питання підтримки та втручання в ситуації, коли може виникати загроза життю, здоров'ю та благополуччю учасників освітнього процесу. З метою поліпшення умов освітнього процесу та підвищення рівня безпеки пропонується застосування превентивних заходів, таких як запобігання небезпекам, усунення небезпек на стадії їхнього виникнення.

В умовах воєнного стану у закладах освіти розробляються протоколи безпеки – правила, процедури, якими повинні керуватися педагоги та здобувачі освіти у закладі освіти щодо певної ситуації. З огляду на ризики безпеки, таких протоколів у закладі має бути декілька, зокрема щодо дій під час повітряних тривог та проведення евакуації, перебування в укритті, поводження під час уроків онлайн [1].

Протоколи не можуть бути однаковими у всіх закладах освіти. Бо кожен заклад, розробляючи такий документ, керується особливостями розміщення, характеристиками та архітектурними особливостями будівлі, а разом з тим – ресурсами, формами організації освітнього процесу тощо. Протокол безпеки має відповідати загальним рекомендаціям ДСНС. До розробки протоколів безпеки залучаються педагоги. Це дозволить сформувати спільне бачення та прийняття напрацьованих процедур. Формулювати тексти у протоколах безпеки потрібно з розрахунку на сприйняття їх здобувачами освіти [1].

Потрібно проводити щоденні інформування/інструктажі щодо протоколів безпеки.

В умовах воєнного стану і проведення освітнього процесу в

очному або змішаному форматі важливо щоденно повторювати правила евакуації. Регулярності також потребують тренувальні евакуації. Тренування є одним із способів підготовки до реагування на надзвичайні ситуації як в контексті фізичної безпеки, так і психологічної. У цьому аспекті є певні особливості роботи з дітьми з особливими освітніми потребами, які важливо врахувати при організації тренувань. Тренування сприятимуть усвідомленню того, що колективна безпека залежить від кожного, тому так важливо дотримуватися визначених правил.

Для здобувачів освіти з особливими освітніми потребами в процесі набуття навичок безпечної поведінки та реагування на надзвичайні ситуації педагогам потрібно використовувати більше таких матеріалів, які задіюють відчуття та сприйняття. Доцільним буде відпрацювання різних сценаріїв на тренуваннях, в ігровій та рольовій формах. Важливо переконатися, що кожен здобувач освіти зрозумів повідомлення про негайні дії, адже під час надзвичайної ситуації від цього розуміння може залежати його життя та здоров'я.

Не менш важливим є те, що тренування покажуть слабкі місця в плані евакуації, які можна виправити до настання можливих критичних ситуацій.

Слід зауважити, що міжнародні нормативні акти визначають, що освіта в надзвичайних ситуаціях, тобто коли порушений загальний порядок життя в суспільстві та необхідне повернення до стабільності, забезпечує фізичний, психосоціальний і пізнавальний захист (свободу від усіх форм образ, експлуатації, насилля та зневаги; а також формування життєвих навичок), який дозволяє підтримувати й рятувати життя [5].

Отже, навчальний процес зазнав великих змін в час війни. Окрім фізичного насилля та матеріальних втрат, російська агресія принесла з собою чимало психологічних проблем. Будувати освітній процес в сучасних умовах непросто. У більшості регіонів України є постійна загрози ракетних ударів, проблеми з матеріальною базою та електроенергією, учасники освітнього процесу переживають постійне психічне навантаження.

Заклад освіти та освітній процес мають сприяти тому, щоб кожен учасник освітнього процесу почувався спокійно та впевнено, міг розвиватися, успішно соціалізуватися, вчитися досягати поставлених цілей, долати труднощі, мати заслужене визнання в колективі, розвивати власну особистість і реалізовувати здібності [3].

### Список використаних джерел

1. Безпечне освітнє середовище: нові виміри безпеки. URL: <https://sqe.gov.ua/bezpechne-osvitnie-seredovishhe-novi-vim/> (дата звернення: 28.10.2024).
2. Освіта на основі розвитку життєвих навичок. URL: <http://dlse.multycourse.com.ua/ua/> (дата звернення: 28.10.2024).
3. Сміливі навчати : практичний порадник для педб працівників заклб загб середб освіти / уклад. А. В. Аносова, Л. А. Петушкова. Київ : Навчай для України, 2023. 56 с.
4. Цюман Т. П., Бойчук Н. І. Кодекс безпечного освітнього середовища : метод. посіб. / за заг. ред. Т. П. Цюман. Київ, 2018.
5. INNE Minimum Standards for Education: Preparedness, Response, Recovery. ОСНА. URL: <https://is.gd/8mhzYO> (дата звернення: 28.10.2024).

## РОЗДІЛ 7

### СУЧАСНІ ВЕКТОРИ РОЗВИТКУ СУСПІЛЬНО- ПОЛІТИЧНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

**Богомолова К.С.,**

*к.е.н., доцент*

*Державний біотехнологічний університет*

**Смігунова О.В.,**

*к.е.н., доцент, вчений секретар*

*Інститут тваринництва НААН*

**Гейдарова С. Х.,**

*здобувачка спеціальності 281 Публічне управління та*

*адміністрування*

*Державний біотехнологічний університет*

### ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ

Кадри є найбільш стабільним соціальним елементом суспільства й держави, носієм традицій та досвіду і тому державна кадрова політика є одним із найважливіших напрямів державного управління, покликаний сприяти оптимальному використанню трудових ресурсів країни для реалізації національних інтересів із врахуванням наявних потреб економіки, розвитку регіонів та світових тенденцій для забезпечення конкурентоспроможності держави на міжнародній арені.

Державна кадрова політика – складний та багатогранний процес, який включає в себе послідовне здійснення ряду законодавчих, організаційно-управлінських, науково-дослідних та інших заходів щодо створення умов для забезпечення досягнення цілей розвитку держави і суспільства в цілому.

Державна кадрова політика суб'єктивна за формами, механізмами, технологіями реалізації, що в основному визначається суб'єктивними діями окремих осіб – лідерів, керівників державних структур, залежить від образу їх мислення. Це вимагає проведення застережних і захисних заходів від проявів волюнтаризму, вольового адміністрування, а також передбачає цілеспрямоване формування у персоналу єдиного розуміння поняття професіоналізму державної служби, етики взаємодії і поведінки, ефективності державного управління і його інструменту проведення – державної служби.

Державна кадрова політика реалізується через сукупність соціальних функцій владних інститутів і визначає шляхи і засоби кадрового забезпечення реформ, професіоналізм їх здійснення; є важливим фактором збереження та зміцнення цілісності держави, соціально-політичної стабільності суспільства і виступає елементом регуляції життєдіяльності населення.

Особливістю державної кадрової політики є те, що вона:

- формується на основі вивчення тенденцій соціального розвитку і представлена легітимним соціальним інститутом суспільства – державою;

- визначає найбільш загальні правові основи для розробки і реалізації кадрової політики для суспільства загалом і для всіх інших суб'єктів кадрової політики;

- об'єктами державної кадрової політики є весь кадровий потенціал суспільства, найбільш загальні принципи формування трудових і кадрових відносин. Разом з тим об'єктом безпосереднього державного управління є кадри державної служби, які складають основу апаратів органів державної влади.

Основними принципами кадрової політики є соціальна справедливість, комплексність та послідовність її проведення; збалансованість суспільних інтересів та інтересів окремих суспільних груп; професіоналізм; збалансованість представництва досвідчених та молодих працівників з урахуванням гендерної рівності; відповідальність держави за створення передумов для реалізації життєво важливих інтересів людини, реалізації громадянами права на освіту і працю; взаємоповага у відносинах між особою та державою, працівником та роботодавцем; партнерство держави і недержавного сектору; безперервність навчання [1, 2].

Кадрова політика має бути:

- складовою державної політики;
- науково обґрунтованою, враховувати потреби держави в кадрах у перехідний період;

- послідовною та етапною у вирішенні стратегічних завдань;

- орієнтованою на відродження і сталий розвиток України, а також на залучення до державної служби професійно підготовлених, патріотичних та моральних людей з новаторськими творчими прагненнями і мотивацією;

- об'єктивною, всебічною, комплексною, тобто такою, що базується на єдності цілей, принципів, форм і методів роботи з

кадрами та має враховувати різні аспекти вирішення кадрових питань (економічні, соціальні, політичні, моральні, соціально-психологічні та ін.);

- єдиною для всієї України, але водночас багаторівневою (державною, регіональною, місцевою), охоплювати весь кадровий корпус, усі кадрові процеси незалежно від механізму і ступеня державного впливу на них;

- перспективною, тобто мати запобіжний та випереджальний характер, розрахований на формування кадрів нової генерації з урахуванням соціального прогресу, в тому числі зміни змісту й характеру праці чиновників;

- демократичною за цілями, соціальною базою і механізмом вирішення кадрових проблем;

- досить гнучкою, тобто, з одного боку, стабільною, оскільки саме зі стабільністю пов'язані певні надії працівників, а з другого

- динамічною, тобто коригуватися відповідно до зміни тактики залежно від ситуації;

- спрямованою на індивідуальний підхід до персоналу;

- духовно-моральною, виховувати в кожному державному службовці патріотизм, гуманізм, чесність, упевненість у правоті й громадянську відповідальність за доручену справу та особисту поведінку;

- правовою: здійснюватися в межах і на засадах закону, що створює правові гарантії об'єктивного і справедливого вирішення кадрових питань;

- урахувувати як вітчизняний, так і зарубіжний досвід [1].

Механізм реалізації державної кадрової політики являє собою засоби суб'єктів кадрової політики, які забезпечують досягнення її цілей. Ціль механізму реалізації державної кадрової політики стосовно персоналу у сфері державної служби можна визначити як практичне втілення в життя кадрової політики, тобто створення сприятливих і рівних соціальних умов та гарантій для прояву кожним працівником своїх здібностей і знань, добір персоналу і забезпечення його високого професіоналізму; ефективне використання кадрового потенціалу державної служби [3, 4].

Механізми управління державними службовцями, на відміну від процесів організації кадрового потенціалу виробничих, підприємницьких, фінансово-банківських структур, мають певні особливості і жорстко регламентуються спеціальною системою нормативно-правових актів держави, що обумовлює необхідність

побудови чіткої схеми супроводження системи роботи з кадрами державної служби [5].

В науковій літературі виділяють трирівневий характер сутності поняття «механізм реалізації державної кадрової політики». Перший, вищий рівень – соціально-політичний – подає механізм реалізації державної кадрової політики як систему кадрової діяльності, спрямовану на кадрове забезпечення сучасного етапу розвитку держави і суспільства; другий рівень – структурно-організаційний – визначає механізм реалізації кадрової політики як систему закладів, організацій і заходів, що дають хід усій кадровій політиці; третій рівень – технологічний – визначає дане явище як сукупність принципів, форм і методів впливу та технологій, що застосовуються з метою вирішення конкретних кадрових завдань.

Механізм реалізації кадрової політики включає:

1) визначення суб'єктів кадрової роботи, співвідношення їх функцій як по вертикалі (між центральним, регіональним, локальним рівнями), так і по горизонталі (в системі певного органу виконавчої влади);

2) визначення об'єкту кадрової політики;

3) обґрунтування організаційних принципів державної кадрової політики;

4) формування завдань та виокремлення пріоритетів;

5) вибір засобів, форм, технологій роботи з кадрами;

6) інноватизацію інструментарію реалізації кадрової політики

Державна служба, яка є суб'єктом здійснення державного управління і об'єктом державної кадрової політики, має свій інститут формування і реалізації цієї політики.

З-поміж стратегічних цілей НАДС на 2024 р., виділено, зокрема, підвищення рівня професійної компетентності державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників і заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад, шляхом виконання завдань:

1. Запровадження дієвої системи визначення потреб у професійному навчанні державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників і заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад;

2. Забезпечення безперервності, обов'язковості, плановості професійного навчання державних службовців, голів місцевих

державних адміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад;

3. Забезпечення професійного розвитку державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування, депутатів місцевих рад .

Такі цілі і завдання, не підміняючи кадрову політику і не управляючи нею, можуть стати мобілізуючою і організуючою силою в координації і взаємодії державних структур щодо вирішення кадрових питань, з формування, розвитку і раціонального використання всього кадрового потенціалу [3].

Цілі державної кадрової політики доцільно структурувати в розрізі чотирьох структурних блоків:

перший – соціальні цілі, які полягають у досягненні високого рівня розвитку професійного, інтелектуально-творчого та морального людського потенціалу країни і задоволення очікувань населення щодо професійної самореалізації, гідного рівня оплати праці та умов її здійснення;

другий – економічні цілі, які зводяться до забезпечення всіх галузей суспільного виробництва кваліфікованими кадрами, зростання економічної могутності країни, підвищення рівня добробуту населення і зменшення витрат, що забезпечують ці досягнення;

третій – інституційні цілі, які полягають у підвищенні спроможності суб'єктів кадрової політики ефективно реалізовувати та модернізувати інструментарій управління персоналом на демократичних принципах;

четвертий – організаційні цілі, які досягаються шляхом розбудови системи управління персоналом на засадах реалізації діючих норм права, соціального діалогу та партнерства зацікавлених суб'єктів державної кадрової політики.

Цілі кадрової політики в системі державного управління включають:

1) врахування потреб та стратегій розвитку економіки в системі навчання, в тому числі при формуванні державного замовлення;

2) врахування потреб у людських ресурсах та підготовки кадрів при формуванні стратегій розвитку країни;

3) вдосконалення управління людськими ресурсами в державній службі та службі в органах місцевого самоврядування для залучення кваліфікованих кадрів, які відповідають потребам

суспільства та надають ефективні послуги населенню.

Забезпеченню сталого розвитку державної кадрової політики, розвитку державної служби як конкурентоспроможної структури на ринку праці перешкоджає низка невирішених проблем щодо статусу, соціальної та матеріальної захищеності державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування, екології праці, гуманізації державної служби, оптимального розподілу ресурсів та часу. Центральне місце нової державної кадрової політики у сфері державної служби, побудованої на принципах гуманізму та демократизації задля забезпечення сталого розвитку держави, має перебувати людина з можливістю вільного власного самовираження, розвитку свого творчого і професійного потенціалу [4, с.259].

### Список використаних джерел

1. Михненко А.М., Гончарук Н.Т., Прокопенко Л.Л. Державна кадрова політика: концептуальні основи, цілі, зміст і завдання. *Менеджер*. 2005. Вип. 3 (33). С. 20 – 26.
2. Демченко, О., Міненко, С. (2024). Обмеження та суперечності формування людського капіталу сільських територій України. *Development Service Industry Management*, 2024. № 2, С. 161–169. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6\(24\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-6(24)).
3. Гончарук Н.Т. Управління керівним персоналом у сфері державної служби України: теорія та практика: монографія. Д.: ДРІДУ НАДУ, 2012. 343 с.
4. Експертна аналітика розвитку механізмів державного управління: міжрівнева взаємодія, системна організація та самовпорядкування: Монографія. Бакуменко В.Д., Красноручський О.О., Дончик Н.П., Усаченко О.О., Родченко І.Ю., Смігунова О.В. за заг. ред. В.Д. Бакуменка. О.О. Красноручського. Харків : ХНТУСГ ім. Петра Василенка, 2020. 113 с.
5. План роботи Національного агентства України з питань державної служби на 2024 рік. URL : <https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/%D0%BF%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B8%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%B8/%D0%9F%D0%BB%D0%B0%D0%BD%20%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%B8%20%D0%9D%D0%90%D0%94%D0%A1%202024.pdf>.
6. Білинська М. М., Сороко В. М., Чмига В. О. Стратегія державної кадрової політики України: цілі та шляхи реалізації : навч.-метод. Матеріали. Київ : НАДУ, 2013. 52 с.

**Голубєв О.В.,**  
*доктор філософії (економіка),*  
*доцент кафедри економіки підприємства та менеджменту*  
*Академії праці, соціальних відносин і туризму*  
*ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3600-1646>*

## **ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОЇ АГРЕСІЇ**

Ситуація в Україні, зокрема в умовах військової агресії, поставила перед суспільством і державою низку складних завдань, які вимагають пошуку шляхів вирішення. Одним із ключових векторів розвитку є формування і підтримка людського потенціалу, що є критично важливим для забезпечення стійкості країни, її соціально-економічного розвитку та успішної інтеграції в європейський простір.

Проблема розвитку людського потенціалу в умовах війни постає особливо гостро. Військові дії не лише завдають прямих втрат населенню, але й негативно впливають на соціальну інфраструктуру, освіту, охорону здоров'я та економіку в цілому. Згідно з даними міжнародних організацій, війна призводить до значного падіння рівня життя, зростання безробіття та еміграції. Це, в свою чергу, створює ризики для формування кваліфікованої робочої сили та зменшує потенціал розвитку.

Так, за даними ООН, станом на 2023 рік, понад 6 мільйонів українців були змушені покинути країну через військові дії, отримавши статус біженців. 3,5 млн осіб вимушені стати внутрішньо переміщеними особами. Це призвело до того, що Україна стала однією з країн з найбільшим числом вимушених переселенців у світі [1].

Важливим індикатором стосовно оцінки впливу військових дій на людський потенціал України є дані офіційної статистики з безробіття. Згідно з даними Державної служби статистики України, рівень безробіття в Україні зріс до 9,8% у 2023 році. Це є суттєвим зростанням у порівнянні з 2021 роком, коли рівень безробіття становив приблизно 8% [2].

Важливою також є інформація Національного банку України про падіння реальних доходів населення, які зменшилися на 15-20% у 2022 році внаслідок економічної кризи, викликаной війною. Середня заробітна плата в Україні також знизилася, і станом на 2023 рік становила приблизно 13 000 гривень (близько

350 доларів США), що є зниженням у порівнянні з 2021 роком [3].

Ці дані ілюструють серйозні економічні виклики, з якими стикається Україна в умовах військової агресії, і підкреслюють необхідність підтримки людського потенціалу для подолання наслідків війни.

У цьому контексті важливо зазначити, що людський капітал може стати основним двигуном відновлення країни. Зокрема, акцент на освіті та професійній підготовці є надзвичайно актуальним. Держава має адаптувати освітні програми до нових умов, які потребують швидкої переорієнтації кадрів. Наприклад, необхідно впроваджувати курси з кібербезпеки, управління кризами та логістики, оскільки ці сфери стали критично важливими під час війни. Інтеграція практичних аспектів у навчальний процес, таких як стажування в реальних умовах, допоможе студентам отримати необхідний досвід і готовність до роботи.

Крім освіти, важливу роль у розвитку людського потенціалу відіграє система охорони здоров'я. Війна негативно вплинула на стан медичної інфраструктури, тому необхідно терміново модернізувати медичні заклади, запроваджуючи телемедицину та інші інноваційні рішення, які можуть полегшити доступ до медичних послуг значної кількості населення, зокрема у прифронтових територіях. Програми з психічного здоров'я повинні стати пріоритетом; наприклад, організація психосоціальної підтримки для військових і їхніх сімей через мобільні команди професіоналів може суттєво полегшити наслідки травм.

Соціальна політика держави повинна бути націлена на підтримку вразливих верств населення, зокрема внутрішньо переміщених осіб, ветеранів війни та їхніх родин. Запровадження комплексних програм, які забезпечують фінансову допомогу, доступ до освіти та медичних послуг, може суттєво вплинути на стабілізацію соціально-політичної ситуації в країні. Важливо також залучати бізнес до цих програм, заохочуючи компанії надавати робочі місця для ветеранів та переселенців через податкові пільги.

Активна участь громадянського суспільства у процесах прийняття рішень є ще одним ключовим аспектом. Створення платформ для обміну досвідом і найкращими практиками може сприяти підвищенню рівня довіри між державою та громадянами. Наприклад, програми громадських консультацій, що охоплюють широке коло населення, можуть забезпечити реальні пропозиції щодо покращення соціальних умов.

У рамках цих стратегій важливо також підтримувати

ініціативи, які сприяють розвитку підприємництва, особливо соціального [4]. Заохочення стартапів, інноваційних проєктів та розвиток соціального підприємництва, зокрема в умовах відновлення після війни, може стати рушійною силою економіки. Державні гранти на інноваційні проєкти або програми мікрокредитування для молодих соціальних підприємців можуть надати необхідну підтримку для реалізації нових ідей.

На завершення, розвиток людського потенціалу в умовах військової агресії є складним, але вкрай необхідним завданням для України. Підтримка освіти, охорони здоров'я, соціальної політики та активна участь громадян у державних процесах можуть стати запорукою не лише виживання, а й відновлення країни. Інтеграція цих елементів у стратегію розвитку дозволить Україні не лише подолати наслідки війни, а й стати сильною, стійкою та конкурентоспроможною державою на міжнародному рівні.

### **Список використаних джерел**

1. Ukraine: Migration Statistics, Policy and Humanitarian Responses. *Migration data portal: website*. URL: <https://www.migrationdataportal.org/ukraine> (дата звернення: 23.10.2024).
2. Демографічна та соціальна статистика / Ринок праці / Зайнятість та безробіття. *Державна служба статистики України: вебсайт*. URL: [https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/tp/eans/eans\\_u/arch\\_bnsmv\\_u.htm](https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/tp/eans/eans_u/arch_bnsmv_u.htm) (дата звернення: 23.10.2024).
3. Статистика. Макроекономічні показники. *Національний банк України: вебсайт*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/macro-indicators> (дата звернення: 23.10.2024).
4. Голубев О. В. Ініціативи підтримки ветеранів на регіональному рівні в Україні в умовах соціально-економічної кризи. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. вип. 12. doi:10.54929/2786-5738-2024-12-03-05.

## **ФІНАНСОВІ КАТАСТРОФИ: ПРИЧИНИ ТА НАСЛІДКИ СУВЕРЕННОГО ДЕФОЛТУ**

Дефолт держави є складним і багатогранним явищем, яке має критичне значення для економічного розвитку країн. Ця ситуація виникає, коли країна не може виконати свої боргові зобов'язання перед кредиторами, і може бути наслідком різноманітних економічних та політичних чинників. Окремі аспекти проблеми дефолту країни, виявлення основних причин, загроз і оцінці можливих наслідків для України досліджували у своїх роботах багато економістів, зокрема [1-4]. Як узагальнює наукові погляди І. Перестюк: «визначення дефолту не має конкретного понятійного тлумачення: від простого «невиконання зобов'язань» до комплексного «припинення виплати відсотків на цінні папери, за кредитами, відсотків за облігаціями, а також припинення обслуговування і виплат по боргах» [1, с.163].

Серед основних причин виникнення дефолту дослідники в цілому відзначають високий рівень зовнішнього боргу. Коли країна має значний обсяг зовнішніх запозичень, ризик дефолту зростає, що часто відображається у високому співвідношенні боргу до валового внутрішнього продукту (ВВП). Економічна нестабільність, яка може проявлятися у вигляді макроекономічних шоків, падіння цін на експорт або політичних криз, також суттєво підвищує ймовірність дефолту. Політичні фактори, такі як нестабільність, корупція та погане управління, можуть ускладнювати фінансування державних витрат і виконання боргових зобов'язань. Особливо вразливими є країни, які залежать від зовнішнього фінансування для покриття бюджетних дефіцитів, оскільки зміни на міжнародних фінансових ринках можуть мати руйнівні наслідки для їх економіки.

Наслідки дефолту є катастрофічними не лише для держави, а й для її громадян. Економічні наслідки проявляються у зниженні кредитного рейтингу, що ускладнює доступ до міжнародних фінансових ринків і підвищує витрати на позики. Для населення дефолт часто означає зростання інфляції та девальвацію національної валюти, що значно знижує купівельну спроможність

громадян. Соціальна нестабільність, що супроводжує такі економічні труднощі, може призводити до зростання безробіття і падіння рівня життя.

Політичні наслідки дефолту не менш серйозні, оскільки він може викликати соціальне невдоволення, масові протести і політичну нестабільність. Ці фактори, в свою чергу, можуть призводити до зміни влади або навіть до конфліктів, що ускладнює ситуацію в країні. Довгострокові наслідки дефолту можуть виявитися ще більш руйнівними, адже економіка країни може зазнати тривалих негативних змін, включаючи зниження інвестиційної привабливості та втрату довіри з боку міжнародних партнерів. Відновлення після дефолту зазвичай вимагає роки жорсткої економічної політики та реформ.

Розуміння причин та наслідків дефолту є критично важливим для формування стратегій розвитку країн, особливо тих, які перебувають у зоні ризику. Вивчення цих явищ дає змогу розробити превентивні заходи, що можуть допомогти країнам уникати ситуацій, які ведуть до фінансової кризи. Таке знання може стати основою для адаптації економічних політик, що зменшує вразливість економіки, а також забезпечує стабільність, оскільки грамотне управління боргом і активна фінансова політика можуть сприяти економічній стійкості та підвищенню добробуту населення.

Проблема дефолту та з'ясування причин і наслідків цієї фінансової катастрофи для економік дискутується й у експертном середовищі. Так, у своєму новому відео на YouTube інформаційно-аналітичний центр Experts Club презентував рейтинг країн з найбільшою ймовірністю суверенного дефолту, акцентуючи увагу на економічних і політичних чинниках, які сприяють цьому ризику. Основний висновок дослідження полягає в тому, що сучасна економічна ситуація в світі є тривожною, оскільки багато країн опинилися на межі фінансового краху [5].

Зокрема експертами акцентовано, що дефолт держави – це не лише технічна подія, а й трагедія для мільйонів громадян, які можуть втратити роботу, заощадження та доступ до соціальних благ. У рамках рейтингу найбільшу загрозу дефолту представляють такі країни, як Аргентина, Ліван, Шрі-Ланка та інші, які вже зіткнулися з серйозними економічними проблемами (табл. 1). Вони характеризуються високим рівнем зовнішнього боргу, економічною нестабільністю і політичними кризами. Experts Club у своєму рейтингу також виділив кілька країн, які перебувають у зоні ризику

на середньострокову перспективу. Серед них – Аргентина та Венесуела, які вже зіткнулися з економічною нестабільністю та високим рівнем боргу. Країни, у яких співвідношення боргу до ВВП перевищує 100%, особливо вразливі. Прикладами є Ліван, Кіпр і Греція. Економічна нестабільність і політичні кризи в таких країнах, як Аргентина, Венесуела і Пакистан, також підвищують ризик дефолту, а також Греція та Італія, які залежать від зовнішніх кредиторів.

Таблиця 1

**Рейтинг ймовірності суверенного дефолту Experts Club  
2024 року**

Рейтинг Experts Club	Країна	Поточний міжнародний рейтинг
1.	Аргентина	ССС-
2.	Гана	у дефолті
3.	Шрі-Ланка	у дефолті
4.	Ліван	у дефолті
5.	Замбія	у дефолті
6.	Пакистан	ССС
7.	Мозамбік	ССС
8.	Україна	ССС
9.	Ефіопія	ССС
10.	Камерун	ССС+
11.	Болівія	ССС+
12.	Буркіна-Фасо	ССС+
13.	Суринам	у дефолті
14.	Туніс	ССС
15.	Єгипет	В-
16.	Нігерія	В-
17.	Ель-Сальвадор	В-
18.	Гондурас	В-
19.	Лаос	В-
20.	Венесуела	у дефолті

Джерело: [5]

Особливу увагу експерти звертають на Ліван, який перебуває в стані глибокої політичної та економічної кризи. Високе співвідношення боргу до ВВП робить країну вразливою до дефолту. Також варто зазначити, що країни, які залежать від зовнішнього фінансування для покриття бюджетних дефіцитів,

стають особливо ризикованими в умовах нестабільності на міжнародних фінансових ринках.

Аналізуючи фактори, що призводять до дефолту, доцільно відмітити високий рівень зовнішнього боргу, економічна нестабільність та політичні кризи. При цьому для державних органів дефолт означає обмеження доступу до міжнародних фінансових ринків та необхідність проведення складних економічних реформ. Для населення це призводить до інфляції, девальвації національної валюти, зростання безробіття і зниження рівня життя.

Наслідки дефолту можуть мати руйнівні наслідки як для країни в цілому, так і для її громадян. Дефолт може загострити соціальне невдоволення та політичну нестабільність, що лише погіршує ситуацію.

Таким чином, дефолт є складним явищем, яке має далекосяжні наслідки для економічного і соціального розвитку країн. Розуміння його механізмів і наслідків є необхідним для запобігання фінансовим кризам та забезпечення стабільного розвитку держав.

### Список використаних джерел

1. Біла С.О., Левченко О.Т. Шляхи погашення зовнішньої заборгованості та ризики дефолту: світовий досвід. *Економіка і суспільство*. 2018. №14. С. 76-86. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/14\\_ukr/9.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/14_ukr/9.pdf) (дата звернення: 22.10.2024).
2. Герд Е. Управління державним боргом: завдання, цілі, учасники. *Фінанси України*. 2014. № 1. С. 7–21.
3. Перестюк І.М. Визначення та сутність поняття «дефолт» у науковій літературі. *Економіка, управління та адміністрування*. 2023. № 2 (104). С. 163-167. DOI: [https://doi.org/10.26642/jen-2023-2\(104\)-163-167](https://doi.org/10.26642/jen-2023-2(104)-163-167) (дата звернення: 22.10.2024).
4. Перестюк І.М. Дефолт країни: причини, загрози і наслідки для України. *Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування*. 2023. №2 (80). С. 32-47. DOI <https://doi.org/10.32840/1813-3401.2023.2.7> (дата звернення: 22.10.2024).
5. Дефолт на горизонті: ключові країни, що стоять перед фінансовим крахом. *From-UA: веб-сайт*. URL: <https://from-ua.org/news/661945-defolt-na-gorizonti-kliucovi-krayini-shho-stoiat-pered-finansovim-krahom.html> (дата звернення: 22.10.2024).

## РОЗДІЛ 8

### АКТУАЛІЗАЦІЯ І НАУКОВІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ ПИСЕМНОСТІ

**Бойчук Г.Я. ,**  
*спеціаліст вищої кваліфікаційної категорії,  
викладач - методист циклової комісії гуманітарних та  
соціально - економічних освітніх компонентів  
Чемеровецького медичного фахового коледжу*

Викладання мови – це майстерність  
творення людської душі, бо воно є  
найніжнішим, найактуальнішим  
зіткненням до серця дитини. [1, с.52]  
В.Сухомлинський

### НЕСТАНДАРТНІ УМОВИ ДО ВИВЧЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОВИ

Українська мова – це цілюще джерело українського народу, який користується невичерпним запасом різноманітних мовних засобів для оформлення та вираження думки, а також реалізації етичних та естетичних норм й потреб.

Щоб досягнути досконалого контенту, кожний українець повинен дбати про збагачення словникового запасу та умінь послуговуватися рідною мовою у різних комунікативних ситуаціях.

Однак життєвий досвід засвідчує, що людина навіть упродовж свого свідомого життя до глибокого дна досягнути цей запас не в змозі.

Українська мова – це мова калинова, мелодійна, солов'їна, рідна, яка пройшла складний й тернистий шлях. І тільки 2019 року прийнятий Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної».

Лиходії прагнуть знищити наш народ, українську мову та культуру. Але наперекір ворожій силі, російській імперії, український народ мужньо і героїчно захищає честь і гідність українського народу, її мову, традиції та культуру. Умертвити українську націю, з'єднати її з «єдинокровним руським народом» не вдається. Всупереч усім перешкодам, критиці й нападам сила нашого народу непереможна.

Її катували та гнобили тисячоліттями, а вона, тендітна й чарівна, щораз відсувала злі й підступні хмари, щоб злетіти з грішної землі.

Жоден нелюд не зможе знищити та сплюндрувати нашу веселкову, чарівну, рідну українську мову.

Досконале знання української мови як державної – це постійна турбота про її функціонування та піднесення престижу в усіх сферах життя. Це головне завдання мовної освіти на сучасному етапі України – здійснення актуалізації та наукових підходів до вивчення української мови як державної.

Здобувачі освіти на заняттях української мови повинні навчитися володіти мовою як важливим засобом спілкування, вміти висловлювати свою думку.

Щоб здобувач освіти був активним учасником освітнього процесу, викладачу потрібно використовувати найефективніші методи та прийоми, які б сприяли організації взаємозв'язку «викладач-здобувач освіти», «здобувач освіти-здобувач освіти». Саме цьому сприяє особистісно зорієнтована технологія навчання, яка є кращою, тому що забезпечує комфортні умови розвитку особистості, реалізує її природні здібності.

Визначальною ознакою особистісно зорієнтованого заняття є здобувач освіти, який відіграє провідну роль. А викладач забезпечує умови, щоб кожний учасник освітнього процесу під час засвоєння навчального матеріалу отримував нові знання, відкривав щось нове у собі.

Використовуючи у своїй практиці особистісно-зорієнтований підхід, намагаюся базуватися на таких засадах:

- здобувач освіти в коледжі – особистість;
- метою навчання є становлення особистості;
- здобувач освіти є суб'єктом навчальної діяльності;
- здібною є кожна особистість.

Таким чином дати кожному здобувачу освіти хвилину задоволення, щастя-ось основна місія викладача. І як писав В.Сухомлинський, що «дитина не може бути щасливою, якщо її у навчальному закладі нецікаво, погано, нудно, якщо вона не відчуває себе достатньо здібною, щоб оволодіти знаннями». [1, с.54]

Щоб допомогти вчитися, відчутти «смак» успіху та навчити здобувачів освіти працювати, думати й усвідомлювати, що таке розумова праця, найчастіше на заняттях української мови застосовуються інтерактивні методи навчання.

Основним завданням на такому занятті є підключення здобувача освіти до активної та самостійної діяльності.

Цікавими для здобувачів освіти є інтерактивні вправи, які сприяють активізації пізнавальної активності й досягненню високих результатів у навчанні. Емоційний настрій та розумову діяльність майбутніх медиків стимулюють такі вправи як «Хто швидше?», «Ти – мені, я – тобі», «Ланцюжок», «Незакінчене речення», «Мозковий штурм», «Сенкан», «Впіймай помилку», «Так і ні», «Сходинки» та ін.

З метою актуалізації і наукового підходу до вивчення української мови під час викладу нової теми застосовую усний виклад матеріалу, де методом розповіді чи пояснення подаю здобувачам освіти навчальну інформацію. Саме завдяки розповіді, поясненню створюються умови для послідовного викладання матеріалу, а також виділення головного, найістотнішого у виучуваній темі, зосереджуючи на цьому увагу здобувачів освіти. На підмогу йде мультимедійне навчання. Мультимедіа дозволяє забезпечувати комплексний вплив вправ на здобувача освіти. Текст, звук, графіка, відеозображення успішно налагоджують підтримку взаємодії здобувачів освіти з комп'ютером; сприяє успішній організації проблемно-пошукової бесіди з ними. Практика доводить, що евристична, узагальнююча, контрольна - корекційна бесіда готує майбутніх фахівців до сприйняття нового матеріалу; сприяє засвоєнню нового та допомагає застосовувати набуті знання в процесі виконання граматичних завдань, вправ.

Цікавими методом навчання, що сприяє актуалізації і науковому підходу до вивчення мови є метод спостереження здобувачів освіти над нашою рідною мовою. [2, с.3]

Наприклад, під час вивчення теми «Слово і його лексичне значення» здобувачам освіти запропоновано розкрити значення та походження слів «алло» та «заморилися».

Шляхом пошуку матеріалів в Інтернеті та спостереження здобувачі освіти дізналися про такі проблемні ситуації.

Здобувачі освіти розповідають, що коли людина відгукується на виклик в телефоні чи сама телефонує, то обов'язково говорить «Алло».

А що таке «Алло»?

Доходять висновку, що це не вітання, а ім'я нареченої телефонного винахідника Грехема Белла – Маргарет Алло. Під час початкової перевірки свого винаходу він промовив слово «Алло» - ім'я своєї коханої.

З того часу слово «Алло» використовується як відкриття будь – якого телефонного дзвінка по всьому світу.

Морина – це богиня сну. Ще в дохристиянський період наші пращури поклонялися богині Морина, яка морила людей сном, втомою.

Звідти, з сивої давнини, й прийшли до нас слова – «моритися», «заморитися».

Здобувачі освіти надають перевагу заняттям із застосуванням інтерактивних методів. На таких заняттях відчувається співпраця, формується позитивна мотивація до вивчення української мови.

Таким чином актуалізація та науковий підхід до вивчення української мови сприяють:

- стимулюванню активності, ініціативи, самостійності в оволодінні знаннями, уміннями та навичками;

- здатністю проявляти самопізнання та самореалізуватися в різних видах творчої навчальної діяльності.

На кожному занятті здобувачі освіти переконуються, що рідну мову необхідно берегти. Думати, говорити, творити, писати тільки українською мовою, мовою нашої перемоги.

### **Список використаних джерел**

1. Сухомлинський В.О. Слово рідної мови. *Українська мова і література в школі*. 1987. №7. с.52-61

2. Біляєва О.М. Спостереження над мовою як метод навчання. *Українська мова і література в школі*. 2004. №3. С. 2-6.



## Інформаційна довідка

**Відокремлений структурний підрозділ «Хмельницький політехнічний фаховий коледж Національного університету «Львівська політехніка»** (далі – ХПФК) є одним із найавторитетніших і найстаріших закладів освіти не лише на Хмельниччині, а й у Західному регіоні України, де навчається близько 1605 студентів. Переконливим доказом цього є візит Президента України Володимира Зеленського та Міністра освіти і науки України Сергія ШКАРЛЕТА до нашого навчального закладу, який відбувся восени 2020 року. «Флагман освітянської ниви» – так називають наш коледж. Саме тому в 2015 році нам випала велика честь увійти в структуру Національного університету «Львівська політехніка», який згідно з щорічними освітянськими рейтингами впевнено знаходиться в п'ятірці найпрестижніших у нашій державі та є одним з найкращих вищих технічних навчальних закладів України та Східної Європи з 200-річною історією. Це один із найбільших університетів України, де студенти навчаються за понад 120 спеціальностями. Ми стали найбільшим коледжем Національного університету «Львівська політехніка» – це не лише висока честь, а й велика відповідальність. Перед нами стоять важливі завдання з впровадження новітніх освітніх методик і використанням найсучаснішої техніки, залучення до викладання бізнесової еліти краю та застосування різноманітних ресурсів, завдяки чому наші студенти не лише стають висококваліфікованими спеціалістами, а й здобувають паралельно навички іншої спеціальності.

Хмельницький політехнічний фаховий коледж є головною кузницею висококваліфікованих кадрів, а тому наші випускники є затребуваними на ринку праці та не потребують послуг центрів зайнятості. Добра слава про високий рівень знань і професійних навичок, що отримують студенти закладу, спонукає абітурієнтів вступати на навчання саме до нас. Традиційно ми є лідерами за кількістю поданих заяв від абітурієнтів у 2024 р. – 2053 заяв (це більше, ніж усі коледжі м. Хмельницького разом узяті). За останні п'ять років з 2020 по 2024 рр. коледж збільшив контингент студентів на 26 %.

Навчальний заклад засновано у вересні 1965 року як Хмельницький електромеханічний технікум. У лютому 1991 року перший в Україні одержав статус коледжу, в подальшому назву змінено на Хмельницький політехнічний коледж.

Сьогодні в структуру коледжу входять 6 відділень: програмної інженерії, комп'ютерної інженерії, економіки та менеджменту, інженерної механіки, автомобільного транспорту, заочного навчання.

Коледж готує фахівців за спеціальностями: «Інженерія програмного забезпечення», «Комп'ютерна інженерія», «Автомобільний транспорт», «Прикладна механіка», «Галузеве машинобудування», «Економіка», «Менеджмент».

Нормативний термін навчання 3-4 роки, залежно від обраного напрямку та форми навчання.

Згідно з наказом МОН від 13.04.2022 р. №333 до Хмельницької політехніки переміщений Маріупольський будівельний фаховий коледж. Студенти, викладачі та їх сім'ї проживають у студентському гуртожитку.

Навчальний заклад має всі можливості готувати спеціалістів на рівні сучасних вимог, адже серед вищих навчальних закладів фахової передвищої освіти в нас – одна з найпотужніших матеріально-технічних баз. Якісна навчально-виробнича підготовка забезпечується тісним зв'язком з виробничими підприємствами, які тісно співпрацюють з нами, насамперед у проходженні навчально-виробничої практики з відповідною оплатою праці та з подальшим працевлаштуванням. Основними базами практики є ПАТ Завод «ТЕМП», ТОВ «Європа-Експорт Плюс», ТОВ «РІНО», ТОВ «Завод гідроарматури», ПАТ «Укрелектроапарат», ТОВ «Мегакарс», ТОВ «Ауді-Центр Хмельницький», ТОВ «Лідер Сервіс», ТОВ «Гранд Мотор», ТОВ «Торговий дім Євромоторс», ТОВ «Престиж-Авто», ТОВ «Форсаж авто», ТОВ «Опус-Авто плюс», СТО «Інтер Дизель»,

ПАТ «Хмельниччина-Авто», ПП-Автоцентр «ЛИГА-II», ПП-Автоцентр «ЛИГА», СТО «Універсал».

Навчатись у Хмельницькому політехнічному фаховому коледжі НУ «Львівська політехніка» – це, насамперед, навчатись у найкращих: у тих, хто є і хорошим теоретиком, і досконалим практиком. У травні 2020 року відкрили потужну сонячну станцію: встановлено 60 сонячних панелей загальною потужністю 22,5 кВт•год., які будуть генерувати близько 3 000 кВт•год. електроенергії на місяць. За короткий термін обладнано лабораторію, де три інвертори перетворюють постійний електричний струм, що виробляється сонячними елементами, в змінний під напругою 220 вольт. Для викладання автомеханічних дисциплін, побудований потужний інноваційний центр, який обладнаний за найновішими технічними стандартами. Студенти мають змогу вивчати будову автомобілів, автомобільні двигуни, технічну експлуатацію автомобілів, основи та засоби технічної діагностики, експлуатаційні матеріали, організацію автомобільних перевезень і безпеки дорожнього руху, основи технології виробництва та ремонту автомобілів. У навчальному закладі працює автошкола, де наші вихованці мають змогу отримати водійські посвідчення категорії «B».

ХПФК володіє значним внутрішнім потенціалом для проведення дослідів, лабораторних досліджень і практичних занять. Навчальний заклад завжди відкритий до співпраці, взаємофінансування, обміну досвідом в освітній діяльності та впровадження наукових розробок сучасної техніки в матеріально-технічну базу. Завдяки підписаній угоді з американськими партнерами ми отримали 60 місць за ліцензованою програмою «SOLIDWORKS», що дає змогу нам видавати ліцензовані сертифікати. Політехніки також співпрацюють з американською компанією Cisco Networking Academy, провідною світовою корпорацією з підготовки сертифікованих фахівців в ІТ-галузі, з метою підготовки сертифікованих фахівців з розробки та експлуатації комп'ютерних мереж, інтернет-речей та програмування було створено підрозділ академії CISCO.

З метою забезпечення дуальної освіти наш навчальний заклад започаткував партнерський формат співпраці з ТПП м. Ерфурта, а тому наші студенти для вдосконалення фахових професійних навичок мають можливість проходити стажування в Федеративній Республіці Німеччині з відповідною стипендіальною програмою.

Студенти коледжу є учасниками програма «Ініціатива місцевих коледжів» (CCI), що надає можливість українським студентам закладів фахової передвищої освіти (коледжів) навчання на однорічній академічній програмі, яке формує технічні навички учасників у прикладних галузях, покращує їхні лідерські здібності та зміцнює рівень володіння англійською мовою для професійного стажування та волонтерської діяльності у громаді. З поміж 5-ти представників з України студенти коледжу двічі поспіль вибороли своє право стати учасниками програми та пройти стажування в США.

Для підвищення ефективності закладу, зацікавленості студентів до навчання та наукової роботи в Хмельницькому політехнічному фаховому коледжі НУ «Львівська політехніка» відкрито інноваційний проєкт - підрозділ *Tech StartUp School*.

Відділення комп'ютерної інженерії налагодило тісну співпрацю з:

- ПМП «Кристал», ПП «Open System» з питань розробки пристроїв на мікроконтролерах;
- компанією «Stfalcon» з питань підготовки фахівців з програмування.

Політехніки неодноразово отримували перемогу в номінації «Найкращий навчальний заклад» у м. Хмельницькому серед усіх навчальних закладів міста.

Студенти коледжу постійно виборюють призові місця на конкурсах і олімпіадах серед студентів закладів вищої освіти та фахової передвищої освіти:

– 2017-2018 н.р. – друге місце в обласному етапі олімпіад із загальноосвітніх дисциплін серед двадцяти коледжів області: перших місць – 4 , других місць – 4 , третіх місць – 2; II місце у Всеукраїнському етапі олімпіади з української мови; III місце з інформатики; III місце у Всеукраїнському етапі IX Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської і студентської молоді імені Тараса ШЕВЧЕНКА; II місце у Всеукраїнському етапі XVIII Міжнародного конкурсу знавців української мови імені Петра Яцика.

– 2018-2019 н.р. – I місце в обласному етапі олімпіад із загальноосвітніх дисциплін серед коледжів області: перших місць – 4, других місць – 5 і третіх – 6; Всеукраїнська олімпіада з програмування – I місце; Всеукраїнський етап X Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської та студентської молоді імені Тараса ШЕВЧЕНКА - III місце; Всеукраїнська олімпіада з

інформатики - III місце; Всеукраїнська олімпіада з математики – VII місце.

– 2019-2020 н.р. – I місце у обласному етапі: перших місць – 6, других - 6 та третіх - 2; Всеукраїнська олімпіада з програмування – II місце; Всеукраїнська олімпіада з математики – II місце; Всеукраїнська олімпіада з інформатики – IV місце; Всеукраїнський етап XX Міжнародного конкурсу знавців української мови імені Петра ЯЦИКА – I місце та I місце у Всеукраїнському етапі XI Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської і студентської молоді імені Тараса ШЕВЧЕНКА.

– 2020-2021 н.р. – I місце у Всеукраїнському етапі XX Міжнародного конкурсу знавців української мови імені Петра ЯЦИКА; II місце в обласному етапі XI Міжнародного мовно-літературного конкурсу учнівської і студентської молоді імені Тараса ШЕВЧЕНКА.

– 2023 році - I місце в обласному етапі XIII Міжнародного конкурсу учнівської і студентської молоді імені Тараса ШЕВЧЕНКА.

У півфіналі студентської першості світу з програмування ACM-ICPC у Південно-Східній Європі (SEERC) команда ХПФК cKhmPC\_FantasticThree виборола почесне перше місце серед команд коледжів та залишила позаду біля 40 команд університетів України.

Основною траєкторією розвитку навчального закладу в умовах кризових явищ та подальших перспектив розбудови країни, воєнного стану є поєднання наукового підходу та впровадження практичної складової в освітній процес на основі співпраці із підприємствами та організаціями, створення спільних проєктів, отримання грантів, започаткування програми обміну досвідом між викладачами та студентами. Саме з цією метою вагомими складовими наукової діяльності коледжу є комп'ютерні системи, інженерія програмного забезпечення, прикладна механіка та суміжні із цими галузями знань спеціальності. Хмельницький політехнічний фаховий коледж Національного університету «Львівська політехніка» постійно працює над розробкою програмного забезпечення для технологій, які використовуються на підприємствах, у військовій обороні та менеджменті організацій. Сьогодні досить актуальним є проєктування та власна розробка високоякісних безпілотних літальних апаратів, різної

функціональності, які відправляються на лінію оборони України для знищення військ супротивника.

Упродовж останніх 5-ти років науково-педагогічні працівники коледжу отримали значну кількість патентів, опублікували наукові праці в періодичних наукових виданнях України та виданнях іноземних держав і взяли участь у міжнародних науково-практичних конференціях. Ознайомитись із переліком опублікованих праць упродовж останніх 5-ти років можна на офіційній сторінці коледжу, де розміщено бібліографічний покажчик ХПФК (<https://hpk.edu.ua/naukova-diyalnist-hpk>). Сьогодні в коледжі працює 180 співробітників. Підготовку спеціалістів на рівні сучасних вимог здійснює високопрофесійний викладацький склад – 115 педагогічних працівників, з них 13 кандидатів наук, 3 доктори наук, 1 професор, 8 доцентів.

Згідно з наказом МОН України № 83-л від 09.07.2021 р. та від № 182-л від 24.05.2023, ХПФК проводить підготовку фахівців за освітнім ступенем «бакалавр» із спеціальності 073 «Менеджмент» та 123 «Комп'ютерна інженерія». Станом на 2024 рік, у коледжі навчається 86 студентів за ОС «Бакалавр». Упродовж 2022-2024 рр., коледж підготував та випустив 49 бакалаврів з менеджменту.

Бакалаврські освітні програми «Менеджмент» та «Комп'ютерна інженерія» спрямовані для підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю 073 «Менеджмент» та 123 «Комп'ютерна інженерія» ставиться на здобуття знань з менеджменту підприємства та інформаційних систем, що передбачає визначену зайнятість та можливість подальшої освіти, кар'єрного самовизначення та зростання.

Важливим в організації освітнього процесу з підготовки фахівців у ХПФК є інтеграція теоретичного й практичного аспектів підготовки. Окремі заняття для студентів освітнього ступеня «Бакалавр» проводяться на ПрАТ «Хмельниччина-Авто» та ПП «AuditSoft Pro».

Під час освітньої діяльності на бакалаврських освітніх програмах здобувачі поєднують навчання та наукові дослідження. Зокрема, в 2020-2024 рр. студенти ОС «Бакалавр» були залучені до участі у міжнар. наук.-практ. конференціях ХПФК, за результатами яких сформовано збірники матеріалів конференцій (тез доповідей), що розміщені на сайті Коледжу (<https://hpk.edu.ua/naukova-diyalnist-hpk>).

На бакалавраті, значна увага приділяється формуванню взаємозв'язку між викладачем та студентом. Елементи такої наукової роботи починаються із підготовки курсових робіт та продовжуються під час написання тез доповідей під науковим керівництвом викладачів (див. збірники №1-4 матеріалів конф. ХПФК: <https://hpk.edu.ua/naukova-diyalnist-hpk>).

Здобувачі освітнього ступеня «Бакалавр» постійно беруть участь у наступних наукових заходах.

Основні напрями наукової роботи представлені на сайті коледжу (<https://hpk.edu.ua/naukova-diyalnist-hpk>).

В умовах пандемії та війни Коледжем проведено п'ять міжнародних науково-практичних конференцій, де обговорювались актуальні питання сучасної науки, розвитку комп'ютерних систем, програмування, технологій та менеджменту. VI Міжнародна науково-практична конференція «Актуальні проблеми сучасної науки, розвитку технологій та менеджменту» запланована на листопад 2025 р., у рамках якої коледж прагне обговорити сучасні проблеми освіти, практики та розвитку технологій, що працюватимуть на перемогу України та її подальшу інтеграцію у структури світових ринків. За результатами роботи заходів було сформовано відповідні збірники наукових праць, які також розміщені на офіційній сторінці Коледжу в рубриці «Наукова діяльність» (<https://hpk.edu.ua/naukova-diyalnist-hpk>).

Особливу увагу навчальний заклад приділяє спортивній підготовці. На стадіоні коледжу завжди проводяться міські, районні та обласні змагання з легкої атлетики та футболу. Колектив кафедри фізкультури постійно виборює перші місця в загальній спартакіаді вищих навчальних закладів I-II рівнів акредитації міста Хмельницького та області, зональних обласних змагання з баскетболу серед ВНЗ I-II р.а. У загальному рейтингу Міської спартакіади з волейболу збірна ХПФК є безперечним лідером.

Хмельницькі політехніки – це справжні патріоти. Провівши флешмоб «Тризуб вишиванок», ми встановили у 2017 та 2018 роках рекорди України та були занесені до Книги рекордів України, 1961 учасник у національному вбранні створив формацію тризуба.

24 лютого 2022 року в закладі створено Штаб опору, який очолив директор коледжу – Вадим ОВЧАРУК. Спільно з благодійним фондом «Політехнік Поділля» Штаб опору спрямував до ЗСУ благодійної допомоги на суму 3 млн 200 тис. грн. В умовах воєнного часу коледж – це потужний логістичний і волонтерський

центр: проєктуються безпілотні літальні апарати, здійснюються закупівля та ремонт автотранспорту, збираються кошти на тепловізори та обмундирування, виготовляються пічки для обігріву та окопні свічки, підставки під газові пальники, розпальнички, плетуться маскувальні сітки та «кікімори», виготовляються сухпаї.

«ХПФК – лідер у навчанні, волонтерському та ветеранському русі», – так сьогодні говорять про навчальний заклад, у якому 5 листопада відбулась знакова подія – відкриття ЦЕНТРУ ВЕТЕРАНІВ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ПОЛІТЕХНІКИ Наразі в Україні функціонує 21 хаб для ветеранів, але серед навчальних закладів фахової передвищої освіти – це перший. Керівником центру став Володимир ЧОРНИЙ – ветеран війни.

Стратегічно, створення центру для ветеранів війни – наступний етап продовження волонтерської діяльності коледжу та активної, плідної співпраці з Університетом штату Флорида, який є лідером з підтримки ветеранів у США. Із гостьовим візитом та з метою поширення передового досвіду роботи з ветеранами до політехніків завітала наукова співробітниця Інституту систем навчання Університету штату Флорида, програмна директорка робочої групи FSU Ukraine – Вілма ФУЕНТЕС. Під час зустрічі цієї вельмиповажної гості з начальником ОВА Сергієм ТЮРІНИМ було досягнуто домовленості щодо створення в Україні пілотних ветеранських центрів, зокрема на базі ХПФК. Поряд з цим, Вілма ФУЕНТЕС і директор Коледжу – Вадим ОВЧАРУК, домовились про колаборацію двох навчальних закладів, подальшу спільну роботу з обміну досвідом і підписання меморандуму щодо співпраці.

Віriamo, що невтомна праця трудового колективу коледжу та здібності, талант і високі патріотичні переконання наших студентів стануть запорукою нових досягнень, котрими пишатиметься наша Батьківщина.

Наукове видання

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОЇ НАУКИ, РОЗВИТКУ  
ТЕХНОЛОГІЙ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**CURRENT PROBLEMS OF MODERN SCIENCE,  
TECHNOLOGIES DEVELOPMENT  
AND MANAGEMENT**

**Тези доповідей  
Ювілейної V Міжнародної науково-практичної конференції**