Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів

Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів

«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ: МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Том 1

8 листопада 2024 р.

Дніпро

Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів

Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів

«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ: МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Том 1

8 листопада 2024 р.

Дніпро

УДК 346.7+658:316.346.36(008)

Організатори конференції: Міністерство освіти і науки України,
Університет митної справи та фінансів,
Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів

Склад редакційної групи: Бочаров Д. О., Приймаченко Д. В., Ченцов В. В., Архірейська Н. В., Губа О. І., Даценко В. В., Корнєєв М. В., Ліпинський В. В., Антонова О. В., Бондаревська К. В., Борисенко О. П., Грачевська Т. О., Григораш О. В., Губа М. О., Дерев'янко Т. П., Кодацька Н. О., Лихолат О. А., Марценюк О. О., Олексієнко Р. Ю., Сохацький А. В., Тертишник В. М., Фірсов О. Д., Щолокова Г. В.

Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд : матеріали міжнародної науково-практичної конференції : у 2 т. Том 1. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 530 с.

ISBN 978-966-328-229-9

Матеріали науково-практичної конференції, які включені до збірника, присвячені сучасним тенденціям розвитку міжнародних економічних відносин, зміцненню безпеки держав у світовому вимірі; актуальним проблемам верховенства права в державотворенні України; впровадженню інноваційних технологій у публічному управлінні та особливостям трансформації менеджменту в цифровому суспільстві; розвитку інформаційних технологій і захисту інформації, транспортних систем та міжнародної логістики; інноваціям у сфері обліку, аудиту і фінансів у контексті сучасних ризиків та економічних загроз; інформаційно-комунікативним та соціально-психологічним аспектам суспільного життя в умовах війни; а також інноваційним підходам у туризмі та готельно-ресторанній справі.

Збірник матеріалів може становити інтерес для науковців, викладачів, здобувачів вищої освіти, а також фахівців у галузі економіки, права, управління та фінансів.

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ ДРУКУЮТЬСЯ МЕТОДОМ ПРЯМОГО ВІДТВОРЕННЯ ТЕКСТУ, ПОДАНОГО АВТОРАМИ, ЯКІ НЕСУТЬ ПОВНУ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЗА ЙОГО ФОРМУ І ЗМІСТ

© Колектив авторів, 2024
ISBN 978-966-328-229-9
© Університет митної справи та фінансів, 2024

ЗМІСТ

Секція 1. Інноваційні підходи в туризмі та готельно-ресторанній справі: виклики та перспективи

Chelter V. D. Restaurant business development in modern conditions: the role of social media ……... 14
Mezentseva M. O. Reevaluating the economic impact of inclusivity in the tourism economy ……. 16
Rudenko M. O. Overview of tourism in the United States of America ……. 17
Shlenskova D. O. Eco-hotels: main features …….. 19
Авраменко О. В. Монозаклади як один із трендів ресторанного господарства …….. 21
Андрусишена В. М. Інноваційні підходи в готельно-ресторанній справі: виклики та перспективи ……... 23
Беляєв Є. С. Роль інноваційних технологій у формуванні конкурентоспроможного бренду підприємств харчової промисловості …….. 25
Борщ А. Е. Програма авторського інноваційного туру "Магія середньовічного Кольмара" …… 27
Будагян Д. А. Популярні види туризму в Іспанії …….. 29
Василенко М. О. Спосіб різання замороженого м'яса струменем водного розчину полівінілового спирту (PVA) …….. 31
Володько А. Ю. Соціальні медіа та вплив інфлюенсерів на розвиток туризму: нові можливості для готельно-ресторанного бізнесу …… 34
Грищенко С. В. Інновації в ресторанному бізнесі …… 35
Грушко А. С. Відновлення роботи готельних закладів на деокупованій території Херсона …… 37
Гулевський Я. О. Кулінарні стратегії на круїзних лайнерах …….. 39
Дашко О. С., Музичка К. О. Туристичний бізнес онлайн: створення географічних веб-сайтів для популяризації напрямків та залучення клієнтів …… 42
Дробот С. В. Dark kitchen: сучасний формат для нових реалій …….. 44
Дуленко О. М. Інноваційні підходи до створення круїзного туристичного продукту ……... 46
Дуля О. К. Упровадження інноваційних харчових технологій на круїзних лайнерах …… 48
Зеніна Д. О. Брендинг чи імідж: стратегічний вибір для закладів гостинності ……... 50
Зеніна Д. О. Франчайзинг як інноваційна стратегія розвитку ресторанного бізнесу: можливості та виклики ……... 52
Зуб І. О. Безпека харчових продуктів на круїзних лайнерах …… 53
Казаков В. В. Контроль якості харчових продуктів на круїзних лайнерах: санітарні стандарти і регулювання ……..……. 56

Кібаєва К. В. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу
до умов війни ……. 58
Кириленко О. М. Методи оцінки ефективності
інноваційних стратегій у туризмі …… 61
Коваленко О. В. Продуктові інновації в екскурсійному бізнесі ……. 64
Краснова А. В. Роль інформаційних технологій
у готельно-ресторанній справі …… 66
Лухта В. В. Інноваційні маркетингові підходи:
виклики та перспективи …… 68
Магро К. С. Оздоровчий туризм як один із пріоритетних видів
туризму післявоєнної України …… 70
Мазур Ю. А. Інноваційні підходи в туризмі та готельно-ресторанній
справі: виклики і перспективи ……..……... 72
Максимовська Р. П. Оцінка потенціалу ресторанних підприємств
у Вінницькій області …… 74
Маркова Д. С. Умови створення і реалізації потенціалу
інноваційного розвитку готельного підприємства …… 76
Маслова М. Г. Інноваційні рішення в управлінні асортиментною
політикою на підприємствах ресторанного господарства …… 78
Масюк Є. С. Викиди CO^2 в Королівстві Нідерланди
та вплив на туризм …… 80
Мезенцева М. О. Вплив сенсорів (датчиків) Інтернету речей
на покращання туристичного досвіду …… 83
Молодих А. В. Вплив корейської хвилі (Hallyu) на туризм у країні …... 86
Моцух В. К. Чинники формування нових концепцій розвитку
бутік-готелів в Україні ……..…… 88
Мяшина Я. О. SMM-просування в готельно-ресторанному бізнесі ….. 90
Музичка А. Р. Діджиталізація як інструмент забезпечення
принципів сталого розвитку в готельній сфері …….. 92
Невинний Б. В. Тенденції розвитку сільського туризму ……. 95
Несвіт І. В. Розвиток готельного бізнесу України …… 97
Нестеренко Є. Д. Організація туристично-рекреаційної діяльності
в готелях та туристичних комплексах …… 99
Нещеретний Б. С. Інноваційні підходи до розвитку
гастрономічного туризму в Україні …… 101
Носик М. І. Вино із шовковиці як регіональний туристичний бренд …. 103
Пономар В. С. Теоретичні аспекти використання
штучного інтелекту в ресторанних мережах …….. 105
Пономаренко Я. А. Вплив туризму
на психологічне здоров’я людей …….. 107
Романчук А. А. Порівняльний аналіз літнього туризму Італії …… 109
Романчук А. А. Розвиток гастротуризму з інноваційним підходом ….. 111
Самойленко І. О. Маркетингові інструменти в розвитку
сучасної ресторанної сфери …….. 113

Санчич В. С. Історія шведської громади Зміївки:
можливості розвитку етнічного туризму …… 115
Свириденко Л. О. Система управління якістю
готельного підприємства …….. 117
Смірнова В. В. Маркетинг впливу і просування брендів ……. 119
Солодун А. С. Використання індустріальної спадщини:
уроки Німеччини для Кривого Рогу …… 121
Татценко К. В. Світовий досвід організації та технології
надання Wellness-послуг в індустрії гостинності …….. 123
Феоктістова Є. Ю. Застосування відомостей про мікрофлору води
в готельному господарстві ……... 126
Фетісова С. О. Цифровий маркетинг у готельному бізнесі:
виклики та можливості в умовах війни ……... 128
Чельтер В. Д. Аспекти розвитку молекулярної кухні:
технічні нюанси та перспективи для готельно-ресторанної справи …… 130
Чельтер В. Д. Гібридний формат обслуговування: поєднання
онлайн- та офлайн-послуг у сучасних готелях та ресторанах …….. 132
Чельтер В. Д. Мікробіом готельних приміщень: вплив на здоров'я
гостей та персоналу. Порівняння стандартів країн світу …….. 134
Шмерига Є. Д. Роль брендингу у формуванні впізнаваності
закладів ресторанного господарства ……... 136
Шрамченко В. О. Інноваційні підходи в туризмі
та готельно-ресторанній справі: виклики і перспективи ……...…… 138
Шурло А. О. Використання віртуальної реальності як інноваційного
інструменту в розвитку туристичних послуг ……. 141
Шурло А. О. Туризм та готельно-ресторанна справа:
інновації як чинник розвитку ……... 143
Ясинська А. О. Інтеграція послуг чайного сомельє в готелях …… 145
Яурова Ю. В. Аналіз розвитку інклюзивного туризму
до повномасштабного вторгнення ……... 147

Секція 2. Інформаційні технології та захист інформації
Бєлінська Т. А. Роль штучного інтелекту в кібербезпеці …… 150
Бірюк А. О. 3D-моделювання в освітній та проєктній діяльностях …... 152
Булгаков Д. С. Ретроспективний аналіз підходів до безпеки
в інформаційних технологіях: від емпіричних методів
до концептуальних моделей ……. 154
Василенко Е. В. Методи оптимізації споживання електроенергії
на великому підприємстві з використанням інформації
з різних лічильників за протоколом DLMS …… 156
Вахромич М. А. Кіберзахист віртуальної реальності (VR)
та метавсесвіту ……... 157
Дмитрієва А. О. Актуальність використання методів
інтелектуального аналізу даних у повсякденному житті людини …… 160

Должковий Є. В. Оптимізація офісного програмування
для хмарних операційних систем …… 162
Домanський Ф. Р. Особливості створення Telegram-бота
в кросплатформеному мессенджері …… 164
Єфімова Є. П., Шевченко М. М. Чи здатен штучний інтелект
замінити людський? …….. 166
Ковмір Б. А. Інформаційні технології та захист інформації …… 168
Козирєва С. О. Використання програмних засобів
для ефективного розв'язання транспортних задач
у вивченні дисципліни "Дослідження операцій" ……..……. 170
Кручковський М. С. Сучасні методології та підходи
до розробки програмного забезпечення …….. 172
Кручковський М. С. Аналіз ключових переваг
та перспективи розвитку 3D-моделювання і 3D-друку ……. 173
Кручковський М. С. Аналіз бібліотек мови PYTHON
для розв'язання задач лінійного програмування …… 175
Литвиненко Є. В. Особливості захисту персональних даних
у Національній поліції України ……... 177
Маріщук А. В. Розроблення нечіткої системи для аналізу
бізнес-правил предметної області під час створення бази даних ……. 180
Матета Б. В. Міграція до хмари та професійні навички …….. 182
Мельник В. О. Інкапсуляція як ключовий принцип ООП ……... 184
Мельник В. О. Ефективні інструменти для програмування
математичних алгоритмів дослідження операцій ……..……. 186
Мельник В. О. Штучний інтелект та автоматизація
робототехнічних систем ……... 188
Мельник В. О. Аспекти використання числових методів
у розв'язанні прикладних задач програмування …… 190
Михайлов І. Ю. Об'єкти кібербезпеки
в Державній податковій службі України ……...…. 192
Нестеренко В. І. Кібербезпека організацій в умовах воєнного стану … 194
Орєхов Д. Д. Упровадження сучасних технологій в митній справі:
цифровізація та автоматизація митних процедур …….. 196
Романюк М. О. Використання штучного інтелекту
в захисті Інтернету речей …….. 198
Романенко В. Є. Дослідження можливостей програми Blender
для створення короткометражних фільмів ……. 200
Рябоволенко Е. А., Лісова І. О. Гейміфікація управління
виробничими процесами на прикладі Factorio ……...…… 203
Рябоволенко Е. А., Рябоволенко В. А. Моделювання
та прогнозування поширення інфекційних захворювань
на основі аналізу часових рядів ……... 205
Рябоволенко Е. А. Основні методи оптимізації
та просування програмних продуктів ……. 207

Рябоволенко Е. А. Теорія ймовірностей в ігровому дизайні ……... 209
Стахів Г. І. Оцінка впливу воєнних дій в Україні
на економічну ситуацію та ринок праці в ІТ-сфері ……... 211
Сухолуцький І. Р. Використання комп'ютерних технологій
у військовій сфері …….. 213
Сумовський О. М. Актуальні задачі технології
квантового шифрування ……... 215
Хмара Д. О., Шинкарьова В. А. Помилки програмного
забезпечення, що змінили світ: причини, наслідки
та методології запобігання ……... 217
Чуйко А. Г. Вплив штучного інтелекту на веб-дизайн …… 219

Секція 3. Трансформація менеджменту та інноваційні технології публічного управління в цифровому суспільстві

Трансформація менеджменту в цифровому суспільстві

Hlukhyy A. O., Hlukha T. O. Recruitment process
and artificial intelligence ……. 221
Багро К. В. Вплив трансформацій менеджменту
в цифровому суспільстві в бізнес-організаціях …….. 223
Бондар К. А., Ковальчук Н. В. Онлайн-дослідження
в маркетингових комунікаціях ……. 225
Буравська В. М. Формування цілей у тайм-менеджменті ……... 227
Бушний Ю. А., Пасічник Т. О. Деякі аспекти бізнес-планування
інноваційних проєктів ……... 229
Вавілкіна Д. Ф. Інтернет-опитування як метод
маркетингового дослідження конкурентоспроможності товару …….. 231
Вавілкіна Д. Ф., Петруня В. Ю. Планування в системі
організації праці менеджера ……. 233
Верешко О. С., Маляр Д. В. Інноваційні підходи у сфері
міжнародного фінансового менеджменту …….. 235
Волшукова А. Є., Приходченко В. С. Мобільний додаток
як засіб цифрової трансформації менеджменту ……. 237
Губа К. О. Система управління персоналом організації …….. 239
Замкова В. В. Зміни у взаємовідносинах між партнерами
франчайзингу за умов цифровізації ……. 241
Ігнатов М. Ю. Оцінка мотиваційних програм в умовах
воєнного стану: виклики та перспективи …… 243
Корецька Н. І. Вплив цифрової трансформації
на суспільні процеси ……. 246
Лосєв В. Д., Ковтун Н. С. Зміна ролі лідерства
в трансформаційному суспільстві ……... 248
Любченко Є. К. Цифровізація як сучасний тренд
розвитку менеджменту ……. 251

Майдук Я. В. Трансформація внутрішнього середовища організації в умовах цифровізації ……... 253
Мартинчук О. М. Особливості управління проєктами на малому підприємстві …… 255
Масленникова А. А., Петруня Ю. Є. Побудова комунікаційного процесу в організації ……... 257
Михайлик О. О. Маркетингове планування діяльності підприємств в умовах цифрової економіки …….. 259
Нестеренко В. І. Важливість тайм-менеджменту в умовах воєнного стану ……... 261
Озерова Д. Управління кар'єрою як напрям удосконалення мотивації персоналу на підприємстві …….. 263
Олійник Є. О. Цифрові інновації в управлінні: стратегічні можливості для аграрних підприємств …… 265
Осецький В. Л., Лесковець Я. Інноваційні технології як імператив підвищення ефективності управління в цифровій економіці ……... 267
Паланиця М. М. Побудова відносин влади і бізнесу в цифровому суспільстві ……... 270
Сало Б. С. Конфлікти в управлінні організаційною поведінкою …… 273
Сало Б. С. Менеджеріальні підходи в теорії фірми …….. 275
Сергієнко О. В. Управління інформаційно-комунікативними та психологічними аспектами діяльності організацій в умовах війни ……..... 277
Скорупич А. О. Оцінка впливу використання CRM-систем на ефективність збутової діяльності організації …… 279
Соколова А. В., Олексієнко Р. Ю. Можливості сучасної інформаційної логістики щодо організації етичної персоналізованої маркетингової діяльності …… 281
Стицюк О. І., Пасічник Т. О. Управління розвитком персоналу в умовах цифровізації ……... 283
Харитонович А. В. Оптимізація та цифровізація витрат підприємств ……... 286
Хома О. І. Сучасні цифрові інструменти в управлінні міжнародними проєктами …….. 288
Чабаненко С. Д. Візуалізація цілей у тайм-менеджменті …… 290
Чередниченко В. В. Роль маркетплейсів у створенні та розвитку бренду …… 292
Шматенко Т. С., Кахович Ю. О. Інноваційні технології управлінського консультування в цифровому суспільстві ……... 294

Інноваційні технології публічного управління в цифровому суспільстві
Азаров О. О. Роль молодіжних організацій у трансформації публічного управління та впровадженні інноваційних технологій у цифровому суспільстві ……... 297

Бескоровайний В. О. Цифровізація як інструмент
антикорупційної політики …… 300
Бершаденко Ю. В. Електронна система охорони здоров'я України
як ключовий компонент сучасної інфраструктури
управління медичною інформацією …… 302
Грищенко Є. В. Вплив штучного інтелекту
в адміністративних послугах …… 304
Дей Д. В. Блокчейн-технологія як інструмент
безпечного збереження інформації в публічному управлінні ……... 307
Дуогіте Ю. В. Інноваційні технології брендування
комунальних підприємств як напрям покращання якості
публічних послуг для мешканців територіальних громад …… 309
Зайцев В. О. Співпраця України з державами Європейського Союзу
у сфері боротьби з корупцією: організаційний аспект ……... 312
Казявичюс В. В. Цифрова трансформація в Україні: виклики
та можливості для керівників у публічному управлінні …… 314
Капітонова А. В. Основні напрями використання соціальних мереж
і месенджерів у публічно-управлінській комунікації …… 316
Ковіка В. О. Удосконалення митного контролю в умовах
цифровізації публічного управління ……... 319
Критенко О. О. Діяльність державних службовців в умовах
воєнного стану ……... 322
Кудрик К. В. Цифровізація публічно-управлінських процесів
у національній системі реабілітації в Україні:
інноваційні технології ……... 324
Липа М. В. Використання інноваційних технологій
у публічному управлінні в Україні …….. 328
Микитенко Є. М. Інноваційні підходи в управлінні персоналом
у системі публічної служби: світовий досвід
та успішні практики в Україні …….. 330
Монастирьова-Михайлова К. О. Основи молодіжної
та дитячої політики лейбористського уряду Кіра Стармера (2024) …. 332
Москвичова Д. А. Ефективність державного управління
в сучасних умовах цифровізації суспільства …….. 336
Павленко Я. В. Державне регулювання
у сфері примусового виконання рішень суду в Україні …… 338
Прокопчук І. П. Діджиталізація публічного управління як шлях
до підвищення прозорості та ефективності державних послуг …… 340
Разумей М. М., Казанцев С. А. Перспективи застосування
програмних інструментів обробки тексту в контексті
управління митними ризиками …… 342
Романенко К. М. Цифровізація системи освіти в Україні:
інструменти та результати …… 344

Тихонов Є. В. Цифрові технології в розвитку нафтогазової галузі України як сфери енергетичної безпеки держави …….. 346
Тороп К. С. Інноваційні технології в спеціальній освіті дітей: публічно-управлінські аспекти створення сучасного інклюзивного простору ……... 350
Шамова Д. В. Удосконалення державних механізмів соціального захисту населення в Україні …… 353
Швайко А. Ю. Цифровізація публічно-управлінських процесів у містобудівельній галузі України …… 356
Яценко С. В. Професійне навчання публічних службовців в умовах цифровізації: організаційний аспект …… 357

Секція 4. Стратегічні сценарії зміцнення безпеки держав у світовому вимірі: соціальні, економічні, політичні та комунікаційні аспекти

Boiko Kateryna. Problems of the effectiveness of the modern international security system ……... 360
Chushkin Arsenii. Problems in countering international terrorism ……... 362
Андрієвський Д. О. Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства …….. 364
Андрієвський О. В. Формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу …….. 366
Батрак Т. С., Єцкова Д. Використання інструментів цифрового маркетингу для підвищення довіри до державних органів ……... 368
Берелет В. В. Цілі зовнішньої політики Туреччини на сучасному етапі …… 370
Білоус В. В. Вплив цифрових інновацій на сектори економіки ……... 372
Бірюкова О. В. Громадянське суспільство як чинник реалізації державної політики в забезпеченні екологічної безпеки …….. 374
Бойко К. В. Проблеми ефективності сучасної системи міжнародної безпеки …… 376
Бондаревська К. В., Вострікова Ю. Перспективи реінтеграції ВПО в Україні …… 378
Бородіно В. О. Курдське питання в турецькій політиці ……... 382
Вишнівський М. В. Світові тенденції формування державної політики у сфері будівництва …… 384
Вострикова О. О. Негативні наслідки Brexit для Об'єднаного Королівства …….…… 386
Гармаш О. В. Державне регулювання процесу релокації бізнесу ….. 388
Гірман А. П. Кібербезпека як основний чинник національної та міжнародної безпеки …… 391
Голуб В. В. Стратегія маркетингового просування товарів і послуг підприємства на ринку електронної комерції …… 392

Горяна А. К. Удосконалення маркетингової комунікаційної діяльності закладу вищої освіти …….. 394
Гура Д. Д. Управління комплексом маркетингових комунікацій підприємства ……. 397
Демченко Д. А. Пошук нових ринків і збутових каналів у діяльності підприємства під час економічної кризи ……... 399
Євсеєнко Т. В., Шипко М. Д. Криптовалютні платежі в роздрібній торгівлі: перешкоди та перспективи впровадження …….. 400
Жаглюк В. Є. Вплив міграції на український ринок праці в умовах війни ……... 403
Заїченко А. О. Стратегія національної безпеки Південної Кореї та інструменти її забезпечення …… 405
Ісаченко В. Г. Російське вторгнення в Україну як причина змін у безпековій ситуації Японії ……. 407
Калмиков Д. В. Удосконалення механізму реалізації існуючої стратегії відтворення людського капіталу …….. 409
Караянц А. А. Удосконалення механізму регулювання поведінкових моделей організацій в новій економіці ……... 411
Катренко З. О., Петриченко Б. І. Війни цивілізацій: вивчення сучасних конфліктів через призму концепції Гантінгтона ……... 413
Кафідова П. О. Концепт корпоративного управління в конкурентному середовищі ……... 415
Клименко С. О. Зелені технології як рушій економіки майбутнього …… 418
Клімов Д. І. Моніторинг методів оцінки стійкості національної економічної безпеки ……... 420
Книш О. А., Куций Р. В. Економічне зміцнення безпеки держави у світовому вимірі ……. 422
Коваленко О. М. Обґрунтування напрямів підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства …….. 424
Копаничук Б. Д. Теоретичні засади відновлення людського капіталу в системі забезпечення економічної безпеки держави …….. 426
Копаничук К. О. Теоретичні засади стійкості національної економіки та людський розвиток: методологія та практика ……. 428
Коробська А. В. Зарубіжна політика зайнятості серед молоді як передумова настання соціального ризику ……. 430
Кочергін Я. І. Динаміка рівня безробіття та інфляції в Люксембурзі (2019–2023 рр.) …… 433
Крайнік О. М. Роль економічної диверсифікаї, створення стабілізаційних фондів та зменшення залежності від імпорту ……. 436
Кремньов Д. О. Проблематика фінансування освіти як складової формування людського капіталу …… 439
Кущ В. А., Тополь Н. В. Сутність роботи CRM-систем для автоматизації діяльності підприємства …… 442

Макаринська Ю. В. Гендерне питання
у Збройних Силах України 444
Малютова С. В. Стратегічне управління
економічною безпекою України 446
Мешкова К. В. Безпека в умовах глобалізації:
співпраця та конфлікти 449
Михайльо А. Р. Оцінка індикаторів добробуту населення
в Німеччині 451
Міщенко Д. А., Крайнова А. Д. Управління соціальними
мережами підприємства 454
Міщенко Д. А., Наконечний Д. С. Удосконалення логістичної
діяльності підприємства 456
Міщенко Д. А., Поршнєва А. М. Удосконалення організації
маркетингової діяльності підприємства
у сфері товарної політики 458
Морозов О. А. Методи підвищення доходів підприємства:
цінові стратегії та оптимізаційні підходи 460
Муйдінова В. Т. Зв'язки з громадськістю в системі
маркетингових комунікацій державних підприємств 463
Мухамедова З. Р. Кібербезпека: новий рівень
воєнних протистоянь 465
Назаренко А. О., Гармаш О. В. Інноваційні тренди ринку
електронної торгівлі в Україні 467
Назаренко А. О., Кущ В. А., Лобза А. В. Проблеми соціальної
підтримки громадян країн, що потерпають від дій агресорів:
Україна та Ізраїль – окремі аспекти 469
Некрашук М. Новітні підходи в тайм-менеджменті як інструмент
формування культури управління часом 471
Паршина М. Ю. Комунікативні аспекти процесу
досягнення прагматичної еквівалентності
у перекладі англомовних рекламних слоганів 473
Пєстрєцова Р. Я. Позбуття залежності від авторитарних режимів
як стратегія зміцнення безпеки держави 476
Поворознюк С. П. Міжнародні тенденції розвитку
соціального підприємництва у зміцненні
соціально-економічної безпеки держави 478
Пугін О. В. Вплив авіаційної галузі на глобальну економіку 480
Рачкован К. Вплив НАТО на безпекову архітектуру
сучасного світу 482
Савела А. А. Моделі та основні підходи
до корпоративного управління 484
Сагач А. І. Соціальна інклюзія осіб з інвалідністю:
проблеми та можливості 487

Сергієнко Т. І., Капустін М. О. Сутність концепції моніторингу суспільно-політичних процесів у контексті стратегічного сценарію зміцнення державної безпеки …….. 489
Сергієнко Т. І., Коберняк Д. О. Роль стратегічного менеджменту у формуванні безпекової політики …….. 491
Сергієнко Т. І., Курта О. О. Ціннісні орієнтації та механізми реалізації політичної комунікації як стратегічний інструмент зміцнення державної безпеки ……... 493
Сергієнко Т. І., Сластін В. О. Інформаційні війни як фактор формування політичної культури сучасної України: виклики та стратегії зміцнення державної безпеки ……... 495
Солошенко М. О. Вплив інформаційних технологій на процеси кредитування …….. 498
Стрельбицька Т. А. Мотивація персоналу: сучасні виклики та стратегічні підходи для українських підприємств …… 500
Таранчук С. О. Стратегічні аспекти формування економічної безпеки України у світовому вимірі ……...…... 502
Тарасюк А. В., Дебелко А. В. Соціальне підприємництво як відповідь громадянського суспільства на сучасні виклики ……. 504
Телятнікова А. Р. Міжнародно-правовий статус Шпіцбергена як виклик регіональній та міжнародній безпеці …… 506
Удовенко Ю. О. Геополітичні виклики та перспективи Близького Сходу: роль Ізраїлю в сучасному конфлікті та мирних ініціативах …..... 508
Фурманюк І. Г. Механізм міського планування як ключовий напрям відновлення постконфліктних територій ……...……... 510
Чупілко О. С. Безпека систем управління в економіці в контексті інформаціно-технологічної підтримки ……... 512
Шандова Н. В., Стемковський В. В., Сенчин О. В. Соціальні інвестиції як інструмент системного забезпечення економічної безпеки …….. 514
Шаповал В. А., Мануйленко В. С. Підприємницька активність як чинник безпеки держави …….. 517
Шаранов Р. С. Актуальні проблеми розвитку малого торговельного бізнесу в Україні …… 519
Шевченко С. В. Конкурентоспроможність підприємства як елемент економічної безпеки країни …….. 521
Школяр С. В., Петкун Ю. А. Стратегічне управління підприємством у динамічному середовищі …… 523
Шуліка А. В. Актуальні питання запобігання та протидії ухиленню від податків …….. 525
Юрченко Я. М. Проблема захисту цивільного населення в умовах збройних конфліктів …… 528

Chelter V. D.,
Student of the University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Kucher M. M., PhD, Associate Professor,
Head of the Department of International Tourism and Hotel
and Restaurant Business of the University of Customs and Finance)

RESTAURANT BUSINESS DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS: THE ROLE OF SOCIAL MEDIA

In today's digital age, social media has evolved from a messaging platform to an important business tool for identifying and placing markers of success across industries. Social media is also having a strong impact on the restaurant industry, which is built on customer experiences and relationships. The platforms shape marketing strategy, but also directly influence consumer behaviour in the decision-making process when choosing a restaurant.

Increasing recognition and customer engagement – we all know that in today's business trends, the role of social media has transcended to become the broadest tool to interact with the target audience. This is especially important in the restaurant business where you need to leave a lasting impression and encourage customer interaction. The introduction of social media in marketing has inevitably changed customers' habits and their views on restaurant selection [1].

When we talk about media marketing, we mean promoting and expanding business on a global scale, which can be done through digital platforms such as Facebook, Instagram, etc. This involves creating engaging content, investing in paid advertising or influencer partnerships, encouraging the creation of user-generated content and communities on your page, running contests that users can enter or weekly/monthly series that will keep your target audience interested in what you have to offer, with all ads matching the brand story to further expand your consumer database. All of these approaches affect how well companies can reach users, be found in search listings, open lines of interaction with customers and ultimately lead to higher rates of competition in the online environment. Customer interaction is of crucial importance. The interaction and communication between businesses and customers is called customer interaction. It means answering questions, dealing with feedback and being where your customers are to make their interactions more comfortable. Communicating with customers gives them confidence and strengthens relationships, increasing customer satisfaction. This can be face-to-face meetings, phone calls, emails and increasingly digital platforms such as social media.

Survey monitoring involves regular tracking and analysis of competitors' behaviour, strategies and performance in a particular market segment. These activities help them to stay on trend, compare with local competitors, and make effective decisions that help them maintain or improve their competitive position. This ranges from tracking pricing strategies, product or service offerings, marketing campaigns and other activities that directly or indirectly affect the market landscape.

Also, we should consider viral marketing potential. It is the ability of a marketing campaign, content or message to spread quickly and gain widespread exposure through social media sharing, which often utilizes existing social networks. Viral marketing capitalizes on the permanence and connectedness of social media, encouraging people to share information with others in their network and creating a multiplier effect that grows exponentially. This more social approach often contains creative, humorous or relational content that makes it so interesting that the audience wants to share it, thereby multiplying its reach [2, 3, 4].

In this study, we explored how important social media is to restaurants and what its role is in different areas of the industry. The study found that social media is a great way to communicate, but it is also an important part of marketing strategies. Strategies such as building awareness, driving customers to the website, viral marketing, and other ways of using social media help restaurants build their online presence and increase their customer base. The study shows that social media is not something you can just throw money at without careful study and consideration. It gives restaurants a chance to not only gain attention but also to establish and deepen relationships with guests. An effective social media presence is an important factor in a successful marketing strategy, especially in the highly competitive restaurant sector. To summarize, social media can help a restaurant do what appeals most to any entrepreneur – engage its audience and attract new customers while keeping customers interested.

References:

1. Маловичко С. В., Карабаза І. А. Ринок ресторанних послуг: особливості поведінки споживачів та тенденції розвитку в США, країнах ЄС та Україні. *Вісник ДонНУЕТ*. 2020. № 1 (72). С. 83–91.

2. Сокирник І. В. Інноваційний маркетинг у формуванні бренду підприємств ресторанного бізнесу на регіональному ринку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2014. № 5. Т. 2. С. 105–109.

3. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємництво та інновації.* 2020. Вип. 14. С. 63–67.

4. Соціальні мережі для ресторанів: як вести, оцінювати ефективність та планувати комунікацію. *Ресторатор*. 2022. URL: https://www.restorator.ua/post/social_media

Mezentseva M. O.,
Student of the University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Shcholokova H. V., PhD, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel
and Restaurant Business of the University of Customs and Finance)

REEVALUATING THE ECONOMIC IMPACT OF INCLUSIVITY IN THE TOURISM ECONOMY

Tourism has a particular potential to promote inclusion and, as a result, promote sustainable development in countries.

The principle of inclusion requires the participation of all people in social, political and economic life, regardless of their skin colour, religious belief, gender or disability [1]. From this point of view, disability arises only through the combination of impairments and barriers faced by affected people [2]. The sphere of life is available if removed all barriers – in other words, not just physical barriers, but also prejudices and institutional barriers. This is a state that is very rarely achieved. For these reasons, the concept of accessibility is a goal, not a state, and reducing barriers is the path that leads to this goal.

Given that inclusiveness in tourism expands market coverage and stimulates demand for tourism services, it can be stated that it has a direct impact on the economy. Wider demographic groups will be attracted when destinations are accessible and welcoming to all people. This leads to an increase in tourism revenues. In addition, increasing the inclusiveness of tourism contributes to the formation and strengthening of a positive image of the destination [3]. Given this, we can state that countries that prioritise inclusiveness benefit from sustainable growth by serving a wide and diverse range of travellers.

Inclusivity in tourism is also directly related to the phenomenon of sustainable development. It means that inclusive tourism encourages communities to protect their natural and cultural values, promoting environmentally friendly practices and responsible resource management. This is not only good for the environment but is also an important factor in the prosperity of tourism over time.

When analysing the benefits of inclusivity in tourism, it is worth emphasising that it is not just about simple economic benefits. Inclusive tourism acts as a factor of economic development – it expands the market and diversifies revenue streams. Businesses are attracting new customer segments, giving all people the opportunity to have a tourist experience. Another thing worth mentioning in this context is the creation of new jobs. This is happening as companies are adapting their services and infrastructure to meet different needs. Removing barriers (both physical and institutional) is essential. As a result, people with disabilities and other marginalised groups have equal opportunities to engage in tourism activities. All of the above factors together contribute to strengthening social cohesion in communities.

In summary, we can mention the following.

1. Inclusive tourism is not only accessibility. This is, first of all, an approach that has a value character.

2. The tourism industry, based on the principles of inclusion, plays a very important role in the development of the country's nation brand as a place where all guests are welcome.

3. It is this systemic approach that is critical to a sustainable and prosperous future.

References:

1. Convention on the Rights of Persons with Disabilities. URL: https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/convention-rights-persons-disabilities

2. The Arbitration Service pursuant to Section 16 of the German Act on Equal Opportunities for Persons with Disabilities. URL: https://www.schlichtungsstelle-bgg.de/Webs/SchliBGG/EN/home/english-node.html

3. World Tourism Barometer. May 2024. Volume 22, issue 2. URL: https://hotelespormexico.org/wp-content/uploads/2024/06/2024-world-tourism-barometer-and-statistical-annex-may-2024.pdf

Rudenko M. O.,
Student of the University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor,
Dean of the Faculty of Innovative Technologies
of the University of Customs and Finance)

OVERVIEW OF TOURISM IN THE UNITED STATES OF AMERICA

Economic achievements, innovation, technological progress, etc. are the most common associations with the United States of America. Also, the USA is a strong geopolitical player and an ideal of democracy. All of these statements are true, but it is way less common to think about the USA as one of the countries with the most travelling population. According to the reports of 2023, the USA ranks second with a total of 6.70 trips per year for 1 person [2].

Table 1

Countries whose people travel the most

Rank	Country	Outbound trips	Inbound trips	All trips in total
1	Finland	1.70	5.80	7.50
2	USA	0.20	6.50	6.70
3	Sweden	1.50	4.40	6.00
4	Denmark	1.40	3.90	5.30
5	Norway	1.40	3.20	5.20

Source: made by author according to [2].

In the table, it's easy to notice, that the USA is the only country in the top 5 that isn't Scandinavian. Also, we can see, that Americans mostly travel inside the USA [2].

The tourism sector contributes to the US GDP every year [3]. But why do most Americans choose to travel within the US? According to statistics over 60% of the population travel inbound for 1-2 times a year. There are a few factors, first of all, holiday length and price. The average American has from 11–15 vacation days per year [4].

It is advisable to analyse the most popular destinations. First and foremost, we are talking about such destinations as Las Vegas, New York, Los Angeles, etc. It is worth noting that such trips usually last several days. People usually go on such trips by car. It should be emphasised that for each of the above destinations, there are common activities. When it comes to entertainment, it's all about Las Vegas. Those who like sightseeing should visit New York. When it comes to visiting pop culture sites, it's about Los Angeles. If we are talking about a longer time, it should be noted that Americans can visit, for example, Hawaii, Alaska or one of the country's many national parks (Yellowstone, Yosemite, Grand Canyon, etc.). World-famous American road trips are less common in reality, only 22% choose this type of travel [1].

For international trips, Mexico and Canada are the most popular destinations for Americans due to their proximity. It's often "backpacking", which means travelling with essentials only for a short time. It's especially popular among young people because of its minimal cost and preparation.

Caribbean islands are also a favourite, especially for cruises, which are popular among older travellers. Offering relaxation and tropical scenery, islands such as the Bahamas, Jamaica and Puerto Rico are common stops. It's worth noting that cruises are a fairly easy and convenient way to explore several all-inclusive destinations. This factor makes them the best choice for many Americans.

Mexico attracts with its beaches and resorts. Canada offers natural beauty and vibrant cities. You can enter those countries by international flight or by car.

In conclusion, travelling is a big part of the life of Americans, just like any other nation. They enjoy destinations all around the world, international or inside the US.

References:

1. Mattila E. Travel in the United States: Domestic Travel Statistics for 2024. URL: https://www.thebrokebackpacker.com/domestic-travel-statistics

2. Countries That Travel the Most. URL: https://www.worldatlas.com/ articles/countries-whose-citizens-travel-the-most.html

3. WTTC Reveals U.S. Travel & Tourism Sector Exceeding Previous Records Despite Slow Return of International Spend. URL: https://wttc.org/ news-article/2024-wttc-reveals-us-travel-tourism-sector-exceeding-previous-records

4. The Average PTO in the US and Other PTO Statistics for 2024. URL: https://clockify.me/pto-statistics

Shlenskova D. O.,
Student of the University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Gaponenko S. O., PhD,
Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel
and Restaurant Business of the University of Customs and Finance)

ECO-HOTELS: MAIN FEATURES

The modern world is developing more and more every day, so the population of our planet has become more interested and worried about the environment. The future of our planet is in the protection of the environment; therefore, the future of hotels is in eco-hotels. That is why sustainable hotels have become so popular and favoured by tourists. We can even say that eco-hotels are the philosophy of the 21st century in the hospitality sphere [1].

The main idea of eco-hotels is to save natural resources and to be responsible for the environment, comfortable life in harmony with nature. Environmental friendliness should be in everything: air, soil, water etc. Generally, eco-hotels are located in ecologically clean natural areas and built from environmentally friendly building materials. In the interior of eco-hotels, wooden furniture is usually used, and natural fabrics are used for linen, towels and mattresses. There are some key characteristics and features of eco-hotels.

1. Energy saving and renewable energy sources. Many eco-hotels use solar panels, wind turbines or geothermal systems for heating and cooling. They also often use energy-saving technologies such as LED lighting, automatic temperature control systems, and low-energy appliances.

2. Recycling and waste minimization. Green hotels often implement programs to separate waste, recycle and minimize the use of single-use plastics.

3. Reduced water consumption. Water is an essential resource, and eco-hotels are actively working to conserve it by installing rainwater harvesting systems, water-saving showers and toilets, and special water purification filters.

4. Use of environmentally friendly materials. Hotels can use low-impact materials such as sustainably sourced wood, recycled or biodegradable interior materials, and eco-friendly furniture.

5. Organic and local food. Many eco-hotels offer meals prepared with organic ingredients, often grown locally. This helps reduce the carbon footprint associated with transporting food over long distances and supports local producers.

6. Supporting local communities. Eco-friendly hotels often work with local residents to support sustainable and culturally sound practices. This may include collaborating with artisans, using local services and organizing tourism activities that help preserve the environment.

7. Certification and standards. Many eco-hotels are certified to international sustainable tourism standards, which confirms their environmental responsibility.

8. Informing guests. Some hotels provide information to their guests about sustainable tourism, recommend eco-friendly travel options (such as renting bicycles), and highlight local natural and cultural features to help tourists minimize their own environmental footprint.

It is not easy to start an eco-business in the hospitality industry. Some organizations can provide help. For example, The World Sustainable Hospitality Alliance was created to support sustainable hotels in the hotel industry. Their mission is to accelerate the path to net-positive hospitality through strategic industry leadership, collaborative action, harmonisation of metrics and regenerative solutions. On its website, we can follow all its history, methods and actions. We can also find some key recommendations [2].

There are many organizations which are engaged in the development and implementation of environmental management systems. For example, "Green Globe", "Green Key", etc. These organizations assign a quality mark to hotels, which certifies the compliance of the institution's services with environmental requirements.

Many hotels in Ukraine received the Green Key certificate. It means that the concept of an ecological hotel in Ukraine has every chance for future development [3].

The prevention of polluting the environment is of great importance to everyone. With the help of the existence of a wide information space, the population of the whole world and Ukraine began to be actively interested in and concerned about the environment that surrounds them, so such phenomena as sustainable hotels have become so popular among tourists. Eco-hotel follows the basic principles based on maximizing benefits and minimizing costs. So, by increasing the number of sustainable hotels we might have a chance to reduce the amount of pollution to save the environment.

References:

1. Peršić M., Janković S., Vlašić D. Eco Hotels – Philosophy of the 21st Century. URL: https://www.fm-kp.si/zalozba/isbn/961-6573-03-9/persic.pdf

2. World Sustainability Hospitality Alliance. URL: https://sustainable hospitalityalliance.org/our-work

3. Закарян А., Ущаповський А. Характеристика еко-готелів України. International scientific conference of young scientist and students *"Youth scientific achievements to the 21st century nutrition problem solution",* April–May, 2021. Book of abstract. Part 3. NUFT, Kyiv. URL: https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/dea03213-d0bc-4fd1-a9a3-4d309ed33fe4/content

Авраменко О. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Юдіна О. І., д.е.н., професор, професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

МОНОЗАКЛАДИ ЯК ОДИН ІЗ ТРЕНДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Сучасний ресторанний бізнес, як й інші галузі у сфері обслуговування, налічує велику кількість різноманітних тенденцій до яких відносяться: модернізація та диджиталізація, тематичні та роботизовані ресторани, монозаклади та інші. Перелічені тренди є популярними в Україні, один з яких формує важливу складову сфери ресторанного бізнесу та характеризує діяльність підприємств, що спеціалізуються на монопродукті.

Під дефініцією «монопродукт» розуміють товар або продукт, що пропонується компанією без додаткових продуктів. У сфері ресторанного бізнесу цей термін означає заклад, який спеціалізується на приготуванні та продажу одного виду продукту. Такими можуть бути піцерії, суші-бари, кондитерські та ін.

Цей вид підприємств харчування наразі дуже популярний серед українців, й є трендом 2024 року. Історія монозакладів налічує близько 200 років і бере початок у Великій Британії, де існували торговельні точки з рибою та картоплею, а також в Італії з їх піцеріями, та в США, що спеціалізувалися на хотдогах. В Україні першим таким місцем стала Київська перепічка, яка відкрилася у 1982 році й спеціалізується на виготовлені сосисок в тісті. До інших популярних моноформатних закладів відносяться львівська «П’яна вишня», «Реберня», «Львівська майстерня шоколаду», а також мережа круасанних «Lviv Croissants». Перелічені заклади ресторанного господарства набули велику популярності в Україні й складають невеличку частку із їх загальної кількості.

До основних переваг діяльності такого типу підприємств харчування належать:

1. Фокус на якість: через вузьку направленість заклад приділяє більше уваги розробці рецептів, технології приготування та якості інгредієнтів.

2. Простота меню: в ньому менше позицій ніж в широкопрофільних ресторанах, що полегшує обслуговування та зменшує витрати часу на виготовлення страви.

3. Легкість в управлінні: легше моніторити запаси та витрати, оскільки асортимент інгредієнтів обмежений. Це дозволяє швидко реагувати на зовнішні зміни та коригувати власні запаси.

Разом із перевагами спеціалізація на монопродукті має певні недоліки, які наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Недоліки спеціалізації на монопродукті закладів ресторанного господарства

Недолік	Опис
Обмежений асортимент	може зменшити обсяги цільової аудиторії, деякі гості можуть не знайти те що їм до вподоби
Сезонність попиту	деякі продукти популярні лише протягом певного сезону, що може вплинути на фінансову нестабільність закладу
Конкуренція	велика кількість закладів із однаковою спеціалізацією може спричинити жорстку конкуренцію, що вплине на дохідність бізнесу
Ризики насичення	кількість повторних візитів постійних гостів може значно зменшитися якщо вони швидко наситяться одним продуктом
Обмежені можливості для інновацій	якщо ресторан зосереджується на одному продукті, то він може упустити можливості для розширення меню, тим самим втратити нових гостей

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Найбільший попит на монозаклади в Україні спостерігався у період пандемії COVID-19. Введення карантинних обмежень у цей час ускладнили розвиток повносервісних ресторанів та закладів інших типів, віддавши перевагу підприємствам харчування з обмеженим меню, де можна було замовити страви швидкого приготування на виніс. Так, у 2020 р. поширила свою діяльність мережа «Döner Market», що спеціалізується на шаурмі. Зараз ця моноформатна мережа налічує близько 150 закладів. В тому ж році було відкрито другу Оселедцеву в Києві та Анчоусну у Львові. У 2021 році почало все більше з'являтися моноформатних закладів, таких як піцерія «Автостанція», пончикові «Ponchyk Boy» й «Royal Donuts», бургерна OG «Burger» та інші.

Після початку війни у 2022 р. такого типу закладів стало ще більше. Основним фаворитом до відкриття стали шаурменні. Згодом звичайні кіоски із шаурмою трансформувалися у кафе та ресторани із демократичними цінами.

Отже, сказане вище свідчить про те, що важливим трендом сучасного ресторанного бізнесу в Україні є спрямованість на забезпечення доступності та швидкості обслуговування, і саме моноформатні заклади можуть гарантувати гостям такий вид сервісу. Разом із чисельними перевагами, заклади, що спеціалізуються на одному виді продукту, мають і недоліки, до яких відносяться сезонність та обмежений асортимент продукції, що є як основною особливістю, так і несприятливим чинником.

Список використаних джерел:

1. ТОП-13 трендів у ресторанному бізнесі у 2024 році. URL: https://joinposter.com/ua/post/restoranni-trendy
2. What are mono-materials? URL: https://www.nisshametallizing.com/en/what-are-mono-materials#:~:text=A%20mono%2Dmaterial%20is%20a,products%20made%20from%20different%20things
3. Тренд на моно: чому моноформатні заклади зараз на піку популярності. URL: https://rau.ua/novyni/novini-kompanij/trend-na-mono

Андрусишена В. М.,
студентка Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету*)*

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

За останні роки готельна та ресторанна індустрії зазнали значних змін, що було зумовлено технологічним прогресом, зміною очікувань споживачів і потребою у більш стійкій та ефективній діяльності. Ці події створюють як виклики, так і можливості для сектора, оскільки підприємства прагнуть залишатися актуальними на конкурентному ринку.

1. Технології та автоматизація: новий рубіж.

Технологічні інновації стали невід'ємною частиною для модернізації діяльності готелів і ресторанів. У готельній індустрії автоматизація та рішення на основі ШІ все частіше застосовуються для покращення обслуговування клієнтів і оптимізації операцій. Наприклад, деякі готелі мають інтегровані роботизовані послуги для прибирання номерів і взаємодії з гостями, допомагаючи вирішити проблему нестачі робочої сили, яка посилилася через пандемію. Використання чат-ботів на базі штучного інтелекту та кіосків для самостійної реєстрації стає все більш поширеним, що забезпечує більш персоналізований досвід гостей, одночасно зменшуючи потребу в прямій взаємодії з людьми. У ресторанній індустрії цифрова трансформація не менш помітна. Цифрове замовлення та безконтактні платежі набули більшого поширення, що прискорилося пандемією, оскільки клієнти прагнули безпечніших обідів. Ця зміна не тільки покращила зручність, але й дозволила ресторанам ефективніше керувати замовленнями, обслуговуючи клієнтів, які їдять у закладі та які замовляють з собою за допомогою єдиної платформи. Такі інновації змінюють те, як ресторани керують своїми моделями обслуговування та задовольняють вимоги клієнтів.

2. Наголошення на стійкості та екологічних практиках.

Сталий розвиток є ще одним важливим напрямком у секторі гостинності, що відображає ширший перехід до екологічно свідомої ділової практики. Багато готелів і ресторанів докладають зусиль, щоб зменшити свій вуглецевий слід, прийняти енергоефективні рішення та мінімізувати відходи. Це включає використання стійких будівельних матеріалів, систем енергоменеджменту та вибір місцевих і органічних інгредієнтів у ресторанах. Крім того, стійкі практики стають ключовим фактором, що відрізняє приваблення екологічно свідомих споживачів. Наприклад, такі ініціативи, як Green Stay Initiative, дозволяють готелям відстежувати та звітувати про свій вплив на навколишнє середовище, що полегшує гостям вибір житла, яке відповідає їхнім цінностям. Цей зсув у бік прозорості в екологічності стає дедалі важливішим, оскільки все більше мандрівників віддають перевагу екологічним варіантам, приймаючи рішення про бронювання.

3. Перевизначення клієнтського досвіду за допомогою персоналізації.

Персоналізація – це ще одна сфера, де інноваційні підходи змінюють індустрію гостинності. Сучасні гості очікують індивідуальних вражень, чи то проживання в готелі, де запам’ятовуються їхні вподобання в номері, чи ресторан, який пропонує індивідуальні варіанти харчування. Щоб відповідати цим очікуванням, компанії використовують аналітику даних і штучний інтелект, щоб краще розуміти поведінку та вподобання клієнтів. Наприклад, технології «розумного готелю» дозволяють гостям контролювати такі функції номерів, як освітлення, температура та розваги, за допомогою мобільних додатків, створюючи більш захоплюючий і зручний досвід. Ця технологія не тільки покращує комфорт, але й формує лояльність, пропонуючи гостям перебування, яке унікально відповідає їхнім потребам. Подібним чином у ресторанному секторі інтеграція аналітики даних дозволяє операторам оптимізувати меню та маркетингові стратегії на основі відгуків клієнтів і харчових звичок.

4. Проблеми впровадження інновацій.

Незважаючи на переваги цих інновацій, готелям і ресторанам доводиться долати серйозні проблеми. Високі початкові витрати на впровадження нових технологій, таких як робототехніка та розумні системи, можуть бути перешкодою, особливо для невеликих підприємств. Крім того, оскільки галузь стикається з дефіцитом робочої сили, навчання працівників використанню передових систем може стати проблемою. Більше того, впровадження стійких практик часто передбачає значні інвестиції, від модернізації об’єктів для відповідності екологічним стандартам до закупівлі екологічно чистих продуктів. Ресторани, зокрема, повинні знайти баланс між збереженням прибутковості та пропозицією екологічно чистих місцевих інгредієнтів, які можуть бути дорожчими

Заглядаючи в майбутнє, індустрія гостинності, ймовірно, продовжить розвиватися, керуючись технологічними інноваціями, зміною очікувань клієнтів і зростаючим акцентом на сталому розвитку. Поширення

гібридних моделей у ресторанах, де компанії пропонують як обіди на місці, так і послуги виносу, відкриває можливість охопити ширшу клієнтську базу. Готелі, які інвестують у інтелектуальні технології та екологічні практики, можуть виявитися кращими

Список використаних джерел:

1. 2023 trends: Top 5 future innovations in hotels and hospitality. *EHotelier*. URL: https://insights.ehotelier.com/insights/2023/01/19/2023-trends-top-5-future-innovations-in-hotels-and-hospitality

2. What Does the Future of Restaurants Look Like? Insights from Hospitality Experts. *Boston University School of Hospitality Administration*. URL: https://www.bu.edu/hospitality/2021/11/19/future-of-restaurants

Беляєв Є. С., аспірант
кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО БРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У сучасному світі харчова промисловість є однією з найбільш конкурентних галузей, де споживачі висувають високі вимоги до якості продукції, безпеки та сталості виробничих процесів. У такому динамічному бізнес-середовищі, ефективне використання інноваційних технологій стає вирішальним чинником у створенні конкурентоспроможного бренду. Брендинг більше не обмежується лише логотипами чи слоганами; він став складною системою взаємодії між підприємством і його споживачами, де інновації відіграють ключову роль.

З розвитком цифрових технологій кардинально змінився спосіб, яким бренди взаємодіють зі своїми споживачами. Соціальні мережі, онлайн-платформи, електронна комерція та інтернет-реклама стали основними каналами для поширення інформації про бренд. Одним із головних інструментів тут є цільовий маркетинг, який дозволяє брендам орієнтувати рекламні кампанії на певні демографічні групи або навіть окремих осіб, враховуючи їхні інтереси та споживчу поведінку [1].

Такі технології, як штучний інтелект та аналітика великих даних, значно підвищують точність комунікаційних стратегій бренду. Застосування AI дає змогу підприємствам прогнозувати споживчі тренди, аналізувати поведінкові моделі та виявляти потенційних клієнтів на основі зібраних даних. Це дозволяє брендам не лише ефективніше позиціонувати свій продукт, але й створювати персоналізований досвід для кожного споживача, що стає однією з ключових складових конкурентоспроможності бренду.

Важливою інноваційною технологією в цьому контексті є платформи для управління брендом. Ці інструменти дозволяють підприємствам відстежувати та аналізувати інформацію про бренд у режимі реального часу. Вони дають змогу керувати іміджем компанії через різні канали та швидко реагувати на зміну настроїв споживачів [2].

Взаємодія через мобільні додатки також стає дедалі важливішою в контексті харчової промисловості. Наприклад, бренди використовують мобільні додатки не лише для просування продукції, але й для збору зворотного зв'язку від клієнтів. Це допомагає оперативно враховувати побажання споживачів та пропонувати більш персоналізовані пропозиції, що підвищує лояльність до бренду [3].

Окрім комунікаційних аспектів, інноваційні технології значно впливають на виробничі процеси харчових підприємств, що відображається на брендингу. Зокрема, автоматизація виробничих процесів, впровадження роботизованих систем дозволяють підвищити продуктивність і знизити витрати. Це створює позитивний ефект для бренду, оскільки споживачі цінують продукцію, виготовлену з дотриманням високих стандартів якості та безпеки.

Крім того, важливу роль відіграють інновації в сфері пакування та зберігання продуктів. Використання екологічно чистих матеріалів для пакування та технологій біорозкладного пакування є важливими елементами сталого розвитку, що стає дедалі більш значущим для сучасних споживачів. Це дозволяє брендам не лише підвищити свою екологічну репутацію, але й адаптуватися до нових регуляторних вимог та соціальних трендів.

Сталий розвиток є одним з найважливіших трендів сучасності, і підприємства харчової промисловості також активно впроваджують сталий підхід до виробництва. Це стосується не лише мінімізації викидів та впровадження ресурсозберігаючих технологій, але й використання принципів екологічної ефективності на всіх етапах виробничого ланцюга.

Споживачі дедалі більше звертають увагу на те, як виробляється продукція, чи дотримуються підприємства принципів екологічної відповідальності. Тому бренди, що активно інтегрують ці інноваційні підходи, можуть отримати значні конкурентні переваги. Наприклад, використання відновлюваних джерел енергії, зменшення кількості харчових відходів та підвищення енергоефективності виробничих процесів – це важливі елементи, що впливають на сприйняття бренду як прогресивного та відповідального.

Загалом, інноваційні технології відіграють вирішальну роль у стратегічному розвитку бренду підприємств харчової промисловості. Вони не тільки дозволяють підвищити ефективність виробництва та поліпшити взаємодію зі споживачами, але й сприяють адаптації до нових викликів ринку. Такі технології, як автоматизація, Big Data, штучний інтелект, цифрові платформи та технології сталого виробництва, стають необхідними інструментами для створення бренду, здатного конкурувати на глобальному рівні [4].

Інноваційні технології є ключовим фактором успіху у формуванні конкурентоспроможного бренду підприємств харчової промисловості. Їхнє впровадження дозволяє підприємствам не лише залишатися на плаву в умовах швидких змін ринку, але й активно формувати нові тренди, враховуючи сучасні потреби споживачів. Використання інновацій у процесах виробництва, маркетингу, комунікації та сталого розвитку допомагає компаніям створювати потужні, стійкі бренди, які можуть відповідати високим вимогам споживачів та успішно конкурувати як на локальних, так і на міжнародних ринках.

Список використаних джерел:

1. 2024 Food Industry Trends – Future of Technology and Sustainability. URL: https://tracextech.com/food-industry-trends-2024

2. Branding in the Food and Beverage Industry: Creating a Tasty Identity. URL: https://redirectdigital.com/insight/branding-in-the-food-and-beverage-industry-creating-a-tasty-identity

3. Digital Transformation – Technology's Role in the Food and Beverage Industry. URL: https://www.databridgemarketresearch.com/whitepaper/digital-transformation-technologys-role-in-the-food

4. Digital transformation in the food industry: Trends, examples, and benefits. URL: https://www.the-future-of-commerce.com/2021/04/23/digital-transformation-in-food-industry

Борщ А. Е., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.геогр.н., доц.,
доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ПРОГРАМА АВТОРСЬКОГО ІННОВАЦІЙНОГО ТУРУ "МАГІЯ СЕРЕДНЬОВІЧНОГО КОЛЬМАРА"

У сучасному світі туризм став однією з найбільш динамічно зростаючих галузей, що відіграє ключову роль у розвитку економіки багатьох країн. Зокрема, авторські тури є сучасним трендом, який привертає увагу туристів своїм індивідуальним підходом та унікальними програмами. Тому метою роботи стало створення авторського туру до Франції, у загадкове місто Кольмар.

Кольмар – це мальовниче місто у французькому регіоні Ельзас, яке зберегло свій середньовічний шарм та унікальну архітектуру. Кольмар відомий своїми вузькими вуличками, каналами та будівлями в стилі фахверк. Місто, що нагадує казкову ілюстрацію, приваблює туристів з усього світу своєю історією, культурними пам'ятками та гастрономічними традиціями [2].

Це місто також вважається «столицею» ельзаського вина, що робить його особливо популярним серед поціновувачів винних подорожей. Туризм у Кольмарі значно розвинувся останніми роками завдяки його унікальній архітектурі, виноробній культурі та численним фестивалям [1]. З кожним роком це місто все більше приваблює туристів, тому було обрано саме для цього міста розробити тур (табл. 1).

Таблиця 1

Програма туру «Магія середньовічного Кольмара»

День	Зміст
День 1	Збір на Київському залізничному вокзалі. Перетин кордону. Переїзд до Варшави, Польща. Заселення в готель «Warsaw Plaza Hotel»
День 2	Сніданок. Переїзд до Дрездена, Німеччина. Заселення в готель «Hyperion Hotel Dresden»
День 3	Сніданок. Переїзд до Кольмара, Франція. Заселення в готель «Le Marechal». Оглядова екскурсія «Кольмар – місто фахверкових будинків і каналів»
День 4	Сніданок. Екскурсія «Музей Унтерлінден – історія та мистецтво». Вільний час на прогулянки старими вуличками та відвідування сувенірних крамниць
День 5	Сніданок. Екскурсія «Винний шлях Ельзасу: подорож по виноградниках і виноробнях». Дегустація ельзаських вин
День 6	Сніданок. Екскурсія «Плавання на човні по каналах Кольмара». Обід у місцевому ресторанчику з традиційною ельзаською кухнею
День 7	Сніданок. Екскурсія «Шато д'Іссенбург: замок, що зберіг середньовічну атмосферу»
День 8	Сніданок. Переїзд до Страсбурга. Оглядова екскурсія «Страсбург – столиця Європи». Вільний час для відвідування Європейського парламенту. Заселення в готель «Hôtel Cour du Corbeau»
День 9	Сніданок. Переїзд до Нюрнберга, Німеччина. Оглядова екскурсія «Нюрнберг – місто імператорів». Заселення в готель «Hotel Victoria Nuremberg»
День 10	Сніданок. Переїзд до Києва. Завершення туру

Джерело: складено автором за [1, 2].

Основною метою даного туру є занурення в унікальну атмосферу середньовічного Кольмара, знайомство з культурними та історичними пам’ятками Ельзасу та насолода виноробними традиціями регіону. Кожен день туру створено для того, щоб туристи могли відчути неповторний дух Кольмара та його околиць.

Тур триває 10 діб. Кількість людей – 10, плюс супроводжуючий гід. Екскурсійне забезпечення туру «Магія середньовічного Кольмара» складається з 6 основних екскурсій та 1 факультативної. Тобто із 10 днів туру 7 днів оснащені різноплановими екскурсіями: у програмі є як загальні оглядові екскурсії, так і тематичні. До основних екскурсій включено екскурсії такими містами: Варшава, Дрезден, Кольмар, Страсбург, Нюрнберг.

Ціна даного туру становить 800 євро. У вартість включено страхування, транспортне обслуговування туру, проживання, харчування (сніданки), екскурсії та вхідні квитки до культурних закладів основної програми. До вартості туру не включені вхідні квитки до культурних закладів і ціни за факультативні екскурсії, а також особисті витрати туристів (громадський транспорт, сувенірна продукція тощо).

Авторські тури зосереджені на створенні емоційних вражень для туристів. Відвідування незвичних місць, участь у культурних заходах або гастрономічні подорожі з винними дегустаціями – все це допомагає людям відчути справжню атмосферу місця та залишити незабутні спогади.

Сьогодні туристи все більше надають перевагу індивідуальним подорожам і нового досвіду, а не стандартним масовим турам. Вони шукають не просто відпочинок, а можливість глибшого занурення у культуру, традиції та спосіб життя регіону. Це відкриває нові можливості для розвитку авторських турів, що пропонують неповторні програми для обмеженої кількості учасників.

Список використаних джерел:

1. Туризм у Франції. URL: https://france.fr/tourism (дата звернення: 10.09.2024).

2. Тури до міста Кольмар. Що продивитися. URL: https://tripmydream.ua/france/colmar (дата звернення: 10.09.2024).

Будагян Д. А., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ПОПУЛЯРНІ ВИДИ ТУРИЗМУ В ІСПАНІЇ

Розвиток міжнародного туризму є одним з ключових факторів економічного зростання Іспанії, а туризм забезпечує понад 10% ВВП країни. Природні багатства, культурна спадщина та сприятливий клімат зробили Іспанію однією з провідних країн на міжнародному туристичному ринку [1, 2].

Іспанія перебуває на шляху до рекордної кількості іноземних туристів. Кількість іноземних гостей зросла на 13% за перші шість місяців 2024 року, і країна очікує прийняти 95 млн. відвідувачів у 2024 році, побивши торішній рекорд 85,1 млн осіб. Динаміка іноземних туристів в Іспанії за період 2016–2024 років наведена на рис. 1 [1, 2].

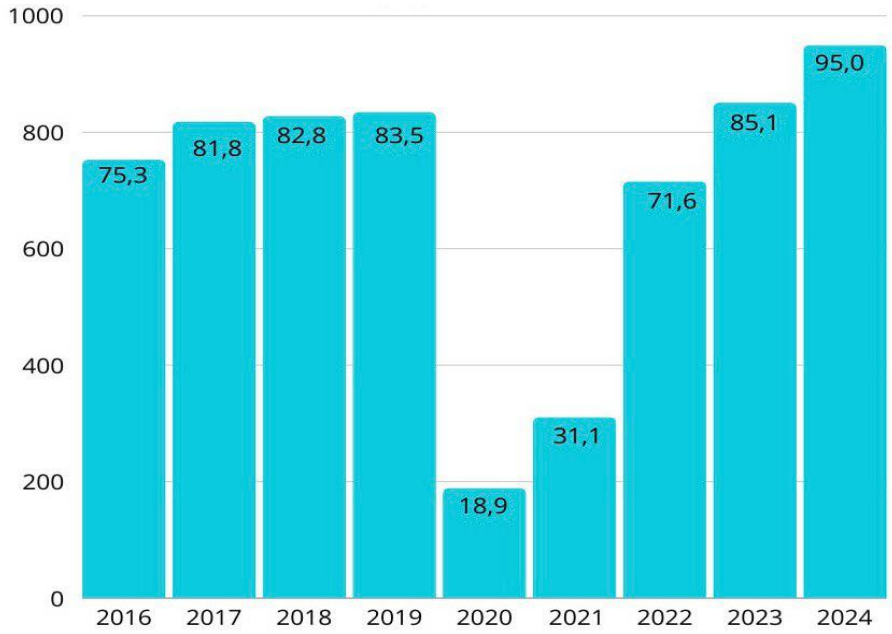

Рис. 1. Кількість міжнародних туристів в Іспанії

Джерело: складено автором за [2].

Історичні аспекти розвитку туризму в Іспанії та його становлення як економічної галузі мають важливе значення для розуміння сучасної ситуації в галузі. Сюди входять періоди бурхливого зростання, зокрема туристичний бум 1960–1970-х років, коли Іспанія стала однією з найпопулярніших туристичних країн у світі. Глобалізація, європейська інтеграція та модернізація інфраструктури також сприяли розвитку туристичного сектора [1].

Іспанія має багаті природні й культурні ресурси: унікальна географія, численні узбережжя та пляжі, м’який середземноморський клімат, а також культурні пам'ятки, музеї та архітектурні шедеври. Завдяки розвиненій транспортній інфраструктурі країни, ви можете в рамках однієї поїздки поєднати кілька видів відпочинку: курортно-пляжний, гірськолижний, кільтурно-пізнавальний, тощо. Іспанія пропонує різні курорти для відвідування – на середземноморському узбережжі материка та на тропічних островах (Канари та Балеари). Пляжний відпочинок в Іспанії є популярним: сонячному пеклу Каталонії ви можете віддати перевагу чорному вулканічному піску Тенеріфе, а гучним дискотекам балеарської Ібіці – спокій Пальма де Майорка. Однією з найбільших визначних пам’яток Іспанії є її кухня [1, 2].

В Іспанії розвинений винний туризм. Країна є однією із найбільших виробників вина у світі. Енологічне багатство Іспанії вражаюче: виноград тут вирощують у всіх регіонах країни, незважаючи на різницю кліматичних, ґрунтових та інших умов. Така різноманітність визначних пам’яток Іспанії та культурних традицій на додаток до теплого клімату та доброзичливості місцевих жителів зрештою визначають величезний інтерес туристів, які щорічно зупиняють свій вибір на цій країні під час

планування свого відпочинку. Вплив туризму на економіку країни значний: він сприяє формуванню ВВП, створює робочі місця та стимулює інвестиції в інфраструктуру. Проте проблема сезонності туризму створює виклики для економіки та ринку праці, спричиняючи сезонну зайнятість і потребуючи стимулювання несезонного туризму. Важливо враховувати й екологічні аспекти, щоб забезпечити збалансоване розвиток та збереження природної середовища. Сучасні тенденції в туризмі включають зростаючу популярність екологічного та стійкого туризму, культурних і гастрономічних турів. Пандемія COVID-19 мала значний вплив на галузь: обмеження пересування та заходи з відновлення після кризи стали ключовими питаннями для туристичного сектору. Також швидко розвиваються цифрові технології, зокрема платформи для бронювання та віртуальні тури, що змінюють взаємодію з туристами [1,2].

Отже, міжнародний туризм відіграє ключову роль в економіці Іспанії, сприяючи зростанню ВВП, створенню робочих місць та зміцненню культурної спадщини. Іспанія залишається лідером завдяки природним ресурсам, багатій культурі та розвиненій інфраструктурі. Основними викликами є сезонність, екологічні навантаження та глобальні кризи, як-от пандемія. Для подальшого розвитку галузі важливо підтримувати стійкий туризм, розширювати еко-напрямки та впроваджувати інновації, що дозволить зберегти конкурентоспроможність та природне багатство країни в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Spain Tourism Statistics. URL: https://roadgenius.com/statistics/tourism/spain

2. Tourism sector in Spain – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/3867/travel-and-tourism-in-spain

Василенко М. О., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Погребняк А. В., д.т.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

СПОСІБ РІЗАННЯ ЗАМОРОЖЕНОГО М’ЯСА СТРУМЕНЕМ ВОДНОГО РОЗЧИНУ ПОЛІВІНІЛОВОГО СПИРТУ (PVA)

Сучасна м’ясопереробна промисловість постійно шукає ефективні методи обробки заморожених продуктів, що забезпечують високу якість, економічність і відповідність вимогам харчової безпеки. Одним із перспективних напрямків є використання технологій для різання продуктів глибокого заморожування струменем. Традиційні механічні методи обробки замороженого м’яса зазвичай супроводжуються значними недоліками, такими як пошкодження структури продукту, велике навантаження на обладнання та висока енергоємність.

Запропонований спосіб різання замороженого м’яса за допомогою струменя водного розчину полівінілового спирту (PVA) є інноваційним підходом, який дозволяє уникнути цих недоліків і підвищити ефективність процесу. Полівініловий спирт (PVA) – водорозчинний полімер, який має високу в’язкість. Це є одночасно перевагою і недоліком: з одного боку, він забезпечує оптимальні рідинні характеристики, а з іншого – вимагає підвищеного тиску для формування струменя. Запропонований спосіб різання замороженого м’яса базується на використанні високошвидкісного струменя водного розчину PVA, який спрямовується на заморожене м’ясо під тиском. Основні етапи процесу включають:

1. Підготовка розчину PVA. Для формування струменя використовується водний розчин полівінілового спирту певної концентрації. Висока в’язкість PVA вимагає більшого тиску подачі, але це дозволяє досягти оптимальних рідинних характеристик, що важливо для збереження цілісності продукту під час різання.

2. Формування високошвидкісного струменя. Розчин PVA подається через спеціальну форсунку, де він розганяється до високої швидкості. Струмінь досягає швидкості, достатньої для прорізання замороженого м’яса без істотного механічного впливу на його структуру.

3. Різання замороженого м’яса. Струмінь розчину PVA спрямовується на заморожене м’ясо під точним кутом і з потрібною силою. Завдяки високій швидкості струменя, розріз здійснюється акуратно, без пошкоджень поверхні продукту та проникнення вологи всередину м’яса. Варто зазначити, що навіть при контакті з поверхнею паперу струмінь не залишає слідів намокання, що є свідченням ефективної форми обробки.

4. Мінімальні витрати води. Технологія дозволяє звести до мінімуму витрати рідини під час різання. Завдяки високій ефективності процесу, витрати води залишаються досить малими, що знижує витрати на ресурс і зменшує потребу в додатковій утилізації рідин.

Основною перевагою використання PVA як основи для рідини є його здатність знижувати температуру струменя без замерзання рідини, що дозволяє виконувати різання навіть при значно нижчих температурах. Це робить процес ідеальним для обробки заморожених продуктів. Висока в’язкість PVA, хоча й вимагає підвищення тиску, забезпечує створення чітких і рівних зрізів, що зберігають структуру м’яса, мінімізуючи втрати сировини.

Економічність технології є ще однією з важливих переваг. Завдяки мінімальним витратам води, використання PVA значно скорочує споживання рідини під час виробничих процесів. Це не лише зменшує вартість різання, але й сприяє зниженню впливу на довкілля, оскільки

потребує менших обсягів утилізації стічних вод. Для досягнення максимальної ефективності різання струменем необхідно враховувати такі параметри: тиск подачі струменя: 150–300 МПа; швидкість струменя: 500–700 м/с; концентрація PVA у розчині: 5–15%; температура рідини: 0–5°C. Ці параметри можуть варіюватися залежно від типу замороженого м’яса, його розміру та товщини, а також вимог до кінцевої якості зрізу. Впровадження даної технології на підприємствах харчової промисловості дозволить знизити витрати на електроенергію та скоротити знос обладнання. Струменеві методи різання не потребують значних механічних зусиль, що продовжує термін служби машин і зменшує витрати на технічне обслуговування. Щодо екологічного аспекту, використання PVA як компоненту рідини є безпечним для довкілля. PVA здатний до біологічного розкладання і не містить шкідливих речовин, що сприяє екологічній чистоті виробничого процесу.

Запропонований спосіб різання замороженого м’яса струменем водного розчину рідини полівінілового спирту (PVA) є інноваційним підходом, що дозволяє забезпечити високу якість зрізів при мінімальних витратах води. Технологія відрізняється точністю, швидкістю та економічною ефективністю, а також може бути адаптована до різних типів заморожених продуктів (риби, м’яса тощо.) та умов виробництва. Застосування даного методу на підприємствах харчової промисловості дозволить значно підвищити продуктивність, знизити витрати та забезпечити високу якість кінцевого продукту.

Список використаних джерел:

1. Akhmedov I. & Guliyeva L. (2021). Hydroabrasive cutting of food products: methods and applications. *Journal of Food Engineering,* 280, 109962. URL: https://doi.org/10.1016/j.jfoodeng.2020.109962

2. Khodakivska O. & Korobka A. (2020). The effect of ultrasonic treatment on the structure and properties of meat products. *Ukrainian Food Journal.* № 9 (2) P. 205–215. URL: https://doi.org/10.24263/2304-974X-2020-9-2-9

3. Pavlov A. & Zhilinskiy V. (2019). Technological aspects of food cutting using water-jet technology. *Food Science and Technology International.* № 25 (3). P. 217–225. URL: https://doi.org/10.1177/1082013218802560

4. Shcherban A. & Kovalchuk I. (2020). The impact of cutting parameters on the quality of meat products. *Meat Science,* 165, 108119. URL: https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2019.108119

5. Sidorenko A. & Biletsky M. (2021). Efficiency of using PVA solutions in food processing. *International Journal of Food Science and Technology.* № 56 (5). P. 2345–2351. URL: https://doi.org/10.1111/ijfs.14700

Володько А. Ю., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ТА ВПЛИВ ІНФЛЮЕНСЕРІВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ: НОВІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

Зростаюча інтеграція соціальних медіа в індустрію туризму впливає на те, як люди дізнаються про подорожі. Через соціальні мережі люди почали ділитися своїм життям, моментами подорожей, способом життя, а саме: що вони відвідали, на чому їздили по місту, що їли, з ким зустрічалися. Інфлюенсери, які активно діляться своїми подорожами, відвідуючи найкращі готелі та ресторани, можуть впливати на рішення мільйонів людей. Це створює нові можливості готельного та ресторанного бізнесу та забезпечує новий підхід до залучення клієнтів, створення брендів та взаємодії з аудиторією Це також особи, які впливають, мають силу визначати або руйнувати ціль. Від яких вірусні відео можуть перетворити приховану перлину на гарячу точку, яку необхідно відвідати. Соціальні мережі такі як: Instagram, TikTok, YouTube-найкращі друзі інфлюенесерів, бо саме через ці платформи впливовці діляться своїми подорожами, гарними фотографіями з цікавих місць та країн, естетичними ресторанами і барами [1].

Соціальні медіа революціонізували спосіб взаємодії компаній із споживачами, і це особливо видно для індустрії туризму. Для ресторанів, готелів і курортів, які працюють з туристами, активність у соціальних мережах має вирішальне значення для залучення та утримання клієнтів. Від обміну захоплюючими фотографіями з подорожей до пошуку рекомендацій і відгуків, платформи соціальних мереж кардинально змінили спосіб планування відпустки, досвіду та спогадів про відпустку. Але їхній вплив виходить далеко за межі простого обміну фотографіями.

Вплив соціальних мереж: щотижня в Instagram шукають понад 1 мільйон хештегів, пов’язаних із подорожами; в Instagram понад 300 мільйонів публікацій зі словом «подорож»; 86% людей зацікавилися подорожами до певних місць після того, як побачили зображення цього у своїй стрічці; 76% людей, які прокручують соціальні мережі в пошуках публікацій про подорожі, кажуть, що це змушує їх більше подорожувати; 69% людей використовують соціальні мережі для подорожей; 45% Gen-Z довіряють рекомендаціям інфлюенсерів щодо подорожей; 40% міленіалів обирають напрямок подорожі на основі того, наскільки добре виглядатимуть фотографії в Instagram [2].

Соціальні медіа та інфлюенсери здатні впливати на рішення мандрівників і спрямовувати їх у нові, раніше невідомі місця і одним із прикладів можна виділити те як Джек Моран, відомий як @jackmorris в Instagram. Він є одним із найбільш помітних інфлюенсерів, які перетворили тихі місця на популярні туристичні напрямки. Його вражаючі фотографії з острова Бора-Бора в Французькій Полінезії значно підвищили інтерес до цього місця, яке раніше не було настільки популярним серед молодих туристів. Як результат, після публікацій Джека туризм на Бора-Бора різко зріс, і острів став улюбленим напрямком для романтичних подорожей та медових місяців. Їхня діяльність на платформах соціальних медіа підкреслює, як сучасні інфлюенсери можуть впливати на туристичні тренди та сприяти розвитку нових напрямків у готельно-ресторанному бізнесі. Цей приклад демонструє, як інфлюенсери можуть перетворити невідомі місця на популярні туристичні точки через візуальний контент і рекомендації [3].

Готелі та ресторани можуть значно підвищити свою видимість на ринку завдяки партнерству з інфлюенсерами. Маючи лояльну аудиторію, інфлюенсери можуть ефективно доносити унікальні пропозиції, послуги та атмосферу бізнесу до своїх підписників. Це допомагає створити позитивний імідж бренду, оскільки підтримка інфлюенсерів сприймається як замінник або гарантія якості.

Список використаних джерел:

1. The Power of Social Media in the Tourism Industry – Rokir. URL: https://rokir.ie/the-power-of-social-media-in-the-tourism-industry
2. 35+ Stats on How Social Media Affects Travel [2023]. URL: https://passport-photo.online/blog/social-media-vs-travel
3. Globetrotters: destination meets Lauren Bullen + Jack Morris, AKA Gypsea Lust + Do You Travel. URL: https://destination-magazines.com/interview-gypsea-lust-and-do-you-travel

Грищенко С. В., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Стеблюк Н. Ф., к.е.н, доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЇ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В індустрії гостинності інноваційні підходи стають важливою частиною стратегій для задоволення мінливих потреб клієнтів і динаміки сучасного ринку. Інноваційні технології – це нові або вдосконалені рішення, які істотно підвищують ефективність виробничих процесів або вдосконалюють функціональні можливості [1].

Кілька років тому вважалося, що найуспішнішим нововведенням в ресторанній сфері було бронювання столиків через телефон і виклик таксі біля входу. Сьогодні існує тенденція доставки фаст-фуду до будинків та офісів, а також до закладів, які пропонують їжу та напої разом із ними. Популярність не обійшла стороною і перших людей, які запустили в соцмережах знижки та вечері на двох. Одними із ключових інноваційних технологій є інформаційно-комп'ютерні рішення для підприємств громадського харчування, які значно полегшують та оптимізують численні процеси, властиві цьому бізнесу. Однак їх поширенню гальмує, по-перше, постійний попит на ресторани та послуги дозвілля, а по-друге, низький рівень технічної грамотності людей [1].

Переваги автоматизації та інформатизації бізнес-процесів ресторану очевидні не лише з позиції «управління бізнесом», але й з погляду клієнтів. Оскільки інформаційна система може обробляти розрахунки споживачів, послідовність обслуговування, надавати запропоновані меню з усіма необхідними інгредієнтами тощо.

Інновації в галузі громадського харчування включають широкий спектр рішень, спрямованих на підвищення ефективності обслуговування, покращання якості їжі та задоволення потреб клієнтів. Оптимізація бізнес-операцій та зменшення витрат відбувається завдяки використанню новітніх технологій: автоматизації замовлень, електронні меню, системи управління запасами та аналітика даних. Крім того, все більшої популярності набувають екологічно орієнтовані інновації. Використання енергозберігаючих технологій, зменшення харчових відходів і впровадження стійких практик позитивно впливають на репутацію ресторану та залучають свідомих споживачів.

Інтерактивні технології, такі як сенсорні екрани на столах і віртуальні тури, підвищують якість обслуговування клієнтів і роблять відвідування ресторану більш захоплюючим. У табл. 1 наведено інноваційні технології, які змінюють ресторанний бізнес [1].

Таблиця 1

Інноваційні технології ресторанного бізнесу

Технологія	Опис	Переваги для ресторанного бізнесу
Штучний інтелект (ШІ)	Використання ШІ для персоналізації меню, прогнозування замовлень, оптимізації роботи персоналу	Підвищення якості обслуговування, зменшення витрат
Автоматизація кухні	Роботи і машини, що виконують рутинні завдання: готування, нарізка інгредієнтів, прибирання	Зниження затрат на персонал, стабільність якості страв
Цифрове меню з інтерактивністю	Меню з доповненою реальністю (AR), QR-коди, інтерактивні планшети для вибору страв та напоїв	Поліпшення досвіду користувачів, прискорення замовлення
Кібербезпека та блокчейн	Забезпечення захисту даних клієнтів та операційних процесів за допомогою блокчейн-технологій	Підвищення довіри клієнтів, захист від шахрайства

Джерело: складено автором за [1].

Таким чином, інновації в ресторанній індустрії у майбутньому матимуть значний вплив на індустрію шляхом покращення процесів обслуговування, оптимізації витрат та покращення досвіду клієнтів. Основні напрямки розвитку – використання штучного інтелекту, автоматизація кухні, впровадження цифрового меню, захист даних за допомогою блокчейну тощо. Ці технології не тільки покращують якість обслуговування, а й сприяють сталому розвитку бізнесу. Однак його застосування залишається обмеженим через недостатню технологічну грамотність і повільне впровадження нових методів у ресторанний бізнес, що обмежує потенціал для інноваційного зростання.

Список використаних джерел:

1. Прилепа Н.В., Соколюк Г.О. Інноваційні технології у сфері ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 4. Т. 2. С. 162–164.

Грушко А. С., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н.,
доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВІДНОВЛЕННЯ РОБОТИ ГОТЕЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА ДЕОКУПОВАНІЙ ТЕРИТОРІЇ ХЕРСОНА

З початком повномасштабного вторгнення Росії в Україну готельна інфраструктура Херсона зазнала значних руйнувань. Окупація та бойові дії призвели до знищення або пошкодження численних готелів, що ускладнює відновлення туристичного бізнесу на звільненій території.

Готельна галузь Херсона постраждала через обстріли, захоплення об’єктів та знищення інфраструктури. Пошкоджені готелі, такі як “Play by Ribas” та “Optima”, потребують значних інвестицій для відновлення. Важливо вивчити вплив війни на готельну інфраструктуру, а також можливості її відновлення.

Метою дослідження є аналіз стану готельної інфраструктури Херсона після деокупації, визначення ключових викликів та можливостей для відновлення, а також розробка рекомендацій для власників і інвесторів.

За оцінками, більшість готельних закладів у Херсоні зазнали значних пошкоджень. Дослідження показують, що зруйнованих готелів в регіоні приблизно 30–40%, вони були частково або повністю зруйновані. З понад 30 готелів, які діяли до конфлікту, близько до 10 зазнали серйозних пошкоджень. Закриття готелів призвело до втрати тисяч робочих місць у сфері обслуговування [1].

Готель “Play by Ribas” з номерним фондом 25 кімнат зазнав значних пошкоджень через артобстріли. Вибиті вікна, зруйновані фасади та серйозні ушкодження внутрішніх приміщень, зокрема меблів і сантехніки. Утворилися тріщини у стінах, що робить готель непридатним для використання. Власники планують подати заявку на компенсацію для відновлення об’єкта [2].

Готель “Нінель” був майже повністю знищений внаслідок бойових дій. Вибухи пошкодили конструкцію будівлі, що призвело до обвалу частин фасаду. Внутрішнє оздоблення стало непридатним, а більшість обладнання не підлягає відновленню. Відновлення цього об’єкта є малоймовірним без значних інвестицій [3].

Готель “Optima” зазнав часткових пошкоджень внаслідок артобстрілу. Вибиті вікна, знищені двері, серйозні ушкодження від вибухової хвилі. Внутрішні приміщення постраждали від підтоплення через пошкодження систем водопостачання [4].

Готель “Фрегат” зазнав серйозних руйнувань внаслідок бойових дій. Фасад має значні ушкодження: тріщини, обвали частин стін, що робить будівлю небезпечною для перебування. Багато балконів пошкоджені, територія в занедбаному стані – асфальт розбитий, сміття та уламки розкидані [5].

Стан готелів у Херсоні демонструє масштаби руйнувань, завданих війною, та підкреслює важливість термінового відновлення. Для відновлення цих об’єктів потрібні значні ресурси, державна підтримка та активна участь інвесторів. Відновлення готельної інфраструктури стане важливим кроком у відновленні економіки регіону.

Відновлення регіонів, що зазнали руйнувань внаслідок війни, є критично важливим завданням для забезпечення стабільності та розвитку країни. Херсон, як одне з найбільш постраждалих міст, потребує комплексного підходу до відновлення, який враховує як інфраструктурні, так і соціальні аспекти.

Стратегії відновлення:

Першим кроком у відновленні є всебічна оцінка пошкоджень. Це дозволить визначити пріоритетні об’єкти для відбудови, такі як житло, інфраструктура, заклади освіти та охорони здоров’я.

Необхідно залучити різні джерела фінансування, включаючи державні бюджети, міжнародні гранти, приватні інвестиції та благодійні внески. Створення спеціалізованих фондів для відновлення може полегшити процес фінансування.

Важливо не лише відновити зруйновані будівлі, а й модернізувати інфраструктуру, забезпечуючи відповідність сучасним стандартам. Це включає енергоефективні технології, стійкі матеріали та інноваційні рішення.

Важливим аспектом відновлення є підтримка місцевого населення, яке пережило втрати. Це може включати програми психологічної реабілітації, соціальне забезпечення та підтримку підприємництва.

Активна участь місцевої громади в процесах відновлення допоможе забезпечити сталість і адаптацію проектів до реальних потреб населення. Важливо створити платформи для діалогу між владою та громадою.

Виклики відновлення:

Обмежене фінансування може затримати процеси відновлення. Багато власників бізнесів можуть бути не в змозі інвестувати в реконструкцію.

Процес відновлення може зайняти багато часу, що вплине на повернення місцевого населення і відновлення бізнесу.

Після війни може спостерігатися соціальна напруга через втрати, травми та невизначеність. Це може ускладнити процес відновлення.

Відновлення Херсона після війни вимагатиме зусиль усіх зацікавлених сторін, включаючи державу, бізнес та місцеву громаду. Комплексний підхід, що включає оцінку шкоди, фінансування, модернізацію інфраструктури та соціальну підтримку, дозволить не лише відновити зруйноване, а й створити умови для сталого розвитку регіону в майбутньому. Успішне відновлення стане важливим кроком у відновленні довіри та стабільності в суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Понад 12 готелів постраждали в Україні через війну. URL: https://interfax.com.ua/news/general/886309-amp.html

2. 2022 рік очима Ribas Hotels Group. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/2022-god-glazami-ribas-hotels-group

3. В херсонському готелі, знищеному під час нічного удару, ймовірно, жили співробітники ФСБ. URL: https://most.ks.ua/news/url/116104

4. У Херсоні росіяни обстріляли готель Optima. URL: https://most.ks.ua/news/url/u-hersoni-rosijani-obstriljali-gotel-optima

5. Як виглядає готель “Фрегат” у Херсоні після російських обстрілів. URL: https://most.ks.ua/news/url/jak-pislja-rosijskih-obstriliv-vigljadaje-gotel-fregat-u-hersoni-video

Гулевський Я. О., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Погребняк А. В., д.т.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

КУЛІНАРНІ СТРАТЕГІЇ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ

Круїзні лайнери стали не лише засобом для подорожей, але й справжніми плавучими курортами, які пропонують своїм пасажирам широкий спектр послуг, серед яких харчування займає особливе місце. Якість і різноманітність страв відіграють ключову роль у формуванні загального враження від подорожі. Представлені тези базуються на дослідженні існуючих кулінарних стратегіях, які застосовуються на круїзних лайнерах для забезпечення високої якості харчування та

різноманітності меню, а також можливих викликів, з якими стикаються оператори круїзного бізнесу. У табл. 1–5 зведено дані щодо ключових критеріїв кулінарних стратегій, найбільш розповсюджених концепціях ресторанів на круїзних лайнерах, наявних переваг використання локальних продуктів, сучасних кулінарних трендів, а також, стосовно основних викликів у забезпеченні якості харчування пасажирів. Кулінарні стратегії на круїзних лайнерах базуються на декількох ключових критеріях, які визначають показники сприйняття пасажирами якості їжі та обслуговування. Різноманітність меню є одним з основних критеріїв задоволеності пасажирів. Круїзні компанії часто пропонують пасажирам вибір із кількох ресторанів з різними концепціями кухні, від італійської до азійської. Меню включає страви, які відображають кулінарні традиції країн, в яких знаходиться лайнер, або порту призначення. Одним із найважливіших критеріїв, за яким оцінюють якість харчування на круїзних лайнерах, є свіжість продуктів. Виробники все частіше звертають увагу на локальні постачання, щоб зменшити час доставки і забезпечити максимальну свіжість.

Таблиця 1

Ключові критерії кулінарних стратегій

Критерії	Опис показників
Меню	Різноманітність страв, що відповідають різним культурам
Якість продуктів	Використання свіжих, локальних та сезонних продуктів
Обслуговування	Професійність та привітність персоналу
Гастрономічний досвід	Проведення кулінарних майстер-класів та дегустацій
Гнучкість	Можливість адаптації меню під запити пасажирів
Екологічність	Застосування екологічно чистих технологій

Таблиця 2

Приклади концепцій ресторанів на круїзних лайнерах

Концепція	Опис
Італійська кухня	Паста, піца, традиційні італійські десерти
Азійська кухня	Суші, воки, тайські страви
Середземноморська кухня	Салати, морепродукти, оливкова олія
Американська кухня	Стейки, бургери, класичні десерти
Вегетаріанська кухня	Страви на основі овочів, бобових, злаків
Кулінарні шоу	Виступи шеф-кухарів, які демонструють приготування страв

Таблиця 3

Переваги використання локальних продуктів

Перевага	Опис
Свіжість	Зменшення часу між збором і споживанням
Підтримка місцевої економіки	Залучення місцевих виробників
Зменшення вуглецевого сліду	Зниження витрат на транспортування
Культурна інтеграція	Включення місцевих гастрономічних традицій у меню

Таблиця 4

Кулінарні тренди на круїзних лайнерах

Тренд	Опис
Здорове харчування	Меню без глютену, веганські страви
Молекулярна кухня	Використання сучасних наукових технологій у приготуванні їжі
Автентичні кулінарні шоу	Запрошення відомих шеф-кухарів для проведення гастрономічних подій
Сезонні страви	Використання сезонних продуктів у меню
Смаки світу	Пропозиція страв з різних країн світу в одному меню

Таблиця 5

Основні виклики в забезпеченні якості харчування на круїзних лайнерах

Виклик	Опис
Зміна постачальників	Вплив на якість та доступність продуктів
Логістичні проблеми	Складнощі в транспортуванні свіжих продуктів
Обмеження бюджету	Необхідність оптимізації витрат на харчування
Непередбачувані обставини	Погодні умови, зміна маршруту

Круїзні компанії також активно впроваджують кулінарні тренди, щоб залишатися конкурентоспроможними. Це можуть бути не лише нові страви, але й нові методи приготування та подачі їжі. Наприклад, популярність вегетаріанської та веганської кухні зростає, оскільки все більше пасажирів дотримуються здорового способу життя. Круїзні компанії стикаються з різними викликами, що можуть вплинути на якість і різноманітність харчування. Серед них – зміна постачальників, проблеми з

транспортуванням та обмеження бюджету. Наприклад, у випадку поганих погодних умов лайнер може бути змушений змінити маршрут, що вплине на доступність деяких продуктів.

Якість і різноманітність харчування на круїзних лайнерах залежать від багатьох факторів, включаючи свіжість продуктів, кулінарні стратегії, технологічні інновації та культурну інтеграцію. Щоб забезпечити високий рівень задоволеності пасажирів, круїзним компаніям слід враховувати різноманітність кулінарних традицій і впроваджувати нові технології в процесі приготування їжі.

Список використаних джерел:

1. World Tourism Organization. (2024). Cruise Tourism: A Global Perspective. URL: https://www.unwto.org
2. Cruise Lines International Association. (2023). Cruise Industry Overview. URL: https://cruising.org
3. Vanhove N. Tourism Dynamics: The Impact of Culinary Tourism on Destination Image. *Tourism Management Perspectives*. 2017. № 24. P. 29–36.

Дашко О. С., учитель географії
Комунального закладу “Ліцей № 24” Кам’янської міської ради
Музичка К. О., студент
Дніпровського державного технічного університету

ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС ОНЛАЙН: СТВОРЕННЯ ГЕОГРАФІЧНИХ ВЕБ-САЙТІВ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ НАПРЯМКІВ ТА ЗАЛУЧЕННЯ КЛІЄНТІВ

В умовах глобалізації та розвитку цифрових технологій туристичний бізнес все частіше звертається до інтернет-ресурсів для залучення клієнтів. Веб-сайти з географічним спрямуванням є важливим інструментом для надання інформації про подорожі, формування позитивного іміджу країни та стимулювання інтересу до відвідування певних локацій.

Веб-сайти, орієнтовані на географічну інформацію, допомагають клієнтам отримати повне уявлення про місцевість, що сприяє підвищенню їхньої зацікавленості в обраному туристичному напрямку, тому створення таких сайтів допомогає ефективно розширити клієнтську базу та покращити загальний світогляд користувачів. Контент сайту повинен бути орієнтований на туриста. Інформація на сайті повинна відповідати потребам клієнтів і включати описи визначних місць, історичні довідки, актуальну інформацію про події, погодні умови, а також рекомендації щодо місць для відпочинку, харчування та розваг.

Сайт «TRAVEL» (https://travel-psi-sooty.vercel.app), що зорієнтований на географічні дані, має стати основним джерелом інформації для клієнтів, що бажають відвідати англомовні країни світу Велику Британію, Канаду, США, Австралію, Нову Зеландію. Його відвідувачі отримають актуальну

та детальну інформацію, як от детальні дані про визначні місця, історичні факти, рекомендації щодо готелів, ресторанів та заходів, Ці дані допоможуть користувачам у плануванні подорожей і виборі послуг.

Для туристичного веб-сайту важливо враховувати інтереси міжнародної аудиторії. Тому використання англійської мови при розробці контенту допоможе зробити ресурс доступним для користувачів із різних країн, що позитивно вплине на розширення клієнтської бази. Локалізація також передбачає адаптацію контенту, урахування культурних особливостей та специфіки регіону.

Географічне спрямування вимагає інтерактивного підходу: туристичні веб-сайти мають надавати користувачам можливість взаємодії з контентом, який сприяє залученню клієнтів, покращує зручність користування сайтом і полегшує планування подорожі. Це може бути: інтерактивна карта з відміченими туристичними місцями; 3D-огляди місцевості та віртуальні тури, які дають користувачам змогу "відвідати" місце перед реальним візитом; пошук та фільтрація за інтересами (природні пам'ятки, архітектурні споруди, музеї тощо);

інформаційні маркери з коротким описом та фото.

Сьогодні велика частина користувачів здійснює пошук туристичної інформації через мобільні пристрої. Тому адаптивний дизайн сайту є необхідною умовою. Мобільна оптимізація дозволяє забезпечити зручний доступ до карти, контактної інформації, бронювання та інших сервісів з будь-якого пристрою. Завдяки цьому туристичний сайт стає корисним як під час планування, так і безпосередньо під час подорожі.

Актуальність інформації має вирішальне значення для туристичних сайтів, адже клієнти очікують достовірних даних про маршрути, розклад, погодні умови та події. Регулярне оновлення інформації та надання можливості відвідувачам отримувати актуальні дані у режимі реального часу сприяє зростанню довіри до ресурсу.

Отже, розробка веб-сайтів для туристичного бізнесу, орієнтованих на географічні дані, є складним і багатоетапним процесом, який передбачає врахування різних потреб клієнтів і технологічних рішень. Поєднання актуальної інформації, інтерактивних функцій, оптимізації для мобільних пристроїв та якісного контенту дозволяє створити ефективний інструмент для залучення нових клієнтів та формування лояльності серед постійних. У сучасному цифровому світі якісний туристичний вебсайт стає важливим чинником успіху в туристичній індустрії.

Список використаних джерел:

1. Азарян Д. Г. Електронний маркетинг в індустрії туризму: сучасні тренди та інструменти. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. № 4 (3). С. 52–63.

2. Бойко Л. С., Гречанюк В. М. Сайти туристичних компаній як елемент маркетингових комунікацій. *Економіка та підприємництво*. 2019. № 8. С. 72–79.

3. Герасименко Н. М. Використання інтернет-технологій у просуванні туристичних послуг. *Вісник Чернігівського національного університету ім. Т. Г. Шевченка*. 2018. № 2 (9). С. 103–108.

4. Ковальчук О. О. Розвиток туристичних веб-платформ як інструменту цифрового маркетингу. *Цифрова економіка та суспільство*. 2021. Т. 1. № 5. С. 215–223.

5. Мірошниченко І. Ю., Іванченко В. П. Географічні інформаційні системи в туризмі: досвід використання та перспективи розвитку. *Географія та сучасність*. 2020. № 4 (2). С. 42–50.

6. Петрова Н. І. Вплив цифрових технологій на розвиток туристичного бізнесу. *Економіка і туризм: тенденції та перспективи*. 2021. Т. 3. № 1. С. 88–96.

7. Суханов М. П. Інтернет-маркетинг у туризмі: методи залучення клієнтів та просування послуг. *Менеджмент і маркетинг у туризмі*. 2019. № 6. С. 35–42.

Дробот С. В., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Юдіна О. І., д.е.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

DARK KITCHEN: СУЧАСНИЙ ФОРМАТ ДЛЯ НОВИХ РЕАЛІЙ

Сучасна урбанізація вплинула на розвиток такого виду ресторанного бізнесу, як «Dark kitchen». «Dark kitchen» або «темні кухні» представляють собою інноваційний формат закладів ресторанного господарства, які працюють виключно на доставку їжі та не мають традиційної зони для обслуговування споживачів. Сьогодні цей напрям діяльності на ринку послуг харчування набув популярності через зростаючий попит на доставку їжі, а також завдяки можливості зниження витрат на оренду приміщення та оплату праці персоналу. Застосування такого підходу дозволяє ресторанним підприємствам оптимізувати свої витрати, зосереджуючись на приготуванні та доставці їжі, що сприяє швидкому масштабуванню бізнесу.

Цей формат стає особливо актуальним в Україні, де «dark kitchen» є ефективним рішенням для підприємців у періоди економічної нестабільності та частих перебоїв з енергопостачанням. За рахунок використання автономних агрегатів безперебійного живлення, а саме, генераторів та резервних батарей, «dark kitchen» можуть працювати навіть під час відключень електроенергії. Завдяки цьому заклади такого типу не тільки виграють на фоні традиційних ресторанів, але й мають можливість підтримувати постійній режим роботи в кризових умовах, що забезпечує раціоналізацію й оптимізацію підприємницької діяльності у ресторанній сфері та створює зручності для споживачів. Основні переваги та виклики наявні у роботі «dark kitchen», представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та виклики наявні у роботі «dark kitchen»

Аспект	Переваги	Виклики
Витрати на виробництво та реалізацію	Відсутність потреби в залі для обслуговування та великій кількості персоналу	Необхідність інвестицій у сучасне автоматизоване обладнання та транспортні засоби
Гнучкість та мобільність	Можливість швидкого налаштування та адаптації роботи під змінні умови ринку	Висока конкуренція, що вимагає унікальних рішень і ефективного управління
Оптимізована доставка	Швидке обслуговування завдяки раціональній логістиці	Залежність від платформ доставки та кур'єрських служб
Експерименти з меню	Швидка адаптація меню, можливість тестування нових страв	Потреба в організації гнучкого маркетингу для привертання та утримання споживачів
Незалежність від зовнішніх умов	Стабільна робота навіть у період відсутності електропостачання завдяки використанню генераторів	Витрати на забезпечення безперебійного живлення і додаткове обладнання для автономної роботи

Джерело: розроблено автором на основі [2].

Популярність таких закладів ресторанного господарства, як «dark kitchen» обумовлена низкою факторів. Передусім, це значне скорочення витрат на приміщення для обслуговування відвідувачів та на оплату праці персоналу сервісної служби. Оскільки споживачі не відвідують заклад, у підприємців відпадає потреба в інвестиціях в інтер'єр та обслуговуючий персонал, що дозволяє зосередитися на якості страв і логістиці.

У підприємствах типу «dark kitchen» також активно використовують технології для оптимізації бізнес-процесів шляхом автоматизації приготування страв, впровадження інтегрованої програми управління запасами та аналітики замовлень, що допомагають скоротити час обробки інформації та швидко адаптувати меню під запити ринку. Такий підхід створює умови для швидкого реагування на відгуки споживачів і забезпечувати підвищення рівня задоволеності їх потреб.

Водночас модель «dark kitchen» стикається з викликами, а саме, складнощі у формуванні лояльності клієнтів через відсутність фізичного контакту вимагають інвестицій у маркетингову діяльність та створення бренду. Також помітною є залежність від служб доставки, які стягують значні комісії, що впливає на показники рентабельності. Щоб знизити витрати та підвищити автономію, деякі підприємства типу «dark kitchen»

запускають власні платформи для замовлень і доставки, що також дозволяє контролювати якість обслуговування на всіх етапах. Завдяки зростаючому попиту на доставку та зручність, яку пропонує цей формат, «dark kitchen» мають високий потенціал для подальшого розвитку й залишаються перспективним бізнес-напрямком у сучасній економіці.

Таким чином, «dark kitchen» можна віднести до перспективного формату ресторанного бізнесу, який відповідає сучасному попиту на доставку їжі. Завдяки зниженню витрат на оренду, організацію обслуговування у торговельних приміщеннях та персонал, такі заклади характеризуються економічною ефективністю і гнучкістю. Використання технологій для оптимізації логістики та виробничого процесу підвищують швидкість обслуговування й якість страв. Попри залежність від платформ доставки та високу конкуренцію, «dark kitchen» мають значний потенціал для розвитку, залишаючись привабливими для підприємців і споживачів.

Список використаних джерел:

1. Темні кухні: операції, типи, відмінності та виклики. URL: https:// zeorouteplanner.com/uk/темні-кухні

2. Foodz Ukraine: кризова трансформація бізнес-моделей та підходів. URL: https://biz.nv.ua/ukr/nayti-vyhod-kak-restorany-perezhivayut-karantin/hmarni-kuhni-dark-kitchen-yak-koka-kola-dopomagaye-vizhiti-restorannomu-biznesu-50127946.html

Дуленко О. М., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО СТВОРЕННЯ КРУЇЗНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Висока конкуренція в сучасному круїзному туроперейтингу, а також зростаючі вимоги туристів до якості, насиченості та оригінальності нових туристичних маршрутів, програм, послуг, зумовлюють необхідність застосування креативних підходів до організації нових та традиційних видів туристичних заходів у круїзах та в цілому до формування нових круїзних туристичних продуктів [1; 2; 4]. У зв’язку з цим ми зробили спробу розробити та запропонувати для сучасного круїзного ринку новий оригінальний туристичний продукт, що має певні риси інноваційності та оригінальності, а відтак може бути привабливим для споживачів.

Авторський інноваційний круїз «За кораблем Едварда Тіча» – це захоплива двотижнева морська подорож по Карибському морю на двох вітрильних кораблях зразка XVIII ст. – одним торговим (Daw) і одним піратським (Black Shadow), зі спеціально навченими командами екіпажів, організаторів та аніматорів, зі знанням принципів керування подібним

парусним кораблем, зі збереженням антуражу тих часів мореплавства (співають пісні піратів, носять одяг того часу, говорять на певному сленгу), з можливістю усім туристам на різних ділянках поплавати на обох кораблях. Маршрути обох кораблів передбачають водночас і різні, і поєднані подорожі: торговий корабель відвідує історичні місця Карибського моря, пов'язані з колоніальним періодом, а піратський – місця, пов'язані з життям та діяльністю пірата Едварда Тіча, більш відомого як Чорна Борода.

Авторський інноваційний тур «За кораблем Едварда Тіча» має ряд конкурентних переваг, які роблять його унікальним та привабливим для туристів. У першу чергу, це оригінальний формат туру та його неповторна атмосфера: подорож на двох стилізованих кораблях XVIII ст. – це унікальна можливість відчути атмосферу того часу та стати учасником морської пригоди, порівняти життя та діяльність піратів та торговців, з дотриманням принципу історичної достовірності. Крім захоплюючих заходів під час плавання, круїз передбачає низку пізнавальних екскурсій у портах висадки, на території декількох острівних держав: Антигуа і Барбуда, Ямайка, Барбадос, Гренада, Сент-Вінсент і Гренадини, а також дайвінгове відвідування (для підготовлених бажаючих туристів) затонулих у XVIII ст. кораблів «Вікторія» та «Англо-Голландець».

Важливою перевагою та ознакою туру є можливості туристів взяти участь у додаткових заходах: навчання основам морської справи та керування вітрильним кораблем, в'язання морських вузлів та отримання інших навичок, необхідних для життя на морі; майстер-класи з виготовлення сувенірів у стилі піратів (чорних прапорів, піратських капелюхів тощо); участь у піратських іграх та конкурсах (піратський бій, пошук скарбів та ін.); участь у піратській вечірці на острові Барбадос, у дегустаційних заходах (дегустація рому, морепродуктів); фрі-дайвінг у відкритому морі, відвідання рибальського села.

Але головною родзинкою, та відповідно і конкурентною перевагою, нашого оригінального круїзу є його фінальний атракціон – історична реконструкція «Погоня», за участю всіх бажаючих туристів під пильним керівництвом організаторів та досвідчених акторів-аніматорів.

В останній день туру обидва кораблі рушають з одного порту. Daw вирушає трохи раніше, а Black Shadow починає полювати за ним. Однак пірати не використовують гармати, а намагаються наздогнати торговий корабель, використовуючи свої вітрила та весла. Під час погоні кораблі маневрують, щоб уникнути зіткнення. Пірати Black Shadow використовують свої навички веслування та вітрильного спорту, щоб наздогнати Daw. Після тривалої погоні Black Shadow нарешті наздоганяє Daw. Пірати підходять до Daw і закликають команду торгового корабля здатися. Команда Daw відмовляється, і починається бій, з елементами абордажу. Пірати Black Shadow піднімаються на борт Daw. Команда Daw організовується в оборону. Пірати Black Shadow переважають за чисельністю, але команда Daw захищається відважно. Нарешті, пірати Black Shadow перемагають. Вони беруть команду Daw у полон, але не

заарештовують їх, а просто забирають на свій корабель. При цьому можливий і «напад» піратів на окремих туристів, яких звільняють відважні торговці з Daw. Під час погоні кораблі можуть маневрувати навколо островів та рифів, під час бою на борту Daw може спалахнути пожежа, яка швидко гаситься сміливими оборонцями. Зазначені елементи додають динаміки та напруження.

Але все зазначене яскраве інсценування відбувається із суворим дотриманням усіх вимог безпеки, туристи залишаються неушкодженими. На такій ноті тур підходить до свого кінця.

Отже, оригінальний тур «За кораблем Едварда Тіча», основною ідеєю якого є глибоке занурення у піратське та торговельне морське життя у XVIII ст., який включає багато пізнавальних та розважальних елементів (екскурсії, майстер-класи, дегустації тощо) і закінчується масштабною історичною реконструкцією з феєричною баталією та елементами погоні і абордажу, можна назвати інноваційним, що за умови грамотного маркетингу має всі шанси завоювати довіру та прихильність численних споживачів.

Список використаних джерел:

1. Boiko V. Cruise tourism: tendencies of the industry development in the period of uncertainty. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. Вип. 17. 2023. С. 133–139.

2. Корнілова В. В., Корнілова Н. В. Сучасні тенденції розвитку круїзного ринку світу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 5. С. 20–25.

3. Круїзи Карибським морем та островами. URL: https://cruise-life.pro/uk/regions/kariby_352.html

4. Пешук Л. В., Приходько Д. Ю. Сучасні тенденції розвитку круїзного туризму в умовах викликів та загроз. *Економіка харчової промисловості*. 2023. Т. 15. Вип. 2. С. 72–79.

Дуля О. К., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Погребняк А. В., д.т.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

УПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ

Стрімкий розвиток туристичного бізнесу у світі в умовах жорсткої конкуренції вимагає від зайнятих у ньому кампаній широкого застосування інноваційних технологій в різних сегментах своєї діяльності. Автоматизація системи управління персоналом, логістичними ланцюгами використання ресурсів, процесами приготування страв, взаємодії із клієнтами, створення віртуального меню тощо. надає значні переваги конкурентоспроможності та зростання прибутковості бізнесу. Останнім часом круїзні компанії активно впроваджують новітні технології в процес

приготування їжі, що дозволяє підвищити ефективність роботи кухні. Наприклад, використання системи моніторингу температури й вологості продуктів допомагає підтримувати їх свіжість та запобігати псуванню.

Сучасні технології та висококласні кухонні пристрої дозволяють шеф-кухарям реалізувати найсміливіші кулінарні ідеї, що підвищує якість страв і забезпечує їх швидке приготування. Одним з основних елементів кухні на борту є конвекційні печі, які використовують гаряче повітря для рівномірного прогрівання страв. Це забезпечує не лише швидкість приготування, але й зберігає соковитість і смакові якості продуктів. Ще одним важливим компонентом є пароварки, які дозволяють зберегти корисні речовини в продуктах. Цей метод приготування особливо популярний серед пасажирів, які дотримуються здорового способу життя. Крім того, на борту круїзних лайнерів часто використовують вакуумні пакувальники, що дозволяють зберігати свіжість продуктів і підготовлювати їх до приготування. Грилі на борту забезпечують можливість приготування страв з характерним смаком, що досягається завдяки відкритому вогню. Крім основного обладнання, сучасні круїзні лайнери оснащені різноманітними пристроями для приготування їжі, такими як фритюрниці, плити з індукційним нагріванням, соковидавлювачі та блендери. Оснащення кухонь на круїзних лайнерах є важливим елементом, що забезпечує пасажирам незабутній гастрономічний досвід.

У світі круїзного бізнесу автоматизація стала важливим інструментом для покращення обслуговування пасажирів і підвищення ефективності роботи. Однією з компаній, що активно впроваджують такі технології, є Royal Caribbean, яка використовує автоматизовані системи замовлень для покращення гастрономічного досвіду своїх гостей. Завдяки впровадженню мобільних додатків, пасажири отримують можливість зручно обирати страви з меню, що значно полегшує процес замовлення. Кожен пасажир може завантажити додаток на свій смартфон і переглядати різноманітні кулінарні пропозиції, а також спеціальні страви, що відповідають їхнім уподобанням. Мобільний додаток дозволяє зробити замовлення в будь-який час, без необхідності стояти в черзі або чекати на офіціанта. Крім того, такі автоматизовані системи надають пасажирам можливість налаштувати свої замовлення відповідно до особистих смакових вподобань та дієтичних обмежень. Автоматизація також допомагає знизити навантаження на персонал. Офіціанти можуть зосередитися на наданні якісного обслуговування та взаємодії з пасажирами, замість того щоб витрачати час на прийняття замовлень. Це сприяє покращенню загального сервісу, адже персонал має більше можливостей для забезпечення високої якості обслуговування. Впровадження автоматизованих систем також дозволяє круїзним компаніям збирати дані про уподобання пасажирів, що відкриває нові можливості для маркетингу і розвитку. Аналізуючи замовлення, компанії можуть виявити популярні страви та тенденції, адаптувати меню відповідно до потреб клієнтів, а також пропонувати нові

гастрономічні ідеї. До того ж такі технології можуть використовуватися для організації обслуговування на різних етапах круїзу. Наприклад, пасажири можуть заздалегідь замовити страви для особливих випадків, таких як святкування ювілеїв або романтичні вечері, що дозволяє шеф-кухарям підготуватися і забезпечити незабутнє враження.

Отже, використання автоматизації на круїзних лайнерах значно покращує гастрономічний досвід пасажирів, робить обслуговування більш ефективним і зручним. Завдяки таким інноваціям круїзні компанії можуть створювати унікальні гастрономічні пропозиції, що відповідають вимогам сучасних мандрівників, які цінують комфорт і якість. Круїзні лайнери пропонують унікальну можливість інтеграції культурних елементів у харчування. Це особливо важливо, оскільки пасажири часто походять з різних країн і мають різні кулінарні вподобання. Запровадження національних страв у меню допомагає створити унікальний гастрономічний досвід для кожного пасажира. Прибутковість та конкурентоспроможність будь-якого бізнесу визначають перспективи його подальшого розвитку та зростання. Компанії сфери туристичних послуг, зокрема, що займаються обслуговуванням круїзних лайнерів, можуть бути стійкими та успішними тільки за умови впровадження інноваційних технологій у своїй повсякденній діяльності.

Список використаних джерел:

1. Chang C. The Role of Culinary Experiences in Cruise Tourism. *Journal of Tourism & Hospitality*. 2018. № 7 (3). P. 1–10.

2. Kwortnik R. J. & Thompson G. M. Unifying Service Marketing and Operations with Service Experience Management. *Journal of Service Research*. 2009. № 21 (2). P. 205–223.

Зеніна Д. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

БРЕНДИНГ ЧИ ІМІДЖ: СТРАТЕГІЧНИЙ ВИБІР ДЛЯ ЗАКЛАДІВ ГОСТИННОСТІ

У сучасному бізнес-середовищі заклади, особливо в сферах обслуговування та громадського харчування, стоять перед вибором: акцентувати увагу на створенні бренду чи зосередитися на формуванні іміджу. Хоча ці два поняття часто сприймаються як взаємозамінні, вони мають суттєві відмінності, що можуть впливати на довгострокову стратегію розвитку. Кожен бізнес прагне бути впізнаваним, залучати нових клієнтів і підтримувати лояльність уже наявних. Проте шлях до цього

може суттєво відрізнятися залежно від обраного підходу. Узагальнюючи усі визначення поняття брендингу можна стверджувати, що: брендинг – це комплекс дій, спрямованих на створення унікального та впізнаваного образу компанії, її продуктів чи послуг, що включає візуальні елементи, ідентичність та повідомлення. Бренд – це обіцянка якості та певного досвіду для споживача, яка має стійкий характер і розвивається протягом тривалого часу. Основна задача брендингу – це створення унікальної ідентичності, що виділятиме компанію або продукт серед конкурентів. Це включає назву бренду, логотип, кольорову палітру, шрифти та інші візуальні елементи, які разом створюють єдиний стиль. Тобто, він забезпечує сталу впізнаваність компанії або продукту на ринку, і, через постійне використання однакових візуальних елементів та меседжів, дозволяє споживачам швидко ідентифікувати один бренд серед багатьох інших. Через брендинг компанія транслює свої цінності, місію та бачення. Це допомагає побудувати довіру та викликати інтерес у споживачів, які розділяють ці цінності [1].

Аналогічно, узагальнюючи поняття іміджу, можна визначитися, що: імідж – це сприйняття компанії в очах громадськості або певних цільових груп. Він формується не тільки через комунікацію, а й на основі взаємодії клієнтів із закладом: якість обслуговування, атмосфера, відгуки інших клієнтів. Імідж може змінюватися швидше, адже він залежить від зовнішніх факторів, зокрема від репутаційних криз чи змін у поведінці споживачів. Основна задача іміджу – створити у споживачів позитивне враження про компанію або продукт. Це враження формується через якість обслуговування, репутацію на ринку, відгуки клієнтів та PR. Активність компанії в суспільному житті, благодійні ініціативи, участь у соціально значущих проектах — усе це впливає на позитивне сприйняття та формування відповідного іміджу. Він відіграє вирішальну роль у репутації компанії. Він визначає, як бренд сприймається громадськістю, і є ключовим фактором у побудові довіри [2].

Перед тим як зробити вибір між брендингом та іміджем, варто чітко усвідомити, коли і яка стратегія буде найбільш ефективною. Кожен підхід має свої особливості і відповідає на різні потреби бізнесу. Брендинг забезпечує стійкість та довгострокову перспективу, створюючи основу для лояльності та впізнаваності. Імідж, зі свого боку, є гнучким інструментом, що дозволяє швидко реагувати на зміну обставин або вимог ринку [2].

Брендинг і імідж виконують різні функції і не є взаємовиключними поняттями. Ідеальним підходом для закладу є поєднання обох стратегій: брендинг створює стійкий фундамент, тоді як імідж дозволяє оперативно реагувати на зміни на ринку та в поведінці споживачів. Брендинг забезпечує довгострокову перспективу, а імідж – короткостроковий інструмент для досягнення поточних цілей [1, 2].

Отже, заклади мають постійно балансувати між брендингом та іміджем, враховуючи поточні виклики та майбутні цілі. Брендинг створює тривалу базу для стійкого розвитку, а імідж – це інструмент для швидкого

реагування на реалії ринку. Важливо розуміти, що ці дві стратегії доповнюють одна одну: брендинг формує фундамент, а імідж дозволяє зберігати актуальність і бути готовим до змін.

Список використаних джерел:

1. Що таке брендинг і навіщо він потрібний. URL: https://sendpulse.ua/blog/what-is-branding

2. Булгакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13. Ч. 1. С. 31–36.

Зеніна Д. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Вишнікіна О. В., к.х.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: МОЖЛИВОСТІ ТА ВИКЛИКИ

Франчайзинг у ресторанній індустрії стає все популярнішим та ефективним методом розширення бізнесу, що дозволяє підприємцям використовувати вже випробувані моделі, бренд і системи управління. Для багатьох міжнародних і національних ресторанів франчайзинг є рушійною силою, що сприяє швидкому виходу на нові ринки з мінімальними ризиками та інвестиціями. Франчайзинг не лише надає можливості для зростання і зміцнення позицій на ринку, а й постає як інноваційна стратегія з численними викликами. Розглянемо, які перспективи відкриває франчайзинг у ресторанному бізнесі.

У ресторанній індустрії модель франчайзингу дозволяє використовувати відому торгову марку та вже перевірені технології управління і маркетингу, що спрощує відкриття нових закладів харчування. Його можна розглядати як симбіоз великого та малого бізнесу, що створює союз, де з одного боку присутня енергія та відданість окремого підприємця, а з іншого – ресурси, комерційна потужність та великий досвід великої компанії. Але, як і у будь-якого співробітництва, у франчайзингу є свої можливості і виклики.

Сьогодні ж франчайзинг у ресторанній сфері продовжує розвиватися, зокрема завдяки інноваційним концепціям, таким як гібридні моделі франчайзингу, концепції “гостинності вдома” та розвитку технологій, які спрощують управління франчайзинговими мережами. Також зростає популярність альтернативних форматів, таких як “dark kitchens” (ресторанів без фізичних залів для гостей) або мобільних фуд-траків, що відкривають нові можливості для франчайзингу.

Таблиця 1

Можливості і виклики франчайзингу для розвитку ресторанного бізнесу

Можливості	Виклики
1. Масштабованість бізнесу	1. Контроль якості
2. Зниження операційних ризиків	2. Незалежність франчайзі та конфлікти інтересів
3. Використання перевіреної бізнес-моделі	3. Дотримання контрактних умов
4. Простота виходу на міжнародний ринок	4. Залежність від зовнішніх факторів
5. Залучення інновацій	5. Ризик втрати інноваційного потенціалу

Отже, франчайзинг є ефективною стратегією розвитку ресторанного бізнесу, що дозволяє масштабуватися з мінімальними ризиками та витратами, залучати інновації та ефективно використовувати бренд. В умовах сучасної економіки та ринку франчайзинг у ресторанному бізнесі має значний потенціал, особливо при умові впровадження технологічних інновацій та адаптації до локальних ринків.

Зуб І. О., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Погребняк А. В., д.т.н., проф., професор кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

БЕЗПЕКА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ

Безпека харчових продуктів на круїзних лайнерах є ключовим фактором для забезпечення здоров'я пасажирів і персоналу. Велика кількість людей на борту в обмеженому просторі підвищує ризик поширення харчових інфекцій, що може мати серйозні наслідки для всіх учасників круїзної подорожі. Надійне управління процесами постачання, зберігання, приготування та подачі їжі є критично важливим для підтримки високого рівня харчової безпеки. Харчування на круїзних лайнерах є однією з центральних складових загального враження пасажирів від подорожі. Круїзні компанії зазвичай пропонують широкий асортимент страв різних кухонь світу, що створює унікальний досвід для гостей. Кожен рейс вимагає ретельного планування, зокрема в питаннях постачання продуктів, забезпечення різноманітного меню та дотримання всіх санітарних норм. Завдяки різноманітності пасажирських уподобань та тривалим подорожам, круїзні компанії стикаються з унікальними викликами у сфері харчування, які вимагають інноваційних рішень.

Логістика постачання харчових продуктів на круїзні лайнери є складною багаторівневою системою, що включає постачання великих обсягів різноманітних продуктів до місць приготування і споживання. Продукти зазвичай завантажуються під час зупинок у портах, тому необхідно точно передбачити потреби на час рейсу, включаючи непередбачені ситуації, такі як затримки або зміни маршруту. Спеціалізовані компанії забезпечують логістику постачання, гарантуючи, що продукти відповідають міжнародним стандартам безпеки та якості. Необхідність у свіжих продуктах вимагає постійного поповнення запасів під час зупинок у портах, і цей процес має бути організований безпомилково, щоб не порушити графік руху лайнера (табл. 1).

Таблиця 1

Основні етапи процесу логістики харчових продуктів на круїзному лайнері

Етап логістики	Опис процесу
1. Планування	Визначення кількості та типів продуктів для кожного рейсу
2. Закупівля	Укладання угод з постачальниками для забезпечення свіжих продуктів
3.Завантаження продуктів	Завантаження запасів під час зупинок у портах
4. Зберігання	Забезпечення оптимальних умов зберігання на борту
5. Розподіл продуктів	Доставка продуктів на кухні та ресторани на лайнері

Круїзні судна, здатні прийняти на борту кілька тисяч пасажирів, мають забезпечувати не лише значні обсяги їжі, але й різноманітність меню для задоволення різних смаків та дієтичних обмежень. Це вимагає використання великої кількості інгредієнтів, що дозволяє готувати страви різних кухонь світу. Сучасні круїзні лайнери пропонують широкий вибір ресторанів: від шведського столу до висококласних ресторанів, які спеціалізуються на гастрономічних шедеврах з конкретних національних кухонь. Меню круїзних лайнерів повинно задовольняти різноманітні потреби пасажирів, включаючи вегетаріанців, веганів, людей із непереносимістю глютену, лактози, а також тих, хто дотримується особливих дієт за релігійними чи медичними показаннями. Кожне меню має бути складене з урахуванням цих вимог, а кухарі повинні мати відповідну кваліфікацію для приготування таких страв (табл. 2).

Таблиця 2

Типові дієтичні вимоги пасажирів

Тип дієти	Приклад страв
Вегетаріанська	Різотто з грибами, салат зі свіжих овочів
Безглютенова	Риба на грилі з овочами, рис без глютену
Веганська	Паста з овочами без продуктів тваринного походження
Кошерна	Яловичина з овочами, приготовлена за кошерними нормами
Безлактозна	Куряче філе з овочами, приготоване без молочних продуктів

Зберігання продуктів на круїзних лайнерах є складним завданням через специфічні умови на борту, зокрема обмежений простір та тривалість рейсів. Щоб зберегти свіжість продуктів на тривалий час, використовуються спеціалізовані холодильно-заморожувальні системи. Ці системи повинні підтримувати оптимальну температуру для різних типів продуктів, запобігаючи їх псуванню та забезпечуючи максимальний термін придатності. Продукти на борту зберігаються у різних секціях залежно від їхніх вимог до умов зберігання: окремо зберігаються свіжі фрукти та овочі, молочні продукти, заморожені м'ясні вироби та сухі товари. Управління цими ресурсами вимагає високого рівня організації та використання спеціалізованого програмного забезпечення для контролю запасів. Управління запасами та зберігання продуктів в умовах круїзного судна є складним процесом, що потребує бездоганної координації між кухарями, постачальниками та службами контролю якості. Якість харчування, його різноманітність і безпечність безпосередньо впливають на рівень задоволення пасажирів, формуючи враження про подорож та репутацію круїзного оператора. Організація харчування на круїзних лайнерах є критично важливим аспектом функціонування круїзних суден і безпосередньо впливає на загальне враження пасажирів від подорожі. Тривалі круїзні рейси, які можуть продовжуватися від кількох днів до кількох тижнів, потребують розширеного планування харчового постачання, зокрема запасів свіжих продуктів.

Список використаних джерел:

1. Medeiros L. C. & Rivas E. Food safety in cruise ships: A review of practices and challenges. *International Journal of Hospitality Management*. 2021. № 97. P. 102–998.

2. Michaels B. S. & Peabody D. S. The role of the cruise ship industry in foodborne illness prevention: Current practices and recommendations. *Food Control*. 2017. № 73. P. 948–957.

Казаков В. В., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Погребняк А. В., д.т.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

КОНТРОЛЬ ЯКОСТІ ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ НА КРУЇЗНИХ ЛАЙНЕРАХ: САНІТАРНІ СТАНДАРТИ І РЕГУЛЮВАННЯ

Організація харчування на круїзних лайнерах є надзвичайно важливою для забезпечення якості та безпеки їжі для пасажирів. Дотримання сучасних міжнародних стандартів, які диктують вимоги до харчової безпеки на суднах, забезпечує запобігання харчовим отруєнням та іншим небезпечним для здоров'я інцидентам, які можуть виникати внаслідок порушення умов зберігання, приготування та подачі продуктів. Питання відповідності вимогам санітарних стандартів набуває особливої актуальності в умовах круїзних подорожей через великі скупчення людей на обмеженій площі. Такі обставини створюють ідеальні умови для швидкого поширення інфекцій, зокрема, харчових. Недотримання санітарних норм може призвести до масових отруєнь або спалахів хвороб, що здатні завдати непоправної шкоди як пасажирам, так і круїзній компанії, зокрема її репутації. Тому впровадження ефективних систем контролю якості харчових продуктів і дотримання міжнародних стандартів безпеки є обов'язковою умовою для успішної роботи в цій галузі. Харчова безпека на круїзних лайнерах регулюється численними міжнародними організаціями, серед яких найвпливовіші – Міжнародна організація мореплавства (МОМ) та Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ). Відповідні документи визначають загальні стандарти, які мають дотримуватися всі круїзні судна.

Таблиця 1

Основні міжнародні документи, що регулюють харчову безпеку на круїзних лайнерах

Документ	Організація	Опис
Міжнародний кодекс МОМ	Міжнародна організація мореплавства (МОМ)	Регулює безпеку на суднах, зокрема харчову безпеку і санітарні умови
Рекомендації ВООЗ	ВООЗ	Охоплює питання запобігання інфекцій через їжу та санітарні стандарти
Регламент ЄС з безпеки харчових продуктів	Європейська комісія	Визначає вимоги до харчової безпеки для суден, які заходять до портів ЄС
Кодекс харчової безпеки	CODEX Alimentarius (ФАО та ВООЗ)	Міжнародний кодекс стандартів, що регулює харчову безпеку на глобальному рівні

Однією з найефективніших систем забезпечення харчової безпеки на круїзних лайнерах є **HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points),** яка спрямована на виявлення та контроль потенційно небезпечних точок у ланцюгу підготовки їжі – від закупівлі сировини до подачі готових страв. Ключові етапи системи HACCP передбачають моніторинг усіх процесів з підготовки, приготування та зберігання їжі з метою мінімізації ризиків. На круїзних суднах система HACCP впроваджується через детальний аналіз усіх процесів на кухні: від приймання продуктів до подачі їжі пасажирам. Для кожного етапу визначаються критичні контрольні точки (ККТ), де може виникати небезпека для безпеки продуктів, і встановлюються відповідні заходи контролю. Наприклад, одним із найбільш контрольованих факторів є температурний режим, який регулюється на всіх етапах обробки їжі.

Таблиця 2

Основні етапи HACCP на круїзних лайнерах

Етап HACCP	Опис процесу
Ідентифікація небезпек	Аналіз потенційних ризиків у харчовому ланцюзі (мікробіологічні, хімічні, фізичні)
Визначення критичних точок (ККТ)	Визначення стадій процесу, де можливі ризики та необхідні додаткові заходи контролю
Встановлення критичних лімітів	Визначення максимальних і мінімальних значень для контролю на ККТ
Впровадження моніторингу	Регулярне відстеження контрольованих параметрів на всіх ККТ
Коригувальні дії	Оперативне вживання заходів у разі порушень норм на контрольних точках

Головні міжнародні документи, що регулюють та контролюють харчову безпеку на круїзних лайнерах – Міжнародний кодекс Міжнародної організації мореплавства, Рекомендації Всесвітньої організації охорони здоров’я, Регламент ЄС з безпеки харчових продуктів, Кодекс харчової безпеки ВООЗ. Відповідні документи визначають загальні стандарти, яких мають дотримуватися всі круїзні судна. Персонал круїзних лайнерів повинен відповідати суворим санітарним стандартам і постійно проводити контроль якості продуктів для уникнення харчових отруєнь. Регулярні інспекції, перевірки та санітарна обробка приміщень є частиною щоденної рутини персоналу, відповідального за харчування на борту.

Список використаних джерел:

1. Кодекс міжнародної організації мореплавства (IMO). (2017). *Міжнародні правила щодо запобігання забрудненню з суден* (MARPOL). URL: https://www.imo.org

2. ВООЗ. (2020). *Норми та стандарти для безпеки харчових продуктів*. URL: https://www.who.int

3. Кодекс харчових продуктів (Codex Alimentarius). (2018). *Стандарти для харчових продуктів*. URL: http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-home/en

4. Міжнародна асоціація круїзних лайнерів (CLIA). (2021). *Стандарти з безпеки харчових продуктів для круїзних лайнерів*. URL: https://cruising.org

Кібаєва К. В., студентка
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова
(науковий керівник – Шаповаленко Д. О., к.е.н., доц., доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова)

АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ДО УМОВ ВІЙНИ

У сучасних умовах, на території України коли триває війна, готельно-ресторанний бізнес стикається з безпрецедентними викликами. Цей сектор, який завжди був важливою складовою економіки та культури країни, опинився в ситуації, що потребує швидкої та ефективної адаптації до нових умов.

Мета цих тез полягає у дослідженні та аналізі процесу адаптації готельно-ресторанного бізнесу України до умов воєнного стану, визначенні основних викликів і ризиків, а також у розробці дієвих рекомендацій щодо впровадження результативних стратегій для збереження стабільності та підтримки розвитку бізнесу в кризовій ситуації.

Концепція адаптації нині продовжує розвиватися, інтегруючи новітні підходи, як-от використання великих даних та аналітики для прогнозування і адаптації до ринкових трендів. В сучасному контексті адаптація включає також елементи технологічної трансформації, гнучкого управління та інноваційного мислення. Наукові дослідження акцентують увагу на важливості інтеграції адаптивних стратегій у всі аспекти управлінської практики для забезпечення стійкості та конкурентоспроможності організацій у швидко змінюваному середовищі.

На основі аналізу різних визначень поняття «адаптація» можна сформулювати наступне визначення: адаптація – це процес цілеспрямованого накопичення, аналізу й використання інформації для налаштування та зміни параметрів, структури й функціонування системи або підприємства з урахуванням змін у зовнішньому оточенні та внутрішніх обставинах.

Стабільність готельно-ресторанного сектору в Україні під час війни визначається низкою зовнішніх та внутрішніх чинників. Серед них політична підтримка, економічна ситуація, технологічна адаптація та здатність швидко реагувати на зміни в споживчій поведінці є ключовими для виживання й розвитку бізнесу в цей непростий час. Тому важливо виділити основні проблеми управління бізнесом, які суттєво впливають на конкурентоспроможність та стійкість готельно-ресторанної сфери перед наслідками війни (рис. 1).

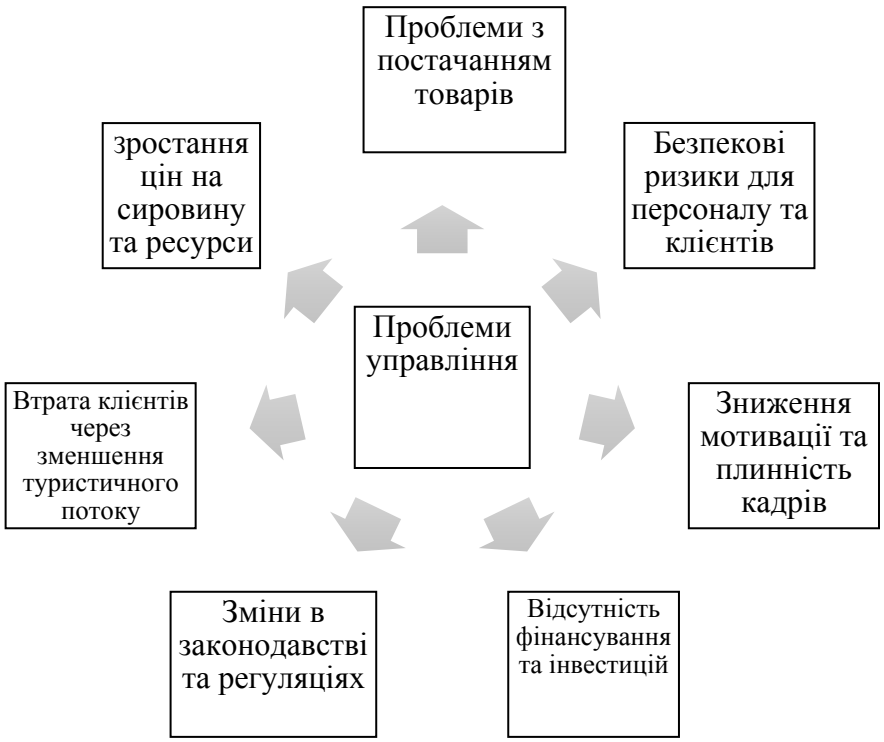

Рис. 1. Проблеми управління готельно-ресторанним бізнесом під час війни

На основі аналізу впливу війни на готельний сектор України можна виокремити кілька основних напрямів із негативним впливом, зокрема:

– бойові дії призвели до руйнування готелів, ресторанів і транспортних шляхів, що суттєво ускладнює доступ до послуг гостинності;

– багато готелів та ресторанів припинили свою діяльність або стали недоступними через окупацію, що негативно позначається на економічній ситуації в регіонах;

– заклади, розташовані в зонах окупації, більше не мають можливості співпрацювати з міжнародними брендами, що знижує їхню конкурентоспроможність;

– виїзд і мобілізація працівників спричиняють дефіцит кадрів, ускладнюючи надання якісних послуг;

– війна значно скоротила кількість туристів, як внутрішніх, так і міжнародних, що спричинило зменшення рівня заповнюваності готелів;

– багато закладів змушені змінювати своє цільове призначення, надаючи послуги тимчасового розміщення для військових або переселенців;

– нестабільність ситуації знижує інтерес інвесторів, що сповільнює розвиток ринку готельного господарства;

– труднощі з постачанням товарів і послуг впливають на здатність підприємств забезпечувати клієнтів;

– підприємства змушені адаптувати свою роботу до нових умов, що може включати зміни в графіку роботи та впровадження додаткових заходів безпеки.

В умовах війни підприємствам доводиться переглядати свої бізнес-моделі, адаптувати асортимент та обслуговування, щоб задовольнити нові потреби клієнтів, які змінюються залежно від безпекової ситуації та економічних умов. Важливими аспектами управління стають ефективність витрат, підтримка персоналу та інноваційні підходи до обслуговування.

Управління ризиками, фінансове планування та маркетингові стратегії, адаптовані до нових реалій, стають критично важливими для виживання та розвитку готельно-ресторанного бізнесу. Це підкреслює необхідність гнучкості та інноваційності в управлінні, що дозволить підприємствам не лише адаптуватися до викликів воєнного часу, а й знайти нові можливості для зростання.

Адаптація цінових стратегій стає важливою в умовах непередбачуваного попиту. Готелі повинні вміло регулювати ціни, реагуючи на зміни в економічній ситуації та конкурентному середовищі. Це полягає як у зниженні цін у періоди низького попиту, так і у запровадженні акцій та знижок.

Впровадження дистанційних технологій для бронювання, реєстрації та замовлення послуг стає необхідністю. Це не лише підвищує зручність для клієнтів, а й знижує ризики, пов’язані з особистими контактами. Готелі можуть використовувати мобільні додатки або веб-платформи для спрощення цих процесів.

У періоди кризи надзвичайно важливо організувати відповідну підготовку працівників. Зокрема, необхідно проводити тренінги з безпеки, управління стресом та обслуговування клієнтів в умовах стресу, що допоможе підвищити впевненість співробітників.

Готелі мають забезпечувати своїх працівників психологічною підтримкою, оскільки вони можуть стикатися зі стресом, викликаним війною. Це може передбачати консультації з психологами та участь у програмах підтримки.

Активне використання онлайн-ресурсів для бронювання та комунікації з клієнтами є критично важливим. Сучасні технології дозволяють не лише знижувати витрати, але й підвищувати зручність для гостей.

Отже, адаптація українського готельного бізнесу до умов, що диктує війна, вимагає від управлінців гнучкості, стратегічного мислення та вміння оперативно відповідати на зміни. Впровадження нових підходів і технологій, а також підтримка персоналу і громади стають запорукою виживання та успішного розвитку готелів під час криз. Інноваційні рішення, які з'являються у відповідь на нові виклики, формують нову реальність для індустрії гостинності, відкриваючи можливості для зростання навіть у найскладніших умовах.

Кириленко О. М., завідувач економіко-правового відділення
ВСП "Путивльський фаховий коледж
Сумського національного аграрного університету"

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ У ТУРИЗМІ

На прийняття будь-яких рішень впливають передусім прогнозовані наслідки впровадження цих рішень. Прийняття інноваційних рішень вимагає системного підходу до оцінки наслідків від їх впровадження. На жаль у суспільстві найчастіше оцінюється лише економічний ефект від інноваційних рішень. Економічна ефективність прийняття інноваційних стратегічних пропозицій є головним критерієм при розгляді можливості та необхідності їх впровадження. «Об'єктивність, коректність та повнота оцінки ефективності дозволяють активно впливати не тільки на поточний стан, а й тенденції розвитку туризму, встановлювати розміри підприємств галузі, структуру та обсяги необхідного виробництва туристських послуг, відстежувати та коригувати слабокеровані процеси та явища, у тому числі придушувати негативні, складати плани та прогнози розвитку туризму в регіоні. Під ефективністю розуміються дієвість, результативність, творчість» [1, с. 43].

Одним із методів оцінки ефективності інноваційних стратегій у туризмі є «Допоміжний рахунок туризму» (ДРТ). Цей показник, спільно розроблений фахівцями з Всесвітньої туристської організації, Організації економічного співробітництва та розвитку, Комісії Європейських співтовариств, Статистичного відділу Організації Об'єднаних Націй, призначений для оцінки того, як туризм впливає на економіку регіону. Будується цей показник на основі розширених статистичних даних. Саму методику цього ДРТ відносять до базових інновацій. Головний принцип даного підходу полягає у обліку впливу, так званого, мультиплікатора туризму на економіку як окремого регіону, так і країни в цілому. Цей метод консолідованого обліку, який освоюється в багатьох країнах, базується на зборі, обробці та аналізі великої кількості статистичних даних, набагато більшого, ніж враховується в даний час. ДРТ дозволяє виділити частки доходів інших галузей народного господарства, які

безпосередньо пов’язані саме з турпотоком, і таким чином оцінити вагу туризму в економіці регіонів. Тобто, за допомогою ДРТ можна виміряти частку туризму у ВВП, кількість додаткових робочих місць і додаткових податкових надходжень у різних секторах економіки, пов’язаних з туризмом у регіоні.

Ще одна методика пропонує показники з оцінки ефективності розвитку туризму в регіоні розділити на дві групи: економічну та соціальну [2, с. 256]. При цьому до економічної групи належать показники:

1. Економічні показники безпосередньо туристичних підприємств (готелі, турбази, туристичні агентства), які можуть проводити прийняття рішень про інвестиції. Як правило, це рентабельність, фондовіддача тощо широко відомі показники. Ці показники досить легко розрахувати, і методика їхнього розрахунку давно відома.

2. Економічні показники підприємств, близько пов’язаних з життєзабезпеченням та потребами туристів (підприємства громадського харчування, транспорт, медичні установи, виробництво сувенірної продукції та інші).

3. Економічний ефект окремих видів туризму (пізнавальний, екологічний, спортивний та інші) можна оцінити за доходами організацій та підприємств націлених на задоволення потреб таких туристів.

4. Економічні показники підприємств, що є об’єктами залучення туристів. Це музеї, історичні та архітектурні пам’ятки, природні парки, парки атракціонів, нічні розважальні заклади, стадіони, природні ландшафти та явища. Легко підрахувати дохід подібних підприємств, і навіть виділити в них туристичну складову, якщо є вхідна плата або квитки. Але вхідна плата на природні явища, природні ландшафти та огляд історичних і архітектурних пам’яток не встановлено. У такому разі прямий дохід відсутній, але непрямий очевидний – збільшення доходів у галузях, зайнятих обслуговуванням туристів у регіоні.

5. Економічні показники підприємств, пов’язаних з розвитком і підтримкою інфраструктури туризму в регіоні (будівельні, ремонтні, банківські, інформаційні, енергетичні та інші). Частково їх показники також залежать від туризму, і ця частина може бути оцінена у фінансовому еквіваленті.

6. Потенційне збільшення потоку туристів і потенційне збільшення доходів регіону в майбутньому визначає інвестиції в інфраструктуру регіону в теперішньому. Це може бути як будівництво об’єктів колективних засобів розміщення, тобто структур безпосередньо призначених для обслуговування туристів регіону, так і будівництво доріг, розвиток міського господарства, впровадження нової техніки і технологій, тобто інфраструктури, яка покращує якість життя місцевого населення. Тут важливий симбіоз приватних та державних інвестицій.

7. Балансовим показником є кількість туристів, що в’їжджають та виїжджають з регіону. Звичайно, це не грошова одиниця, але важлива для оцінки кількості фінансових коштів, яку турист залишає під час відпочинку в регіоні. Зазвичай всі країни та регіони прагнуть збільшення в’їзного туризму зі зрозумілих причин.

8. Показник впливу туризму надходження до бюджету. Також складається з двох частин – це податки та внески від підприємств, які безпосередньо зайняті туристичним бізнесом а також це податки та внески від фірм зайнятих в інших сферах діяльності, які опосередковано пов'язані із туризмом.

До показників соціальної ефективності відносять такі показники як: підвищення працездатності туриста, що відпочив; пізнавальну ефективність туриста; показник задоволення емоційного результату. Показником, який відображає підвищення якості життя людей, і який можна виміряти, може служити зростання зайнятості населення, створення додаткових робочих місць, зниження рівня безробіття та зменшення числа людей, що живуть за межею бідності, а звідси поліпшення кримінальної обстановки. Ще один показник, який складно висловити у грошовому еквіваленті, але, безумовно, він є позитивним соціальним явищем – це зростання кількості місцевого населення, яке володіє іноземними мовами.

Але, як і в будь-якій сфері економічної активності, туризм, як явище, несе певні ризики, які теж підлягають оцінці, оскільки ризики можуть призвести до виникнення таких умов, які спричинять негативні наслідки для учасників програми регіонального розвитку туризму.

Оцінюються ризики, як правило, у наступній послідовності:

1. Визначаються конкретні види ризиків, а також внутрішні та зовнішні фактори, що збільшують або зменшують конкретний вид ризиків.

2. Проводиться аналіз цих факторів.

3. Методом моделювання оцінюються конкретні види ризиків із фінансової позиції.

4. Встановлюється допустимий рівень ризику;

5. Визначаються та проводяться заходи щодо зниження рівня ризику за тим чи іншим видом діяльності до допустимого рівня.

Але ж є й негативне явище, таке як ускладнення завдання визначення ризиків інноваційних проектів у сфері туризму із-за великої кількості випадкових параметрів.

Отже, у підсумку ми можемо стверджувати про те, що ефект від будь-якої інновації має бути оцінений з різних точок зору – не лише з позиції фінансової вигоди будь-якого учасника, але й із соціальної точки зору. Саме туристична галузь через свої особливості і є (досить часто) генератором впровадження інновацій.

Список використаних джерел:

1. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : навчальний посібник. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2022. 214 с.

2. Джинджоян В. В., Тесленко Т. В., Горб К. М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності : навчальний посібник. Київ : Каравела, 2022. 340 с.

Коваленко О. В., к.пед.н., доцент, завідувач кафедри туризму
Сумського національного аграрного університету

ПРОДУКТОВІ ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНОМУ БІЗНЕСІ

Сучасний турист пред'являє нові вимоги до екскурсійних програм. Просте гуляння мальовничими місцями планети, прослуховування рік у рік однієї й тієї ж завченої розповіді про історію певного об'єкту, фотографування на тлі пам'яток і рідкісних експонатів – усе це вже не викликає колишнього захоплення у мандрівників. Сьогоднішній екскурсант прагне не лише бачити та слухати, але й занурюватися в атмосферу, відчувати емоції, співпереживати, взаємодіяти з середовищем, торкатися предметів і створювати щось нове, при цьому здобуваючи нові навички. Таким чином, на перший план виходять враження та емоційний досвід, який людина повинна отримати під час відвідування екскурсії. Поряд із традиційними формами екскурсій з'являються інноваційні формати та нові продукти в екскурсійному бізнесі. До них відноситься розробка нових, раніше невідомих на ринку екскурсійних турів. Відносно нещодавно в якості «нових» фігурували тури «зеленого» та пригодницького екскурсійного туризму, які нині, звичайно, інноваціями вже не є. В інноваціях останніх років наголошено на пропозиції інших видів екскурсійного туризму серед яких:

1. Експедиційний екскурсійний туризм розвивається, насамперед, завдяки найбільшому туроператору в даному сегменті – Poseidon Expeditions (Великобританія). Фірма пропонує екскурсійні тури Арктикою та Антарктидою, Ірландією та Ісландією, Гренландією та Британськими північними островами. Середня тривалість таких турів – 11 днів. Один із найпопулярніших турів організується за маршрутом: Фолклендські острови – Південна Джорджія – Антарктида. Екскурсанти відкривають для себе одні з найзахопливіших пейзажів світу та дивовижну дику природу Антарктиди. Спокійні затоки й канали, вкриті кригою, відбивають у своїх водах величні гірські вершини, які вічно покриті снігом. Айсберги різних форм і розмірів доповнюють цей унікальний краєвид неймовірної краси. У водах, багатих крилем, живе безліч морських ссавців і птахів. Ця територія буквально оживає завдяки пінгвінам, які полюють у морі та утворюють великі колонії в спеціально відведених місцях на суші. Також мандрівники мають можливість відвідати антарктичні дослідницькі станції різних країн, деякі з яких навіть мають сувенірні крамниці та поштові відділення [2].

2. Пенітенціарний (тюремний) екскурсійний туризм став розвиватися з 1990-х років і в даний час набирає обертів. Основоположником цього напряму виступив Таїланд (чоловіча в'язниця Банг Кванг). У В'єтнамі екскурсанти відвідують Ханой Хілтон. У колишній середньовічній в'язниці Шрі-Ланки екскурсанти носять тюремну робу. У Німеччині відвідують жіночу в'язницю для дисиденток та незгодних Хохенек у Штольберзі (Саксонія). Найбільш популярною в'язницею США є Алькатрас у Сан-Франциско. Її відвідуваність – 1,5 млн екскурсантів на рік. У Великій Британії найбільш популярні Лондонський Тауер та

тюремний музей Клінк, у Франції – замок ІФ на однойменному острові. Однією з найбільш відвідуваних екскурсантами є в'язниця Фрімантл Перт, Австралія. Спочатку екскурсанти відвідують оглядову екскурсію містом Перт, потім виїжджають на спецтранспорті для ув'язнених, ізольовано один від одного, у в'язницю між містами Перт та Фрімантл. Після цього переодягаються у тюремні роби, які залишаються на згадку, у них знімають відбитки пальців і фотографують із номером. Головна умова – екскурсант не повинен віддалятися від екскурсовода далі, ніж 1 метр. Туристи відвідують музей тюремного мистецтва, обідають у тюремній їдальні. У Києві проводять екскурсію під назвою Підземна в'язниця: «Це подорож до одного з найбільш моторошних підземель Києва. У 1930-х роках, коли Україна перебувала під комуністичною окупацією, країну охопила хвиля політичних репресій. В ті часи під в'язниці та місця тимчасового утримання засуджених до страти переобладнували будь-які будівлі – від графських маєтків до інститутів і житлових будинків. Одним із таких місць став колишній форт Нової Печерської фортеці, який був засипаний, укритий бетонними плитами й перетворений на справжнє пекло на землі. Після смерті Сталіна та оголошення загальної амністії, вхід до цієї підземної тюрми був замурований, і місце ніби забули назавжди. Однак у наш час під час будівництва житлового комплексу на Печерську колишня підземна в'язниця була знову відкрита, тепер вже для тих, хто хоче більше дізнатися про трагічні події минулого заради майбутнього. На стінах і досі видно написи колишніх охоронців і в'язнів, а у темряві можна відчути присутність примар загублених надій...» [1].

3. Субмариновий (підводний) екскурсійний туризм почав активно розвиватися у 2000 роках. Останнім часом значної популярності набули туристичні підводні човни, розраховані на 25–65 пасажирів, які використовуються для екскурсійних занурень. Вони дозволяють мандрівникам насолоджуватися красою підводного світу на глибинах до 100 метрів, спостерігаючи за ним через великі акрилові ілюмінатори та панорамні вікна, розташовані по обидва боки човна. До таких субмарин відноситься бельгійський підводний човен «Sinbad» на єгипетському курорті Хургада. Човен «Sadko», який використовувався спочатку в Карибському, а згодом – Середземному морі. Рівень експлуатації таких суден дуже високий: у середньому вони 320 днів на рік здійснюють по 10–12 спусків на день.

4. «Похмурий» екскурсійний туризм (танатуризм чи некротуризм) також поширюється останнім часом. Він націлений на відвідування об'єктів, пов'язаних зі смертю, похованням людини, у місця масової загибелі людей, до відомих поховань. Найбільш відвідуваним об'єктом цього виду туризму є цвинтар Парижа «Пер-Лашез». Його відвідуваність становить понад 2 млн екскурсантів на рік. Крім того, популярністю користуються Хайгейтський цвинтар у Лондоні та найбільший цвинтар Європи – Централфрієнхоф у Відні (понад 3 млн поховань). Незмінним попитом користуються «Веселий» цвинтар (Сепинця, Румунія), кожен із 800 пам'ятників якого є унікальним витвором художника Стана Йона Петраша, а також Личаківський цвинтар у Львові та Байкове кладовище у Києві.

Окрім місць поховань, екскурсанти відвідують такі похмурі місця як колишній концентраційний табір Освенцім (Польща), музей тортур на Мальті, замок графа Дракули (Румунія) та інші.

5. Атомний екскурсійний туризм як окремий напрямок рекреаційної діяльності з'явився з виникненням атомної енергетики. Екскурсанти відвідують найважливіші історичні місця атомної ери, де сталися глобальні інциденти, пов'язані із ядерною енергією. В даний час у світі функціонує безліч музеїв, що експонують ядерну зброю, але екскурсанти тяжіють до відвідин саме тих територій, куди були скинуто атомні бомби чи стались найбільші техногенні катастрофи в історії людства. Найбільш відвідуваними місцями атомного екскурсійного туризму є м. Хіросіма та м. Нагасакі (Японія), а також м. Прип'ять (Україна). Відомими у колі «атомних» туристів є музей Чорнобиля в м. Київ, а також музей «Зірка-полин» у м. Чорнобиль.

Також, одним із інноваційних різновидів екскурсійного туризму у XXI ст. став гетто-туризм, зокрема тури відомими гетто американських міст-мільйонників, в першу чергу, Нью-Йорку (Боро, Бронкс).

Крім того, нині поширюються такі нішеві напрямки екскурсійного туризму як анахротуризм – екскурсійні тури з використанням транспорту, що вийшов із вживання або старовинних путівників; каунтертуризм – фотографування місць, що розташовані навпроти знаменитих екскурсійних об'єктів; к'юнітуризм – відвідування лише тих об'єктів, які рекомендують місцеві жителі, меланотуризм – відвідування об'єктів, пов'язаних зі словом «чорний»; фортунний туризм – вибір екскурсійного маршруту навмання, наприклад, за допомогою метання дротика.

Список використаних джерел:

1. Клуб Корінного Киянина. Екскурсія «Підземна в'язниця». URL: https://club.kyiv.ua/pidzemna_turma

2. Poseidon Expeditions. Antarctic Wildlife Adventure. URL: https://poseidonexpeditions.com/antarctica/falklands-south-georgia-antarctica-ultimate-wildlife-expedition/285

Краснова А. В., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення Університету митної справи та фінансів)

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Готельно-ресторанна справа є однією з найважливіших економічних галузей не лише України, а й усього світу. Вона забезпечує нам значну кількість послуг та гарантує якісне обслуговування й зріст ВВП. Для подальшого надання якісних послуг гостям сфера потребує покращення у своїй структурі. У цьому їй допоможуть сучасні інформаційні технології, котрі надають менеджерам та персоналу змогу діяти ефективно, мінімізувати ризик [1].

Види інформаційно-управлінських задач залежать від поставлених перед працівником задач. Вирізняють такі їх види: зберігаючи – вони економлять витрати та фінансові ресурси, але не мають суттєвого впливу на функціонування того чи іншого підприємства; раціоналізуючи – саме цей вид інформаційно-управлінських задач відповідає за використання інформації; творчі – виробляють нові знання, котрі потім використовуються для вдосконалення управління. Вимогами до спеціалістів, котрі готують інформацію для керівників, є знання й розуміння суті наданої інформації; професійні навички з підготовки інформації; забезпечення повноти та достовірності сторін господарської діяльності; мінімалізація інформаційного шуму й забезпечення надійності; забезпечення безперервного зв'язку між зовнішньою та внутрішньою інформаціями [1].

Інформаційні технології з'явилися у готельній індустрії близько двадцяти п'яти років тому, пройшли довгий шлях розвитку. Для автоматизації дуже часто використовують ERP-системи (набір новітніх, інтегрованих програм, що утримують інформацію в цілісному просторі комплексно, зберігаючи управлінську діяльність організацій, планування ресурсів для створення товарів та послуг, оперативне управління виконання планів, усі можливі види обліку та кінцевий аналіз результатів діяльності організації) [2].

Окрім того, технології можуть сміливо змінити шляхи та способи, методи, щоб забезпечити зручність та безпеку. Таким чином, варто виокремити найбільш поширені тренди мобільних інформаційних систем та технологій у готельно-ресторанному бізнесі: мобільні програми – наприклад, у програмі Southwest Airlines люди можуть забронювати рейси, перевірити їх статуси й отримати доступ до свого посадкового талона; чат-програми – модульні додатки, що дозволяють користувачам підтримувати зв'язок із співробітниками, знаходячись навіть у дорозі, задля отримання допомоги; віртуальні черги – дають змогу людям стати з чергу, не чекаючи з іншими людьми по декілька годин. Такі черги доступні в деяких магазинах. Для того, щоб стати в таку чергу, достатньо лише відсканувати код в магазині та ввести свої дані; QR-коди для меню – дозволяють відкрити меню та обрати їжу через код, що прикріплений до кожного столу у кафе чи ресторанах [3].

Список використаних джерел:

1. Казюка Н.П., Гуменюк В.В., Семирга Л.І., Бєлан О.В. Міжнародні інформаційні технології та їх роль в підвищенні ефективності організації готельно-ресторанної справи. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 2023. Т. 2. Вип 19. С. 29–41.

2. Скопень М.М., Сукач М.К., Будя О.П., Артеменко О.І., Хрущ Л.А. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі : підручник / за ред. д.т.н., проф. М.К. Сукача. К. : Видавництво Ліра-К, 2017. 768 с.

3. Ятаутас В.С. Інформаційні технології в готельно-ресторанному бізнесі. *Математичні методи, моделі та інформаційні технології в управлінні підприємством* : тези доповідей III наукової конференції (м. Вінниця, 5 листопада 2018 р.). Вінниця : ВТЕІ КНТЕУ, 2018. С. 213–216.

Лухта В. В., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

ІННОВАЦІЙНІ МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Інноваційні маркетингові підходи – це ключовий елемент сучасного бізнесу, який постійно адаптується до змін. В умовах глобалізації та активного впровадження новітніх технологій компанії змушені шукати нові способи взаємодії зі споживачами, аби зберегти конкурентні переваги. Зміни в споживчих перевагах, розвиток цифрових платформ і посилення глобальної конкуренції примушують маркетологів постійно переглядати свої стратегії і впроваджувати інновації.

З кожним роком бізнес-середовище стає дедалі складнішим. Компанії конкурують не тільки на місцевому, але й на глобальному рівні завдяки доступу до міжнародних ринків через Інтернет і цифрові платформи. Це змушує їх постійно впроваджувати нові маркетингові інструменти для виділення на тлі інших. Традиційні методи вже не здатні забезпечити повноцінне захоплення ринку, і тому виникає необхідність у впровадженні інноваційних стратегій. Компанії конкурують не лише за продажі, але й за увагу споживача, що є складнішим завданням у сучасному інформаційному світі, де користувачі отримують безліч сигналів з різних джерел.

Цифровізація охоплює всі аспекти бізнесу: від виробництва до маркетингу і збуту продукції. Інтернет та мобільні платформи стали основними каналами для просування товарів і послуг. Наприклад, соціальні мережі, SEO, контекстна реклама, інфлюенс-маркетинг та інші цифрові канали комунікації допомагають швидко і ефективно взаємодіяти з великою аудиторією. Крім того, збільшення використання мобільних пристроїв і розвиток електронної комерції стимулюють компанії адаптувати свої маркетингові стратегії до цифрових форматів. До прикладу:

1. Big Data та аналітика. Використання великих даних дозволяє компаніям краще розуміти своїх споживачів, прогнозувати їхні потреби та створювати персоналізовані пропозиції. Аналітичні інструменти дозволяють відстежувати поведінку споживачів онлайн, аналізувати їхні дії і використовувати ці дані для прийняття більш точних рішень.

2. Соціальні мережі. Платформи, такі як Instagram, Facebook, TikTok, надають компаніям можливість активно комунікувати зі споживачами через інтерактивний контент, відео, стріми та інше. Вони також є ключовими для інфлюенс-маркетингу, де бренди співпрацюють із лідерами думок для просування своїх товарів.

3. Автоматизація маркетингу. CRM-системи та інші технології автоматизації маркетингових процесів дозволяють компаніям ефективно управляти взаємодією з клієнтами, відстежувати конверсії та покращувати ефективність кампаній.

Споживчі звички постійно змінюються через доступ до нових продуктів та сервісів, а також через вплив нових трендів і соціальних змін. Наприклад, зростання попиту на екологічно чисті товари або етичні бренди змушує компанії швидко реагувати і змінювати свої стратегії. Цифрове середовище також сприяє появі нових ринків і ніш, які раніше були недоступні. Гнучкість та здатність адаптуватися до цих змін стають ключовими конкурентними перевагами.

Один з найважливіших аспектів інноваційних маркетингових підходів – це персоналізація. У сучасному маркетингу компанії повинні надавати споживачам персоналізовані продукти і послуги. В основі персоналізації лежать великі обсяги даних, що збираються за допомогою різних цифрових каналів, зокрема через веб-сайти, соціальні мережі та мобільні додатки.

Розвиток технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність, блокчейн та Інтернет речей (IoT), буде мати величезний вплив на майбутні маркетингові стратегії. Наприклад, використання блокчейн-технологій може підвищити прозорість транзакцій і довіру до брендів, а віртуальна і доповнена реальність дозволяють створювати нові інтерактивні можливості для залучення споживачів.

Отже, інноваційні маркетингові підходи стикаються з низкою викликів, серед яких швидка технологічна еволюція, глобальна конкуренція, зміни споживчих уподобань і посилення вимог до конфіденційності даних. Для успішної адаптації бізнесу необхідно інтегрувати нові технології, такі як штучний інтелект, персоналізація та автоматизація маркетингу. Перспективи полягають у використанні великих даних для персоналізованих кампаній, розвитку унікальних стратегій і взаємодії зі споживачами через інтерактивний контент та соціальну відповідальність брендів.

Список використаних джерел:

1. Інноваційний маркетинг : навчальнтй посібник / В.В. Барабанова, Г.А. Богатирьова. Кривий Ріг : Вид.ДонНУЕТ, 2022. 145 с.

2. Сергієнко О. Нові маркетингові технології просування товару. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2021. № 1 (87). С. 29–34.

3. Терехов Д. Управління онлайн-репутацією підприємства з використанням сучасних інструментів контент-маркетингу. *Сталий розвиток економіки.* 2024. № 1 (48). С. 201–205.

4. Попко О., Філатов В. Персоналізація в сучасному маркетингу та її вплив на лояльність клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 58. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3266/3189

5. Роль штучного інтелекту у маркетингу: інновації, виклики та перспективи. URL: https://webpromoexperts.net/ua/blog/rol-shtuchnogo-intelektu-u-marketingu-innovaciyi-vikliki-ta-perspektivi

6. Інновації у маркетингу: трансформація бізнесу в епоху цифрових можливостей. URL: https://kebeta.agency/article/innovacii_u_marketingu_transformaciya_biznesu_v_epohu_cifrovih_mozhlivostei

Магро К. С., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ЯК ОДИН ІЗ ПРІОРИТЕТНИХ ВИДІВ ТУРИЗМУ ПІСЛЯВОЄННОЇ УКРАЇНИ

Оздоровчий туризм є важливим сегментом туристичної індустрії, що поєднує відпочинок і лікування. Він передбачає поїздки з метою оздоровлення, профілактики хвороб і відновлення фізичних сил. Зростаючий інтерес до здорового способу життя стимулює розвиток цього напрямку, особливо в умовах сучасного стресового життя. Оздоровчий туризм охоплює різноманітні послуги та активності, що дозволяють людям відновити сили, зменшити стрес та поліпшити якість життя. Він передбачає як активний відпочинок, так і процедури, спрямовані на оздоровлення, такі як спа-процедури, фізіотерапія та медичні огляди. Дослідження показують, що правильне поєднання відпочинку та лікування позитивно впливає на фізичний і психоемоційний стан людей, що, у свою чергу, підвищує інтерес до цього виду туризму.

В Україні, завдяки наявності природних ресурсів і лікувальних джерел, існує значний потенціал для розвитку оздоровчого туризму. Це відкриє нові можливості не лише для туристичної індустрії, але й для покращення здоров’я населення в післявоєнний період [1].

До оздоровчого туризму входить широкий спектр послуг, спрямованих на покращення фізичного і психоемоційного стану людей. Це можуть бути різноманітні лікувальні процедури, спа-процедури, фізична активність на свіжому повітрі та інші види релаксації [2].

Незважаючи на численні переваги, оздоровчий туризм стикається з певними викликами:

– вибір надійних програм: важливо обирати якісні та сертифіковані програми оздоровлення.

– екологічні проблеми: туризм може негативно впливати на навколишнє середовище, тому важливо дотримуватись принципів сталого розвитку [2].

Таблиця 1

Переваги оздоровчого туризму

Переваги	Характеристика
Поліпшення фізичного здоров'я	Завдяки активному відпочинку та лікувальним процедурам покращується загальне самопочуття та підвищується імунітет
Психологічне відновлення	Оздоровчий туризм допомагає знизити рівень стресу, покращити настрій і відновити емоційну рівновагу
Соціальні зв'язки	Спільні активності під час поїздок сприяють встановленню нових знайомств та соціальних зв'язків

Джерело: складено автором за [2].

Однією з основних переваг санаторно-курортного господарства України є потужний природно-ресурсний потенціал. Країна володіє різноманітністю природних лікувальних ресурсів, таких як мінеральні води різного складу, лікувальні грязі, озокерит та м'які кліматичні умови. Ця різноманітність природних лікувальних ресурсів робить Україну ідеальним місцем для отримання лікувально-оздоровчих послуг та рекреації [4].

У 2022 році заклади санаторно-курортного типу обслуговували близько 1,5 мільйона осіб, що на 10% більше, ніж попереднього року. Особливо популярними залишаються курорти в Карпатському регіоні, такі як Трускавець і Свалява, де кількість відвідувачів постійно зростає. Підтримка внутрішнього туризму, яку надає Державне агентство розвитку туризму, сприяє зростанню інтересу до оздоровчого відпочинку [4].

Список використаних джерел:

1. Оздоровчий та лікувальний туризм. Національна академія туризму. URL: https://academy.nto.ua/healthtourism.html

2. Михайло Р., Василь П. Лікувально-оздоровчий туризм: актуальні цілі та сучасні підходи до організації. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2012. Вип. 29. Ч. 1. С. 179–189.

3. Оздоровчо-лікувальний туризм. URL: https://ozi.pp.ua/ozdorovcho-likuvalnij-turizm_14200

4. Мороз С.Р., Феленчак Ю.Б. Сучасні тенденції розвитку санаторно-курортного господарства у туристичному комплексі України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. № 4. Т. 30. С. 99–104.

Мазур Ю. А., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Туризм та готельно-ресторанна справа – це досить динамічні галузі, які потребують постійного розвитку та адаптацій до нових реалій, щоб залишатись на високому рівні на ринку. На сьогодні інноваційні підходи стали найбільш ключовими та актуальними для підвищення конкурентоспроможності, покращення якості послуг та задоволення потреб споживачів.

Наразі існує досить багато інноваційних технологій, які продовжують впроваджувати в туристичній та готельно-ресторанній сфері. Серед них найпопулярніші:

1. Розробляються власні мобільні додатки для бронювання номерів у готелі, столику у ресторані, чи місця в літаку, що додає зручності для гостей.
2. Впродажуються чат-боти для швидкого вирішення питань, якщо ті виникнуть у гостей, також для бронювання, доставки їжі чи продуктів.
3. Використовується Big Data та аналітика для покращення обслуговування і персоналізації пропозицій, на основі аналізу поведінки споживачів.
4. CRM-система, що також використовується для аналітики, мета якої зберігання та управління інформауією про клієнтів, їхні запити, транзакції, поведінку тощо.
5. Доповнена та віртуальна реальність (AR/VR) зараз використовується для віртуальних турів готелями, ресторанами чи іншими туристичними локаціями.
6. Смарт-номери у готелях для керування кімнатою. Така технологія додає зручності для гостей, адже налаштувавши під себе додаток для керування номером, можна більше самостійно не відкривати чи навпаки закривати штори, вмикати телевізор, світло та інші електроприлади. Найближчім часом також стане використовуватись функція, за допомогою якої гості зможуть створити сввій обліковий запис та слухати свої музичні файли чи аудіо-книги через прилади в своєму номері.
7. Безконтактні технології для зменшення фізичних контактів. Не секрет, що зараз майже всюди безконтактна реєстрація чи оплата, але також присутні і нові технології. Зараз набирає популярність використовувати свій смартфон замість ключа від номеру готелю. Відкрити двері можна просто лише приклавши свій телефон до зчитувача на дверях.

8. Роботизація та AI: штучний інтелект та роботів починають використовувати для автоматизації процесів. Це можуть бути прибирання номерів, room-сервіс, обслуговування гостей. Обравши якісний продукт для автоматизації, можна полегшити роботу персоналу та надати ефективнуе обслуговування в ресторані чи готелі.

Крім цього, зараз набирає популярність брати ініціативу за екологічність, оскільки гості цінують відповідальність за довкілля. Тому все більше готелів і ресторанів починають використовувати енергозберігаючі технології, такі як сонячні панелі, системи збереження води або енегрозберігаючі прилади. Також встановлюються сенсори руху та таймери, що мінімізують витрати електроенегрії та води; використовуються біо-розкладні матеріали замість пластикових, можуть впроваджуватися програми з утилізації чи переробки пляшок і упаковок; а для трансферу можуть використовуватись елекромобілі.

Такі інновації стають невід'ємною частиною розвитку туристичного бізнесу, але для їхнього впровадження, підприємці можуть стикнутися з низкою викликів, які треба подолати. Основні з них:

1. Фінансові витрати. Впровадження інноваційних технологій, штучного інтелекту, енергозберігаючих приладів потребують великого грошового вкладення. Тому, це може бути особливо складно для малих і середніх підприємств.

2. Недостатні знання персоналу. Впровадження нових технологій вимагають кваліфікованих кадрів, щоб вони могли ефективно працювати з новими технологіями. Навчання робітників може зайняти велику кількість часу для повного вивчення та розуміння нового виду роботи.

3. Швидка зміна технологій. Все, що сьогодні вважається інноваційним, завтра вже може стати застарілим. Тому це може створити проблеми з адаптацією до нових рішень.

Хоч і існують складнощі при введені інновацій у свій бізнес, досягнувши їх, підприємці будуть мати свої переваги та бути конкурентомпроможними.

На сьогодні перспективи в інноваційних підходах у туризмі та готельно-ресторанній справі такі:

1. Покращення обслуговування та персоналізація завдяки використанню Big Data та CRM-систем. Вони дають можливість підвищити лояльність гостей та збільшити доходи.

2. Зниження експлуатаційних витрат відбудеться завдяки автоматизації, впровадженні екологічних ресурсів та енергозберігаючих приладів. Крім економії коштів, готелі і ресторани таким чином можуть продемонструвати свою відповідальність клієнтам, що викличе у них більшу довіру.

3. Залучення нових клієнтів через цифрові додатки. Так як власні додатки та чат-боти набагато спрощують бронювання, комунікацію гостей і персоналу готелю чи ресторану, це точно приверне увагу нових потенційних споживачів.

Отже, в сучасному світі туристичні та готельно-ресторанні бізнеси мають слідкувати за інноваціями, які впроваджуються. Їм слід шукати та починати використовувати технології або продукти, які допоможуть їм підняти продажі, привернути більше споживачів та залишатись конкурентоспроможними на ринку. Водночас, впровадження інновацій викликають певні труднощі, такі як великі фінансові витрати, довготривале навчання персоналу тощо. Однак ті підприємтва, котрі зможуть подолати ці виклики і впровадити нові технології, матимуть значні конкурентні переваги та перспективи для зростання.

Список використаних джерел:

1. Впровадження інноваційних підходів у готельно-ресторанній діяльності: шлях до успіху. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gryshyna.htm

2. Розумні готелі: як технології змінюють індустрію гостинності. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/babushko3.htm

3. У готелях замість ключа можна використовувати свій смартфон. *Worldvision – інтернет магазин систем безпеки*. URL: https://worldvision.com.ua/news/novosti-tehniki/v-nekotorih-gostinitsah-vmesto-klyucha-ot-nomera-mozhno-ispolzovat-svoy-smartfon-745

4. Реалії та виклики застосування інновацій у туризмі в Україні. *Все про туризм: туристична бібліотека*. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shevchenko9.htm

Максимовська Р. П., студентка Харківського національного університету міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Оболенцева Л. В., д.е.н., проф.,
завідувачка кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова)

ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ РЕСТОРАННИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВІННИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

Актуальність дослідження потенціалу ресторанних підприємств у Вінницькій області обумовлена зростаючою конкуренцією в гастрономічній індустрії та необхідністю адаптації до змінюваних споживчих уподобань. Розвиток гастрономічного туризму та підвищення вимог до якості обслуговування вимагають від підприємців глибшого аналізу ринку та оптимізації своїх стратегій. Саме тому метою даного дослідження є оцінка поточного стану та потенційних можливостей ресторанних підприємств у Вінницькій області, а також виявлення ключових чинників, що впливають на їхню конкурентоспроможність.

Оцінка потенціалу ресторанних підприємств у Вінницькій області є важливим завданням для розвитку гастрономічного сектору регіону. Однією з ключових ідей дослідження є те, що успішність ресторану значною мірою залежить від його здатності адаптуватися до змінюваних вподобань споживачів та місцевих культурних особливостей. Більше того, використання унікальних підходів та маркетинг у соціальних мережах, може суттєво підвищити ефективність бізнесу.

Дослідження також підкреслює важливість аналізу конкурентного середовища, оскільки ресторани, які чітко усвідомлюють свої сильні та слабкі сторони, мають більше шансів на успіх. Оцінка соціально-економічних чинників, таких як рівень доходів населення і гастрономічні тренди, дозволяє краще зрозуміти потреби цільової аудиторії. Цим обґрунтовується ідея того, що ресторанні підприємства в Вінницькій області повинні зосередитися на створенні унікальних пропозицій, які виділятимуть їх серед конкурентів та сприятимуть досягненню високого рівня лояльності аудиторії, щоб забезпечити стійке зростання та залучення нових клієнтів.

Сучасні дослідження підтверджують, що адаптація ресторанних підприємств до змін у споживчих уподобаннях є критично важливою для їхньої конкурентоспроможності. Згідно з аналізом ринку, ресторани, які активно впроваджують новітні технології, унікальні рішення, демонструють зростання доходів у порівнянні з тими, що не використовують ці інструменти. Це свідчить про необхідність постійного оновлення бізнес-моделей для забезпечення стабільного зростання.

Крім того, врахування соціально-економічних факторів, таких як рівень доходів населення та культурні уподобання, допомагає підприємствам більш точно налаштувати свої пропозиції. Відповідно до Закону України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» [1], ресторани зобов’язані забезпечувати споживачів якісними послугами, що безпосередньо впливає на їхню репутацію та успішність на ринку. Використовуючи комплексний підхід до оцінки потенціалу, підприємства можуть значно підвищити свої шанси на успіх, що включає в себе дослідження конкурентного середовища та врахування потреб цільової аудиторії. Таким чином, дані аргументи підкреслюють важливість стратегічного планування в ресторанному бізнесі Вінницької області.

Яскравим прикладом успішної адаптації ресторанного бізнесу до змін у споживчих уподобаннях є ресторан «Cherry Lake». Заклад першим у Вінниці впровадив у меню страви-хіти різних країн світу, що виділило ресторан серед конкурентів і привернуло до себе увагу споживачів. Також «Cherry Lake» став першим, хто впровадив концепцію «відкритої кухні», що дозволяє відвідувачам спостерігати за процесом приготування їжі [2]. Це сміливий крок, який одразу привернув увагу великої кількості відвідувачів. Впровадження унікальних концепцій, таких як відкриті кухні та міжнародне меню, підтверджує важливість інновацій у ресторанному бізнесі для підвищення конкурентоспроможності.

В свою чергу ресторан «Нова Провінція» реалізував стратегію введення в меню автентичних страв, які розкривають різнобарвність української культури [3]. У сучасних реаліях, населення високо цінує підтримку національної культури та розвитку регіону. Використання місцевих овочів та фруктів в українських національних стравах не лише покращило смакові якості страв, а й допомогло закладу зміцнити свою репутацію серед клієнтів, які надають перевагу локальним еко-продуктам. Ці приклади демонструють, як ресторанні підприємства Вінницької області можуть досягти успіху, орієнтуючись на потреби своїх споживачів та використовуючи інноваційні підходи.

Таким чином, дослідження підтвердило, що ресторанні підприємства Вінницької області мають значний потенціал для розвитку, особливо завдяки адаптації до потреб споживачів та впровадженню унікальних підходів. Практична цінність отриманих результатів полягає в тому, що вони можуть слугувати основою для стратегічного планування та оптимізації бізнес-процесів у ресторанах, що дозволить підвищити їхню конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Закон України : Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1160-15

2. Cherry Lake – нова гастрономічна історія Вінниці (Новини компаній). URL: https://vn.20minut.ua/Podii/cherry-lake--nova-gastronomichna-istoriya-vinnitsi-novini-kompaniy-11096572.html

3. Ресторація «Нова провінція»: сучасна українська кухня та затишок на десятому поверсі (Новини компаній). URL: https://vn.20minut.ua/Kult-podii/restoratsiya-nova-provintsiya-starovinni-retsepti-podilskoyi-kuhni-ta--11135934.html

Маркова Д. С., здобувач Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Колонтаєвський О. П., к.е.н., доц.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

УМОВИ СТВОРЕННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПОТЕНЦІАЛУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Готельний бізнес є соціально відповідальною галуззю країни, що сприяє сталому розвитку економіки. Інвестиції в туризм та його доходи зумовлюють високу конкуренцію й інноваційний розвиток у сфері готельного бізнесу. Готельні підприємства потребують оновлення послуг, де інновації відіграють вирішальну роль [1].

Формування стратегії інноваційного розвитку готельного підприємства є складним та відповідальним процесом. Його виконання вимагає розробки функціональних стратегій та визначення необхідного для їх реалізації потенціалу. Невірно обрана стратегія або її невідповідність наявним ресурсам можуть призвести до краху готельного підприємства.

Як зазначають В. Нємцов та Л.Довгань [2], стратегія є довгостроковим, якісно визначеним напрямком розвитку підприємства, орієнтованим на зміцнення її позицій, задоволення потреб споживачів та досягнення встановлених цілей. Вона розробляється для окреслення подальших шляхів розвитку підприємства та рішень, які доведеться приймати.

Однією з важливих характеристик стратегії є її довгостроковий характер та впровадження інновацій. Основним завданням стратегії підприємства є сприяння реалізації інновацій шляхом ефективного розподілу ресурсів, адаптації до зовнішнього середовища, внутрішньої координації та передбачення майбутніх змін у діяльності.

Через стратегію можна прогнозувати зміни в складових потенціалу інноваційного розвитку підприємства – виробничого, управлінського, маркетингового, кадрового, фінансового та інноваційно-інвестиційного. Це досягається завдяки аналізу умов розвитку та пошуку нових факторів впливу, що дозволяє мінімізувати негативні умови та максимально використати позитивні.

Виробничий потенціал значною мірою залежить від орієнтації на найновіші досягнення в техніці та технології галузі, що безпосередньо впливає на реалізацію вже існуючого потенціалу готельного підприємства. Без постійних конструктивних удосконалень і підтримання конкурентних переваг у виробництві важко створити стійкий виробничий потенціал. Це можливо лише за умови впровадження сучасного обладнання та технологій, адже в умовах швидкого морального старіння технологій постійні інновації стають необхідністю.

Зміна постачальників може сприяти формуванню нового потенціалу підприємства, наприклад, через використання якісніших продуктів, полу фабрикатів та матеріалів, зниження витрат та поліпшення сервісу. Це дозволяє більш ефективно реалізовувати існуючий потенціал, особливо якщо традиційні постачальники гальмують розвиток підприємства через погану якість обслуговування, зриви графіків постачання або підвищення цін.

Зношені основні засоби готельного підприємства потребують оновлення, що стимулює пошук нових шляхів модернізації та створення нового виробничого потенціалу. Без цього існуючий потенціал уповільнює свій розвиток через застаріле обладнання та неконкурентоспроможні послуги.

Розвиток управлінського потенціалу також потребує впровадження новітніх систем управління та підвищення кваліфікації працівників готелів. Нові організаційні підходи, такі як реінжиніринг, спрощення процедур та поширення комунікаційних мереж, сприяють ефективності управління, зниженню витрат і підвищенню продуктивності.

Щодо маркетингового потенціалу, його розвиток відбувається завдяки постійному моніторингу ринку, коригуванню маркетингової стратегії та врахуванню змін у перевагах споживачів. Важливо оперативно реагувати на нові ринкові ніші та адаптувати послуги під змінні умови ринку.

Зміна мотивації працівників, партнерські відносини з керівництвом, поліпшення умов праці позитивно впливають на кадровий потенціал підприємства, підвищуючи продуктивність і загальний потенціал готельного підприємства.

Нарешті, розвиток фінансового потенціалу залежить від нових можливостей реінвестування прибутків та економії за рахунок впровадження нових технологій. Це дозволяє збільшити фінансовий потенціал, що сприяє зростанню виробничого потенціалу. Однак, необхідність витрат на впровадження нових технологій може тимчасово знизити потенціал підприємства.

Загалом, зростання конкуренції впливає на інноваційний потенціал підприємств. З одного боку, сучасні готельні підприємства мають значно вищий інноваційний потенціал завдяки науково-технічному прогресу. З іншого боку, це може призводити до надання недосконалих послуг та продукції через тиск часу на впровадження.

Урахування факторів макро- та мікросередовища і впливу зовнішніх умов на інноваційний потенціал дозволяє не лише прогнозувати зміни в його складових, але й вживати заходів для коригування цих впливів та досягнення цілей готельного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Шаповалова О. М. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності готельного господарства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2013. № 16. С. 224–228.

2. Нємцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : УВПК «ЕксОб», 2001. 560 с.

Маслова М. Г., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Вишнікіна О. В., к.х.н., доц., доцент кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ В УПРАВЛІННІ АСОРТИМЕНТНОЮ ПОЛІТИКОЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Управління асортиментною політикою на підприємствах сфери ресторанного господарства є важливим елементом стратегії розвитку таких підприємств. Його особливості передбачають різні принципи:

- розуміння потреб клієнтів;
- дослідження ринку;
- створення профілю клієнта;

- пропозиція належного меню
- забезпечення якості продукції;
- моніторинг відгуків клієнтів;
- навчання персоналу.

Розуміння потреб та побажань клієнтів в ресторані можна досягти за допомогою аналізу ринку, дослідження поведінки та використання сучасних технологій. Відкритість до зворотного зв'язку, проведення спеціальних акцій та наявність професіональної команди також є важливими елементами успіху в ресторанному бізнесі. Управління асортиментною політикою на підприємствах ресторанного господарства сьогодні також потребує інноваційних підходів для адаптації до сучасних викликів. Впровадження новітніх технологій, таких як автоматизація процесів, аналітика великих даних та використання штучного інтелекту для прогнозування попиту, дозволяє підвищити ефективність управління асортиментом. Зокрема, персоналізовані пропозиції, розроблені на основі аналізу клієнтських вподобань, допомагають створити унікальний досвід для споживача. Інтеграція екологічних та стійких рішень в асортиментну політику також є актуальною, оскільки все більше клієнтів звертають увагу на екологічну відповідальність закладів. Також важливим елементом на підприємствах громадського харчування є враховування сезонності та зміни асортименту відповідно до неї. Тобто можна вводити значні або незначні зміни в меню закладу, задля задоволення більшої кількості потреб гостей в певний період року. Наприклад, влітку можна додавати більше свіжих салатів, легких страв та напоїв, а взимку – більше гарячих страв та супів. Сезонність у сфері ресторанних послуг означає коливання попиту на послуги ресторану протягом року. Вона пов'язана зі змінами погодних умов, святковими подіями, туристичним сезоном та іншими факторами (рис. 1).

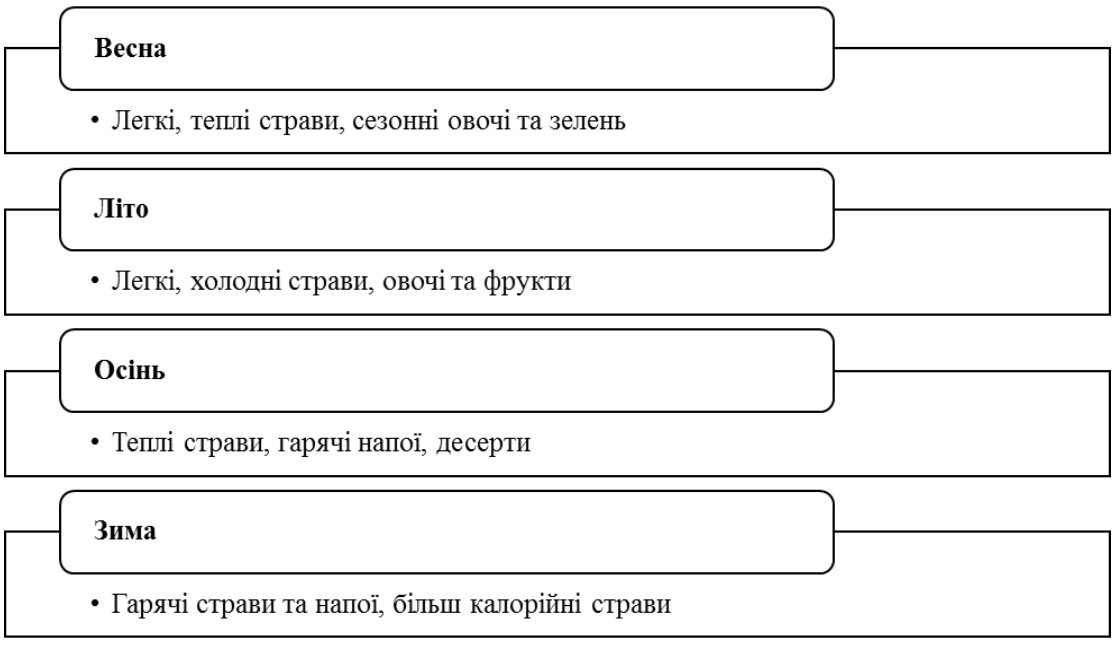

Рис. 1. Вплив сезонності на асортимент продукції закладу ресторанного господарства

Так, влітку, коли панує спека, люди частіше відвідують ресторани, де можна скуштувати свіжі фрукти, овочі, прохолодні напої та страви на грилі. Взимку ж, коли погода прохолодна та холодна, більш популярні будуть теплі страви та напої. Святкові події, такі як Різдво, Новий рік, День Святого Валентина, також можуть впливати на сезонність, адже попит на ресторанні послуги зростає в ці періоди, коли люди шукають місце для відзначення святкування з родиною та друзями. Також суттєвий вплив здійснює туристичний сезон, адже в зонах з туристичним потоком популярнішими будуть ресторани з місцевою кухнею, що пропонують страви з традиційними інгредієнтами. У залежності від сезону можуть змінюватися меню ресторану, ціни на послуги, режим роботи та інші параметри. Успішні ресторанні підприємства вміють підлаштовувати свою роботу під потреби та очікування клієнтів, щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку ресторанних послуг.

Отже, ефективне управління асортиментною політикою є ключовим елементом успіху підприємств громадського харчування, дозволяючи задовольняти потреби клієнтів, збільшувати прибуток і підвищувати конкурентоспроможність. Важливо, також, враховувати попит на страви та напої, щоб уникнути надлишкових закупівель і збитків, контролювати витрати на персонал та операційні витрати для забезпечення прибутковості. Для цього застосовуються різні методи, такі як аналіз витрат, бюджетування та оптимізація процесів.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент: імперативи та виклики : зб. наук. ст. студ. / відп. ред. С. І. Бай. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2022. Ч. 1. 185 с.

2. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ, 2018. Вип. 53. 532 с.

Масюк Є. С., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВИКИДИ CO^2 В КОРОЛІВСТВІ НІДЕРЛАНДИ ТА ВПЛИВ НА ТУРИЗМ

Королівство Нідерланди – маленька країна з великими амбіціями. Відома своїми вітряками, тюльпанами та толерантністю, вона також зіткнулась із глобальною проблемою зміни клімату. Завдяки високій щільності населення та розвиненою промисловістю і сільським господарством, Нідерланди є основним джерелом викидів вуглекислого газу.

Викиди вуглекислого газу в 2023 році знизились на 6% продемонструвавши значний результат в порівнянні з 2022 роком. В основному це пов'язано з тим, що електроенергетичний сектор викидав на 22 відсотки менше CO^2. Менше електроенергії вироблялося з вугілля та природного газу. Про це повідомляють Статистичне управління Нідерландів (CBS) та Національний інститут громадського здоров'я та навколишнього середовища (RIVM) на основі попередніх квартальних даних про викиди парникових газів відповідно до керівних принципів IPCC.

Викиди парникових газів минулого року були на 34 відсотки нижчими за рівень 1990 року. Закон про клімат встановлює мету, що скорочення до 2030 року має становити 55 відсотків [2]. Нижче наведена таблиця зі статистикою викидів парникових газів у Нідерландах за останні роки (табл. 1).

Таблиця 1

Викиди парникових газів
за сектором кліматичної угоди 2021–2023 рр.

Назва галузі	2021		2022		2023	
	CO^2 (мт)	Інші парникові гази (мт)	CO^2 (мт)	Інші парникові гази (мт)	CO^2 (мт)	Інші парникові гази
Індустрія	47,4	6,62	43,7	5,5	42,5	5,3
Мобільність	29,27	0,58	28,9	0,6	29,5	0,6
Сільське господарство	7,79	18,78	5,5	18,9	6,0	19,0
Електрика	32,19	0,25	30,3	0,2	23,6	0,2
Побутове середовище	23,75	1,04	19,2	0,5	17,3	0,5
Загальна кількість IPCC	140,4	27,27	123,1	26,4	123,2	26,3

Джерело: складено автором за [2, 3].

Чотирма найбільшими емітентами CO^2 в Європі є Німеччина, Польща, Італія та Франція. На шостому місці розташувалися Нідерланди.

Країна, займаючи шосте місце серед найбільших емітентів CO^2 в Європі, відіграють важливу роль у загальноєвропейських зусиллях щодо скорочення викидів парникових газів [1]. У 2023 році країна продовжила свої зусилля щодо виконання міжнародних кліматичних зобов'язань та внесла значний вклад у сектор кліматичних угод (рис. 1).

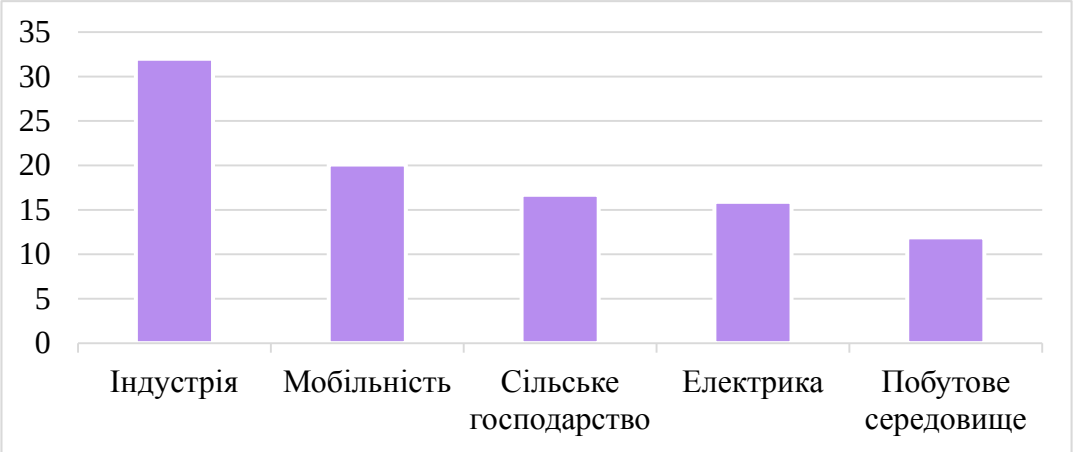

Рис. 1. Внесок парникових газів у сектор кліматичних угод, 2023 рік

Джерело: складено автором за [2].

Викиди парникових газів у секторі електроенергетики минулого року: були на 22% нижчими, ніж у 2022 році. Оскільки більше електроенергії вироблялося з енергії вітру та сонця, менше електроенергії вироблялося з вугілля та природного газу. Через різке падіння викидів частка сектору електроенергетики в загальному обсязі викидів парникових газів також впала з 19% у 2022 році до 16% у 2023 році. У 2023 році штучне середовище викинуло на 10% менше парникових газів, ніж роком раніше. Це пов'язано з меншим споживанням природного газу. Дещо нижчі викиди парникових газів у промисловості: викиди газів становлять на 3 % нижчими, ніж у 2022 році. Обробна промисловість використовувала на 21% менше вугілля і на 4% менше природного газу, але більше нафтової сировини і продуктів. З 32% промисловість мала найбільшу частку в загальних викидах парникових газів. Переважна більшість з них були CO^2. Викиди парникових газів у сільському господарстві дещо вищі: у 2023 році викиди парникових газів від сільського господарства були вищими на 2%. Це пов’язано з тим, що садівники більше використовують свої комбіновані теплоелектроцентралі (ТЕЦ) на основі природного газу [2].

Таким чином, Нідерланди демонструють значний прогрес у боротьбі зі зміною клімату, досягнувши зниження викидів парникових газів на 6% у 2023 році порівняно з попереднім роком. Загалом викиди знизились на 34% порівняно з рівнем 1990 року.

Незважаючи на досягнутий прогрес, Нідерланди, як і інші країни ЄС, все ще стикаються з викликами у досягненні амбітної мети скорочення викидів на 55% до 2030 року. Досвід країни демонструє, що значне зменшення викидів парникових газів можливе, але потребує постійних зусиль, інвестицій у чисті технології та комплексного підходу до всіх секторів економіки.

Отже, зусилля Королівства Нідерланди, щодо зменшення викидів CO^2 мають значний вплив на туристичну галузь країни. Прогрес у скороченні викидів парникових газів, особливо в секторі електроенергетики, створює нові можливості та виклики для туризму. Зниження викидів CO^2 стимулює розвиток екологічно відповідального туризму в Нідерландах. Це проявляється у зростанні популярності велосипедного туризму, розширенні мережі еко-готелів та кемпінгів, а також у створенні нових туристичних маршрутів, пов'язаних з об'єктами відновлюваної енергетики.

Трансформація транспортної інфраструктури, зокрема електрифікація громадського транспорту та обмеження автомобільного руху в центрі міст, змінює спосіб пересування туристів і створює нові можливості для розвитку міського туризму.

Загалом досвід Нідерландів демонструє, що зусилля щодо зменшення викидів CO2 не лише сприяють боротьбі зі зміною клімату, але й створюють унікальні можливості для трансформації та розвитку туристичної галузі. Це робить країну привабливим напрямком для екологічно свідомих туристів та створює новий імідж Нідерландів як лідера у сфері сталого туризму.

Одночасно ці зміни потребують адаптації наявної туристичної інфраструктури та створення нових бізнес-моделей. Це може стати викликом для галузі в короткостроковій перспективі, проте обіцяє суттєві переваги в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Gascrisis bracht makkelijke daling CO2-uitstoot voor Europa: nu begint de echte uitdaging. URL: https://www.viridiair.nl/nieuws/gascrisis-bracht-makkelijke-daling-co2-uitstoot-voor-europa-nu-begint-de-echte-uitdaging

2. Uitstoot broeikasgassen 6 procent lager in 2023. URL: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2024/11/uitstoot-broeikasgassen-6-procent-lager-in-2023

3. Uitstoot broeikasgassen 9 procent lager in 2022. URL: https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/11/uitstoot-broeikasgassen-9-procent-lager-in-2022

Мезенцева М. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ СЕНСОРІВ (ДАТЧИКІВ) ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ НА ПОКРАЩАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ

Інтернет речей (IoT) представляє значний технологічний прорив у тому, як пристрої взаємодіють один з одним і з користувачами, докорінно змінюючи різні сектори, включаючи туризм. Інтернет речей (IoT) відноситься до мережі взаємопов'язаних фізичних пристроїв, у які вбудовано датчики, програмне забезпечення та інші технології. Ці пристрої можуть збирати та обмінюватися даними через Інтернет, не вимагаючи

прямого втручання людини. По суті, будь-який об’єкт, якому можна призначити адресу Інтернет-протоколу (IP) і який може передавати дані, вважається частиною екосистеми IoT [5][6].

Датчики IoT є важливими компонентами в екосистемі IoT, розробленими для виявлення змін навколишнього середовища та збору даних, адаптованих до конкретних програм. Різні типи датчиків Інтернету речей служать різним цілям: датчики температури відстежують зміни температури в середовищах, таких як будинки чи промислові приміщення, тоді як датчики наближення виявляють наявність або відсутність об’єктів у визначеному діапазоні, часто для систем безпеки. Датчики освітлення вимірюють навколишнє освітлення, щоб автоматично регулювати освітлення, а датчики руху ідентифікують рух у певній зоні, що часто використовується в системах безпеки та автоматизації. Крім того, датчики тиску контролюють рівень тиску в таких додатках, як метеостанції та промислові процеси [2].

Функціональність датчиків IoT зосереджена навколо трьох основних аспектів: збір даних, зв’язок і активація дії [2]. По-перше, датчики збирають дані в режимі реального часу з навколишнього середовища, наприклад, умови середовища або системи. Потім вони передають ці дані на інші пристрої або хмарні системи для обробки за допомогою таких варіантів підключення, як Bluetooth, Wi-FI або стільникових мереж. Нарешті, на основі оброблених даних системи IoT можуть автоматизувати дії, такі як регулювання опалення в розумному будинку або сповіщення органів влади у разі порушення безпеки.

Основні сфери застосування датчиків IoT охоплюють різні аспекти індустрії подорожей і туризму. У інтелектуальному управлінні напрямками датчики Інтернету речей надають дані в реальному часі про потік натовпу та поведінку відвідувачів у туристичних місцях, допомагаючи владі керувати ресурсами, підвищувати безпеку та зменшувати затори в години пік [1]. Для персоналізації подорожей пристрої IoT дають доступ до персоналізації, пропонуючи рекомендації на основі індивідуальних уподобань; розумні готельні номери можуть підлаштовуватись під потреби автоматично, а портативні пристрої надають інтерактивні путівники містом [4]. Удосконалені транспортні системи отримують переваги від датчиків Інтернету речей, вбудованих в інфраструктуру, що дозволяє відстежувати трафік у реальному часі та оптимізувати маршрути, забезпечуючи своєчасне отримання мандрівниками оновлень про затримки або альтернативні маршрути. У секторі гостинності інтелектуальні рішення, такі як безключовий доступ, інтелектуальні термостати та автоматичні сервісні сповіщення, підвищують зручність гостей, оптимізуючи споживання енергії. Крім того, технології Інтернету речей підтримують сталий туризм шляхом

моніторингу енергоспоживання та використання ресурсів, уможливлюючи екологічно чисті практики, такі як управління відходами та зменшення вуглецевого сліду готелів і пам'яток [3].

Впровадження Інтернету речей у туризмі, незважаючи на перспективність, стикається з кількома проблемами. Однією з основних проблем є конфіденційність даних, оскільки збір особистої інформації викликає значні проблеми конфіденційності, які вимагають жорстких заходів безпеки для захисту даних користувачів [1]. Крім того, обмеження інфраструктури становлять проблему, оскільки не всі пункти призначення мають необхідну технологічну структуру для підтримки передових додатків IoT, що знижує їх ефективність у певних областях [3].

Майбутнє Інтернету речей у туризмі виглядає багатообіцяючим, оскільки прогрес у технологіях продовжує розвиватися. Інтеграція штучного інтелекту (AI) з IoT ще більше покращить персоналізацію та покращить взаємодію з користувачами. Крім того, у міру того, як міста стають «розумними містами», роль Інтернету речей розширюватиметься й охоплюватиме більш складні програми, які сприяють екологічним практикам, збагачуючи туристичний досвід.

Вплив датчиків IoT на покращення туристичного досвіду є глибоким і багатогранним. Забезпечуючи інтелектуальне управління напрямками, персоналізовані послуги, ефективні транспортні системи та стійкі практики, технології Інтернету речей революціонізують індустрію туризму. Оскільки виклики вирішуються, а технології продовжують розвиватися, потенціал для ще більшого покращення досвіду подорожей стає значним. Триваюча еволюція в напрямку розумного туризму обіцяє майбутнє, де подорожі будуть не тільки більш приємними, але й більш стійкими та ефективними.

Список використаних джерел:

1. Enhancing Tourism experiences with IoT: the future of travel. URL: https://teltrac.nz/enhancing-tourism-experiences-with-iot-the-future-of-travel

2. How the Internet of Things (IoT) can Benefit the Travel Industry. URL: https://www.revfine.com/internet-of-things-travel-industry

3. How the IoT is Enhancing Technology in the Travel Industry URL: https://iotbusinessnews.com/2023/09/09/85674-how-the-iot-is-enhancing-technology-in-the-travel-industry

4. IoT in Tourism and Travel: Examples, Trends and Benefits for the Travel Industry. URL: https://startups.epam.com/blog/internet-of-things-in-travel-and-tourism

5. What is IoT? URL: https://www.oracle.com/internet-of-things

6. What is the Internet of Things (IoT)? URL: https://www.ibm.com/topics/internet-of-things

Молодих А. В., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ КОРЕЙСЬКОЇ ХВИЛІ (HALLYU) НА ТУРИЗМ У КРАЇНІ

«Корейська хвиля» (Hallyu) – цей термін був використаний китайськими ЗМІ в 1999 році. Він відноситься до явища, коли молоді люди в Китаї захоплені корейською культурою, такою як корейські драми та пісні [3].

Вже зараз це стало більш розширеним, оскільки корейська поп-культура набуває популярності на світовому ринку. Останнім часом корейську хвилю очолює така музика, як K-pop, і візуальні медіа, представлені драмами.

Hallyu, або Корейська хвиля, найвідоміша завдяки K-pop. Цей музичний жанр не лише розширив межі корейської культури, а й суттєво вплинув на формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені.

У минулому споживачі Халлю переважно зосереджувалися на візуальному та аудіоконтенті. Однак останнім часом перегляд і споживання цього аудіовізуального вмісту розширили їхній інтерес і охопили ширші аспекти способу життя Кореї, включаючи їжу, моду та красу [3]. Ця зміна вказує на збільшення можливостей пропонувати ширший спектр подорожей і туристичного контенту міжнародним туристам з точки зору індустрії туризму. Варто зазначити, що корейська хвиля також стала потужним драйвером розвитку косметичної індустрії та медичного туризму в Південній Кореї. Корейські зірки стали еталоном краси, що приваблює мільйони людей з усього світу.

Завдяки Hallyu туристичний потік до Південної Кореї значно зріс. Якщо у 1998 році країну відвідало 300 тисяч іноземців, то вже у 2014 році їх кількість перевищила 14 мільйонів. Більшість іноземних туристів, які відвідують Південну Корею, приїжджають зі США, Китаю, Японії та Гонконгу. Ці країни є основними ринками для корейської культури.

Аналіз соціальних мереж, наведений у звіті Міністерства культури, спорту та туризму (МКСТ) і Корейської туристичної організації «Взаємозв’язок між популярними темами корейської культури та поїздками до Кореї, яка популярна у 20 країнах, які відвідують Корею за глобальними соціальними даними», показав, що з 2020 по 2023 рік туристи з 20 країн найчастіше згадували K-pop (36 млн згадок), корейську кухню (14 млн згадок) та корейську косметику (10 млн згадок) як основні причини відвідування країни [2]. Динаміка кількісті туристів, що відвідали країну за період 2009–2023 років наведена на рис. 1.

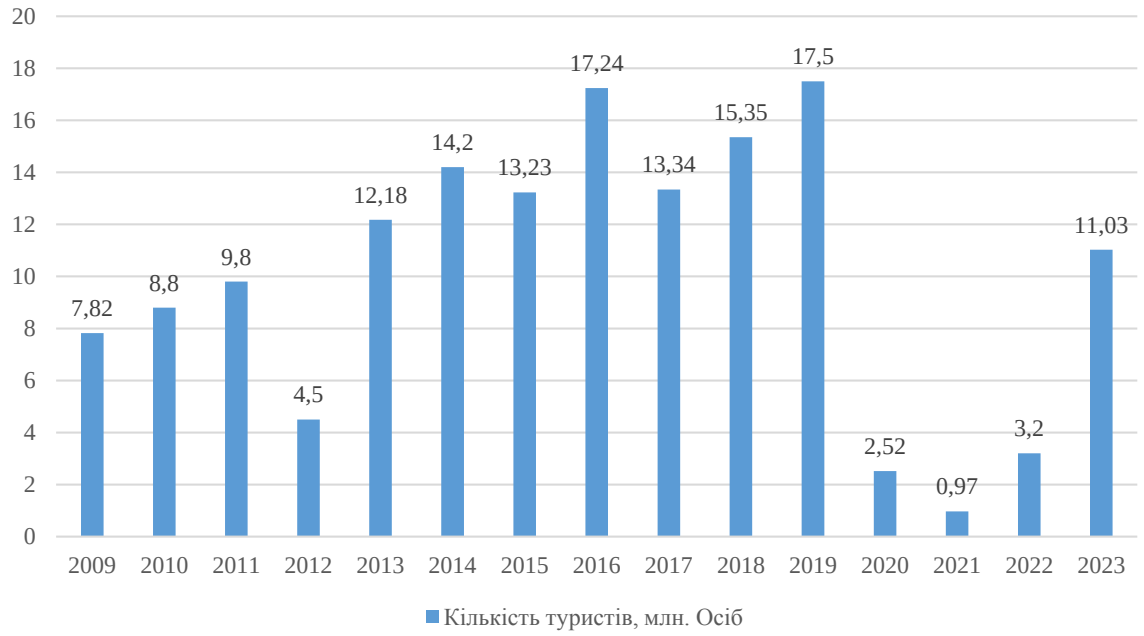

Рис. 1. Кількість туристів у Південній Кореї за період 2009–2023 рр.

Джерело: складено автором за [1].

У звіті МКСТ також проаналізовано дані опитувань іноземних туристів і потенційних мандрівників, щоб визначити, які аспекти Кореї впливають на попит на відвідування. Згідно з результатами минулорічного опитування потенційних відвідувачів, косметика та краса виявилися головною причиною для людей, які за кордоном планують відвідати Корею протягом наступних трьох років, за ними йде K-pop, культура та їжа [2].

Таким чином, можна помітити, що Халлю відіграє ключову роль у розвитку туризму в Південній Кореї. Популярність корейської культури, зокрема K-pop, дорам та корейської кухні, стала основним мотиватором для мільйонів туристів з усього світу відвідати цю країну. Цей феномен не лише сприяє економічному зростанню, але й зміцнює культурний вплив Південної Кореї на глобальній арені.

Список використаних джерел:

1. South Korea Tourism Statistics. URL: https://roadgenius.com/statistics/tourism/south-korea

2. 데이터앤투어리즘 Vol. 23 – 글로벌소셜데이터로 알아보는 주요 방한 20개국에서 인 기있는 K-Culture 테마와 한국여행 간 관계. URL: https://datalab.visitkorea.or.kr/site/portal/ex/bbs/View.do?cbIdx=1129&bcIdx=305897&pageIndex=1&cateCont=tlt03

3. The effect of Hallyu on tourism in Korea. URL: https://jopeninnovation.springeropen.com/articles/10.1186/s40852-017-0075-y

Моцух В. К., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ НОВИХ КОНЦЕПЦІЙ РОЗВИТКУ БУТІК-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день бутік-готелі набувають все більшої популярності та уваги як з боку підприємців, так і споживачів готельних послуг. Серед стрімких подій сьогодення, емоційної напруженості, складних умов та збільшенням конкуренції щодня, концептуальні готелі є ковтком свіжого повітря серед стандартизованих та уніфікованих сучасних готелів. Досвідчених туристів та подорожуючих вже важко здивувати чимось, тому від готелів вимагається постійний пошук ідей для залучення нових клієнтів. Бутік-готелі відрізняються від звичайних перш за все дизайнерським рішеннями та значно меншою кількістю номерів, оскільки акцент робиться не на масовість, а на унікальність та якість пропонованих послуг [1]. Між собою такі готелі різняться насамперед концепціями – історичними, мистецькими та культурними. Важливо аналізувати вже існуючі заклади з точки зору чинників та факторів, що впливають на формування нових, щоб мати змогу створити наступні заклади, які будуть унікальними та привабливими. Отже, формування нових концепцій готелів залежить від багатьох факторів, але найчастіше економічних, політичних, етнічних та культурних, а також екологічних факторів.

Економічні чинники відіграють фундаментальну роль у створенні як концепції бутік-готелів так і взагалі доцільності запуску даного проекту. Саме економічні чинники впливають на всі етапи створення та функціонування закладу. Економічна стабільність в суспільстві дозволяє створювати розкішні бутік-готелі з високим сервісом, за які гості готові платити. Доволі часто бутік-готелі створюються у відреставрованих історичних будівлях або в нестандартних локаціях, що однак, значно збільшує витрати на будівництво та утримання споруд. В іншому випадку, нестача бюджету, інвестицій, підтримки серед споживачів призводить до відставання від світових трендів та недостатнього розвитку концепції [2]. Хоч популярність бутік-готелей зростає швидко, в Україні вона ще не набула належного рівня, насамперед тому що економічна та політична ситуація є надзвичайно важкою та несприятливою для розвитку саме цього сегменту готельного бізнесу. До того ж, з наявною ситуацією такою, як повномасштабна війна, постраждав увесь готельний бізнес, а самі рішення по відкриттю бутік-готелей відкладаються до кращих часів.

Культурні чинники формують концепції бутік-готелів через інтеграцію національних традицій гостинності та мистецької спадщини. Звісно Україна багата на історичний спадок, включаючи архітектуру,

мистецтво, музику, живопис та літературу, в країні підтримується культурний спадок та прояви традицій. Ці всі елементи концептуальні готельні заклади можуть запроваджувати задля втілення нових ідей. Використовуючи сучасні дизайнерські рішеннях та впроваджуючи їх в обрані архітектурні та історичні будівлі під готель можливо створити надзвичайно цікаві рішення. А особливість, вітчизняної гостинності та високого рівня сервісу, притаманному нашим готельєрам дозволить залишатись більш-менш унікальними на ринку. Наприклад, можливо реалізувати ідею з майстер-класами по національним ремеслам – гончарство, вишивка. Також гарним прикладом для інтеграції культурної спадщини можуть бути виставки унікальних предметів, меблів, виготовлених відомими майстрами та ремісниками. Різні регіони країни мають свою унікальну культурну ідентичність, що дає змогу створювати готелі за тематикою, яка відображає особливості саме цих етнічних груп. Культура гостинності може бути втілена через традиційний дрес-код персоналу, його знання про місцеві пам’ятки, традиції та звичаї та, звісно ж, володіння мовою [4]. Культурні чинники допомагають створювати автентичні готельні концепції, що базуються на національній спадщині

Концепція екологічного готелю тільки набуває своєї популярності і у більшості не притаманна ідеям бутік-готелей. Це передбачає використання екологічно чистих будівельних матеріалів та меблів, і щоб це було зроблено з належною розкішшю. На прикладі готелю «Forestis Dolomites», який користується відновлюваними джерелами енергії, включаючи деревні гранули, гідроелектростанцію та вітряні турбіни [5] інші готелі які використовують альтернативні джерела енергії мають можливість знижувати свої витрати, що має хоч і невелике, але значення для бутік-готелю, таким чином він матиме змогу фіксовану суму виділити на інші потреби. Також має сенс згадати про подорожуючих, віддаючих перевагу еко-туризму, бажаючих поєднати відпочинок у розкішному готелі з особливою атмосферою та проявити екологічну свідомість.

Конкурентний фактор набагато простіше. Висока конкуренція змушує бутік-готелі шукати унікальні риси, які відрізнятимуть їх та залучить активно використовувати індивідуальний підхід до гостя, створюючи ексклюзивну атмосферу. Щоб конкурувати з мережами та вже сталими готелями важливо визначати свій цільовий сегмент ринку і акцентувати увагу на персоналізованому сервісі.

Список використанних джерел:

1. Пенчук В. М., Цирульнікова В. В., Тищенко О. М., Бортнічук О. В. Сучасні тенденції та перспективи розвитку бутік-готелів. *SWorld*. 2018. Т. 2. Вип. 50. С. 60–64.

2. Моргулець О., Коробкіна М. & Вофсі П. Інституційні чинники та їх вплив на розвиток готельно-ресторанного бізнесу України. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-53-62

3. Дочинець І. В. Фактори, які впливають на розвиток індустрії гостинності. *Інноваційний розвиток готельно-ресторанного господарства та харчових виробництв* : матеріали І Міжнародної науково-практичної інтернет конференції. Прага : Oktan Print s.r.o., 2020. С. 163.

4. Культурна спадщина в готельному дизайні. URL: https://hotel-solution.com.ua/news/cultural-heritage-in-hotel-design

5. Топ-10 розкішних екологічних готелів світу. URL: https://raiskv. travel/news/top-10-luxury-eco-friendlv-hotels-world

Мяшина Я. О., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

SMM-ПРОСУВАННЯ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

В епоху цифровізації та стрімкого розвитку, соціальні медіа стали найважливішим каналом для просування, за допомогою яких будь-який бізнес, в тому числі готельно-ресторанний, може рекламувати свої послуги по всьому світу. Як зазначає М.Ф. Хан: «Поява соціальних медіа показала безпосередній зв’язок між професіоналами та їхніми кінцевими покупцями. Соціальні медіа стали основним інструментом для брендингу, публічної діяльності та просування» [1]. Одною з основних цілей SMM-просування є залучення нових клієнтів за допомогою таргетованої реклами, яка дозволяє орієнтуватися на певні цільові групи споживачів. Компанії можуть використовувати SMM для поширення інформації про свій бренд, унікальні послуги, заходи та виділитися на фоні численних конкурентів.

Ключовим елементом SMM є створення якісного, цікавого та унікального контенту в соціальних мережах. Використання таких соціальних мереж як Facebook, TikTok та Instagram може бути значною перевагою для будь-якого бізнесу в сфері гостинності. Згідно зі статистикою, 72% людей переглядають соціальні медіа, щоб знайти новий ресторанний заклад [2], а 83% подорожуючих бронюють готель після перегляду фотографій в соціальних мережах [3]. Оскільки люди сприймають контент візуально, щоденна публікація відео- або фотоматеріалів допомагає підвищити впізнаваність бренду та збільшити рівень довіри серед споживачів. Інша стратегія полягає в тому, щоб застосовувати маркетинг впливу шляхом партнерства з відповідними відомими особами, які мають велику кількість прихильників серед потенційних гостей. Ці люди, так звані «інфлюенсери» можуть допомогти збільшити обізнаність про бренд через свої канали, водночас надаючи цінну інформацію про ефективні стратегії для різних груп мандрівників, таких як сім’ї чи пари.

Окрім цього, важливо не лише публікувати гарний та естетичний контент, а й підтримувати міцний зв'язок та персоналізований зв'язок із клієнтами. Не менш вагомим є правильний підбір Tone of Voice – так званий стиль або тон комунікації з аудиторією, якій простежується в будь-який момент взаємодії; адже саме за допомогою TOV бізнес може заявити про себе на ринку послуг. Як-от всесвітньовідома мережа готелів Hilton використовують формальну, але дружню манеру спілкування, що показує надійність, професіоналізм та високу якість послуг. Це допомагає залучити клієнтів та підвищити рівень довіри до мережі.

Середньостатистичний користувач витрачає на соціальні мережі близько 2,5, а близько 49% населення планети регулярно користуються Інтернетом [4]. Тому не менш важливим у SMM є таргетована реклама, яка включає себе збір інформації про місцезнаходження, вік, дохід, мова, хобі, інтереси потенційної аудиторії. Це дозволяє готелям і ресторанам охоплювати нових клієнтів саме тоді, коли вони шукають такі послуги, як проживання чи харчування. Цей інструмент спрощує керування рекламою готельних брендів, ефективно розподіляючи маркетингові бюджети для забезпечення потрібної аудиторії.

До того ж, немаловажним є збір статистики про успіх діяльності SMM та моніторинг результатів. Використовуючи такі інструменти для збору аналітики як-от Google Analytics та Facebook Insights, компанії можуть відстежувати ефективність просування та які рекламні стратегії приносили найбільше конверсії. Це дозволяє змінити чи скорегувати стратегію просування і зосередитися на тих методах, які приносять найбільший прибуток. Крім того, постійний аналіз результатів допомагає покращити взаємодію з аудиторією та підвищити рівень зацікавленості в контенті.

Отже, підсумовуючи, можна впевнено говорити, що SMM-просування стало важливим інструментом для готелів та ресторанів. З його допомогою бізнеси не лише знаходять нових гостей, а й зберігають міцні зв'язки з вже існуючими. У свою чергу, соціальні медіа допомагають будувати сильний імідж бренду, що є найважливішим в умовах високої конкуренції. Тож, компанії, які не стоять на місці та щоденно розвиваються у соціальних мережах, мають більший шанс закріпитися на і так нестабільному ринку та стати конкурентоспроможними.

Список використаних джерел:

1. Sagar Bhatt, Rakesh Dani. Social Media: Marketing Strategies in Hospitality Industry. 2022. P. 61.

2. Restaurants Social Media Statistics: A Powerful Tool for Growth. URL: https://shorturl.at/BIJqs

3. Increase Your Hotel Visibility Through Instagrammability. URL: http://surl.li/czqrmc

4. Dr. Dhanraj Kalgi, Dr. Vijaykumar Dhole, Mr. Sandeep Naik. To Study the Role of Social Media Marketing on the Hospitality and Tourism industry of India. 2022. Т. 2. С. 189.

Музичка А. Р., аспірант
Черкаського національного університету
(науковий керівник – Дроботова М. В., доцент кафедри
туризму і готельно-ресторанної справи
Черкаського національного університету)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИНЦИПІВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ГОТЕЛЬНІЙ СФЕРІ

Діджиталізація в готельній сфері є важливим кроком для впровадження принципів сталого розвитку, оскільки технології дозволяють зменшити використання ресурсів, покращити якість обслуговування та забезпечити більш екологічно чисте середовище для гостей.

Основні переваги для готелів від цифровізації задля сталого розвитку такі:

– зменшення витрат на комунальні послуги, матеріали і ресурси;

– зміцнення іміджу готелю як екологічно свідомого закладу, що може приваблювати гостей, які надають перевагу відповідальному відпочинку;

– підвищення конкурентоспроможності за рахунок використання інноваційних технологій та екологічно орієнтованих рішень;

– покращення досвіду гостей завдяки персоналізованим, комфортним та екологічно відповідальним умовам.

Ключові напрями, які сприяють цьому процесу узагальнено у табл. 1.

Найбільшої уваги з погляду споживачів можна очікувати від залучення мобільних додатків до сприйняття процесів діджиталізації. Тому детальніше розглянемо залучення до екологічних ініціатив через мобільні додатки.

Залучення клієнтів готелів до екологічних ініціатив через мобільні додатки стає популярним та ефективним підходом, що дозволяє підвищити обізнаність гостей щодо сталого розвитку та заохочує їх до відповідальної поведінки під час перебування.

Таблиця 1

Ключові напрямки цифровізації готелю

Напрямок	Ключові складові
Системи енергоефективного управління	Автоматичне регулювання клімату:
	Системи управління освітленням:
Впровадження цифрових рішень для зменшення відходів	Електронний реєстр та онлайн-чекін/чекаут:
	Цифрові ключі та мобільні додатки:
Оптимізація управління водними ресурсами	Цифрові датчики та лічильники:
	Вторинне використання води:
Big Data для аналізу та оптимізації операцій	Аналіз поведінки клієнтів
	Аналіз попиту для управління завантаженням

Закінчення табл. 1

Інтернет речей (IoT) для моніторингу та управління ресурсами	Датчики та системи моніторингу
	Розумні пристрої для обслуговування номерів
Залучення клієнтів до екологічних ініціатив через мобільні додатки	Еко-винагороди
	Цифрове інформування
Використання цифрових платформ для оптимізації логістики та постачань	Цифровий контроль запасів
	Співпраця з екологічно відповідальними постачальниками

Мобільні додатки надають зручний та інтерактивний спосіб взаємодії з клієнтами, дозволяючи впроваджувати екологічні ініціативи, які вигідні як для довкілля, так і для гостей (табл. 2).

Таблиця 2

Основні функціональні еко-елементи мобільних додатків

Опція	Зміст
Програми винагород за екологічні дії	Еко-бали за екологічний вибір: гості можуть отримувати бали за свідомий вибір, наприклад, відмову від щоденного прибирання чи зміни рушників, використання власних багаторазових пляшок для води тощо. Накопичені бали можна обміняти на знижки або бонуси (безкоштовний сніданок, доступ до спа-зони, тощо)
	Гейміфікація екологічної поведінки: додаток може вбудовувати міні-ігри чи завдання, пов’язані з екологічними діями (наприклад, сортування відходів або економія води), за які нараховуються бонуси
Еко-інформування та освітні матеріали	Віртуальний гід з екологічних ініціатив готелю: гості можуть ознайомитися з екологічною політикою готелю та дізнатися, як їхній вибір може зменшити вуглецевий слід. Наприклад, інформація про місцеві джерела продуктів, системи очищення води, методи енергозбереження
	Корисні поради для екологічного відпочинку: додаток може надавати поради, як гості можуть відповідально використовувати ресурси у номері (регулювання температури, вимкнення світла тощо)
Можливість вибору еко-дружніх варіантів послуг	Еко-опції для прибирання: через додаток гості можуть вибрати знижене часте прибирання або відмовитися від зміни рушників та постільної білизни щодня

Закінчення табл. 2

Можливість вибору еко-дружніх варіантів послуг	Замовлення локальних та органічних продуктів: при замовленні їжі в готелі або виборі пакету послуг додаток може запропонувати меню з місцевих або органічних продуктів, знижуючи транспортний слід продуктів харчування
Інтерактивна карта еко-ініціатив та місцевих екологічних атракцій	Відображення екологічно відповідальних місць та послуг: на карті можна показати екологічні туристичні місця, ресторани з органічною їжею, парки та інші атракції, які підтримують сталість
	Маршрути для піших та велосипедних прогулянок: рекомендації екологічно чистого транспорту допомагають зменшити вплив на довкілля, а також сприяють фізичній активності гостей
Мобільне спостереження за споживанням ресурсів	Персоналізовані рекомендації щодо економії: гості можуть переглядати свій вплив на навколишнє середовище, наприклад, обсяг використаної води чи електроенергії, і отримувати поради щодо зменшення споживання
	Дані про економію ресурсів: додаток може інформувати гостей про те, скільки ресурсів було збережено завдяки їхнім виборам, що мотивує на подальшу екологічну поведінку

Переваги використання мобільних додатків для залучення гостей до екологічних ініціатив забезпечують: збільшення залученості клієнтів, економію ресурсів, підвищення репутації готелю. Таким чином, мобільні додатки стають потужним інструментом для стимулювання екологічної поведінки гостей, дозволяючи їм робити відповідальний вибір у зручному та інтерактивному форматі. Це сприяє розвитку сталих практик у готельній сфері та задоволенню сучасних запитів клієнтів, що дбають про екологію.

Список використаних джерел:

1. Пукач Я.О. Концептуальні засади цифрової трансформації підприємств індустрії гостинності. *Інфраструктура ринку*. Вип. 79. 2024. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2024/79_2024/40.pdf

Невинний Б. В., магістр
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Радіонова О. М., к.е.н., доц., доцент кафедри
туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

Дослідження тенденцій розвитку сільського туризму має важливе значення як з наукової, так і з практичної точки зору. Сільський туризм сприяє розвитку підприємницької діяльності та підвищенню якості життя місцевих громад. Він допомагає створювати нові робочі місця, зменшуючи рівень безробіття, особливо в малих і віддалених населених пунктах. Вивчення цих тенденцій допомагає ефективніше планувати програми розвитку регіонів.

Сільський туризм включає відпочинок на сільських територіях, пов'язаний чи непов'язаний із сільськогосподарськими видами робіт [1]. Аналіз сучасних практик сільського туризму дозволив встановити низку довгострокових тенденцій.

По-перше, зростання рівня диверсифікації сільського туризму. Диверсифікація передбачає розширення функціональної структури туристично-рекреаційних занять у сільській місцевості. Зростання диверсифікації розглядається як засіб збільшення доходів і подолання проблем розвитку сільських територій завдяки мультиплікативному ефекту в таких сферах, як готельний бізнес, роздрібна торгівля, транспорт тощо.

По-друге, зростання кількості учасників сільського туризму. За останніми оцінками, близько 35% населення європейських країн виявляють інтерес до цього виду туризму [2]. Цільовою аудиторією є мешканці великих міст. Якщо раніше туристичні потоки формувалися переважно з людей пенсійного віку та сімей із дітьми, то зараз спостерігається зростання частки людей середнього та молодого віку.

По-третє, посилення впливу сільського туризму на соціально-економічний розвиток сільських регіонів. За експертними оцінками, сільський туризм у Європейському союзі приносить у середньому 20% від загального доходу туристичної індустрії, хоча в окремих країнах цей показник варіюється від 2 до 40% [2, 3]. Сільський туризм сприяє зростанню підприємницької активності та підвищенню якості життя сільських громад. Водночас його розвиток стримується такими факторами, як сезонна або неповна зайнятість, а також відсутність стартового капіталу у мешканців сіл для розвитку туристичного бізнесу.

По-четверте, зростання соціокультурних наслідків розвитку сільського туризму. У селах будуються об'єкти соціальної інфраструктури – заклади торгівлі та громадського харчування, з'являються цікаві подієві заходи.

Формується культурна ідентичність місцевих мешканців – зростає інтерес до історії свого краю, відродження місцевих традицій, звичаїв і фольклору. Сільський туризм також сприяє оптимізації структури зайнятості населення.

Проте розвиток сільського туризму має і негативні наслідки – соціальні аномалії. Масовий приплив туристів нерідко породжує явища псевдокультури, такі як виробництво низькоякісної сувенірної продукції, сурогатних форм народної творчості та архітектурні надмірності. Традиційному укладу життя села може загрожувати зміна ціннісних орієнтацій.

По-п’яте, зростання екологічних наслідків від розвитку сільського туризму. Сталість розвитку та екологізація технологій декларуються прибічниками та пропагандистами сільського туризму і передбачають дбайливе ставлення до природних і культурних ландшафтів, скорочення споживання води, ресурсів та енергії, а також збереження якості довкілля, місцевої флори й фауни. Проте на практиці активне використання автомобільного транспорту для перевезення туристів призводить до забруднення повітря й ґрунтів, а перевищення рекреаційних навантажень на природні й культурні об’єкти – до деградації рослинного покриву, засмічення території та шумового забруднення. І це безумовно потребує контролю та планування.

По-шосте, посилення державної підтримки сільського туризму. Державна підтримка може здійснюватися за кількома напрямами, зокрема вдосконалення нормативно-правової бази, реалізація державних програм із розвитку сільського туризму, запровадження систем пільгового кредитування й податкових пільг, створення спеціалізованих електронних баз даних та інтерактивних порталів, а також проведення іміджевої роботи. Багатопланова та систематична допомога держави організаторам сільського туризму є специфікою західноєвропейської моделі управління (зокрема британської, німецької, італійської, іспанської). Наприклад, у Європейському союзі міністерства сільського господарства виділяють фінансові ресурси з фондів розвитку сільських територій на проєкти, пов’язані із сільським туризмом. Держава ініціює та підтримує спеціальні програми розвитку сільського туризму.

Сільський туризм виступає динамічним і високоефективним сектором сучасного туристичного руху. Він охоплює різноманітні види туристично-рекреаційної діяльності, які здійснюються у сільській місцевості, включаючи відпочинок на природі та знайомство з традиційним укладом сільського життя, автентичною культурою та роботою місцевих сільськогосподарських виробників.

Список використаних джерел:

1. Радіонова, О.М., Радіонов В.С. Генезис агротуризму в Україні. *Економіка та суспільство.* 2023. № 52. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-52-28

2. Карташова О.Г., Петько В.М. Інституційні проблеми державного регулювання зеленого туризму в Україні. *Економіка і суспільство.* 2018. № 15. С. 138–142. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/15_ukr/22.pdf

3. UNWTO. Tourism Highlights 2017. Edition. URL: https://www.unwto.org/archive/global/publication/unwto-tourism-highlights-2017

Несвіт І. В., здобувач
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Колонтаєвський О. П., к.е.н., доц.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ

Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності в Україні проводились науковцями та фахівцями готельної галузі протягом останніх десятиліть [1–2]. Як зазначає Ковальчук С. [1], вигідне розташування України в центрі Європи на перетині транспортних шляхів сприяє розвитку туризму та залученню бізнес-туристів. Розвинена транспортна інфраструктура також позитивно впливає на готельно-ресторанний сектор, особливо в містах та регіонах із великим туристичним потоком.

Розвиток готельного бізнесу та туризму в Україні залежить від багатьох чинників, таких як географічне розташування, рівень туристичної інфраструктури та наявність додаткових послуг для туристів. Врахування цих факторів дозволяє створювати ефективні стратегії для розвитку галузі та підвищення її конкурентоспроможності. Важливу роль відіграють також технічні інновації, зокрема впровадження сучасних інформаційних технологій і систем бронювання, які роблять готельні послуги доступнішими. У готельному бізнесі активно використовуються різні системи управління, зокрема система управління готельним господарством (PMS) [3].

Зростання кількості іноземних туристів створило потребу у збільшенні номерного фонду готелів та підвищенні комфорту проживання. Особлива увага приділяється покращенню якості обслуговування та створенню сучасних умов для гостей. Важливим елементом стає пропонування національних страв, що приваблює туристів через культурний аспект. Крім того, на розвиток готельної інфраструктури суттєво впливає організація MICE-заходів (зустрічі, інсентиви, конференції, виставки), які стимулюють розвиток ділового туризму та створюють попит на конференц-зали й виставкові площі. Інвестиції в цей сектор не лише покращують обслуговування, а й залучають корпоративних клієнтів, посилюючи статус готелів як міжнародних бізнес-майданчиків.

Війна в Україні суттєво вплинула на функціонування готельного бізнесу. Багато готелів у районах бойових дій зазнали значних руйнувань або пошкоджень. Крім того, потік туристів до України значно скоротився, що призвело до зниження активності в туристичній сфері [4].

Дослідники [1] підкреслюють, що Україна, особливо в повоєнний період, матиме значний потенціал для активного розвитку готельного бізнесу. Однак важливо зосередити увагу на умовах внутрішнього попиту на готельні послуги.

Перспективи розвитку готельного бізнесу в Україні здебільшого пов'язані з відкриттям та модернізацією готелів у популярних туристичних зонах [5]. Особлива увага приділяється Києву, де сконцентрований значний потенціал регіону та розташований найбільший міжнародний аеропорт України. У країні активно оновлюються наявні готелі й будуються нові, зокрема за участю провідних міжнародних готельних брендів, таких як Crowne Plaza, Renaissance, Hilton, Marriott. Успіх цих мереж пояснюється стабільністю якості продукту та послуг, впізнаваним стилем у різних країнах і доступною ціновою політикою [6].

Полінкевич О. [7] зазначає, що основні стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу повинні бути спрямовані на подолання бізнес-ризиків, що виникають під час пандемії. Ці ризики можна розподілити на три основні категорії:

1. Внутрішні ризики, які включають операційні ризики, фінансові втрати, маркетингові та збутові ризики, клієнтські ризики, а також ризики, пов'язані зі здоров'ям і безпекою персоналу.
2. Стратегічні ризики, що виникають через неефективну бізнес-стратегію або невідповідність між поставленими цілями і завданнями бізнесу.
3. Зовнішні ризики, які охоплюють конкурентні, політико-правові, соціально-екологічні та інформаційно-безпекові ризики.

Таким чином, стратегії розвитку повинні враховувати всі ці групи ризиків для ефективного функціонування бізнесу в умовах непередбачуваних зовнішніх викликів, таких як пандемія.

Список використаних джерел:

1. Ковальчук С. Дослідження стану та тенденцій розвитку індустрії гостинності України. *Трансформаційна економіка*. 2024. Вип. 2 (07). С. 27–32.
2. Завідна Л. Д. Готельний бізнес: стратегії розвитку : монографія. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. 600 с.
3. Чуєва І. Вплив світового ринку готельно-ресторанних послуг на міжнародний туристичний бізнес. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 48. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2219/ 2140
4. Румянцева І. Б., Мендела І. Я. Готельна індустрія України в умовах воєнного часу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2024. № 11. URL: https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2024-11-12-02/2024-11-12-02

5. Колонтаєвський О. П., Шаповаленко Д. О. Основні напрями розвитку готельно-ресторанного господарства України. *Комунальне господарство міст. Серія : Економічні науки*. 2019. Вип. 2. С. 79–84.

6. Галасюк К. А. Готельні ланцюги в сучасній індустрії гостинності. *Науковий вісник ОНЕУ*. 2012. № 21 (173). С. 127–135.

7. Полінкевич О. Стратегії розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. № 4. 2020. С. 24–29.

Нестеренко Є. Д., студентка
Університету митної справи та фінансів

ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГОТЕЛЯХ ТА ТУРИСТИЧНИХ КОМПЛЕКСАХ

Туристично-рекреаційна діяльність є важливою складовою розвитку туризму. Діяльність включає кілька ключових складових, кожна з яких відіграє важливу роль у забезпеченні якісного відпочинку та задоволення туристів. В першу чергу, це організація туристичних подорожей, яка включає планування і проведення екскурсій, туристичних маршрутів і поїздок з урахуванням інтересів та побажань клієнтів, де важлива правильна організація логістики, забезпечення транспорту, харчування та проживання. Готелі та туристичні комплекси часто пропонують екскурсії до історичних або природних пам'яток, а організовані групові екскурсії можуть включати гідів та інтерактивні заняття. Анімаційна діяльність є однією з найважливіших складових рекреаційного обслуговування. Анімаційна програма передбачає організацію розважальних заходів та активного дозвілля, таких як спортивні ігри, вечірки, конкурси та шоу. Аніматори грають вирішальну роль у створенні позитивного настрою та інтерактивної атмосфери. Окрім цього, рекреаційні послуги включають пропозиції спа, басейнів, фітнес-центрів, процедур для оздоровлення і відновлення, що дозволяє туристам відпочити як фізично, так і морально.

Готелі та туристичні комплекси виконують ряд важливих функцій в організації туристично-рекреаційної діяльності. Для клієнтів готелі та туристичні комплекси надають численні переваги, такі як зручність, різноманітність послуг, а також безпеку та комфорт завдяки високому рівню обслуговування. При цьому персонал отримує не менш значний ряд переваг, працюючи в такій сфері. Це можливість працювати в команді, де кожен виконує свою роль; кар’єрне зростання і перспективи професійного розвитку, включаючи підвищення кваліфікації; і можливість для творчого самовираження, особливо для аніматорів та організаторів розважальних програм.

Підсумком такої діяльності є підвищення рівня задоволеності клієнтів, що сприяє збільшенню тривалості їхнього перебування та поверненню у майбутньому. Вдала організація рекреаційних заходів допомагає створити

комплексний відпочинок, поєднуючи не лише проживання, але й активні або релаксаційні розваги, які відповідають очікуванням різних категорій гостей. Вплив на імідж та конкурентоспроможність готелю чи туристичного комплексу є значним. Якісні туристично-рекреаційні послуги, зокрема спортивні заняття, оздоровчі процедури, екскурсії, та культурні програми, створюють позитивний імідж закладу як місця, де можна отримати всебічний відпочинок. Це виділяє готель або комплекс серед конкурентів, сприяючи залученню нових клієнтів та зміцненню його позицій на ринку. В умовах високої конкуренції важливим є диференціювання послуг, що підвищує лояльність клієнтів та забезпечує стабільний дохід.

Фінансове планування є базовим елементом для управління туристично-рекреаційною діяльністю, оскільки воно дозволяє прогнозувати витрати та доходи, оцінювати інвестиційні можливості та забезпечувати фінансову стабільність. Основними етапами фінансового планування є визначення цілей та масштабів рекреаційної діяльності, прогнозування доходів, оцінка витрат на організацію рекреаційних послуг, створення бюджету для конкретних програм і проектів, а також контроль і аналіз фактичних результатів у порівнянні з плановаными. Оцінка витрат дозволяє визначити вартість ресурсів, які використовуються для організації рекреаційних послуг. Це можуть бути витрати на персонал, обладнання, матеріали, оренду приміщень, рекламні заходи тощо. Типи витрат включають прямі витрати (оплата праці інструкторів, витрати на організацію екскурсій або спортивних заходів), непрямі витрати (підтримка інфраструктури, освітлення, опалення), фіксовані витрати (оренда приміщень, витрати на адміністративний персонал) і змінні витрати (матеріали, харчування для клієнтів).

Формування ціни на туристично-рекреаційні послуги включає врахування таких факторів, як витрати, конкуренція, попит і цінність послуги для клієнтів. Основні підходи до ціноутворення включають ціноутворення на основі витрат, конкуренції та попиту. Ціноутворення на основі витрат передбачає визначення всіх витрат на надання послуги і додавання певної маржі для отримання прибутку. Ціноутворення на основі конкуренції встановлюється з огляду на цінову політику конкурентів, а на основі попиту – відповідно до готовності клієнтів платити за послуги.

Оцінка прибутковості і ефективності рекреаційних програм передбачає аналіз фінансових результатів і окупність інвестицій, що дозволяє визначити успішність тієї чи іншої програми та прийняти рішення щодо її розвитку або коригування. Основними показниками для оцінки є рентабельність, окупність інвестицій і коефіцієнт завантаженості інфраструктури (наприклад, заповненість тренажерних залів, окремих турів).

Туристично-рекреаційна діяльність є важливою складовою туристичної індустрії, оскільки вона створює комфортні умови для відпочинку та розваг, сприяє залученню туристів та підвищує їх

задоволеність. Готелі та туристичні комплекси відіграють ключову роль у цій діяльності, пропонуючи широкий спектр послуг – від організації екскурсій до анімаційних програм і оздоровчих процедур. Якісне обслуговування, різноманітність послуг та інноваційні підходи допомагають готелям та комплексам вирізнятися серед конкурентів, зміцнювати імідж та залучати нових клієнтів. Перспективи розвитку туристично-рекреаційної діяльності пов'язані зі зростаючим попитом на індивідуалізовані програми відпочинку, зокрема оздоровчі та культурні тури, а також із використанням новітніх технологій.

Нещеретний Б. С., студент
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова
(науковий керівник – Писарева І. В., к.е.н.,
доцент кафедри туризму та готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Інновації – це не просто нові винаходи, а й комплекс змін, які охоплюють усі сфери людської діяльності. Від впровадження нових технологій до зміни підходів у маркетингу та управлінні – інновації є рушійною силою прогресу.

Сьогодні інновації відіграють ключову роль у розвитку багатьох галузей, зокрема туризму. Незважаючи на численні виклики сучасності, туристична індустрія продовжує активно розвиватися [1].

Щоб успішно розвивати гастрономічний туризм, необхідно глибоко аналізувати інноваційні чинники, які впливають на цей сегмент ринку. Такий аналіз дозволяє розробляти ефективні стратегії для створення привабливих туристичних дестинацій.

Регіони України мають великі перспективи для розвитку інноваційного гастрономічного туризму.

Одним з ключових напрямів цього розвитку є розвиток фермерських господарств. Такі господарства не лише виробляють якісні, екологічно чисті продукти, а й створюють унікальні туристичні пропозиції: екскурсії, дегустації та можливості відпочинку на природі.

Прикладом може бути Львівська обласна державна адміністрація, яка у 2018 році презентувала гастрономічний проєкт «Гастромандри Львівщиною» та випустила спеціальний гастрономічний путівник. У цьому путівнику зібрано інформацію про найкращих місцевих виробників, фермерські господарства, садиби та крамниці, де можна придбати регіональні продукти. Окрім різноманітних локацій, путівник також містить готові маршрути для

гастрономічних турів по Львівщині. Важливою частиною цього проєкту є створення гастрономічного маршруту під назвою «Дороги смаку Львівщини», який популяризує традиційні страви регіону. Проєкт сприятиме розвитку гастрономічного туризму, підтримці місцевих виробників та збереженню культурних традицій Львівщини.

Інновації, впроваджені на різних етапах створення та надання спеціалізованих гастрономічних турів, позитивно впливають не лише на успішність конкретних туристичних продуктів, але й на загальну конкурентоспроможність туристичних напрямків і регіону загалом. На рівні регіонів інноваційні чинники відіграють важливу роль у розвитку регіональних туристичних систем [2].

З огляду на аналіз сучасних трендів в інноваційній діяльності, можна виділити кілька ключових напрямів інноваційного розвитку гастрономічного туризму на регіональному рівні:

– підготовка фахівців у вищих навчальних закладах із застосуванням новітніх методів і підходів для ефективного розвитку та організації гастрономічного туризму;

– міжнародний обмін знаннями та досвідом у галузі гастрономії й туризму;

– розробка гастрономічних турів і проведення тематичних подій, що підвищують привабливість регіону для туристів;

– створення закладів гастрономії з використанням інноваційних рішень для залучення туристів;

– використання PR-технологій і сучасних рекламних інструментів у гастрономічному туризмі;

– впровадження смарт-технологій;

– поліпшення транспортної інфраструктури та доступності туристичних об’єктів;

– впровадження інноваційних підходів до управління та маркетингу в галузі гастрономічного туризму.

Отже, ключовим елементом розвитку гастрономічного туризму є впровадження інноваційних рішень. Гастрономічний туризм, який слід розглядати у контексті регіональних туристичних систем, в сучасних умовах піддається впливу інноваційних факторів. Застосування інновацій на різних етапах розробки та надання спеціалізованих гастрономічних туристичних послуг не тільки покращує процес реалізації окремих турів, але й підвищує конкурентоспроможність як окремих туристичних дестинацій, так і регіонів загалом.

Список використаних джерел:

1. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіні України. *Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України* : матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (м. Львів, 19–20 жовтня 2018 р.). Львів, 2018. С. 62–64.

2. Курбацька Л.М., Кадирус І.Г. Впровадження маркетингових інновацій в діяльність промислових підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 4. С. 187–190.

Носик М. І., аспірант
Сумського національного аграрного університету
(науковий керівник – Самілик М. М., д.т.н., доц., завідувач кафедри
технологій та безпечності харчових продуктів
Сумського національного аграрного університету)

ВИНО ІЗ ШОВКОВИЦІ ЯК РЕГІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БРЕНД

Fructus Mori (*Morus nigra L.*), також відомий як шовковиця, є плодовим скупченням тутового дерева в сімействі *Moraceae*. Шовковиця має солодкий і соковитий смак і є одним із фруктів, які люди часто споживають, відомий як «фрукт третього покоління» разом з обліпихою, малиною та іншими. Національна комісія з питань охорони здоров'я зарахувала його до «гомологічних лікарських і їстівних» сільськогосподарських продуктів, які одночасно є продуктами харчування та ліками.

Плоди шовковиці багаті антоціанами і можуть розглядатися як потенційне джерело для виробництва натурального червоного харчового барвника. Антоціани мають цінну активність, що сприяє зміцненню здоров'я, що приносить значну користь здоров'ю людини. Однак їх нестабільність є обмежуючим фактором для їх використання у функціональних продуктах харчування та напоях.

З ягід шовковиці можна приготувати смачне і поживне вино. Вино з шовковиці багате поживними речовинами, такими як антоціани, ресвератрол, амінокислоти, мікроелементи та антиоксидантні компоненти, має високу харчову та лікувальну цінність і великий ринковий потенціал.

Через вплив сировини та виробничих процесів у процесі виробництва тутового вина утворюються вищі спирти. Білки тутового вина гідролізуються до амінокислот, які потім обробляються декарбоксилазою та дезаміназою, що виділяються дріжджами або оцукрювальними бактеріями, для отримання вищих спиртів. Вироблені вищі спирти також можуть піддаватися реакції етерифікації з органічними кислотами з утворенням складних ефірів, які надають вину насиченого та м'якого смаку та покращують загальну координацію вина. У вині з шовковиці є важливі смакові та ароматичні речовини.

Однак, коли вміст вищих спиртів занадто високий, вино має гіркуватий, сильний, терпкий і пряний смак, що не тільки впливає на якість і смак вина, але також є шкідливим для здоров'я людини. Це може спричинити застій у нервовій системі тих, хто п'є, а через повільний метаболізм і тривалий час утримання в організмі людини може спричинити головний біль і легко п'яніти [1].

Шовковиця досить поширена дикоросла сировина, яка для Сумщини є регіональною. Не зважаючи на значне поширення чагарників шовковиці, цей плід практично не використовується в харчовій промисловості із-за відсутності раціональних технологій переробки. Це зумовлено низьким терміном придатності плодів через високий вміст вологи у плодах.

Розроблена технологія вина із плодів шовковиці із застосуванням осмотичної дегідратації.

Плоди без попередньої обробки змішували із 70 % розчином сахарози, попередньо нагрітим до 65±5 °С, у співвідношенні 1:1. І проводили осмотичну дегідратацію плодів в лабораторному дегідраторі [2] протягом 1 години. Температура осмотичної дегідратації становила 50±5 °С. Після чого відокремлювали від плодів осмотичний розчин і зберігали його у герметичній тарі при температурі 3–4°С. До частково зневоднених плодів шовковиці додавали питну очищену воду у співвідношенні 1:1 та настоювали протягом 12 годин при температурі 10–15 °С. Далі утворене сусло відокремлювали від плодів, змішували його з осмотичним розчином та розчином, утвореним при пресуванні частково зневоднених плодів. Співвідношення компонентів винної суміші – 1:0,5:0,5. Плоди шовковиці, утворені після настоювання, пресували за допомогою лабораторного гвинтового пресу «Вілен» (Україна). М’язгу висушували і подрібнювали на порошок.

Винну суміш ферментували при 20±2 °С протягом 20 днів в статичних умовах. Перед початком бродіння суміш нагрівали до температури 30–35 °С і вносили сухі винні дріжджі Hot Rod Aromatic Wine Complex (2 % до маси).

На етапі активного бродіння (на 4-ту добу) вносили додатково осмотичний розчин (10 % до маси сусла) у зброджене сусло і продовжували бродіння ще 4 доби. Після чого до сусла додавали ще 10 % осмотичного розчину, продовжували ферментацію протягом 12 діб. По закінченню бродіння молоде вино знімали із дріжджів, переливаючи його в іншу герметичну ємність, витримували при температурі 3–5 °С протягом 1 місяця. Проводили друге переливання та досліджували вміст антоціанів, органолептичні та фізико-хімічні показники його якості.

Вино виготовлене на основі продуктів переробки плодів шовковиці мало приємний смак та колір, але слаборозвинутий аромат.

Шовковичне вино характеризувалося невисоким вмістом алкоголю (6 %), низькою концентрацією цукрів (13,0 г/дм^3) та високою концентрацією летких кислот (1,4 г/дм^3), тому дослідний зразок можна віднести до напівсухих вин.

Зважаючи на те, що Сумщина не спеціалізується на вирощуванні винної сировини та виробництві вин, дана технологія може бути актуальною для промислового впровадження. Вино із плодів шовковиці може стати гастрономічною візитівкою даного регіону, яку можна пропонувати туристам.

Список використаних джерел:

1. Lian W., Lei J., Han C., Wu J., Liu Z., Liu W., Jiapaer A., Su H., Xu Y., Chen Y., Liu F. Effect of Different Yeasts on the Higher Alcohol Content of Mulberry Wine. *Foods*. 2024. № 13 (12). P. 1788.

2. Samilyk M., Nosyk M., Ryzhkova T., Bolhova N., Tkachuk S., Sakhnenko A., Petrenko A., Hrinchenko D., Hnoievyi I. Determining the possibility of making mulberry wine by using the osmotic dehydration process. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2024. № 3 (11 (129)). P. 31–36.

Пономар В. С., студент
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Соколенко А. С. к.е.н., доц.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова)

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В РЕСТОРАННИХ МЕРЕЖАХ

Останніми роками ресторанна індустрія стрімко змінюється, особливо коли мова йде про технології. Тривалий час очікування страви, виробничі помилки, проблеми постачання та нестача робочої сили, з усім цим стикається ресторанний бізнес у своїй діяльності, у зв’язку з цим ресторани звертаються до технологій штучного інтелекту (ШІ).

Хоча технологічний прогрес зробив ШІ більш доступним, ніж будь-коли раніше, роботи, які готують їжу або доставляють замовлення гостям, все ще залишаються недосяжними для переважної більшості ресторанів. У сфері ресторанного господарства штучний інтелект стає все більш поширеним, але в менших масштабах, часто за лаштунками.

Мережі ресторанів мають більше мотивації, щоб впроваджувати технології штучного інтелекту у свою діяльність, зокрема через значний розмір та потребу в централізованому управлінні. Ресторанні мережі складаються з великої кількості закладів та працюють з великими потоками гостей, генеруючи великі обсяги даних для аналізу. ШІ може аналізувати значні масиви даних, знаходити закономірності й підтримувати в прийнятті рішень на основі обробленої інформації, що може бути непрактично на рівні окремих ресторанів.

Ресторанні мережі володіють більшими ресурсами для стартових інвестицій в інновацію, у зв’язку з тим, що вони можуть розподіляти витрати між більшою кількістю локацій. Автоматизація навіть частини процесів у мережі може значно знизити загальні витрати, а отже, швидше окупити інвестиції в ШІ.

Штучний інтелект в ресторанах підприємствах зазвичай асоціюється з кухнею, на якій працюють роботи, але це не є відображенням технології. Найпоширеніші способи за допомогою яких технології штучного інтелекту змінюють роботу ресторанів, – це зменшення людського фактора, контроль витрат, підвищення точності виробництва, дотримання стандартів безпеки, покращення досвіду гостей та інші.

Існує багато людських факторів, через які можуть статися помилки при обслуговуванні у ресторанах. Від поганої комунікації до простих помилок персоналу – помилки в ресторанах трапляються щодня. Наприклад, щоб офіціант не переплутав замовлення, гість може зробити замовлення через мобільний додаток, або через цифрове меню з сайту [2].

Постійний моніторинг необхідний для сировини, якщо персонал не стежить за цим, то деякі швидкопсувні продукти можуть стати непридатним для використання, і їх доведеться викинути, що буде фінансовим тягарем. Виходом є штучний інтелект, який буде контролювати цей процес та прогнозуватиме приблизну кількість відвідувачів за день та кількість замовлених страв, з цими даними штучний інтелект буде розраховувати необхідну кількість сировини для закупівлі.

Технології ШІ також можуть проаналізувати пікові години роботи закладу, що дозволить ресторану ефективно розподіляти ресурси:

– оптимізація графіка роботи персоналу (дозволить ефективно розташовувати персоналу у завантажені та незавантажені періоди та скоротити витрати на оплату праці);

– зменшення часу очікування гостей (на основі даних завантаженості закладу ШІ запропонує стратегії оптимального управління чергами);

– планування маркетингових акцій (запуск спеціальних пропозицій та знижок в залежності від періоду завантаження).

За допомогою технологій ШІ можна автоматизувати низку рутинних завдань, через скорочення або усунення повторюваних завдань на основі перепроєктування функцій за допомогою автоматизованих процесів, таких як обробка бронювань чи відповіді на запити [2]. Це не лише дозволяє персоналу зосередитися на інших завданнях, але й зменшує витрати.

Усі платформи соціальних медіа працюють на основі технологій ШІ, які постійно використовують минулу поведінку користувачів, щоб пропонувати новий контент. Для ресторанних мереж, які використовують соціальні мережі для маркетингу, ця технологія дає можливість знайомити з контентом людей, які ще не знайомі з брендом [1].

Таким чином, багатьом менш технічно підкованим ресторанним мережам штучний інтелект може здатися страшною темою, однак, суть в тому, що він вже відіграє велику роль у трансформації ресторанного бізнесу, відкриваючи потужні можливості для аналізу та прогнозування. Проте, необхідно зазначити, що відсутність стратегічного підходу до проєктів та ініціатив у сфері ШІ, швидше за все, будуть марними.

Технології штучного інтелекту в ресторанних мережах – це не просто тренд, це є майбутнім індустрії, оскільки вони можуть оптимізувати процеси та операції, знизити витрати й підвищити прибутковість.

Список використаних джерел:

1. AI in restaurants: 9 ways artificial intelligence is shaping the food industry. *Popmenu: We do more than grow your restaurant.* URL: https://get.popmenu.com/post/ai-in-restaurants

2. Primus T. Artificial Intelligence for Restaurants | FoodNotify Hospitality Blog. *FoodNotify.* URL: https://www.foodnotify.com/en/blog/artificial-intelligence-restaurant

3. Дайновський Ю. А. Розвиток ресторанного господарства в Україні: організаційні, інноваційні і маркетингові чинники підвищення конкурентоспроможності підприємств / М. Ю. Барна, Л. К. Гліненко, Ю. А. Дайновський. Соціально-трудові відносини: проблеми науки та практики : монографія. Полтава, 2020. С. 578–594.

Пономаренко Я. А., магістрантка
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Радіонова О. М., к.е.н., доц.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

ВПЛИВ ТУРИЗМУ НА ПСИХОЛОГІЧНЕ ЗДОРОВ'Я ЛЮДЕЙ

Проблеми, пов'язані зі стресом і психологічним здоров'ям, викликають дедалі більшу стурбованість. Всесвітня організація охорони здоров'я передбачала, що депресія і пов'язані з нею захворювання стануть основною причиною поганого здоров'я людей сьогодення.

Сучасні дослідження показують, що якість життя людей може бути значно поліпшена за допомогою туризму. Взаємодія з природою допомагає людям проявляти найкращі якості. Вчені з університету Рочестера провели кілька експериментів за участю 370 осіб. Їх розділили на дві групи: одним показували фотографії пейзажів, іншим – брутальні краєвиди бетонної забудови. Кожен мав уявляти, що він перебуває в тому місці, яке бачить, і уявляти запахи та звуки, які можуть там бути. Потім учасники заповнили опитувальник, у якому оцінювали, наскільки важливими для них є багатство, популярність, почуття спільності та близькі стосунки. Ті, хто дивився на фотографії міста, понад усе цінували багатство і славу. А ті, хто милувався природними пейзажами, вище цінували стосунки і почуття спільності. Вчені вважають, що пейзажі сприяють саморефлексії і знижують тиск цінностей суспільства, які віддаляють людей один від одного [1].

Подорож на природу робить людей щасливішими. Наприклад, дослідники опитували туристів, а саме: 238 осіб, які люблять природу і пригоди на відкритому повітрі, різного віку і походження, що відвідали національні парки Австралії. 82% з них заявили, що після цих поїздок стали почуватися краще. З опитаних 87,5% повідомили про короткострокові емоційні переваги; 60% – про середньострокове відновлення після стресу; і 20% – про довгострокові зміни у світогляді. Більше половини з них зазначили, що відвідування парків допомогло їм знизити рівень стресу [2].

Індустрія туризму використовує переваги відпочинку на природі, пропонуючи різні види турів – зазвичай вони включають заняття на кшталт альпінізму, сплаву гірськими річками, катання на лижах, плавання. Втім, дослідники вважають, що не менш корисними для психіки можуть бути спокійні види відпочинку, без таких яскравих вражень. Тривале перебування на природі та відпочинок від міського темпу життя вже забезпечать гарне ментальне самопочуття. Люди почуватимуться краще, якщо підуть у багатоденний похід, де готуватимуть їжу, встановлюватимуть намети та розповідатимуть історії біля багаття. Такі види діяльності покращують фізичне здоров’я та психологічне благополуччя.

Науковці, які досліджували практику сінрін-йоку – заспокійливих прогулянок лісом, що популярні в Японії, виявили, що такі прогулянки допомагають скинути напругу, спричинену життям у шаленому міському ритмі, відновитися і перезавантажитися. Під час таких прогулянок рекомендується відключити мобільні телефони, гуляти в тиші, повністю розчиняючись у лісових пейзажах [4].

Дослідження вказують на безліч позитивних переваг для здоров'я фізіологічних і психологічних систем людини, пов'язаних із практикою Shinrin-Yoku, також відомою як Forest Bathing.

Огляд 64 досліджень показав, що сінрін-йоку справді позбавляє стресу й тривожності, а люди, які гуляють у лісах і парках, починають почуватися щасливішими. Поточні наукові відкриття свідчать про те, що люди інтуїтивно знають: природа чинить величезний сприятливий вплив на мозок людини, і це проявляється в підвищенні рівня щастя, здоров’я, благополуччя і пізнавальних здібностей [4].

Вплив туризму на психологічне здоров’я людей є комплексним і багатогранним. Відпочинок на природі підвищує увагу, пам’ять та здатність до концентрації. За дослідженнями вчених визначено, що природа допомагає відновлювати ментальні ресурси, необхідні для ефективного мислення та прийняття рішень.

Список використаних джерел:

1. Trips to the countryside make people happier. URL: https://www.rochester.edu/newscenter/?id=3450

2. Buckley Ralf. Nature Tourism and Mental Health: Parks, Happiness, and Causation. *Journal of Sustainable Tourism.* 2020. URL: DOI 10.1080/ 09669582.2020.1742725

3. Farkic J., Taylor S. Rethinking tourist wellbeing through the concept of slow adventure. URL:https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6723984

4. Margaret M. Hansen, Reo Jones, Kirsten Tocchini. Shinrin-yoku (forest bathing) and nature therapy: a state-of-the-art review. *Int J Environ Res Public Health*. 2017. № 14 (8). URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/ PMC5580555

Романчук А. А., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЛІТНЬОГО ТУРИЗМУ ІТАЛІЇ

Італія має значний прогрес у туристичній сфері, займаючи провідні позиції у світовому туризмі завдяки своєму культурному багатству, історичній спадщині, природній красі та розвиненій інфраструктурі. Країна залишається лідером за кількістю об’єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, а її узбережжя та гірські масиви приваблюють величезну кількість туристів щороку.

Відповідно до рейтингу Travel & Tourism Development Index 2024, опублікованого Всесвітнім економічним форумом (WEF), Італія входить до десятки найбільш затребуваних напрямків наступного літнього сезону. З початком літа 2024 року готельний сектор Італії готувався до багатообіцяючого сезону. Кількість бронювань стрімко зросла – на 18% порівняно з 2023 роком [3]. Coldiretti повідомляє, що серпень більше не є піковим місяцем для подорожей для італійців. В цьому році кількість туристів розподілилася більш рівномірно між трьома місяцями, віддаючи перевагу червню і липню також з точки зору економіки. Unioncamere констатує те ж саме: динаміка бронювань номерів слідувала за зростанням у першій половині літа та спадом у серпні, а потім знову зросла в перспективах на вересень місяць. Незважаючи на інфляцію та орієнтовне зростання ставок на 2% порівняно з 2023 роком, середня ціна перебування в Італії нижча, ніж в інших країнах Європи (145 євро за ніч) [4].

Позитивну тенденцію літнього туризму у 2024 році підтверджує Fipe Confcommercio. Фактично, згідно з останнім аналізом літнього сезону, представленим під час круглого столу «Італійське літо: виклики та горизонти туристичної системи», який відбувся в Римі, баланс становить близько 215 мільйонів. Туристична присутність у країні збільшилася на 1,6% порівняно з 2023 роком. Іноземний туризм продовжує стимулювати зростання, який, як очікується, зросте на 4% порівняно з попереднім роком, тоді як внутрішній туризм зафіксує невелике зниження (–0,8%) [1].

Серед найпопулярніших, обраних туристами, регіонів країни: Тоскана, Емілія-Романья, Сицилія, Апулія, Кампанія, Трентіно-Альто-Адідже та Сардинія. 80,7% оберуть море, 13,1% віддадуть перевагу горам, озерам і бальнеологічним курортам, а решта 3,3% оберуть місця мистецтва та культури. Основна відпустка триває в середньому 10,3 дня і обійдеться в цілому (включно з проїздом, проживанням і розвагами) в 886 євро на людину (близько 86 євро на день) [5].

Розглядаючи більш глибоко структурні зміни між до і після пандемії у моделях відпустки італійців, аналіз виявляє збільшення тривалої відпустки (4 або більше ночей), яка у 2023 році становила 59,4% від загальної кількості контрольних 55,6% у 2019 році. поїздок (1-3 ночі) впав до 40,6% з 44,4% до пандемії.

Літній відпочинок зростає: у загальній картині падіння відпусток частка літніх поїздок у загальному річному продажі становить 45% (з 41,8% у 2019 році), а ночівлі – 61% (з 57,6%). Тому літо закріплює свою роль у виборі італійцями періоду для відпустки.

Привабливість Італії зростає: 79,3% італійських поїздок на відпочинок мають місце призначення в Італії, ця цифра зростає порівняно з 76,3% у 2019 році. Зростає привабливість Півночі (+2%) і Півдня (+2,2%).

Збільшується кількість самостійних бронювань: житло бронює безпосередньо сам турист у 73,8% поїздок на відпочинок, у яких заброньовано об’єкт, де він зупиняється (у 2019 році було 45,4%) [2].

Італія є однією з найпопулярніших туристичних країн світу, привертаючи мільйони туристів щороку. Італія пропонує широкий спектр туристичних приваб, від історичних пам’яток до природних красот, які потребують різних видів розміщення. Саме тому, туризм є важливою частиною економіки Італії.

Список використаних джерел:

1. Indagini, dati e informazioni sul settore del Turismo in Italia. URL: https://www.confcommercio.it/-/turismo-in-italia

2. Turismo: flussi in crescita per la stagione estiva. URL: https:// arenadigitale.it/2024/07/25/turismo-flussi-in-crescita-per-la-stagione-estiva

3. Turismo, boom di prenotazioni: trend dell’estate 2024. URL: https:// italiaeconomy.it/turismo-boom-in-italia-trend-dell-estate-2024

4. La sindrome del segno «Meno»: andamento del turismo a fine estate 2024. URL: https://slea.it/2024/09/10/la-sindrome-del-segno-meno-andamento-del-turismo-a-fine-estate-2024

5. Estate, vacanze per 36 milioni di italiani. La segmentazione è il trend. URL: https://www.repubblica.it/viaggi/2024/07/22/news/vacanze_italiani_estate_2024_cifre-423407983/#:~:text=La%20vacanza%20dell'estate%202024,per%20una%20destinazione%20squisitamente%20italiana

Романчук А. А., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

РОЗВИТОК ГАСТРОТУРИЗМУ З ІННОВАЦІЙНИМ ПІДХОДОМ

Постійний та стрімкий розвиток туристичної галузі, дає вагомі причини розглядати сферу туризму як одну із найважливіших та найприбутковіших у масштабі світової економіки. Гастрономічний туризм – вид туризму з метою ознайомлення з кухнею, продуктами та напоями країни. Під час таких турів споживачі відвідують ресторани, що пропонують кухню країни, беруть участь у гастрономічних заходах, готують місцеві страви, дізнаються про історію та рецепти їжі та напоїв країни, дегустують напої та подорожують місцями, де вирощують, збирають та виробляють продукти, що їх цікавлять. Більше того, гастрономічний туризм – це нове, унікальне та універсальне явище, яке активно розвивається і позитивно впливає на економіку, зайнятість та автентичну спадщину країни, адже туристи не лише куштують місцеву кухню, а й намагаються дізнатися про її історичні витоки та технічні характеристики.

Інноваційним підхід є важливим напрямом для створення нових туристичних продуктів і підвищення конкурентоспроможності регіонів. Інновації в цій галузі дозволяють створювати унікальні враження для туристів, розширювати межі традиційного гастротуризму та покращувати взаємодію між відвідувачами і місцевою культурою.

Інноваційні елементи, що впливають на розвиток гастрономічного туризму, включають кластери, нові проекти, нові технології, екологічно чисті заходи, концептуальні об’єкти та маркетинг у соціальних мережах. Такі елементи, як нові проекти, нові технології та маркетинг у соціальних мережах є особливо важливими для впровадження маркетингових інновацій.

Туристична діяльність усе частіше використовує новітні інноваційні рішення, а саме:

1. Використання технологій доповненої (AR) та віртуальної реальності (VR).

Віртуальні гастрономічні тури дозволяють туристам заздалегідь ознайомитися з місцевими ресторанами, подивитися процес приготування страв і навіть брати участь у віртуальних кулінарних майстер-класах. Електронні меню з додатковими функціями, як-от опис інгредієнтів, поради щодо вибору напоїв або інтерактивна презентація страв за допомогою AR. Доповнена реальність у ресторанах дає можливість побачити походження продуктів, калорійність та історію страви, а також отримати інформацію про місцеві традиції [3].

2. Інтерактивні кулінарні майстер-класи та воркшопи.

Організація майстер-класів з приготування локальних страв за участю відомих шеф-кухарів, які можуть залучити туристів до безпосереднього процесу приготування. Кулінарні воркшопи з використанням локальних інгредієнтів сприяють розвитку інтересу до місцевих продуктів та надають можливість туристам відчути автентичність регіону.

3. Сталий гастротуризм та підтримка локальних виробників.

Екологічно чисті тури та екологічні маршрути з акцентом на органічну їжу, сезонні продукти та підтримку місцевих фермерів стають популярними серед туристів, що дбають про екологію. Фермерські гастротури дозволяють туристам відвідати місцеві ферми, виноробні та пекарні, де вони можуть дізнатися про процеси виробництва продуктів та придбати продукцію безпосередньо у виробника.

4. Формування гастротурів навколо унікальних інгредієнтів або страв.

Розробка турів, зосереджених на вивченні одного продукту або страви. Наприклад, тури по виноробних регіонах, сирних фермах, оливкових або трюфельних плантаціях. Це дозволяє туристам заглибитися в історію та процес виробництва цих продуктів.

5. Соціальні медіа та маркетинг з акцентом на унікальність місцевої кухні.

Використання соціальних мереж для створення бренду місцевої кухні і просування гастротуризму через історії та фото, що відображають автентичність місцевої їжі. Залучення відомих блогерів та інфлюенсерів до гастрономічних турів, що допомагає просувати місцеві традиції і продукти серед широкої аудиторії.

6. Інноваційні дегустаційні зали та сенсорні досвіди.

Організація дегустацій у темних залах, де туристи покладаються тільки на смак і запах, що додає нових вражень і дозволяє відчути смаки інтенсивніше. Сенсорні дегустації з використанням звуків, текстур і ароматів роблять дегустаційні заходи багатогранними і привабливими для туристів [1].

Інноваційні підходи в гастротуризмі допомагають зробити тури більш захопливими та незабутніми, приваблюють нових клієнтів та сприяють популяризації місцевих продуктів [3]. Це важливий напрямок, що поєднує культурну спадщину, сучасні технології та сталий розвиток, що в результаті створює унікальний туристичний досвід.

Список використаних джерел:

1. Графська О., Головчук Ю. & Никига О. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. *Економіка та суспільство*. 2022. № 39. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9

2. Туризм: інноваційні рішення та прогнози. URL: https://sfii.gov.ua/turizm-innovacijni-rishennya-ta-prognozi

3. Лепкий М. & Левчук О. Гастрономічний туризм як інструмент брендингу регіонів України. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2024. № 3 (13). P. 62–68.

Самойленко І. О., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ В РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

Загальновідомо, що використання інструментів маркетингу в ресторанній сфері є обов'язковою складовою успішного ведення бізнесу, адже завдяки саме маркетинговому арсеналу ресторани та інші заклади харчування знаходять свій особливий імідж та стиль, залучають нових клієнтів та навіть утримують їх. А також саме маркетингові інструменти допомагають стежити за споживацькими потребами та загальними тенденціями розвитку ресторанної сфери.

Станом на 2024 рік рівень конкуренції серед закладів харчування в Україні, незважаючи на війну в країні набуває зростаючої тенденції. Також на ринку громадського харчування відбулися певні зміни смаків серед споживачів. Отже ресторани та інші заклади харчування повинні шукати нові підходи до ведення бізнесу, розробляти власні, адаптовані до ситуації в країні маркетингові стратегії та приймати нові виклики щоб залишатися активними гравцями на ринку ресторанних послуг.

Серед підходів до розробки маркетингової стратегії підприємства ресторанного господарства слід виділити наступне:

Перший крок – визначення цільової аудиторії, а для підприємств які вже певний час працюють на ринку уточнення та повторна звірка цільової аудиторії. Дослідження, перевірка та уточнення ринків надасть можливість зрозуміти сучасні потреби своїх постійних клієнтів, адже вони набули певної трансформації за час війни. Доцільно звернути увагу на показники віку, статі та соціально-економічного статусу, а також можливо окремо приділити увагу людям з інвалідністю та ветеранам війни, адже це зовсім нова цільова аудиторна група.

Другий крок це робота над оновленням та/або підсиленням бренду. Необхідно спрямувати зусилля на створення сильного бренду що підкреслює концепцію закладу, його атмосферу та автентичність. Можливо оновити меню, змінити назви деяких страв, тощо. Треба приділити увагу логотипу, актуалізувати кольорову гамму, можливо навіть стиль та шрифти. Також можливо внести певні зміни в стиль обслуговування. Всі ці дії слід узлагоджувати з рекомендаціями маркетологів.

Наступним кроком є розробка програми лояльності клієнтів ресторанного закладу. Програми лояльності можуть включати наступні елементи: власна система знижок; комплімент від шеф-кухаря, бонусні безкоштовні блюда чи напої для постійних клієнтів чи з якоїсь нагоди тощо. Такий підхід дозволить, насамперед втримати інтерес вже існуючих та постійних клієнтів, а також залучати нових.

Також, використання маркетингових інструментів доречно використовувати у конкурентній боротьбі, яка суттєво змінилась під час війни. Справа в тому, що на початку війни, у 2022 році дійсно, закрилось багато закладів ресторанної сфери. Однак, вже на початку 2023 року, після стабілізації лінії фронту, коли чітко визначилась територія яка є підконтрольною Україні, де діють українськи закони та можливо вести бізнес, заклади харчування почали відкриватись. Причому як старі, ті що працювали до війни, так і нові та переміщені, тобто реінлоковані. Тобто, конкуренція серед закладів ресторанної сфери в Україні залишається досить високою, але за рахунок змін учасників цього ринку та політично-економічній ситуації вона набула нових рис та тенденцій, особливо це стосується західних областей України, які знаходяться далі від зони військових дій [1].

До певних тенденцій та особливостей сучасного періоду ведення ресторанного бізнесу також слід віднести змінам смаку. Ще за часи ковіду виник потужний тренд на здорове харчування. Ресторанні заклади просто повинні в своїх стратегіях розвитку приділяти достатньо уваги запровадженню в меню не тільки вегетаріанських страв але й веганських страв та напоїв. Виникає необхідність створення окремих позицій в меню, або ж навіть окремих веганських, вегетаріанських або аюрведичних закладів харчування.

Результатом грунтовного використання маркетингових інструментів з’явився новий, інноваційний тип ресторанного бізнесу – віртуальний ресторан. В роботі такого закладу велике значення приділяється використанню соцмереж, насамперед Instagram або Facebook. Доречі, розробка стратегії для кожного виду соціальних мереж також здійснюється інструментами та фахівцями з маркетингу, адже вони мають певні відмінності та цільову аудиторію. Окремою складовою роботи віртуального ресторану є кейтеригове обслуговування [2].

Таким чином, основна проблема, що стоїть перед рестораторами, на самому початку їх діяльності – це конкретна концепція ресторану. Саме вона формує бренд, архітектуру та дизайн торгового залу, профіль кухні, рівень сервісу та розваги на роки вперед. Саме завдяки потужним маркетинговим, що швидко підкреслюють унікальність закладу та відокремить його від конкурентів. Разом з цим, стала концепція має певні ризики, адже, з часом вона може застаріти, або стати не актуально, втратити цікавість споживачів, просто набриднути [3].

Використання маркетингових інструментів у заклада ресторанної сфери – це фактор до успіху. Він сприяє залученню нових клієнтів, утриманню постійних, покращенню іміджу, вдосконаленню бренду, а відтак – збільшенню продажів. Завдяки глибокому розумінню тенденцій ринку та основних діючих акторів, ресторани можуть адаптувати свої пропозиції до змін, створювати унікальний досвід для гостей і використовувати цифрові технології для розширення аудиторії.

Список використаних джерел:

1. Цвілий С. М. Маркетинг в готельно-ресторанному: навчальний посібник / С.М. Цвілий, Т.С. Кукліна, В.М. Зайцева. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2023. 260 с.
2. Маркетинг : підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін. ; ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. 3-тє вид. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. 648 с.
3. Маркетинг ресторану чи ресторанної мережі. Dinanta marketing. URL: https://dinanta.com/blog/restaurant-marketing

Санчич В. С., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ІСТОРІЯ ШВЕДСЬКОЇ ГРОМАДИ ЗМІЇВКИ: МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ

Шведська громада села Зміївка є унікальним прикладом багатокультурної спадщини, що збереглася на Півдні України. Заснована наприкінці XVIII століття, ця громада залишила свій слід в архітектурі, культурі та релігійному житті села. В сучасних умовах відродження туризму, після окупації регіону, розвиток етнічного туризму може стати потужним чинником економічного відновлення Зміївки. Шведські переселенці, які заснували Зміївку, прибули на Південь України у 1780-х роках після переселення з острова Даго (нині частина Естонії) за указом Катерини II. Вони заснували поселення «Gammalsvenskby», яке пізніше стало частиною Зміївки. Протягом століть шведська громада зберігала свою культурну ідентичність, мову та релігійні традиції, що відображені в існуванні лютеранської церкви. Це робить село важливим місцем для дослідження історії шведської колонізації та багатокультурної спадщини України [1].

Етнічний туризм має великий потенціал для залучення як внутрішніх, так і міжнародних туристів, особливо зі Швеції. Відновлення Німецької Євангелічно-Лютеранської кірхи, німецького кладовища та інших культурних об'єктів може стати основою для туристичних маршрутів, що дозволяють глибше ознайомитися з історією шведських колоністів. Залучення туристів через культурні обміни та фестивалі шведської спадщини може стати важливим чинником економічного відродження селах [2]. Ключовими туристичними локаціями у Зміївці є Німецька Євангелічно-Лютеранська кірха, Українська Православна Автокефальна церква, що відображають архітектуру шведських колоністів. Важливим

напрямком для розвитку туризму може бути організація екскурсій по місцях, що зберегли спадщину менонітів, які також залишили свій слід в історії села. Відвідувачі зможуть ознайомитися з побутом переселенців, їхніми традиціями та історією життя на півдні України [1]. 02 жовтня 2008 року шведська королівська сім'я відвідала Зміївку, що підтверджує високий рівень інтересу з боку Швеції до цієї громади. Шведські організації допомагають селу через гуманітарні проекти, що робить розвиток етнічного туризму ще перспективнішим. Ці відносини дають можливість для міжнародної співпраці, подальших інвестицій у відновлення культурних об'єктів [2]. Щорічний фестиваль шведської культури може стати значним поштовхом для розвитку туризму. Такий захід може включати виставки, концерти шведської музики, театральні вистави та покази кіно. Крім того, кулінарні заходи та ярмарки можуть стати популярною принадою для туристів, які бажають відчути смак традиційної шведської кухні. Така подія допоможе поширити інформацію про Зміївку і залучити більше туристів До 2020 року Зміївка мала стабільний туристичний потік, приймаючи близько 550–600 іноземних відвідувачів щороку, серед яких переважали туристи зі Швеції та Німеччини, а також гості з інших країн. До того ж щорічно приїжджало близько 1000–1500 внутрішніх туристів з різних куточків України, зокрема, студентські та шкільні групи з навчальних закладів. Також щороку проводилося близько 15–20 культурних і святкових заходів. Однак пандемія COVID-19 у 2020 році значно зменшила кількість відвідувачів, а з початком війни в Україні, через тимчасову окупацію та обстріли, потік туристів до Зміївки повністю припинився [1, 2, 3].

Розвиток етнічного туризму на основі шведської спадщини Зміївки може стати важливим елементом відродження економіки села після окупації. Відновлення культурних об'єктів, організація фестивалів та активна співпраця зі Швецією сприятимуть залученню туристів та підвищенню рівня міжнародної уваги до цього регіону. Етнічний туризм не лише допоможе зберегти історичну пам'ять, але й стане важливим інструментом для економічного зростання і сталого розвитку села.

Список використаних джерел:

1. Зміївка – шведське село на Херсонщині. URL: https://tripmustgoon.com/zmiivka-swedish-village

2. Зміївка. Село на Херсонщині, куди їздив король. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-56906424

3. Мелько Л.Ф. Етнографічний туризм як складова культурно-пізнавального туризму. Туризм у контексті сучасного виміру: збірник наукових праць / Університет економіки та права «КРОК». Вип. 1. К. : Університет «КРОК», 2013. С. 61–65.

Свириденко Л. О., здобувач
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Колонтаєвський О. П., к.е.н., доц.,
доцент кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ГОТЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Система управління якістю, побудована відповідно до стандартів якості, допомагає готельним підприємствам забезпечити стабільну якість продукції, підвищити довіру клієнтів і зміцнити свою конкурентоспроможність на ринку.

Система управління якістю охоплює такі ключові елементи:

1. Завдання керівництва. Формування політики якості, встановлення стратегічних цілей, визначення відповідальних осіб, організація управління якістю на рівні підприємства.

2. Документація та планування. Створення і зберігання документів, які регламентують процеси управління якістю, планування її підтримки.

3. Вимоги та їх реалізація. Документування вимог до продукції й процесів, а також забезпечення їх виконання через інструкції та стандарти.

4. Якість у розробці. Включає планування, визначення компетенцій персоналу, документацію, перевірку результатів розробки та управління змінами.

5. Якість під час закупівель. Розробка вимог до закупівель, контроль якості матеріалів і компонентів, документування процесу закупівель.

6. Ідентифікація та контроль виробів. Забезпечення можливості ідентифікації продукції на всіх етапах виробництва для контролю якості.

7. Якість у виробництві. Планування виробничих процесів, підготовка інструкцій, навчання персоналу, контроль відповідності стандартам.

8. Контроль якості. Проведення вхідного, проміжного та остаточного контролю продукції, документування результатів перевірок.

9. Контроль засобів випробувань. Управління засобами вимірювань, їх регулярна перевірка та калібрування для точності результатів.

10. Коригувальні заходи. Виявлення та усунення причин невідповідностей, запобіжні дії для їх уникнення в майбутньому.

11. Зберігання та транспортування. Забезпечення належних умов для зберігання й перевезення продукції, щоб уникнути погіршення якості.

12. Документування якості. Ведення записів про всі аспекти системи управління якістю для підтвердження відповідності вимогам.

13. Внутрішній аудит. Регулярні перевірки для оцінки ефективності системи управління якістю.

14. Навчання персоналу. Регулярна підготовка та підвищення кваліфікації працівників для підтримки високих стандартів якості.

15. Статистичний аналіз. Застосування статистичних методів для аналізу якості, стабільності процесів та вдосконалення.

16. Аналіз та оцінка заходів. Періодичний аналіз результатів у сфері якості та оцінка ефективності коригувальних і запобіжних заходів.

Контрольовані показники якості встановлюються залежно від специфіки роботи, що дозволяє оптимально налаштувати контроль і підтримання.

Управління якістю в готельній індустрії – це комплексний процес, що вимагає системного підходу для забезпечення високих стандартів обслуговування [1, 2]. Проте в багатьох готелях є проблеми, які заважають досягненню бажаного рівня якості. Основні труднощі в управлінні якістю в готелях:

1. Низька кваліфікація персоналу. Відсутність належного навчання, низька мотивація та недостатні знання стандартів обслуговування можуть негативно вплинути на якість послуг і викликати невдоволення клієнтів.

2. Відсутність стандартизації процесів. Нечіткість стандартів обслуговування призводить до розбіжностей у наданні послуг, що ускладнює контроль і знижує рівень задоволення гостей.

3. Неефективна система зворотного зв’язку. Відсутність належного збору та аналізу відгуків клієнтів перешкоджає швидкому реагуванню на їхні потреби, що може погіршити репутацію готелю.

4. Застаріла інфраструктура. Недостатньо модернізоване обладнання, проблеми з водопостачанням, енергозабезпеченням або кондиціюванням знижують комфорт і якість обслуговування.

5. Невідповідність очікуванням клієнтів. Високі очікування гостей часто не відповідають можливостям готелю, а недостатня увага до управління цими очікуваннями може призвести до зниження задоволення.

6. Недостатнє впровадження інновацій. Брак інвестицій у цифрові технології для автоматизації управління та обслуговування клієнтів знижує конкурентоспроможність готелю.

7. Недотримання санітарних норм і стандартів безпеки. Недостатній контроль за гігієною та безпекою загрожує не тільки репутації готелю, але й здоров’ю та безпеці гостей, що вимагає перегляду управлінських процедур.

Таким чином, необхідно розробляти і впроваджувати більш ефективні системи управління якістю, які включатимуть постійне навчання персоналу, стандартизацію процесів, активну роботу із зворотним зв’язком і інноваційні рішення для підвищення рівня обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Давидова О. Ю., Писаревський І. М., Ладиженська Р. С. Управління якістю продукції та послуг у готельно-ресторанному господарстві : навч. посіб. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків : ХНАМГ, 2012. 468 с.

2. Дубодєлова А. В., Лісовська Л. С., Нищота А. О. Система управління якістю обслуговування клієнтів готельного підприємства. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління.* 2013. № 754. С. 159–165.

Смірнова В. В., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

МАРКЕТИНГ ВПЛИВУ І ПРОСУВАННЯ БРЕНДІВ

Маркетинг став важливим інструментом для просування бренду, використовуючи авторитет впливових осіб для створення позитивного іміджу та підвищення видимості через соціальні мережі. Актуальність даної теми зумовлена швидкими змінами медійного середовища та зростанням довіри споживачів до порад влади. Однак цей підхід стикається з проблемами, такими як ризик недовіри до реклами, труднощі з виявленням надійних впливових осіб та етичні проблеми з прозорістю.

У сучасному маркетинговому середовищі залучення впливових людей для просування вашого бренду стикається з багатьма серйозними проблемами. Перш за все, стрімкий розвиток інформаційних каналів ускладнює пошук надійних лідерів думок, що призводить до втручання неблагонадійних людей, що унеможливлює формування позитивного іміджу бренду. По-друге, споживачі часто не довіряють контенту, створеному інфлюенсерами, особливо якщо він сприймається як нещирий або занадто комерційний, що може негативно вплинути на репутацію бренду. Крім того, професіонали активно обговорюють етичні питання прозорості рекламних кампаній, оскільки брак чесності може підірвати довіру до маркетингу в цілому. Тому важливо детально вивчити ці питання, щоб розробити ефективні стратегії для задоволення потреб споживачів і брендів.

Дослідження інфлюенсерського маркетингу підтверджують його зростаючу важливість у просуванні брендів, зокрема через використання лідерів думок у сучасних рекламних кампаніях. Згідно зі звітом Nielsen (2022), 88% споживачів довіряють рекомендаціям друзів, тоді як лише 27% довіряють традиційній рекламі. Це свідчить про те, що впливовий маркетинг може бути ефективнішим, оскільки споживачі вважають рекомендації впливових людей більш надійними.

Розуміння демографічних і психографічних характеристик споживачів стає критичним. Як сказав відомий маркетолог Гарі Вайнерчук, «Маркетинг – це не те, що ви продаєте, це те, що ви хочете змінити» [1].

Якісний контент має вирішальне значення для успіху інфлюенсерського маркетингу. Особи впливу повинні створювати оригінальний і привабливий контент, який відповідає цінностям і стандартам бренду. Як сказав засновник YouTube Чад Герлі, «автентичний контент завжди перемагатиме» [2].

Вміст, що містить елементи розповіді, може привернути й утримати увагу аудиторії та сформувати емоційний зв'язок із споживачами.

Позитивна взаємодія між брендами, впливовими особами та споживачами значно збільшує залучення. Вона може відбуватися через коментарі, запитання, конкурси та інші форми спілкування, які стимулюють споживчу активність. Бренди, які активно реагують на думки та запити споживачів, можуть налагодити тісніші зв'язки зі своєю аудиторією та допомогти створити позитивний імідж. Сет Годін зазначає: «Люди не купують товари та послуги. Вони купують відносини, історії та магію» [3].

Етика в впливовому маркетингу стає все більш важливою. Прозорість і автентичність є ключовими факторами довіри споживачів. Важливо, щоб впливові особи чітко уявляли собі спонсорські угоди та співпрацю з брендами, оскільки відсутність прозорості може мати негативні наслідки. Як зазначає М. Сміт, професор маркетингу в Університеті штату Огайо, «Бренди, які ігнорують прозорість у своїх маркетингових зусиллях, можуть зіткнутися з негативними наслідками, такими як втрата довіри споживачів і репутаційний ризик» [4].

Інфлюенсер-маркетинг також набуває популярності в Україні, особливо завдяки активному використанню місцевих впливовців. За даними Української Асоціації Маркетингу (2023), 55% українських брендів вже використовують маркетинг впливу, приділяючи особливу увагу мікро- та нано-інфлюенсерам.

Інфлюєнсерський маркетинг є потужним інструментом для просування бренду та має величезний потенціал для підвищення обізнаності та створення позитивного іміджу. Однак для досягнення успіху важливо враховувати етичні аспекти, підтримувати прозорість у відносинах між брендами та впливовими особами та постійно аналізувати ефективність кампаній.

Зростаюча роль соціальних мереж і розвиток технологій змушують бренди адаптувати свої стратегії відповідно до мінливих потреб споживачів, які цінують автентичність і чесність у спілкуванні. Дослідження показують, що споживачі віддають перевагу брендам, які демонструють соціальну відповідальність і будують щирі стосунки з впливовими особами (HubSpot, 2023).

Загалом, впливовий маркетинг продовжуватиме розвиватися, надаючи брендам нові можливості для досягнення своїх цілей у сучасному конкурентному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Гальмаков Ю. Спосіб мислення для створення контенту у 2023 році. Гарі Вайнерчук. URL: https://galmakov.com/kontent-2023-gari-vajnerchuk

2. Чад Герлі. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Чад_Герлі

3. 5 Top Influencer Marketing Quotes to Guide Your Marketing Strategy. Izea. URL: https://www.izea.com/resources/influencer-marketing-quotes

4. Сталий розвиток: виклики та загрози в умовах сучасних реалій : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 2024 р. Полтава : ПолтНТУ, 2024. С. 179.

Солодун А. С., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ: УРОКИ НІМЕЧЧИНИ ДЛЯ КРИВОГО РОГУ

Німеччина дуже добре вміє робити старі заводи та індустріальні місця цікавими для відвідувачів. У цьому допомагають як уряд, так і приватні компанії. Існує туристичний вебсайт під назвою Wunderbar, який демонструє ці дивовижні місця. Він розповідає людям про те, як старі заводи перетворюються на живі культурні центри, де можна одночасно розважатися і навчатися (табл.1). Наприклад, Ландшафтний парк Дуйсбург-Норд – це місце для розваг на свіжому повітрі, де можна займатися різними активностями та досліджувати старі машини та будівлі. Можна навіть підніматися на старі доменні печі, брати участь у спеціальних турах і насолоджуватися захоплюючими світловими шоу вночі, які створюють магічну атмосферу навколо старих будівель. Одним із найцікавіших місць для відвідування є шахта Цехе Цолльферайн, яка колись була вугільною шахтою в місті Ессен. Зараз це культурний центр і музей, де люди можуть побачити цікаві речі про минуле регіону, пов’язане з вугіллям і сталлю. Тут можна оглядати експонати, насолоджуватися виставками мистецтва, дивитися вистави та брати участь в освітніх заходах [2, 4].

Таблиця 1

Порівняльний аналіз кількості туристів на індустріальних об’єктах у Німеччині

Рік	Кількість туристів на індустріальних об’єктах	Приріст відвідувачів (%)
2005	800 000	4
2010	1 200 000	5
2015	1 350 000	6
2020	1 500 000	7

Джерело: складено автором за [2, 4].

Німеччина активно працює над тим, щоб люди дізнавалися про місця, де можна побачити цікаві заводи та старі індустріальні зони. Вебсайти, як Deutschland.de і Німецька національна туристична рада, створюють корисні путівники, які показують, як міста, такі як Ессен, Дортмунд і Дуйсбург, змінилися. Замість того, щоб бути лише заводами, ці міста стали місцями мистецтва та культури, що робить їх привабливими для відвідувачів і водночас сприяє охороні навколишнього середовища [1].

У Німеччині багато старих заводів і індустріальних місць зараз використовуються для різних подій і заходів. Вони перетворили ці місця на майданчики для мистецьких виставок, фестивалів і громадських зібрань. Це допомагає людям пам’ятати минуле, насолоджуючись сучасністю. Однією з особливих подій є фестиваль ExtraSchicht, який щороку відбувається в різних індустріальних локаціях. Аналізуючи шлях який пройшли німецькі підприємці, щоб ефективно використовувати індустріальну спадщину, наведемо декілька ідей як в Кривому Розі можна перетворити старі індустріальні об’єкти на цікаві місця для відвідування, при цьому зберігаючи їхню історію [3,5].

Створити окремі маршрути для різних тем: історія металургії, вугілля, залізничні об'єкти, енергетика та машинобудування. Це дозволить додати різні категорії туристів – від інженерів до звичайних любителів промислового туризму. У покинутих промислових зонах можна відкрити інтерактивні музеї, де відвідувачі зможуть не тільки оглянути експонати, а й самостійно взяти участь у майстер-класах. Наприклад, процеси виплавки металу або видобутку вугілля. Впровадження VR-екскурсій по старих шахтах або заводах. Це дозволить туристам побачити, як працювали промислові об'єкти у своєму розквіті, і зануритися у процес виробництва [1, 2, 5].

Також можна використовувати занедбані будівлі для сучасних культурних подій, наприклад, фестивалей та мистецьких заходів. Експлуатувати колишні заводські приміщення для проведення культурних заходів, арт-інсталяцій або концертів, як це роблять у Німеччині. Як приклад, колишні доменні печі або цехи можна перетворити на сцени для виступів або виставок сучасного мистецтва [2, 6].

Створення екологічних та рекреаційних парків на місці старих заводів дозволить туристам самим досліджувати територію надихаючись поєднанням індустріального та зеленого. Після реставрації індустріальних об’єктів створити на їхній території великі парки, як у німецькому ландшафтному парку Дуйсбург-Норд, може бути чудовим рішенням як задіювати вже покинуті заводи. Там туристи зможуть не тільки відпочивати на природі, а й оглядати старі заводи, які перетворилися на арт-об’єкти. Створення рекреаційної зони для активного відпочинку шляхом додавання до таких парків можливість для альпінізму (як на старих доменних печах у Німеччині), велосипедних прогулянок, катання на каяках, мотузкових парків або нічних світлових шоу [2, 6].

Культурна інтеграція означає, що різні групи людей збираються разом і діляться своїми звичаями, традиціями та способом життя. Індустріальна спадщина стосується збереження та цінування того, що було зроблено і побудовано в минулому, як заводи та машини, які допомогли формувати те, як люди жили і працювали колись. Тому, коли говоримо про культурну інтеграцію та індустріальну спадщину, це означає, що важливо вчитися один у одного, зберігаючи при цьому інструменти та будівлі, які допомогли нашим громадам розвиватися.

Список використаних джерел:

1. From industrial location to tourist hotspot. *Deutschland.de*. URL: https://www.deutschland.de/en/topic/life/industrial-culture-interesting-tourist-destinations-in-germany
2. German industrial cities – Germany Travel. *Top Attractions and Insider Tips for your Holiday – Germany Travel*. URL: https://www.germany.travel/en/cities-culture/cities-with-industrial-history.html
3. Germany Holidays: Industrial Tourism – Germany is Wunderbar. *Germany is Wunderbar German Travel & Tourism Guide*. URL: https://germanyiswunderbar.com/western-germany/germany-holidays-industrial-tourism/
4. Home – Industrial Heritage Route. *Route Industriekultur*. URL: https://www.route-industriekultur.ruhr/en
5. Україні на замітку: як Німеччина дала другий шанс покинутим шахтам і заводам завдяки туризму. URL: https://www.unian.ua/tourism/impression/industrialniy-turizm-v-nimechchini-druge-zhittya-dlya-pokinutih-shaht-i-zavodiv-foto-amp-11244506.html
6. Germany Tourism Trends & Relevant Markets 2023. URL: https://horwathhtl.com/wp-content/uploads/sites/2/2023/10/Germany-Tourism-Trends-Relevant-Markets-2023.pdf

Татценко К. В., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Стеблюк Н. Ф., к.е.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

СВІТОВИЙ ДОСВІД ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ НАДАННЯ WELLNESS-ПОСЛУГ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Wellness – це система оздоровлення для досягнення емоційного та фізичного балансу в сучасному житті. Оздоровчі послуги включають помірну та комфортну фізичну активність, здорове харчування, комплексний догляд за шкірою, повноцінний відпочинок, оптимізм та позитивне мислення. Спектр пропонованих оздоровчих послуг широкий і відрізняється залежно від країни.

В Європі гості оздоровчих готелів високого класу можуть вибирати з різноманітних сучасних і старовинних методів лікування, як традиційних, так і нетрадиційних медичних практик. Вони отримують індивідуальні програми фізичної підготовки, а також повний спектр послуг по догляду за тілом. Незважаючи на суворі вимоги до закладів, які прагнуть стати оздоровчими готелями, багато таких підприємств працюють у Європі, і їх стає все більше. Таким чином, використання досвіду таких країн, як Італія, Франція, Ісландія та Угорщина, які віддають перевагу оздоровчому туризму, може значно принести користь Україні, оскільки її оздоровча індустрія знаходиться на зародковому етапі. Вкрай важливо прийняти цей імпульс і сприяти його зростанню [1].

Характерні риси процесу надання оздоровчих послуг у готелі:

1. Суть надання оздоровчих послуг у сучасних закладах розміщення полягає в покращенні фізичного, психічного та емоційного благополуччя гостей. Це передбачає комплексний підхід, який включає різноманітні послуги, такі як спа-процедури, фітнес-програми, заклади здорового харчування та розважальні заходи.

2. Особливості функціонування готелів з організацією оздоровчих послуг: готелі, які пропонують оздоровчі послуги, характеризуються прихильністю до здоров'я та благополуччя як основного аспекту гостинності. Ці заклади зазвичай мають найсучасніші зручності, такі як спа-салони, фітнес-центри, студії йоги та басейни. Унікальним аспектом цих готелів є їхній наголос на створенні безтурботного та спокійного середовища, часто включаючи елементи природи та місцевої культури в дизайні та послуги. Крім того, оздоровчі готелі часто пропонують персоналізовані програми, які задовольняють індивідуальні потреби гостей, незалежно від того, чи шукають вони зняття стресу, покращення фізичної форми чи детоксикацію.

До найкращих Wellness-готелів світу за версією Condé Nast Traveller Spa Awards відносяться (табл. 1).

Таблиця 1

Найкращі Wellness-готелі світу

Назва	Розміщення	Особливості
Golden Door	Каліфорнія, США	Сорок спалень-коконів створюють домашню атмосферу для одиноких мандрівників, з особистим графіком, який може спонукати гостей вийти із зони комфорту.
Hotel Palacio Estoril	Лісабон, Португалія	Цей розкішний приморський готель випромінює захоплююче відчуття таємниці. Сьогодні можна непомітно вийти з розкішно оздобленого готелю через мармуровий підземний перехід, який веде до оздоровчого центру, вхід до якого приховано за плюшевим халатом

Закінчення табл. 1

Назва	Розміщення	Особливості
Hotel Post Bezau	Брегенцервальд, Австрія	Маловідомий широкому загалу готель Post у Бецау, розташований в австрійських Альпах, регіоні, відомому пішим туризмом і сиром. Справжня краса тут полягає в природному оточенні, де милування краєвидом можна вважати унікальною формою спа-терапії
Preidlhof	Південний Тіроль, Італія	Надійне місце для відновлення здоров'я в Європі, цей заповідник розташований на схилах Південного Тіролю, оточений фруктовими садами та виноградниками, звідки відкривається приголомшливий вид на пишну долину Віншгау
Four Seasons The Nam Hai	Хоян, В'єтнам	Спа-центр «Серце Землі», розташований біля озера, заповненого лотосами, має вісім плавучих процедурних кабінетів. Натхненні буддистським вченням в'єтнамського ченця Тіч Нхат Хань, процедури поділяються на категорії «Стабільність», «Креативність» і «Неупередженість», кожна з яких містить відповідні масажні олії ручної роботи

Джерело: складено на основі [2].

3. Світовий досвід організації та технології надання оздоровчих послуг у готельному господарстві: у світовому масштабі організація та технологія надання оздоровчих послуг у готельному господарстві зазнали значного розвитку, а саме: технології відіграють важливу роль у покращенні оздоровчого досвіду, оскільки багато готелів використовують програми для налаштування планів оздоровлення гостей, відстеження прогресу у фізичній формі та надання віртуальних консультацій експертам із оздоровлення.

Список використаних джерел:

1. Галасюк С. Концептуальні підходи до визначення терміну лікувально-оздоровчий туризм. *Економіка та суспільство*. 2023. № 47. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-47-8

2. Шека О. Глобальні тренди та інноваційні підходи до організації лікувально-оздоровчого туризму на курортах. *Актуальні проблеми державного управління.* 2019. № 3 (79). С. 85–91.

Феоктістова Є. Ю., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Вишнікіна О. В., к.х.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ЗАСТОСУВАННЯ ВІДОМОСТЕЙ ПРО МІКРОФЛОРУ ВОДИ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Функціонування готелю неможливе без наявності сучасного інженерного устаткування, що забезпечує гостям цілодобовий доступ до гарячої та холодної води [1]. Наявність питної води в номері готелю – це питання комфорту. Хоча прямої законодавчої вимоги немає, споживач має право вимагати від готелю забезпечення належних умов проживання. В тому числі і надання готелем якісної і безпечної питної води. У разі надання готелем неякісної питної води або її відсутність, такі дії можуть розглядатися як порушення прав споживача згідно із Законом України «Про захист прав споживачів» [2]. Окрім індивідуального споживання гостями, вода в закладах готельного господарства використовується у технологічних процесах. Кількість використаної води може варіюватися від 187 до 1568 л на зайнятий номер за ніч [3]. Така різниця значень цього показника залежить від рівня послуг, що надаються підприємствами розміщення.

Мікробіологічний склад води є критичним фактором, оскільки навіть зовні прозора вода може містити невидимі для ока людини патогенні мікроорганізми. Мікробіологічні вимоги до якості води мають на увазі під собою повну відсутність патогенних мікроорганізмів, таких як бактерії роду Salmonella, Escherichia coli, Legionella та інших, здатних спричинити інфекційні захворювання. Також показники загальної кількості мікроорганізмів у питній воді повинні бути мінімальними. Чисельність окремих груп мікроорганізмів не повинна перевищувати показники описані в ДСТУ 7525:2014 [4].

Очищення води в готелях проводиться з метою знищення або інактивації патогенних мікроорганізмів. Механічна фільтрація використовується для попереднього етапу очищення, оскільки вона видаляє великі частинки бруду. Для безпосереднього знищення всіх мікроорганізмів у мікрофлорі води, в тому числі вірусів та бактерій, використовуються способи хлорування чи озонування. Такий метод очищення води як зворотній осмос передбачає видалення з води всіх мікроорганізмів, солей та органічних сполук. Відсутність в очищеній воді агресивних іонів, таких як хлориди, сульфати та катіони металів, суттєво знижує процеси корозії. Як наслідок, значно збільшується термін служби обладнання, яке контактує з водою [6].

Очищена за допомогою промислових фільтрів вода для прийняття водних процедур в готелях не містить в собі солей жорсткості. Жорсткість води зумовлена наявністю в ній мінералів, зокрема, кальцію та магнію. Будь-який тип жорсткості води можна усунути, використовуючи відповідні методи пом'якшення. Тимчасова жорсткість нейтралізується нагріванням або додаванням реагентів, що спричиняють випадання карбонатів у осад. Для усунення постійної жорсткості застосовують методи іонного обміну або спеціальні фільтри, що видаляють сульфати й хлориди кальцію та магнію [5].

Жорстка вода містить велику кількість речовин, які відкладаються на поверхнях у вигляді вапняного нальоту, що призводить до засмічення труб, утворення накипу на обладнанні. Дискомфортним фактором безпосередньо для гостей підприємств готельного господарства може бути і те, що жорстка вода перешкоджає утворенню піни та знижує ефективність шампунів та інших миючих засобів. Солі жорсткості, залишаючись на шкірі гостя після душу, можуть викликати відчуття сухості та дискомфорту, спричиняти свербіж та подразнення.

На противагу використання хімічних засобів для очищення води, готелі можуть застосовувати біотехнологічні методи для підвищення екологічності виробництва своїх послуг, використовуючи біологічні фільтри як альтернативу механічній фільтрації. Наприклад, біоплівка з мікроорганізмів на шару керамзиту чи піску, завдяки полімерним речовинам з яких вона складається, ефективно видаляє органічні забруднення та зменшує кількість бактерій [6].

Вивчення мікробіологічних процесів у мікрофлорі води в готелях є ключовим для забезпечення санітарно-епідеміологічної безпеки та комфорту гостей. Контроль за використанням правильних фільтрів, моніторинг складу води можуть знизити та попередити ризики розвитку інфекційних захворювань.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 4268:2003. Послуги туристичні. Засоби розміщування. Загальні вимоги. [Чинний від 2003-12-23]. Вид. офіц. Київ : Держспоживстандарт України, 2003. 14 с.

2. Про захист прав споживачів : Закон України від 12.05.1991 р. № 1023-XII : станом на 19 листоп. 2022 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12#Text

3. David Styles, Harald Schoenberger, José Luis Galvez-Martos. Water management in the European hospitality sector: Best practice, performance benchmarks and improvement potential. *Tourism Management*, 2015. № 45. С. 187–202.

4. ДСТУ 7525:2014. Вода питна. Вимоги та методи контролювання якості. [Чинний від 2014-10-23]. Вид. офіц. Київ : Мінекономрозвитку України, 2003. 30 с.

5. Попель П., Крикля Л. Хімія (рівень стандарту) : підруч. для 11 кл. закладів загальної середньої освіти. Київ : ВЦ “Академія”, 2019. С. 171–174.

6. Water purification methods | atlas scientific. *Atlas Scientific*. URL: https://atlas-scientific.com/blog/water-purification-methods

Фетісова С. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВИЙ МАРКЕТИНГ У ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Останнім часом цифровий маркетинг став одним із найважливіших інструментів для просування готельних послуг. Готелі намагаються активно використовують веб-сайти, соціальні мережі та різні онлайн-платформи для взаємодії зі своїми клієнтами. Готелі, які активно займаються SEO, можуть отримувати більше бронювань, оскільки вони краще представлені в пошукових системах.

Спостерігаючи за діяльність низки готелів, навіть пропонуючи чудовий сервіс і унікальні умови, вони часто не відображають свої переваги на власних сайтах. Вони забувають про важливість захоплюючих текстів та якісних фото для залучення нових клієнтів. Хоча на ринку постійно з’являються нові інструменти для покращення візуального контенту, багато готелів обмежуються лише кількома фотографіями, коротким описом номерів та списком послуг. Однак, використання використання сучасних технологій та інтерактивних елементів може зробити сайт готелю набагато привабливішим і допомогти переконати потенційних клієнтів вибрати саме цей заклад для відпочинку. Хоча такі інструменти не є обов'язковими, але їхнє включення до маркетингового комплексу значно підвищує шанси на успіх і збільшення продажів [1].

Використовуючи сучасні цифрові інструменти, менеджери можуть значно посилити маркетинговий вплив і збільшити кількість бронювань. Цифровий маркетинг має кілька значних переваг: інформація про готель швидко доходить до цільової аудиторії, цифрові технології дозволяють охопити більшу кількість потенційних клієнтів, а витрати на таку рекламу є значно меншими у порівнянні з традиційною. Крім того, цифрові інструменти дозволяють швидко досягати ефекту “сарафанного радіо” і дають можливість аналізувати результати рекламних кампаній, що підвищує їх ефективність [2].

Оскільки війна в Україні триває, компанії по всьому світу стикаються з важкими рішеннями щодо того, як діяти в таких складних умовах. У цей час маркетингові стратегії брендів мають бути переглянуті. Кожен бізнес

повинен дотримуватися цінностей свого бренду і негайно відобразити ці цінності у своїй маркетинговій стратегії. Час має вирішальне значення, адже багато споживачів спостерігають за тим, як бренди реагують на неспровоковану війну. Люди очікують побачити, чи будуть компанії дотримуватися своїх задекларованих цінностей, навіть якщо це вимагатиме певних жертв.

Однією з головних помилок рекламодавців під час війни є відсутність адаптації до ситуації – вони можуть продовжувати діяти, як завжди. Але це не працює. Кожен бізнес має проявляти соціальну чутливість, щоб не виглядати відірваним від реальності у ці складні часи. Багато інформації, яку зазвичай хочеться поширювати, може почекати. Емпатія повинна бути на першому місці. Це показує, що бізнес орієнтується не лише на показники, але й на цінності та турботу про людей. Незалежно від розміру компанії, будь-яке повідомлення може стати вірусним, тому потрібно рекламувати так, ніби це бачить увесь світ та використовувати свої платформи для допомоги під час війни [7].

Влучним прикладом буде зазначити низку готелів Ribas Hotels Group, які демонструють ефективність впровадженої маркетингової стратегії, заснованої на digital-технологіях. Однією з основних переваг стратегії є її комплексний підхід до просування готелів через SEO та таргетовану рекламу. Завдяки високоякісній пошуковій оптимізації, сайти мережі готелів постійно знаходяться на перших позиціях у пошукових системах, що сприяє значному збільшенню кількості органічного трафіку. Це дозволяє знижувати витрати на платну рекламу і, відповідно, робити просування більш економічно ефективним [4].

Після початку пандемії компанія почала активно цифровізувати свої процеси, що включало впровадження онлайн-сервісів для забезпечення безпечнішого користування послугами. Цей етап став поштовхом до автоматизації, яка продовжує розвиватися природним шляхом. Війна не мала значного впливу на цифрові зміни в компанії, адже готельний бізнес переважно працює офлайн. Проте технології, запроваджені під час пандемії, значно полегшили роботу в умовах воєнних дій.

За тиждень до початку повномасштабного вторгнення компанія підготувала план дій для своїх співробітників і розмістила його на онлайн-платформі. Завчасна підготовка дала можливість продумано і відповідально реагувати на виклики, адже готелі виступають не лише як місця для проживання, а як тимчасовий дім для гостей. Персонал був готовий забезпечити безпеку та надати інструкції щодо дій у разі надзвичайних ситуацій.

У сучасному світі цифровий маркетинг став незамінним інструментом для готелів, які прагнуть збільшити свої бронювання та покращити взаємодію з клієнтами. Однак, щоб бути успішними в умовах війни або кризи, важливо не лише застосовувати сучасні технології, а й проявляти соціальну чутливість і емпатію. Готелі, які не адаптують свої стратегії

відповідно до поточних викликів, ризикують втратити довіру споживачів. Цифровізація та соціально відповідальний підхід можуть суттєво вплинути на успіх у кризових умовах. Впровадження новітніх технологій та адаптація до змін забезпечують конкурентоспроможність та відповідальність бізнесу перед клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Марусей Т. Пріоритети розвитку digital-маркетингу готельного бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. № 26. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-76
2. Digital-маркетинг для бізнесу. URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/digital- marketing-6-preimuschestv-dlia-biznesa
3. Маркетинг та просування готельних послуг: стратегії залучення та утримання клієнтів. URL: https://hotel-solution.com.ua/news/marketing-and-promotion-of-hotel-services
4. Ribas Hotels. URL: https://ribas.ua
5. Цифрова трансформація в готельному бізнесі. URL: https://ribashotelsgroup.ua/blog/tsifrovava-transformatsiya-v-gostinichnom-biznese
6. Маркетинг та просування готельних послуг. URL: https://hotel-solution.com.ua/news/marketing-and-promotion-of-hotel-services
7. 5 Ways the War in Ukraine is Influencing Brand Marketing Strategies. URL: https://www.linkedin.com/pulse/5-wavs-war-ukraine-influencing-brand-marketing-sarah-mcnabb

Чельтер В. Д., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Вишнікіна О. В., к.х.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МОЛЕКУЛЯРНОЇ КУХНІ: ТЕХНІЧНІ НЮАНСИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СПРАВИ

Молекулярна кухня – це напрям гастрономії, який використовує наукові знання про хімічні та фізичні процеси, що відбуваються під час приготування їжі, для створення нових смакових відчуттів, текстур і форм. Цей підхід дозволяє перетворювати звичайні інгредієнти на неочікувані смакові комбінації, завдяки використанню технік, які традиційно асоціюються з хімічними та фізичними лабораторіями. Молекулярна кухня з’явилася наприкінці XX століття як експериментальний напрям, а сьогодні є складовою гастрономічного мистецтва, що швидко набирає популярності та активно застосовується в ресторанному бізнесі. Використання спеціального обладнання, такого як вакуумні сифони,

рідкий азот та випарники, стало нормою для таких закладів, що поступово змінило уявлення про ресторанний сервіс і гастрономію в цілому [1]. З'явилися нові вимоги до кухарів, які повинні мати не лише кулінарні знання, а й розуміти фізико-хімічні процеси, що відбуваються з продуктами. Це спричинило збільшення витрат на навчання персоналу та наймання фахівців зі специфічними навичками. Молекулярна кухня внесла елемент наукових експериментів у процес приготування, що дозволяє створювати унікальні страви. Такий підхід підвищує привабливість ресторанів, які практикують молекулярні техніки, оскільки гості сприймають відвідини таких закладів як новий досвід і навіть гастрономічну подорож. Саме такі унікальні враження стають основою гастротуризму – напрямку, що приваблює туристів до конкретних міст і країн задля знайомства з кулінарними особливостями регіону [4]. Завдяки цьому формується особливий імідж локації, який виділяє її серед інших і сприяє розвитку локальної економіки через притік відвідувачів. Молекулярні ресторани стають місцями гастрономічної атракції, які приваблюють туристів з усього світу. Вони прагнуть не лише смакових відкриттів, а й візуальних та емоційних вражень, які супроводжують процес подачі страв у таких закладах. Успішні приклади інтеграції молекулярної кухні в туризм можна побачити в Іспанії, США та Японії, де гастрономічні шоу, присвячені молекулярним технікам, стали невід'ємною частиною туристичних маршрутів [2]. Хоча її впровадження потребує значних витрат, спеціального обладнання та підготовленого персоналу, потенціал для розвитку гастрономічної галузі, залучення клієнтів і підвищення конкурентоспроможності є суттєвим.

Як і всі нововведення, молекулярна кухня зіштовхнулася з рядом викликів. Обладнання для приготування страв у цьому стилі є високотехнологічним і дорогим, що підвищує витрати ресторанів. Також, популярність молекулярної кухні часто обмежена через специфічність інгредієнтів та технік, які можуть не відповідати традиційним уявленням про гастрономію у різних регіонах. Через використання доволі нестандартних компонентів, у споживачів виникає питання, чи здорова молекулярна кухня? Процеси, що застосовуються в такому незвичному напрямі кулінарії, часто асоціюються з чимось штучним і некорисним, проте така думка є помилковою. На відміну від їжі, насиченої штучними добавками, молекулярна кухня не передбачає додавання великої кількості підсилювачів смаку, барвників або консервантів. Для створення страв використовують цілком природні хімічні сполуки та натуральні інгредієнти, безпечні для здоров'я. Рідкий азот слугує для швидкого заморожування продуктів, і це безпечно, оскільки він складає майже 80 % повітря, яким ми дихаємо. Натуральний альгінат натрію, який отримують із морських водоростей, та хлорид кальцію, що є звичайною сіллю, також застосовуються, нарівні з соєвим лецитином і природними цукрами. Саме способи обробки інгредієнтів у молекулярній кухні підтверджують її безпечність та користь для організму. Наприклад, при вакуумному

приготуванні рибу поміщають у спеціальний пакет, видаляють повітря і готують у воді при температурі 62°С, завдяки чому зберігається натуральний смак, текстура і поживні властивості продукту [3].

Отже, технології молекулярної кухні є не тільки безпечними, але й сприяють збереженню поживної цінності страв. Попри ці виклики, перспективи розвитку молекулярної кухні в ресторанному бізнесі є досить значними. Завдяки інноваційним підходам та унікальному стилю, молекулярна кухня може стати важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності готельно-ресторанних закладів.

Список використаних джерел:

1. Молекулярна кухня: техніка, інструменти, інгредієнти. URL: https://a-g.ua/ua/blog-ua/molekuljarna-kuhnja-tehnika-instrumenti-ingredijenti
2. Найвідоміші кухарі молекулярної кухні. URL: https://chefs-shop.com/uk/samye-izvestnye-povara-molekulyarnoj-kuhni
3. Молекулярна кухня: майже алхімія, тільки дуже смачна й витончена. URL: https://varosh.com.ua/idei/molekulyarna-kuhnya-majzhe-alhimiya-tilki-duzhe-smachna-j-vitonchena
4. Молекулярна кухня: міф чи реальність. URL: https://spar.ua/blogs/molekulyarna-kukhnya-mif-chi-realnist
5. Молекулярна кухня. Основні техніки. URL: https://molekulyarna-kukhnya.webnode.com.ua/osnovni-tekhniki-ta-teksturi

Чельтер В. Д., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гапоненко С. О., к.е.н., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ГІБРИДНИЙ ФОРМАТ ОБСЛУГОВУВАННЯ: ПОЄДНАННЯ ОНЛАЙН- ТА ОФЛАЙН-ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ ГОТЕЛЯХ ТА РЕСТОРАНАХ

Стрімкий розвиток цифрових технологій і зміни в споживчих звичках призвели до трансформації підходів у сфері гостинності, сприяючи популяризації гібридного формату обслуговування. Це явище стало відповіддю на потреби клієнтів у зручності, швидкості та адаптивності сервісу.

Термін «гібридний формат» означає інтеграцію традиційних методів обслуговування з цифровими платформами, які дозволяють організувати обслуговування як через онлайн-сервіси, так і безпосередньо в закладах. Перші прояви такого підходу з’явилися з розвитком електронної комерції, коли готелі та ресторани почали використовувати сайти та мобільні додатки для бронювання та онлайн-замовлень. Наразі цей підхід став невід’ємною частиною готельно-ресторанного бізнесу, що робить обслуговування більш ефективним і персоналізованим.

Гібридний формат обслуговування дозволяє інтегрувати онлайн-технології з класичними формами взаємодії з гостями. Серед ключових інструментів є мобільні додатки для бронювання, реєстрації, замовлення їжі та управління додатковими послугами, які значно спрощують процеси та покращують зручність для клієнтів. Так, за допомогою мобільних застосунків гості готелів можуть заздалегідь бронювати номери, перевіряти наявність доступних послуг, керувати замовленням додаткових зручностей, як-от трансфер, SPA-послуги або ресторанні бронювання, не звертаючись безпосередньо до персоналу. Це зменшує черги та підвищує якість обслуговування, особливо під час пікових навантажень [1].

Сучасні готелі та ресторани активно впроваджують технології для забезпечення гібридного формату обслуговування, покращуючи не тільки ефективність, а й задоволеність клієнтів. Наприклад, мережа готелів Marriott інтегрувала цифрові рішення для онлайн-реєстрації та доступу до номерів за допомогою мобільних ключів, що дозволяє гостям уникати зайвих черг та контактів з персоналом.

Подібний досвід пропонують і в ресторанах, таких як McDonald’s, де клієнти можуть замовляти їжу за допомогою мобільного додатку та отримувати її через спеціальні стійки видачі, що прискорює процес обслуговування та зменшує навантаження на касирів.

Роль цифрових платформ у гібридному обслуговуванні виходить за рамки стандартних функцій, включаючи можливості для автоматизації маркетингу, аналізу поведінки споживачів та комунікації з ними. Наприклад, система Hilton Honors дозволяє готелям надсилати персоналізовані пропозиції з урахуванням уподобань клієнтів, що підвищує їхню лояльність та мотивацію використовувати додаткові послуги [2].

У ресторанному бізнесі, гібридний формат виявляється в онлайн-бронюванні столиків, попередньому виборі меню через додаток, а також можливості безконтактної оплати, що сприяє зменшенню часу очікування та покращенню вражень від обслуговування.

Основними викликами, пов’язаними з гібридним форматом, є забезпечення надійності та захищеності систем, а також адаптація персоналу до нових технологій. Персонал потребує додаткового навчання, щоб розумітися на роботі цифрових інструментів і могти вирішувати потенційні технічні труднощі. Ключовим є також захист персональних даних, адже гібридний формат обслуговування передбачає обробку великої кількості конфіденційної інформації.

Готелі та ресторани, що впроваджують цифрові інструменти, такі як програми для мобільної реєстрації та замовлення, мають приділяти значну увагу кібербезпеці для захисту інформації своїх клієнтів, оскільки випадки кібератак можуть суттєво вплинути на репутацію закладу. Гібридне обслуговування також дозволяє створювати унікальні можливості для глибшого взаємозв’язку з клієнтами завдяки інтерактивним функціям. Наприклад, готельні заклади можуть розробити цифрові платформи, через

які гості отримують актуальну інформацію про місцеві заходи або знижки на додаткові послуги. Це сприяє підвищенню рівня задоволеності від перебування та формує лояльність до бренду, оскільки гості отримують не лише послугу, а й додатковий сервіс [4].

Підсумовуючи, можна зазначити, що гібридний формат обслуговування відкриває нові перспективи для готелів і ресторанів, сприяючи підвищенню рівня зручності для клієнтів і ефективності для закладів. Поєднання онлайн-технологій із традиційним офлайн-сервісом створює гнучкі можливості для задоволення потреб сучасних споживачів, що дозволяє готельно-ресторанній сфері залишатися конкурентоспроможною на динамічному ринку послуг. Гібридне обслуговування забезпечує індивідуальний підхід до кожного клієнта та допомагає вдосконалювати обслуговування завдяки інтеграції цифрових інструментів. Водночас для його успішного впровадження необхідно враховувати технічні та організаційні аспекти, такі як підготовка персоналу та забезпечення кібербезпеки. У майбутньому розвиток гібридного формату може значно вплинути на еволюцію індустрії гостинності, встановлюючи нові стандарти якості послуг і задоволеності клієнтів.

Список використаних джерел:

1. У деяких готелях замість ключа від номера можна використовувати свій смартфон. URL: https://worldvision.com.ua/news/novosti-tehniki/v-nekotorih-gostinitsah-vmesto-klyucha-ot-nomera-mozhno-ispolzovat-svoy-smartfon-745
2. Hilton Honors. URL: https://www.hilton.com/ru/hilton-honors
3. Види послуг в готелі. URL: https://wiki.otelms.com/uk/post/types-of-hotel-services
4. Найкращі практики в галузі обслуговування гостей у готельному бізнесі. URL: https://hotel-solution.com.ua/news/best-practices-in-guest-service-in-the-hospitality-industry

Чельтер В. Д., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Лихолат О. А., д.біол.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

МІКРОБІОМ ГОТЕЛЬНИХ ПРИМІЩЕНЬ: ВПЛИВ НА ЗДОРОВ'Я ГОСТЕЙ ТА ПЕРСОНАЛУ. ПОРІВНЯННЯ СТАНДАРТІВ КРАЇН СВІТУ

Чистота є рішуче важливою для забезпечення безпеки і комфорту гостей усього готелю. Склад мікробіому постійно змінюється протягом доби і сезону та залежить від типу приміщення, частоти прибирання, кількості гостей, кліматичних умов тощо. Це ускладнює його дослідження, але дозволяє зрозуміти, як різні фактори впливають на здоров'я гостей та персоналу.

Мікробіом готельного приміщення включає різноманітні мікроорганізми, які проживають у цьому середовищі, такі як бактерії, грибки та віруси. Особливу роль відіграють біоплівки – сукупність мікроорганізмів, закріплених на поверхнях, стійкі до фізичних і хімічних впливів, тому їх важко знищити. Утворюються, зазвичай, в душових кабінах, на раковинах, кондиціонерах та інших місцях, створюючи сприятливе середовище для розмноження патогенних мікроорганізмів [1]. Хоча біоплівки є однією з найважливіших форм організації мікроорганізмів у готелях, мікробіом цих приміщень набагато складніший. Крім біоплівок, у готелях присутні також вільноживучі мікроорганізми, які можуть переноситися повітрям, контактом з поверхнями або людьми. Наявність великої кількості мікроорганізмів у повітрі може призвести до розвитку різних захворювань, таких як алергічні реакції або інфекції, у гостей та персоналу.

Мікробіом готельних приміщень – це не статична, а динамічна система, яка постійно змінюється під впливом різних факторів. Один з таких факторів – час. Добові коливання мікробіому пов'язані з активністю людей. Наприклад, вранці, коли люди починають користуватися санвузлами, кількість бактерій на поверхнях зростає. Увечері, коли гості повертаються в номери після прогулянок, до мікробіому додаються мікроорганізми, які були принесені ззовні. Сезонні зміни також мають значення. Влітку, коли люди проводять більше часу на вулиці, до готелів заносяться різноманітні мікроорганізми з навколишнього середовища. Взимку, більше часу проводять у приміщеннях, склад мікробіому може змінюватися через використання опалювальних систем та інших факторів.

Гігієна в готельному бізнесі – це не просто бажання, а вимога, закріплена законодавством. Різниця в підходах до забезпечення санітарних норм в готелях України та країн Європи є значною і має глибокі корені. Незважаючи на наявність санітарних норм та правил в Україні, їхня конкретизація та контроль за дотриманням є недостатніми. Законодавство України містить загальні положення щодо гігієни в закладах громадського харчування та готелях, проте детальні стандарти, що регулюють конкретні процедури прибирання, використання дезінфекуючих засобів, контроль якості повітря тощо, відсутні або є недостатньо чіткими [2]. Це створює певні прогалини, якими можуть скористатися недобросовісні готельєри. Відсутність єдиної системи сертифікації також ускладнює оцінку рівня гігієни в готелях для споживачів. Хоча деякі готелі прагнуть дотримуватися міжнародних стандартів, загалом система контролю якості в Україні є менш розвиненою, ніж у країнах Європи. У більшості країн Європи існують детальні законодавчі акти та стандарти, що регламентують гігієну в готелях. Ці документи охоплюють широкий спектр питань, від якості води та повітря до процедур обробки текстильних виробів та дезінфекції поверхонь. Крім того, в багатьох країнах Європи, таких як Німеччина, Франція, Швейцарія, діють системи сертифікації готелів, що дозволяють споживачам обирати заклади, які відповідають певним

стандартам якості [3,4]. Чому така різниця? По-перше, на це впливає історичний фактор. Європейські країни мають більш тривалу історію розвитку готельного бізнесу та відповідно більш розвинену систему регулювання. По-друге, вищий рівень економічного розвитку в країнах Європи дозволяє виділяти більше коштів на контроль за дотриманням санітарних норм та розробку нових стандартів. Також, не менш важливим є той факт, що у європейських країнах існує більш високий рівень свідомості щодо важливості гігієни та її впливу на здоров'я. Відсутність чітких стандартів в Україні створює ризик для здоров'я гостей, оскільки не гарантує високого рівня гігієни в усіх готелях. В той час, споживачам в Україні важко оцінити рівень гігієни в готелі, оскільки немає єдиної системи класифікації та сертифікації.

Різниця в стандартах гігієни в готелях України та країн Європи є наслідком різних підходів до регулювання цієї сфери.

Список використаних джерел:

1. Біоплівки навколо (і всередині) нас. URL: https://kunsht.com.ua/articles/bioplivky-navkolo-i-vseredyni-nas
2. Державні санітарні правила та норми, гігієнічні нормативи. URL: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0016588-99#Text
3. Lebensmittelrecht & Verbraucherrecht. URL: https://www.dehoga-bundesverband.de/branchenthemen/lebensmittelrecht-verbraucherrecht/
4. Raumplanungsverordnung. URL: https://www.fedlex.admin.ch/eli/oc/2020/67/de

Шмерига Є. Д., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Юдіна О. І., д.е.н., проф., професор кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

РОЛЬ БРЕНДИНГУ У ФОРМУВАННІ ВПІЗНАВАНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Брендинг є важливим елементом у процесі формування впізнаваності ресторану, який впливає на сприйняття закладу та емоційний зв’язок зі споживачами.

Брендинг ресторану представляє собою комплекс заходів, спрямованих на створення унікального образу та позиціювання закладу на ринку послуг харчування [1]. Правильний брендинг підвищує впізнаваність закладу, формує його унікальний образ у зовнішньому середовищі та забезпечує позитивний досвід гостей, що є запорукою повторних відвідувань і рекомендацій.

Дослідження показують, що людина створює думку про ресторан у перші кілька секунд після того, як його побачила [2], а кожен елемент брендингу – від вивіски та дизайну інтер'єру до назви та основної ідеї, формує перше враження відвідувача. Брендинг допомагає ресторану чітко ідентифікувати свою цільову аудиторію. Наприклад, тематичні ресторани, такі як піцерії з італійським колоритом або азіатські ф'южн-бістро, використовують брендинг для створення автентичної атмосфери та ідентифікації своєї кухні.

Брендинг може виходити за межі візуальних елементів і включати сенсорні елементи. Використання специфічних ароматів та звуків у ресторанах допомагає створювати неповторну атмосферу. «McDonald's» є яскравим прикладом успішного брендингу у ресторанній індустрії. Його логотип, фірмові кольори (жовтий і червоний) та гасло «I'm Lovin' It» відомі у всьому світі. Цей брендинг формує у споживачів асоціації зі швидким та доступним харчуванням, приємною атмосферою та зручністю. Брендинг «McDonald's» допоміг компанії стати не просто рестораном, а частиною глобальної культури.

Ще одним відомим прикладом вдалого брендингу є мережа закладів «Мафія». Ця українська мережа ресторанів відома своїм унікальним підходом до оформлення, позиціонуванням на ринку та увагою до деталей, які приваблюють і втримують відвідувачів. Мафія позиціонує себе як ресторан, що пропонує комбінацію різних кухонь: італійської та японської. Такі заклади у Дніпрі як «19/20», «Brooks», «Warburger», «Base» та «Mommy» дуже відповідально підійшли до питання створення власних брендів. Кожна деталь у цих закладах продумана до дрібниць: посуд, серветки, упаковка їжі з собою, форма персоналу, власні наліпки та навіть цукор в стіках. В тому числі й завдяки брендингу ці заклади є найвідомішими у Дніпрі.

Серед анти прикладів багато закладів ресторанного типу, які вклали достатньо велику кількість грошей для відкриття, залучили до роботи найкращих професіоналів, але, через відсутність цілісної концепції та власного брендингу не втрималися на плаву та зачинилися, є ті, які продовжують працювати, але, не отримують таких доходів, які можливо отримувати. До одного з таких закладів відноситься кафе «В центрі подій», яке розташоване у центрі міста на проспекті Дмитра Яворницького. В закладі створено затишний інтер'єр, підібрана гарна команда співробітників та вдале місцерозташування. Крім того, до відкриття закладу організатори підійшли з усією відповідальністю, для анонсу відкриття були залучені відомі блогери, але в процесі планування діяльності цього підприємства не було розроблено єдиної концепції, бренду, та не було відповіді на питання: «Чому люди мають прийти саме сюди?». У результаті, через декілька років після відкриття, кафе стало не цікавим для гостей, показники відвідування закладу значно зменшилися. В даний час кафе знаходиться на стадії ребрендингу – розробки нового, цікавого бренду, де всі деталі будуть продумані та пов'язані між собою.

Розробка бренду викликає необхідність створення цілісної концепції, оскільки бренд представляє собою не тільки логотип (товарний знак), він асоціюється з репутацію закладу, впливає на сприйняття споживачами підприємства, його продукту.

Сьогодні процеси цифровізації та розвитку інноваційних технологій надають значний вплив на брендінг та особливості взаємодії бренду зі своєю аудиторією, потребують вмінь привертати та утримувати увагу споживачів за лічені секунди. Для виконання цих завдань використовуються Інтернет-ресурси, сайти, соціальні мережі та інші засоби комунікації.

Таким чином, брендинг виступає у якості життєво важливого елементу ресторанного бізнесу, що впливає на сприйняття гостями закладу ресторанного господарства та особливості їх взаємодії з об'єктом відвідування. Створення потужного бренду допомагає не лише залучити нових клієнтів, а й підтримувати лояльність вже наявних, тим самим забезпечуючи стабільний успіх закладу у динамічно змінюваному гастрономічному середовищі.

Список використаних джерел:

1. Що таке брендінг та навіщо він потрібен? ClickDble. URL : https://clickable.agency/ua/shho-take-brending-ta-navishho-vin-potriben

2. Залучення клієнтів у кав'ярню: ідеї. SkyService. URL : https:// skyservice.pro/business-automation/uk/zaluchennya-kliyentiv-u-kavyarnyu-ideyi

Шрамченко В. О., студентка
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В ТУРИЗМІ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ

Сучасний туризм та готельно-ресторанний бізнес є важливим елементом економічного розвитку у різних регіонах світу. Це сприяє розвитку відносин між країнами, пізнанню нових культур та культурному міжнародному спілкуванню. Сучасні споживачі шукають нові, цікаві та унікальні враження, що ставить підприємства перед викликами постійного вдосконалення своїх послуг і продуктів. Лише завдяки глибокому розумінню споживчого попиту компанії можуть розробляти ефективні стратегії, що дозволять їм не лише утримувати існуючих клієнтів, але й залучати нових.

Інновації створюють нові перспективи для реклами та вдосконалення бізнесу, що робить готелі та ресторани більш доступними для клієнтів. Застосування цифрових маркетингових стратегій, соціальних медіа та мобільних додатків дає змогу залучати нових споживачів і підтримувати взаємодію з постійними. Гості можуть легко здійснювати бронювання номерів або столиків, а також отримувати інформацію про акції та знижки, що робить їхній досвід більш комфортним і приємним.

В наш час майже кожна людина користується мобільними пристроями та Інтернетом, тому впровадження інноваційних технологій є дуже важливою темою для заохочення нових потенційних споживачів. Технологічний прогрес впливає на індустрію значною мірою та створює необхідність в використанні новітніх технологій. Це можуть бути різноманітні додатки, сайти, портали, віртуальні тури і багато інших варіантів, які дають можливість підприємствам заявити про себе, а споживачеві – дізнатися про пропоновані послуги, ціни, тури, меню та можливості конкретного підприємства.

COVID-19 та війна значно вплинули на туризм та готельно-ресторанну справу в Україні, це стимулювало підприємства швидко адаптовуватися до змін. Ключовим викликом є зміна споживчих звичок. Після пандемії туристи почали більше зосереджуватися на власній безпеці та почали надавати перевагу закладам, які мають безконтактні послуги, гнучкі умови бронювання та можливість його скасування.

Соціальні медіа стали важливою інновацією. Використання таких платформ, як Tik Tok, Instagram та Facebook для просування створило значну конкуренцію за увагу споживачів. У соціальних медіа інформація поширюється миттєво. Компанії повинні бути готові швидко відгукуватися на запити, коментарі та відгуки клієнтів, щоб зберегти позитивний імідж. Також, соціальні медіа надають можливість користувачам висловлювати свою думку на широкий загал, тому потрібно вміти швидко реагувати і мати стратегії управління кризовими ситуаціям, аби тримати високий імідж.

Одним з дуже цікавих інноваційних підходів є залучення віртуальної реальності, коли гості, онлайн, можуть прогулятися, роздивитися заклад чи готель. Зануритися в атмосферу місця і точно вирішити чи хочуть його відвідати. Віртуальна чи доповнена реальність допомагає створювати маршрути подорожі, просто з дому, що значно зменшує вагання з вибором місця відпочинку.

Також, дуже важливою інновацією є зростаюча популярність на екологічний туризм, або «еко-туризм». В наш час все більше людей починають звертати увагу на проблеми навколишнього середовища, що значною мірою впливає на туристичний та готельно-ресторанний бізнес, оскільки туристи починають надавати перевагу відпочинку, який не тільки задовольняє їхні потреби, а й не шкодить навколишньому середовищу. Якщо компанія є еко-дружньою, це не лише знижує негативний вплив на довкілля, але й значною мірою підвищує імідж компанії.

Інноваційним підходом також є індивідуальний підхід. Підприємства можуть використовувати дані про клієнтів, щоб пропонувати індивідуальні послуги та персоналізовані пропозиції. Наприклад, готель може запропонувати клієнтові номер з особливими зручностями або ресторан може порекомендувати страви на основі попереднього замовлення.

Важливим викликом, для туристичного та готельно-ресторанного бізнесу, завжди була велика конкуренція, яка вимагає постійного вдосконалення. Щоб залишатися конкурентоспроможними компанії намагаються створювати щось нове та унікальне. Це можуть бути унікальні гастрономічні пропозиції, створення неординарного тематичного інтер'єру приміщень, спеціалізовані wellness-тури і т. д. Важливо не перестаратися з чимось дуже неординарним, адже може виникнути ризик відштовхнути певну аудиторію. Занадно екстравагантні ідеї можуть здатися дивними і недоречними, тому важливо знайти баланс між інноваціями та очікуваннями споживачів.

Але перспективи туризму та готельно-ресторанного бізнесу дуже обнадійливі, не дивлячись на те, які виклики постають перед ними. Сучасні технології спрощують процеси роботи кампаній, спрощують бронювання, управління запасами та комунікацію з клієнтами. Автоматизація рутинних завдань дозволяє співробітникам зосередитися на наданні високоякісного обслуговування, що підвищує загальний рівень задоволеності клієнтів.

Підводячи підсумки можна стверджувати, що інноваційні підходи є дуже важливими для розвитку туризму та готельно-ресторанної справи. Адаптація до нових умов, впровадження технологій і врахування екологічних вимог допоможуть компаніям залишатися конкурентоспроможними та задовольняти потреби сучасних споживачів. В цілому індустрія має всі шанси на відновлення та зростання, якщо буде готова до змін і введення інновацій.

Список використаних джерел:

1. Актуальні питання землекористування та туризму в контексті сталого розвитку України : матеріали III Всеукр. студентської наук.-практ. конф. Дубляни, 18 квітня 2024 р. Львів : Львівський національний університет природокористування, 2024. 173 с.

2. Розвиток туристичного бізнесу, економіки та підприємництва: виклики сьогодення : матеріали I всеукр. наук.-практ. конф. здобувачів вищої освіти і молодих вчених, 26–27 вер. 2023 р., м. Дніпро / відп. ред. Л.С. Безугла / М-во освіти і науки України, НТУ «Дніпровська політехніка» Дніпро : НТУ «ДП», 2023. 176 с.

Шурло А. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ ЯК ІННОВАЦІЙНОГО ІНСТРУМЕНТУ В РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Віртуальна реальність (VR) стає популярним інструментом у таких різноманітних сферах, як туризм. Використання VR-технологій у туристичній індустрії відкриває нові можливості для просування галузі та залучення клієнтів. Завдяки віртуальній реальності мандрівники можуть досліджувати пам'ятку у віртуальному середовищі, що значно полегшує вибір кількох маршрутів. Це дозволяє оцінити місцевий клімат, культуру та природу, не виходячи з дому [3].

Однією з важливих переваг віртуальної реальності в туризмі є можливість створювати інтерактивні віртуальні тури. Ці тури можуть включати готелі, курорти, музеї, національні парки та інші туристичні об'єкти. Віртуальна реальність дозволяє клієнтам оцінити інфраструктуру готелю чи ресторану перед бронюванням, допомагаючи їм прийняти обґрунтоване рішення. Це також дозволяє мандрівникам з обмеженими можливостями досліджувати світ, віртуально потрапляючи у важкодоступні місця.

Новизна віртуальної реальності у туризмі також полягає у її здатності допомогти туристам отримати інформацію перед від'їздом. Наприклад, віртуальну реальність можна використовувати для вивчення культури, історії або характеристик призначення. Це допомагає туристам краще підготуватися до поїздки, роблячи її більш інформативною та гнучкою. VR можна використовувати для навчання гідів та екскурсоводів, дозволяючи їм практикуватися у віртуальному середовищі [3, с. 28].

Технологія VR відкриває нові можливості для індустрії бізнес-послуг. Туристичні агентства використовують віртуальні тури для створення рекламних кампаній, які пропонують відвідувачам унікальні враження в режимі реального часу. Це підвищує рівень задоволення від подорожі, оскільки віртуальна реальність дозволяє емоційно зв'язатися з клієнтом ще до фактичного бронювання. VR створює особливі відчуття та спогади, які залишаються з користувачем, дозволяючи обрати особливе місце. Крім того, VR забезпечує досвід подорожей, що дозволяє адаптувати віртуальні тури до вподобань клієнта. Такий підхід робить туристичний бізнес не лише інноваційним, але й прибутковим [1].

Додатки віртуальної реальності є потужним інструментом для відновлення репутації туристичних місць, які постраждали від пандемій та інших криз. Віртуальна подорож дозволяє туристам відчути безпечну

форму подорожі навіть у ситуаціях, коли фізичні подорожі обмежені. Віртуальна реальність може допомогти подолати розрив між сьогоденням і майбутнім туризму та відновити інтерес до напрямів, які зараз фізично недоступні. Віртуальна реальність допомагає мандрівникам залишатися на зв'язку з улюбленими місцями, створюючи ілюзію перебування там навіть на відстані. Це допомагає зберігати інтерес до місця призначення та збільшує бажання відвідати його знову, коли обмеження будуть зняті. Завдяки віртуальній реальності туризм не тільки пережив кризу, але й знайшов нові можливості для зростання.

Ще один важливий аспект при використанні віртуальної реальності – дбайливе ставлення до навколишнього середовища. Віртуальні тури дозволяють людям без шкоди для природи побачити природні пейзажі, мальовничі місця та пам'ятки. Це допомагає зменшити навантаження на популярні туристичні напрями та зберегти їх для майбутніх поколінь. У майбутньому віртуальний туризм має потенціал стати одним із ключових факторів розвитку сталого туризму. Зменшення викидів, пов'язаних із транспортом, і кількість туристів у чутливих районах може допомогти зменшити негативний вплив на екосистеми. Цей підхід відповідає зростаючому тренду щодо піклування про довкілля та сприяє розвитку екотуризму [4, с. 112].

Віртуальна реальність використовується для відтворення історичних подій та сцен, дозволяючи користувачам поринути у минуле та пережити події з нової точки зору. Особливо це актуально для культурного туризму, де важливо не лише показати об'єкти, а й надати історичну та іншу цікаву інформацію щодо них.

Ще одним викликом є необхідність адаптації туристів до нових форм споживання інформації. Не всі клієнти хочуть відмовлятися від традиційних методів подорожей і використовувати віртуальні технології. Тому важливо знайти баланс між реальним досвідом і віртуальними пропозиціями, щоб задовольнити різні категорії споживачів [2].

Таким чином, використання віртуальної реальності в туризмі є інноваційним інструментом, який може радикально змінити туризм, туристичний маркетинг і управління дестинаціями. Віртуальні тури, інтерактивні програми та захоплюючий досвід створюють нові можливості для залучення туристів і розвитку галузі в цілому.

Список використаних джерел:

1. Морозов Д., Домашенко С., Каптюх Т. Інноваційна діяльність туристичних підприємств в умовах глобальної діджиталізації. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2376/2297

2. Опанащук Ю. Я., Колісниченко Т. О., Вергун А. М. Світові досягнення та інноваційні технології в туристичному та готельному бізнесі. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2021. № 27. С. 57–66.

3. Chernega O. «Digital tourism. Building a metaverse as an innovative virtualized tourist product». *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*. 2023. № 2 (24). P. 26–36.

4. Saiko V., Luchko H. Tendencies in Development of Digitalization in Ukraine. *Business Inform*. 2021. № 7 (522). P. 109–114.

Шурло А. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА: ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ

Інноваційні підходи є життєво необхідними для успіху у сучасному туризмі та готельно-ресторанній справі, оскільки вони допомагають адаптуватися до швидкозмінних умов та задовольняти зростаючі вимоги сучасних мандрівників. Однак, впровадження інновацій пов'язане з певними викликами, такими як необхідність інвестицій, адаптації персоналу та ризику непередбачуваних наслідків.

Впровадження нових технологій, розробка унікальних концепцій та оновлення інфраструктури потребують значних фінансових ресурсів, які не завжди доступні для малого та середнього бізнесу.

Впровадження систем бронювання онлайн, програм лояльності, чат-ботів для обслуговування клієнтів, цифрових меню, системи управління готелем (PMS) – все це вимагає значних початкових інвестицій в програмне забезпечення, обладнання та навчання персоналу.

Розробка унікальної концепції готелю, ресторану чи туру потребує інвестицій в маркетинг, дизайн, створення спеціальних сервісів та об'єктів. Наприклад, створення «еко-готелю» з використанням сонячних батарей, зелених дахів та органічного харчування потребує великих витрат на початковій стадії [1].

Модернізація готельних номерів, ремонт ресторанів, оновлення басейнів, спортивних майданчиків та іншої інфраструктури вимагає значних фінансових ресурсів. Впровадження нових технологій та концепцій вимагає від персоналу нових знань та навичок, що може стати викликом для адаптації і перенавчання.

Персонал, який не володіє новими технологіями, може виявитися нездатним ефективно виконувати свої обов'язки.

Персонал, який не знає, як користуватися новими системами бронювання, програмами лояльності або електронними меню, може робити більше помилок та затрачати більше часу на виконання завдань. Некомпетентний у технологіях персонал може надати неякісне

обслуговування і викликати незадоволеність у клієнтів. Якщо персонал не має можливості пройти перенавчання та опанувати нові навички, він може звільнитися з роботи і знайти іншу, де може розвиватись [2].

Інновації не завжди приносять очікувані результати, тому існує ризик непередбачуваних наслідків і необхідність швидко реагувати на зміни.

Впровадження нових технологій може привести до непередбачуваних збоїв, виходу з ладу обладнання, проблем з безпекою даних або несумісності з існуючими системами.

Інновації можуть призвести до зміни потреб клієнтів, які можуть не сподобатися нові концепції або технології.

Впровадження нових концепцій може призвести до відмови від традиційних практик і очікувань клієнтів, що може спричинити негативну реакцію.

Нові технології можуть мати непередбачувані екологічні наслідки, наприклад, виробництво відходів або забруднення навколишнього середовища.

Впровадження інновацій може призвести до непередбачуваних витрат, наприклад, на ремонт обладнання, перенавчання персоналу або заміну дефектних компонентів.

В сучасних умовах розвитку туризму та готельно-ресторанної справі ми бачимо дуже високу конкуренцію, тому необхідним є постійне впровадження інноваційних методів роботи в бізнесі, що дозволить залишатися на передньому краї конкуренції.

Інновації повинні бути екологічно чистими та відповідати сучасним екологічним стандартам. Нові технології та інноваційні процеси дозволяють збільшити ефективність роботи та зменшити витрати. Наприклад, застосування енергозберігаючих технологій, використання перероблених матеріалів, еко-дружні програми [2].

Впровадження віртуальної реальності, ігор, розважальних програм з використанням нових технологій. Наприклад, використання технологій для збору даних про клієнтів та створення персоналізованих пропозицій.

Інновації допомагають привернути увагу туристів і виділитися серед інших готелів та компаній, розширити цільову аудиторію. Інновації допомагають залучити нових клієнтів, які цікавляться новими технологіями, унікальними концепціями та нестандартними пропозиціями.

Клієнти, які отримали позитивний досвід від інновацій, більш імовірно будуть повертатися до вас і рекомендувати ваші послуги іншим.

Інновації дозволяють підвищити ціну на послуги і продукти, оскільки вони надають більшу цінність і задоволення клієнтам. Нові продукти і послуги можуть сприяти зростанню попиту на ваші послуги, що приведе до збільшення прибутків.

Отже, інновації є необхідним кроком для розвитку туризму та готельно-ресторанної справи в майбутньому. Однак, впровадження інновацій потребує уважного аналізу та планування, щоб уникнути потенційних викликів і звести до мінімуму ризики.

Список використаних джерел:

1. Омельчак Г.В. Особливості інноваційного розвитку туризму України в умовах війни та Євроінтеграції. *Сталий розвиток економіки*. 2023. № 1 (46). URL: https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/article/view/626/600
2. Савіцька О. П., Савіцька Н. В. Сучасні тренди інноваційного розвитку сфери туризму в Україні. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 124–130.

Ясинська А. О., здобувач
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова
(науковий керівник – Андренко І. Б., к.е.н., доц., доцент кафедри
туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства імені О. М. Бекетова)

ІНТЕГРАЦІЯ ПОСЛУГ ЧАЙНОГО СОМЕЛЬЄ В ГОТЕЛЯХ

Актуальність дослідження інтеграції послуг чайного сомельє у готелях зумовлена зростаючим попитом на унікальний клієнтський досвід та персоналізацію обслуговування у сфері гостинності. Готелі, конкуруючи на ринку, прагнуть запропонувати більше, ніж стандартний набір послуг, надаючи гостям можливість насолодитися ексклюзивними пропозиціями, такими як чайний сомельє. Це створює додаткову цінність, розширює культурний та гастрономічний досвід гостей і сприяє формуванню позитивного враження про готель.

Чайний сомельє – це людина, яка спеціалізується на знаннях про чай і кухню [1]. Це професіонал, який спеціалізується на відборі, приготуванні та подачі чаю, а також консультуванні клієнтів щодо різних сортів чаю, їхніх властивостей та способів заварювання. Чайний сомельє має глибокі знання про різноманітні сорти чаю, його регіони вирощування, техніки збирання та обробки, а також про традиції споживання чаю в різних культурах.

Термін «чайний сомельє» з’явився в кінці XX століття, на хвилі зростання популярності чаю у західному світі та розвитком чайної культури. Оскільки чай почав асоціюватися з високим рівнем якості, культурними традиціями та здоровим способом життя, виникла потреба у фахівцях, здатних глибоко розбиратися в усіх аспектах чайного мистецтва. Тому цей термін став логічною аналогією до винного сомельє, з акцентом на чайні традиції, підбір і подачу напою. У деяких країнах, таких як Китай, Японія, Індія, чайні сомельє також можуть називатися чайними майстрами, які часто проходять тривале навчання і вивчають традиції чайних церемоній, особливо у висококласних готелях і ресторанах. У європейських та американських закладах цей термін поступово закріпився як позначення фахівця з чаю, який створює особливий досвід для гостей на основі чайної культури.

Охарактеризуємо основні обов’язки та компетенції чайного сомельє.

1. Консультація клієнтів: чайний сомельє допомагає гостям обрати відповідний сорт чаю, враховуючи їхні вподобання, стан здоров’я, час доби, пору року, рекомендує чаї на основі смакових характеристик та потенційного впливу на самопочуття, допомагаючи створити унікальний досвід для кожного гостя.

2. Розробка чайної карти та спеціальних програм: формує меню чаю (чайну карту) з різними варіантами, які підходять до страв, що подаються в готелі або ресторані; може розробляти спеціальні програми, такі як чайні дегустації, поєднання чаю з їжею (фуд-пейрінг) або майстер-класи з приготування чаю.

3. Знання технологій вирощування та обробки чаю: сомельє розуміється на всіх етапах виготовлення чаю – від збирання листя до обробки та упаковки, а також на впливі цих процесів на смак та аромат напою; вміє відрізнити різні сорти, враховуючи їхню класифікацію за країною походження та технологією обробки, такі як зелений, чорний, білий, улун або пуер.

4. Методи заварювання та подача: чайний сомельє знає всі нюанси заварювання кожного сорту чаю, включаючи температуру води, час настоювання, використання спеціальних аксесуарів; дотримується традиційних методів приготування чаю, враховуючи чайну культуру кожної країни.

5. Використання чаю для велнесу: сучасні чайні сомельє також володіють знаннями про корисні властивості чаю для здоров’я, враховуючи його тонізуючі, заспокійливі або антиоксидантні властивості; можуть рекомендувати чай для поліпшення самопочуття або в контексті велнес-послуг у готелях.

6. Поєднання чаю з їжею (фуд-пейрінг): чайний сомельє підбирає чаї, які доповнюють і підкреслюють смак певних страв, що дозволяє розширити кулінарний досвід, коли чай слугує не лише напоєм, але й частиною гастрономічної композиції.

Готель The Lanesborough у Лондоні відомий своїм вишуканим сервісом та увагою до деталей, особливо у сфері чайних традицій [2]. У 2011 році готель представив першого в Британії чайного сомельє – Карла Кессаба, який став піонером у цій галузі [3]. Карл Кессаб допомагав гостям обирати з широкого асортименту чаїв, враховуючи їхні індивідуальні вподобання та поєднання з меню, відповідав за створення унікальних чайних сумішей та проведення дегустацій, що підвищувало рівень обслуговування та надавало гостям незабутній досвід. Впровадження посади чайного сомельє дозволило The Lanesborough виділитися серед інших готелів, підкреслюючи свою відданість британським традиціям та високим стандартам сервісу. Цей крок не лише задовольнив зростаючий

інтерес гостей до чайної культури, але й сприяв підвищенню їхньої лояльності та задоволеності. Досвід The Lanesborough став прикладом для інших закладів гостинності, які прагнуть інтегрувати подібні послуги для покращення клієнтського досвіду.

Послуги чайного сомельє в готелях – це унікальна концепція, що дозволяє гостям насолодитися індивідуально підібраними чаями, підвищуючи якість їхнього відпочинку та вражень. Подальші дослідження цієї тематики може бути цікавим для аналізу споживчих уподобань, розвитку готельного сервісу та культурних аспектів чайної традиції.

Список використаних джерел:

1. Сертифікований чайний сомельє: що потрібно, щоб ним стати. URL: https://www-karmakettle-com.translate.goog/blogs/tea-tales/certified-tea-sommelier-what-it-takes-to-become-one?

2. Afternoon Tea at The Lanesborough. URL: https://www.opentable.co.uk/afternoon-tea-at-the-lanesborough

3. Who is Karl Kessab? The World's First Tea Sommelier. URL: https://www.pastrysampler.com/blog/2011/10/who-is-karl-kessab-the-worlds-first-tea-sommelier.html

Яурова Ю. В., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри
міжнародного туризму та готельно-ресторанного бізнесу
Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ІНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМУ ДО ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

Туризм є важливою частиною життя кожної людини в нашому суспільстві, незалежно від віку, статі чи фізичних можливостей. Подорожі не лише надають можливість відпочити, але й відкривають нові горизонти, сприяють культурному обміну та розширюють світогляд. Проте для людей з інвалідністю доступ до туристичних послуг часто є обмеженим через фізичні бар'єри та недостатньо адаптовану інфраструктуру.

Інклюзивний туризм для людей з обмеженими можливостями – це вид сучасного туризму, який дає змогу будь-якій людині, незалежно від фізичних можливостей, брати участь у туристичній діяльності з урахуванням її фізичного та психологічного стану, дозволяючи їм вільно подорожувати. Він не лише підвищує якість життя людей з інвалідністю, а й позитивно впливає на розвиток туристичної індустрії загалом.

За оцінками, на 2023 рік в світі налічують 1,3 мільярда людей – близько 16% населення планети – мають значну інвалідність [1].

Інклюзивний туризм є успішно розвинутий у Європі. Наприклад, Нідерланди та Німеччина пропонують доступні музеї, готелі та громадські об'єкти для людей з інвалідністю, таксі з можливістю перевезення на інвалідних візках, і спеціальні круїзи з підйомниками.

Швеція має систему підтримки, де люди з інвалідністю можуть отримати допомогу від супроводжуючих осіб під час відпочинку, а держава фінансує частину витрат на відпочинок, включаючи можливість поїхати за кордон.

Інклюзивний туризм в Україні є важливим напрямком, особливо в контексті війни, яка створила нові виклики та посилила потребу в доступності для осіб з інвалідністю. Кількість людей, що зазнали фізичних травм і потребують особливих умов для подорожей, значно зросла.

Міністерство соціальної політики на своєму сайті зазначають, що станом на 01 січня 2020 року, в Україні інвалідність мали 2,7 млн осіб [2]. А вже за перші 10 місяців війни 2022 року одержали понад 45 тис. українців, що в 3,5 раза більше, ніж 2021 року, це зазначив голова Нацасамблеї людей з інвалідністю Валерій Сушкевич. Також він наголошує, що визначити точну кількість людей, які отримали інвалідність за останні два роки, надзвичайно складно. За його словами, ця цифра значно перевищує офіційні дані, оскільки процес оформлення статусу інваліда під час війни ускладнений [3].

Таблиця 1

Кількість людей з інвалідністю в Україні 2019–2022 рр.

Рік	Кількість осіб з інвалідністю, млн осіб
2019	2,6597
2020	2,6597
2021	2,7241
2022	2,7258

Джерело: складено автором за [4], [5].

На жаль, в Україні інклюзивний туризм розвивається значно повільніше, ніж у країнах Європи. У нашій країні існує багато проблем, через які люди з обмеженими можливостями не можуть не лише комфортно подорожувати, а й просто вести повноцінне життя. Так український воєнний, Олександр Терен, який втратив обидві ноги на війні, заснував свій ютуб-канал, де їздить по містам України, і демонструє, як вони адаптовані для людей з інвалідністю. Можна побачити що ні дороги, ні транспорт, не дозволяє переміщатися містами нашої країни без проблем.

Інклюзивний туризм є важливим напрямком розвитку сучасної туристичної індустрії, який забезпечує рівні можливості для подорожей незалежно від фізичних можливостей людини. Він сприяє соціальній інтеграції, оздоровленню та психологічній підтримці, що позитивно впливає на якість життя. В Україні цей вид туризму набув особливого значення через війну. Тому, безумовно, необхідно активно розвивати інклюзивний туризм і створювати умови для комфортного життя людей з обмеженими можливостями.

Список використаних джерел:

1. Disability. World Health Organisation. URL: https://www.who.int/health-topics/disability#tab=tab_1
2. Особам з інвалідністю. Міністерство соціальної політики України. URL: https://www.msp.gov.ua/timeline/invalidnist.html
3. Інвалідність за 10 місяців війни у 2022 році отримали понад 45 тис. Українців. Interfax Ukraine. URL: https://interfax.com.ua/news/general/920086-amp.html
4. Соціальний захист населення України 2021 р. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2022/zb/07/zb_szn_2021.pdf
5. Соціальний захист населення України 2022 р. URL: https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2023/zb/10/zb_szn_2022.pdf

Бєлінська Т. А., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мормуль М. Ф., к. т. н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В КІБЕРБЕЗПЕЦІ

Штучний інтелект (ШІ) – це галузь комп'ютерної науки, яка спрямована на створення систем, здатних виконувати завдання, що вимагають людського інтелекту, такі як розпізнавання образів, прийняття рішень, вирішення проблем і навчання. Основою ШІ є алгоритми, що дозволяють машинам самостійно вчитися на основі отриманих даних і поліпшувати свої результати без втручання людини. Концепція штучного інтелекту виникла у середині 20-го століття, але активне дослідження та розвиток почалися у 1950-х роках, коли британський математик Алан Тюрінг заклав основи для сучасних комп'ютерних моделей мислення. З того часу ШІ розвивався від простих моделей до складних систем, здатних вирішувати найскладніші завдання.

ШІ швидко стає ключовим елементом у кібербезпеці, забезпечуючи нові можливості для виявлення загроз і реагування на них. У сучасних умовах глобальної цифровізації кількість кіберзагроз зростає експоненційно, що потребує використання інноваційних рішень для захисту інформаційних систем. Алгоритми машинного навчання (МН), однієї з найбільш розвинених галузей ШІ, активно застосовуються для аналізу трафіку, виявлення аномалій, автоматизації реакцій на загрози та прогнозування можливих атак. Ці технології дозволяють підвищити ефективність кіберзахисту та знизити людський фактор у процесах моніторингу.

Один з основних напрямів використання ШІ у кібербезпеці полягає у виявленні аномалій у мережевому трафіку, що можуть свідчити про спробу несанкціонованого доступу до мережі або активність зловмисників. Алгоритми машинного навчання, такі як класифікація та кластеризація, аналізують великі обсяги даних у реальному часі. Вони можуть швидко і точно визначити патерни, які відрізняються від нормальної поведінки системи, що дозволяє оперативно реагувати на загрози.

Методи глибокого навчання також показали високу ефективність у виявленні загроз за допомогою аналізу пакетів даних, виявлення ботнет-атак, фішингових спроб та шкідливого програмного забезпечення. Завдяки безперервному самонавчанню алгоритми стають дедалі точнішими в розпізнаванні нових форм кіберзагроз.

Ще одним важливим напрямом є автоматизація процесів реагування на загрози. Використовуючи попередньо навчені моделі та сценарії реагування, системи ШІ можуть самостійно приймати рішення щодо протидії загрозам. Це знижує навантаження на фахівців, особливо в умовах великої кількості атак.

Автоматизовані системи можуть виконувати рутинні операції, такі як закриття вразливостей, ізоляція заражених систем, блокування підозрілої активності, що значно скорочує час на реагування і дає змогу зосередитися на більш складних завданнях, таких як аналіз нових загроз та вдосконалення систем захисту. Завдяки великим обсягам даних, що збираються під час моніторингу, ШІ здатен прогнозувати майбутні загрози на основі аналізу історичних даних. Прогностичні моделі дозволяють не тільки запобігти можливим атакам, але й покращити захист інфраструктури шляхом попереджувальних заходів. Один із яскравих прикладів використання ШІ у кібербезпеці – система Darktrace, яка застосовує алгоритми штучного інтелекту для створення "імунної системи" організації. Система аналізує поведінку пристроїв у мережі та створює профілі їхньої нормальної активності. Після цього Darktrace може виявляти навіть найдрібніші відхилення від стандартної поведінки, що свідчить про потенційну атаку чи зловмисну активність. Це дозволяє своєчасно реагувати на нові загрози, навіть якщо вони ще не відомі загальній спільноті кібербезпеки. Ще одним прикладом є технології компанії Cylance, яка використовує алгоритми машинного навчання для прогнозування атак на основі великих обсягів даних. Cylance здатна не лише виявляти шкідливе програмне забезпечення, а й передбачати можливі загрози, аналізуючи патерни минулих атак. Такий підхід допомагає запобігти атакам ще до їх виникнення, що робить кіберзахист проактивним. Крім цього, у боротьбі з фішинговими атаками активно застосовуються рішення від FireEye, які використовують ШІ для аналізу вмісту електронної пошти. Ця технологія здатна аналізувати заголовки та текст повідомлень, що дозволяє виявляти ознаки атак, навіть якщо вони приховані за тонкими маніпуляціями.

ШІ пропонує значні переваги для кібербезпеки: 1) швидко та ефективно аналізує великі обсяги даних, що забезпечує своєчасне виявлення загроз, час реагування на які значно скорочується, оскільки комп’ютерні системи здатні обробляти інформацію швидше, ніж люди; 2) постійно вдосконалюється на основі нових даних, що дозволяє краще адаптуватися до нових загроз і підтримувати актуальність захисних механізмів; 3) автоматизація процесів у кібербезпеці допомагає знизити кількість помилок, зроблених людьми, і оптимізувати рутинні завдання, такі як ізоляція заражених систем або блокування підозрілої активності.

Проте використання ШІ у сфері кібербезпеки супроводжується певними викликами; 1) на початкових етапах навчання моделі ШІ можуть видавати хибнопозитивні або хибнонегативні результати, що може негативно вплинути на ефективність кіберзахисту; 2) якість роботи ШІ значною мірою залежить від обсягів та точності даних, що використовуються для навчання. Їх недостатність або низька якість можуть призвести до помилкових висновків і, відповідно, до недостатньої ефективності захисних систем.

Список використаних джерел:

1. Wezom. Застосування ШІ у кібербезпеці:роль та переваги. URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/zastosuvannya-shi-u-kiberbezpetsi-rol-ta-perevagi

2. Microsoft. Що таке Ші для кібербезпеки? URL: https://www.microsoft.com/uk-ua/security/business/security-101/what-is-ai-for-cybersecurity

Бірюк А. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

3D-МОДЕЛЮВАННЯ В ОСВІТНІЙ І ПРОЄКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТЯХ

Сучасні технології розвиваються швидкими темпами, і цей прогрес значно випереджає модернізацію освітньої галузі, яка потребує постійного оновлення та удосконалення. Одним із важливих напрямків такого оновлення є впровадження новітніх технологічних рішень у навчальний процес, не тільки тих, що стосуються популярних інформаційно-комунікаційних технологій, а й більш спеціалізованих інструментів, таких як 3D моделювання. Це питання є особливо актуальним у контексті викладання технологічних дисциплін, де 3D моделювання може стати важливим елементом проєктної діяльності.

3D моделювання відкриває нові можливості для розвитку здобувачів вищої освіти. Воно дозволяє створювати тривимірні об'єкти, які значно полегшують розуміння складних геометричних форм і процесів. На жаль, методика впровадження 3D-графіки в освітній процес поки що недостатньо висвітлена в літературі. Однак науковці та методисти одноголосно підкреслюють важливість підготовки спеціалістів у цій сфері, особливо у вищих навчальних закладах. Водночас, на думку багатьох фахівців, така підготовка має починатися ще в школі, де вже існують освітні модулі, такі як «Комп'ютерне моделювання», які можуть стати першим кроком до освоєння цього важливого інструменту [1].

Один із ключових аспектів сучасного освітнього процесу полягає у підготовці особистості до активної адаптації до змін, розвитку творчого мислення і здатності знаходити нестандартні рішення в різних життєвих та професійних ситуаціях. Це особливо актуально у сфері дизайну, яка за останні десятиліття набула нового значення. Дизайнерство сьогодні розглядається не тільки як мистецька діяльність, а й як процес проєктування, орієнтований на гармонійне поєднання функціональності та естетики. Дизайн, як одна з наймолодших сфер проєктної діяльності, яка виникла на межі XIX і XX століть, тісно пов'язаний із впровадженням масового виробництва. Ця сфера діяльності, що зосереджується на створенні нових об'єктів і систем, які відповідають потребам людини з

точки зору як функціональних, так і естетичних характеристик. У цьому контексті 3D моделювання є потужним інструментом, який розширює можливості проєктування в різних сферах. Також для візуалізації та втілення ідей дизайнерів. Це допомагає їм створювати високоякісні проєкти, орієнтовані на реальні потреби та очікування кінцевих користувачів [2]. 3D моделювання активно використовується в різних галузях дизайну, починаючи від інтер'єрів і закінчуючи промисловим дизайном. Воно дозволяє візуалізувати ідеї на різних етапах розробки, що полегшує комунікацію між замовником і виконавцем. Його застосування передбачає наявність у дизайнерів добре розвиненого просторового мислення, високого рівня художнього смаку і здатності до творчої активності [3].

Сучасні інформаційно-комунікаційні технології надають можливість створювати просторові моделі об'єктів із практично необмеженими можливостями. Це дозволяє з високою точністю вирішувати геометричні та інші завдання, що стосуються просторових об'єктів. Такий підхід дає змогу перейти на новий рівень проектування і створення виробів. Зокрема, сучасні програмні продукти, такі як Autodesk 3ds Max, Blender, AutoCAD, SolidWorks, Siemens NX, PTC Creo, ArchiCAD та інші, активно використовують 3D-технології для автоматизації процесу проєктування.

Ринок програмного забезпечення для 3D моделювання постійно розвивається, що відкриває нові можливості для фахівців у цій сфері. Оволодіння цими технологіями є критично важливим для сучасних фахівців, оскільки 3D моделювання дозволяє значно спростити і прискорити процес розробки проєктів, що робить його невід'ємною частиною сучасного інженерного підходу [4].

Отже, 3D моделювання стає невід'ємною частиною сучасного освітнього процесу, особливо в рамках проектної діяльності з технологій. Цей інструмент відкриває нові можливості для розвитку креативного мислення, науково-технічної грамотності та інженерних навичок у студентів. Завдяки можливостям візуалізації та тестування концепцій безпосередньо на етапі проєктування, здобувачі вищої освіти отримують змогу експериментувати, виправляти помилки та вдосконалювати свої проєкти, що значно підвищує якість навчального процесу.

Таким чином, інтеграція 3D моделювання в освітню діяльність сприяє розвитку інноваційного підходу до навчання і є важливим кроком у підготовці студентів до реальних викликів сучасної інженерної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Підгорна А. 3D-революція з доповненою реальністю. URL: https://arbook.info/3d-revolyucziya-z-dopovnenoyu-realnistyu

2. Клівак В. Особливості використання технології 3d моделювання в робочому та навчальному процесі дизайнерів. *Актуальні питання гуманітарних наук.* 2021. Вип. 45. Том 1. С. 68–75.

3. Тормосов Ю. М., Нечипоренко І. В., Саєнко С. Ю. Візуалізація тривимірних об’єктів і основи дизайну. *Сучасні проблеми моделювання : збірник наукових праць Мелітопольського державного педагогічного університету імені Б. Хмельницького*. Мелітополь : Видавництво МДПУ ім. Б. Хмельницького. 2016. С. 138–142.

4. Освіта в Польщі. Актуальність напрямку 3D-моделювання. URL: https://univerpl.com.ua/blog/3d-grafika-aktualnist-napryami-ta-dumka-eksperta

Булгаков Д. С., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Булгакова О. Ф., старший викладач
кафедри комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

РЕТРОСПЕКТИВНИЙ АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО БЕЗПЕКИ В ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЯХ: ВІД ЕМПІРИЧНИХ МЕТОДІВ ДО КОНЦЕПТУАЛЬНИХ МОДЕЛЕЙ

Інформаційна безпека є однією з ключових складових сучасного цифрового світу, оскільки зростання обсягів даних і кількості кіберзагроз створює значні виклики для забезпечення захисту інформації. В умовах постійного розвитку технологій захист інформації стає все складнішим завданням, що потребує комплексного підходу до управління загрозами. Сучасні системи інформаційної безпеки мають бути адаптивними, гнучкими та здатними ефективно протистояти новим загрозам, тому важливо проаналізувати основні підходи до забезпечення безпеки: емпіричний, емпірико-концептуальний та теоретико-концептуальний.

Емпіричний підхід базується на збиранні та аналізі даних про реальні інциденти кіберзагроз. Цей підхід передбачає дослідження конкретних випадків атак, визначення вразливих місць системи та розробку захисних механізмів на основі отриманих висновків. Типовими прикладами застосування емпіричних методів є розслідування інцидентів типу DDoS, а також створення антивірусного програмного забезпечення, що оновлюється на основі нових зразків шкідливого ПЗ [1]. Основною перевагою цього підходу є швидка реакція на актуальні загрози, проте недоліком є його обмежена здатність передбачати нові, ще невідомі загрози. Емпіричний підхід є переважно реактивним і залежить від того, наскільки швидко система може адаптуватися до виявлених загроз [2].

Емпірико-концептуальний підхід є поєднанням емпіричних даних з теоретичними моделями ризиків, що дозволяє створювати більш ефективні та гнучкі стратегії захисту. На відміну від емпіричного підходу, емпірико-концептуальний підхід дозволяє не тільки реагувати на загрози, а й прогнозувати потенційні ризики. Він включає використання реальних даних для підтвердження або коригування теоретичних моделей, що дає

можливість створювати адаптивні системи захисту, які автоматично змінюють свої параметри в залежності від змін у середовищі загроз [3]. Прикладом успішного застосування такого підходу є системи управління ризиками у фінансовому секторі, де прогнозування загроз базується на історичних даних та концептуальних моделях, що дозволяє забезпечити ефективний захист [4].

Теоретико-концептуальний підхід акцентує увагу на створенні фундаментальних моделей безпеки, які не прив'язані до конкретних практичних ситуацій. Однією з найвідоміших концепцій є модель CIA triad (Confidentiality, Integrity, Availability), яка визначає основні принципи захисту інформації. Конфіденційність гарантує захист даних від несанкціонованого доступу, цілісність забезпечує недоторканість даних, а доступність гарантує безперебійний доступ до інформації для авторизованих користувачів [5]. Теоретико-концептуальний підхід є основою для розробки міжнародних стандартів, таких як ISO/IEC 27001, які визначають найкращі практики захисту інформації у глобальному масштабі [6]. Його недоліком є абстрактність, через що важко адаптувати ці моделі до нових видів загроз без додаткових емпіричних даних [7].

Порівняльний аналіз трьох підходів демонструє, що вони взаємодоповнюють один одного. Емпіричний підхід забезпечує негайну реакцію на нові загрози, емпірико-концептуальний дозволяє створювати системи, що адаптуються до змін у загрозах, а теоретико-концептуальний підхід забезпечує фундаментальні основи та стандарти для організації безпеки [8]. Успішна система інформаційної безпеки потребує інтеграції всіх трьох підходів, щоб забезпечити як короткостроковий, так і довгостроковий захист.

Подальше вдосконалення підходів до інформаційної безпеки значною мірою залежить від розвитку нових технологій, таких як штучний інтелект і квантові обчислення. Штучний інтелект може автоматично аналізувати великі обсяги даних для виявлення аномалій і загроз, що дозволяє швидко реагувати на кібернапади [9]. У той же час квантові обчислення можуть створити нові виклики для традиційних методів шифрування, що вимагає розробки квантово-стійких алгоритмів. Перспективи розвитку інформаційної безпеки включають інтеграцію цих технологій для створення динамічних і гнучких систем захисту, що відповідають сучасним і майбутнім викликам.

Список використаних джерел:

1. Schneier B. Applied Cryptography: Protocols, Algorithms, and Source Code in C. John Wiley & Sons, 1996.

2. Stallings, W. Cryptography and Network Security: Principles and Practice. Pearson, 7th Edition, 2017.

3. Ross, R., McEvilley, M., & Oren, J. Systems Security Engineering: Considerations for a Multidisciplinary Approach in the Engineering of Trustworthy Secure Systems. NIST Special Publication 800–160, 2018. URL: https://csrc.nist.gov/publications/detail/sp/800-160/vol-1/final

4. Peltier T. R. Information Security Risk Analysis. Auerbach Publications, 2005.

5. Anderson, R. Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems. Wiley, 3rd Edition, 2020.

6. ISO/IEC 27001:2013. Information technology – Security techniques – Information security management systems – Requirements. URL: https://www.iso.org/standard/54534.html

7. Bishop M. Computer Security: Art and Science. Addison-Wesley, 2003.

8. Shostack, A. Threat Modeling: Designing for Security. Wiley, 2014.

9. Anderson, R. Security Engineering: A Guide to Building Dependable Distributed Systems. Wiley, 3rd Edition, 2020.

Василенко Е. В., студент
Дніпровського державного технічного університету
(науковий керівник – Фірсов О. Д., к.ф.-м.н., доц.,
доцент кафедри комп'ютерних наук
Університету митної справи та фінансів)

МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ СПОЖИВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ НА ВЕЛИКОМУ ПІДПРИЄМСТВІ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЇ З РІЗНИХ ЛІЧИЛЬНИКІВ ЗА ПРОТОКОЛОМ DLMS

Оптимізація споживання електроенергії є критично важливою для великих підприємств, оскільки дозволяє знизити операційні витрати та підвищити енергоефективність. Сучасні технології надають можливість збору та аналізу детальних даних споживання завдяки використанню протоколу DLMS (Device Language Message Specification), який є міжнародним стандартом для обміну інформацією між лічильниками та системами управління.

Першим кроком є встановлення інтелектуальних лічильників, сумісних з протоколом DLMS, на всіх ключових точках споживання електроенергії. Це забезпечує точний і своєчасний збір даних, які можуть бути використані для аналізу споживання в режимі реального часу.

Наступним етапом є впровадження системи енергетичного менеджменту (EMS), яка обробляє зібрані дані та надає інструменти для їх аналізу. EMS може ідентифікувати пікові періоди споживання, неефективні процеси та області, де можлива економія енергії.

На основі отриманих даних підприємство може:

- **Оптимізувати виробничі процеси**: Перенесення енергоємних операцій на часи з нижчими тарифами або меншим навантаженням на мережу.
- **Впроваджувати енергоефективні технології**: Замінити застаріле обладнання на більш ефективне, що споживає менше електроенергії.
- **Застосовувати автоматизацію та контролери**: Використання систем автоматичного керування для оптимізації роботи обладнання та зменшення непотрібного споживання.

Додатково, регулярний моніторинг та аналіз даних дозволяє підприємству швидко реагувати на будь-які аномалії або відхилення в споживанні, що може свідчити про несправності або неефективність.

Використання протоколу DLMS забезпечує гнучкість та масштабованість системи, дозволяючи інтегрувати різні типи лічильників та пристроїв незалежно від виробника. Це сприяє створенню єдиної інформаційної платформи для прийняття обґрунтованих рішень щодо енергоспоживання.

Інтеграція інформації з різних лічильників за протоколом DLMS є ефективним підходом для оптимізації споживання електроенергії на великих підприємствах. Це не тільки знижує витрати, але й сприяє сталому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності на ринку.

Вахромич М. А., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рибальченко Л. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри кібербезпеки та інформаційних технологій
Університету митної справи та фінансів)

КІБЕРЗАХИСТ ВІРТУАЛЬНОЇ РЕАЛЬНОСТІ (VR) ТА МЕТАВСЕСВІТУ

Сучасні технології віртуальної реальності (VR) і метавсесвіту відкривають нові можливості для інтерактивної взаємодії, спілкування, навчання та розваг. Метавсесвіт стає новим цифровим середовищем, де користувачі можуть створювати власні простори, взаємодіяти через аватари та проводити час у віртуальних світах. Однак із розвитком цих технологій виникають нові виклики в сфері кібербезпеки. Віртуальні середовища стають об’єктами атак, що можуть призвести до викрадення особистих даних, маніпуляцій з аватарами або навіть зламів цифрових активів, які активно використовуються в метавсесвітах.

Загрози у VR та метавсесвіті мають комплексний характер, оскільки поєднують у собі класичні вразливості кіберпростору та специфічні проблеми, пов’язані з інтеграцією новітніх технологій. Виклики у сфері кіберзахисту стосуються як безпеки облікових записів користувачів, так і захисту інтерактивних елементів, таких як аватари, особисті віртуальні простори та фінансові операції з криптовалютами. У зв’язку з цим, актуальним є дослідження нових підходів до захисту даних у цих середовищах, а також розробка стандартів кібербезпеки для запобігання потенційним загрозам.

Віртуальна реальність (VR) – це технологія, яка дозволяє створювати повністю комп’ютеризоване середовище, що імітує реальний або вигаданий світ і забезпечує занурення користувача в цей світ. За допомогою VR люди можуть взаємодіяти з віртуальними об’єктами та простором так, наче вони є частиною цього середовища. Простими словами – це технологія що дозволяє “поринути” в світ створений комп’ютером.

Інфраструктура та основні компоненти VR створюють комплексну екосистему, що включає апаратне та програмне забезпечення. Основні елементи VR можна поділити на 5 компонентів:

✓ апаратні компоненти: Гарнітури VR, контролери, трекінгові системи, сенсори та камери;

✓ програмні компоненти: Інтерфейси розробки, операційні системи та платформи, програмне забезпечення для рендерингу;

✓ мережеві компоненти: Сервери та хмарні технології, технології потокової передачі даних;

✓ інтерактивні компоненти: Технології для взаємодії, тактильний зворотній зв'язок;

✓ захисні та аналітичні компоненти: Модулі безпеки, аналітичні системи.

Щодо метавсесвіту то – це віртуальний простір, що об'єднує різні цифрові середовища та платформи в єдине інтерактивне середовище, де люди можуть взаємодіяти, створювати, працювати, навчатися та розважатися. Це своєрідна «інтернет-реальність», яка використовує технології віртуальної (VR) та доповненої реальності (AR), тривимірну графіку, штучний інтелект і блокчейн для створення більш занурюючого цифрового досвіду.

В метавсесвіті користувачі представлені аватарами – це своєрідні персонажі в цифровому світі що можуть рухатися, спілкуватися, займатися різними справами та створювати цифрові активи. Взаємодія зі своїми аватарами здійснюється через VR-шоломи, окуляри доповненої реальності, смартфони та інші пристрої.

До основних рис метавсесвіту відносять:

✓ занурюваність;

✓ цифрова власність;

✓ відкритість.

З розвитком Метавсесвіту організації активно займаються створенням метаданих, водночас кіберзлочинці використовують можливості для експлуатації вразливостей AR, VR, IoT, блокчейну та криптовалюти для проведення кібератак. Відтак організаціям, що працюють із зберіганням метаданих, необхідно вдосконалювати свої можливості оцінки ризиків для інфраструктури та підключених пристроїв.

Для забезпечення кібербезпеки в Метавсесвіті необхідно розглянути нові підходи до захисту даних та інфраструктури, оскільки традиційні методи можуть не впоратися з новими типами загроз. Зокрема, захист віртуальних середовищ вимагає об'єднання інструментів безпеки, що адаптуються до специфіки віртуальної реальності (VR), доповненої реальності (AR), блокчейну та IoT. Оскільки дані в Метавсесвіті передаються у великих обсягах та в режимі реального часу, навіть незначна вразливість може бути використана для масштабних атак.

Одним з основних викликів є захист від крадіжок ідентичності у VR та AR, адже злом аватарів може призвести до викрадення персональних даних, доступу до облікових записів або навіть маніпуляції особистістю користувача. Діпфейки та спуфінг NFT також становлять значну загрозу, оскільки вони можуть сприяти дезінформації та шахрайству.

У метавсесвіті фішинг може відбуватися через інтерактивні елементи віртуального простору, де зловмисники обманом можуть отримати доступ до конфіденційної інформації, переконуючи користувача взаємодіяти з підробленими об'єктами або персонажами.

У віртуальних середовищах шкідливе програмне забезпечення може проникати через VR- або AR-додатки. Вимагачі можуть заблокувати віртуальну інфраструктуру чи пристрої до сплати викупу, що становить велику загрозу для підприємств, які активно інтегрують ці технології.

Захоплення контролю над аватаром або його компрометація може завдати шкоди особистій репутації користувача або спричинити фінансові втрати. Розробка захищених механізмів автентифікації є пріоритетною задачею для безпечної інтеграції користувачів у Метавсесвіт.

Розглядаючи підходи до кіберзахисту, можна сказати, що **у**спішний кіберзахист в Метавсесвіті залежить від використання передових технологій і стратегій [1]:

- ✓ розширена автентифікація та контроль доступу: Використання біометричних даних, багатофакторної автентифікації та криптографічних методів для захисту облікових записів;
- ✓ штучний інтелект та машинне навчання: AI/ML моделі допомагають виявляти аномалії в мережевому трафіку, підозрілі дії користувачів або зловмисне програмне забезпечення. Ці технології можуть виявляти нові атаки в реальному часі та захищати вразливі точки;
- ✓ шифрування даних та захист конфіденційності: Важливо шифрувати дані в межах метавсесвітів, особливо ті, що передаються між різними пристроями та платформами, включаючи IoT та хмарні сервіси. Це забезпечить конфіденційність інформації навіть у разі її перехоплення;
- ✓ використання технологій блокчейну: Блокчейн може сприяти посиленню безпеки у сфері ідентифікації користувачів, автентифікації транзакцій та забезпеченні збереженості даних у цифровому середовищі.

Таким чином, забезпечення кібербезпеки в Метавсесвіті є вкрай важливим завданням для організацій, урядів та окремих користувачів, які бажають бути частиною цього нового цифрового простору. Інтеграція передових методів захисту, таких як шифрування, біометрія, блокчейн та AI/ML, може забезпечити ефективний захист від більшості кіберзагроз. Однак, для досягнення повного рівня безпеки потрібні безперервні дослідження та адаптація до змін у технологічному ландшафті, який продовжує еволюціонувати разом із розвитком Метавсесвіту.

Список використаних джерел:

1. Кібербезпека в інформаційному суспільстві: Інформаційно-аналітичний дайджест / відп. ред. О. Довгань ; упоряд. О. Довгань, Л. Литвинова, С. Дорогих; Державна наукова установа «Інститут інформації, безпеки і права НАПрН України»; Національна бібліотека України ім. В. І. Вернадського. К., 2023. № 9 (вересень). 351 с.

Дмитрієва А. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мала Ю. А., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

АКТУАЛЬНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛІЗУ ДАНИХ У ПОВСЯКДЕННОМУ ЖИТТІ ЛЮДИНИ

Інтелектуальний аналіз даних (англ. Data Mining) (ІАД) застосовується для виявлення у необроблених великих за обсягом даних нових, раніше невідомих нетривіальних, практично корисних і доступних інтерпретацій знань, необхідних для прийняття рішень у різних сферах життєдіяльності. ІАД охоплює використання різноманітних методів статистики, машинного навчання та обробки даних, що надає можливість виявити деякі закономірності.

Термін «Data Mining» походить від двох англомовних понять: «data» – дані та «mining» – видобуток і однозначного перекладу українською мовою не має, тому використовуються такі трактування цього терміну: видобуток даних, розвідка даних, глибинний аналіз даних, просіювання інформації, вилучення даних, інтелектуальний аналіз даних. ІАД є процесом збору, очищення, опису та моделювання даних для виявлення нових закономірностей: кореляцій, тенденцій, шаблонів, зв'язків, категорій [1].

З кожним днем ІАД стає більш важливим оскільки обсяг даних, які генеруються щодня, збільшується. Розвиток технологій обробки та зберігання даних надає можливість організаціям ефективно аналізувати великі кількості даних і отримувати корисні знання з наявних даних, це не лише дозволяє покращити бізнес-процеси, але й дозволяє приймати більш обґрунтовані, ефективні рішення на основі фактичних даних [2].

Найпоширеніше застосування ІАД – це персоналізація послуг, що надає більш релевантну та корисну інформацію для людини. Такі сервіси, як Netflix, Spotify та Tiktok користуються алгоритмами машинного навчання для аналізу поведінки користувачів. Системи аналізуючи історію переглядів або прослуховувань, можуть порекомендувати нові фільми, музику та відео за якимись патернами, які було знайдено. Те ж саме стосується і соціальних мереж, де проаналізувавши поведінку користувачів

та створити цільову рекламу. Для формування новинної стрічки в Instagram чи Facebook, на основі інтересів та вподобання користувачів, буде показуватись найбільш цікавий для них контент.

Аналіз даних можна використовувати в різноманітних сферах життя людини. Наприклад, щодо аналізу даних у навчанні, а саме: його можна використовувати для відстеження успішності, виявлення сильних та слабких сторін в навчальних дисциплінах. За його допомогою можна спланувати навчальний процес, проаналізувавши скільки часу витрачається на кожен предмет, підготовку до іспитів тощо. Аналізуючи, які методи навчання дають найкращі результати, можна оптимізувати власний процес навчання, покращуючи розуміння і запам’ятовування інформації.

Розглядаючи використання методів ІАД стосовно роботи програміста, то це є важливим інструментом, що допомагає підвищити ефективність роботи та якість програмного продукту. Завдяки аналітиці, програміст може знаходити “вузькі місця” в коді, оптимізувати алгоритми та структуру програми, швидше виявляти помилки й усувати їх. Також аналіз продуктивності проекту та завдань дозволяє краще планувати час і ресурси, а оцінка досвіду користувачів допомагає створювати більш зручний і функціональний продукт. Загалом, аналіз даних допомагає програмістам приймати обґрунтовані рішення, адаптуватися до змін і постійно покращувати результати роботи [3].

Особливо, аналіз даних може дуже допомогти в різних захопленнях, покращуючи ефективність та добре впливати на результат. Наприклад, можна розглядати вивчання іноземних мов як захоплення. ІАД допоможе відслідковувати найкращі методи навчання, яким темам треба приділити більше уваги та де потрібно додатково попрактикуватись.

У спорті методи ІАД використовуються для слідкування фізичної підготовки спортсменів, також тренери мають можливість виявити слабкі місця у підготовці спортсменів завдяки збору інформації про тренування та результати змагань.

Може бути дивним, але ІАД також можна застосувати і в кулінарії для оптимізації рецептів. Результатом збору інформації про інгредієнти, час приготування та відгуки про страви буде визначення популярних комбінацій смаків. Саме це може допомогти кулінарам створити нові страви на основі інформації про те, які інгредієнти найкраще поєднуються між собою.

Отже, інтелектуальний аналіз даних є ефективних інструментом у сучасному світі, який надає нові можливості для оптимізації процесів у різних сферах життя людини. Його застосування не лише покращує бізнес-процеси, а й покращує якість послуг у повсякденному житті, сприяє розвитку особистісних захоплень. З розвитком технологій і збільшенням обсягів інформації майбутнє інтелектуального аналізу даних лише посилиться.

Список використаних джерел:

1. Болюбаш Н. М. Інтелектуальний аналіз даних : навчальний посіб. Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2023. 320 с. URL: https://www.researchgate.net/publication/379994907_Bolubas_N_M_Intelektualnij_analiz_danih (дата звернення: 13.10.2024).
2. Кузнєцов О. В., Кузнєцова Т. А. Інтелектуальний аналіз даних: теорія та практика. Харків: ХНУРЕ, 2020. 250 с.
3. Грищенко В. В., Литвиненко О. А. Методи аналізу даних у системах підтримки прийняття рішень: навчальний посібник. Київ: Наукова думка, 2021. 180 с.

Должковий Є. В., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Булгакова О. Ф., старший викладач
кафедри комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ОПТИМІЗАЦІЯ ОФІСНОГО ПРОГРАМУВАННЯ ДЛЯ ХМАРНИХ ОПЕРАЦІЙНИХ СИСТЕМ

Хмарні операційні системи (ХОС) відіграють важливу роль у сучасних корпоративних IT-інфраструктурах, допомагаючи підвищити ефективність управління даними та автоматизувати численні офісні процеси. В епоху цифрових трансформацій компанії дедалі частіше звертаються до таких платформ, як Amazon Web Services (AWS), Microsoft Azure і Google Cloud Platform, що пропонують значні переваги: гнучкість, надійність і зменшення витрат на обладнання. Основною метою впровадження ХОС є оптимізація обчислювальних ресурсів та полегшення інтеграції автоматизованих рішень, що відповідають вимогам сучасного бізнесу [1–2].

Автоматизація офісних процесів у хмарному середовищі реалізується через розвинені API та інструменти, як-от Google Apps Script і Microsoft Power Automate. Ці засоби надають можливість створювати скрипти для автоматичної обробки документів, створення звітів і виконання розрахунків у реальному часі, що істотно знижує потребу в ручній праці та дозволяє значно прискорити виконання рутинних завдань. Такі рішення також легко інтегруються у великі корпоративні системи, що підвищує загальну продуктивність і зменшує затримки [2].

Оптимізація використання ресурсів є одним із найважливіших аспектів хмарних операційних систем. У сучасних середовищах контейнери, зокрема Docker, надають можливість забезпечити ізоляцію застосунків, що не тільки підвищує стабільність, але й дозволяє ефективніше використовувати серверні потужності. Контейнеризація знижує навантаження на інфраструктуру та забезпечує легке масштабування додатків відповідно до потреб. Такий підхід є особливо

ефективним для великих офісних додатків, що працюють із об’ємними базами даних чи документами, дозволяючи автоматично збільшувати або зменшувати кількість серверних ресурсів [1–3].

Безпека в хмарних середовищах залишається пріоритетом для всіх компаній, що прагнуть захистити свою конфіденційну інформацію від зловмисників. Сучасні технології забезпечують шифрування даних, багаторівневі системи управління доступом, а також політики на основі ролей (RBAC), які дозволяють встановлювати чіткі обмеження для різних користувачів. Цей підхід знижує ризик втрати чи крадіжки даних і сприяє дотриманню вимог інформаційної безпеки. Крім того, рішення для моніторингу активності в реальному часі дозволяють відстежувати потенційні загрози та оперативно реагувати на них, що є важливою умовою для стабільної роботи хмарних додатків [3].

У багатьох наукових роботах розглядаються питання управління ресурсами за допомогою алгоритмів машинного навчання. Наприклад, методи, такі як NSGA-II (мультиоб’єктивний генетичний алгоритм), довели свою ефективність у багатокритеріальній оптимізації завдань, що стосуються розподілу серверних ресурсів. Це важливо для уникнення перевантажень і забезпечення рівномірного розподілу запитів між серверами, що сприяє підвищенню надійності та продуктивності хмарних систем [2–3].

Окрему увагу слід приділити відповідності угодам про рівень обслуговування (SLA). Підприємства укладають угоди з провайдерами хмарних послуг, які регулюють продуктивність і доступність додатків. Для цього хмарні провайдери мають постійно стежити за використанням ресурсів та забезпечувати відповідність заданим параметрам. У випадку недотримання SLA, компанії можуть зазнати серйозних фінансових втрат, тому сучасні методи управління включають передові системи моніторингу та автоматизоване реагування на відхилення [1–2].

Висновок. Оптимізація офісного програмування в хмарних середовищах стає одним із основних чинників успіху сучасного бізнесу. Вона дозволяє не тільки підвищити продуктивність, а й знизити витрати на обслуговування інфраструктури, забезпечуючи при цьому високий рівень захисту даних. Подальший розвиток цієї галузі буде пов'язаний із впровадженням штучного інтелекту та машинного навчання для ще більшої адаптивності та ефективності хмарних рішень, що допоможе компаніям залишатися конкурентоспроможними у швидко змінюваному цифровому світі.

Список використаних джерел:

1. Resource Usage Cost Optimization in Cloud Computing Using Machine Learning // IEEE Xplore. URL: https://ieeexplore.ieee.org/document/9165211 (дата звернення: 23.10.2024).

2. A multi-objective optimization for resource allocation of emergent demands in cloud computing // Journal of Cloud Computing. URL: https:// journalofcloudcomputing.springeropen.com (дата звернення: 30.10.2024).

3. Cloud Resource Management Optimization: Taxonomy and Research Challenges // IEEE Conference Publication. URL: https://ieeexplore.ieee.org/ document/9197840 (дата звернення: 03.11.2024).

Доманський Ф. Р., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Лебідь О. Ю., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ TELEGRAM-БОТА В КРОСПЛАТФОРМЕНОМУ МЕССЕНДЖЕРІ

Відомо, що кросплатформлена пропрієртарна система – це програмне забезпечення, яке розроблено для використання на різних платформах, таких як Windows, macOS та Linux, і є власністю конкретної компанії (наприклад, Microsoft Office є кросплатформеною пропрієтарною системою). В свою чергу, популярна платформа спілкування, яка дозволяє створювати сервери та спілкуватись з іншими користувачами через текстові, голосові, відеоканали – Telegram – має свою тему, пов'язану із створенням ботів, яка використовує мову програмування Java – Telegram Bot. Пропрієтарна система може мати відношення до Telegram Bot в залежності від того, на якій платформі в подальшому буде використовуватись цей бот, тобто, якщо Telegram Bot буде запущений на Windows, то виникає потреба в кросплатформеній пропрієтарній системі, яка підтримує роботу саме з цією операційною системою [1]:

– створення та керування каналами та повідомленнями у випадку, коли бот повинен мати можливість створювати голосові канали на сервері Telegram, видаляти канали, змінювати їх налаштування та надсилати повідомлення до каналів;

– використання API Telegram у випадку, коли Telegram надає Application Programming Interface (API), що дозволяє розробникам створювати боти для своєї платформи;

– робота з базами даних у випадку, коли бот використовує базу даних для зберігання інформації про користувачів, канали, повідомлення та інші об'єкти, пов'язані з сервером Telegram;

– використання сторонніх API у випадку, коли бот може використовувати сторонні API, щоб отримати додаткову інформацію або взаємодіяти з іншими програмами чи сервісами;

– створення команд у випадку, коли бот має різні команди для виконання певних дій користувачами, наприклад, команда /help – відображає список доступних команд;

– використання бібліотеки TelegramBots – де TelegramBots (Java Telegram API) є бібліотекою для створення Telegram ботів на Java.

В роботі постановка задачі сформульована наступним чином: необхідно розробити Telegram Bot на Java, який виконуватиме певний набір функцій, зокрема, бот повинен підключатись до Telegram API і мати наступний функціонал:

1. Повідомити що бот включений.
2. Виконувати обробку команд користувачів, зокрема /members – надання інформації про кількість людей в груповому каналі.
3. Відправляти рандомні жарти чи цитати у відповідь на певну команду.
4. Зберігати дані та шукати їх в файлах.
5. Оброблювати команду /help для виводу інформації про команди цього бота.

Для вирішення поставленої задачі створення Telegram Bot на Java виконано підключення до Telegram API із використанням бібліотеки TelegramBots (Java Telegram API), оскільки це спрощує роботу з Telegram API. Також було відмічено, що взаємодія з Telegram API відбувається асинхронно. При спілкуванні з ботом користувачам потрібно надсилати йому команди, а сам бот може використовувати базу даних для зберігання налаштувань користувача, даних про користувача, історію повідомлень і таке інше [2, 3].

Telegram Bot на Java є сучасним затребуваним інструментом для автоматизації рутинних завдань та полегшення взаємодії користувачів у спільноті. Він дозволяє реалізувати різні функції: автоматичні виведення інформації на сервері, обробку команд, обробку функції /faceit. Крім того, Telegram Bot Java може бути використаний для створення різних видів ботів: музичний бот, ігровий бот, бот для управління сервером, тощо.

В цілому, створення Telegram Bot на Java – це цікавий та корисний досвід для розробників, які бажають покращити функціональність Telegram-спільноти.

Список використаних джерел:

1. For Telegram Developers. URL: https://core.telegram.org (дата звернення 23.10.2024).
2. JTA (Java Telegram Api). URL: https://core.telegram.org/bots/api (дата звернення 23.10.2024).
3. Faceit API key. URL: https://blog.faceit.com/tagged/api (дата звернення 24.10.2024).

Єфімова Є. П., Шевченко М. М., студентки
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мормуль М. Ф., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ЧИ ЗДАТЕН ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ЗАМІНИТИ ЛЮДСЬКИЙ?

В епоху стрімкого розвитку цифрових технологій і штучного інтелекту компанії змушені адаптуватися і впроваджувати ШІ для виконання ключових функцій. Особисте життя багатьох людей тісно пов'язане з використанням таких технологій, як смартфони та цифрові сервіси, що вже свідчить про проникнення ШІ в повсякденну реальність. Сучасні споживачі звикають до швидкої та точної реакції з боку ШІ-систем, таких як автоматизація таксі чи вирішення спорів на онлайн-платформах. Порівняно з цим, традиційні корпоративні процеси видаються архаїчними та неефективними. Це підкреслює необхідність переходу на нові моделі, орієнтовані на цифрові технології.

Проте основний виклик полягає не в самих технологіях, а в організації та мисленні. Впровадження ШІ вимагає не лише технічного переоснащення, а й цифрового мислення з боку керівництва та співробітників, що передбачає розуміння роботи технологій та здатність адаптувати організаційні процеси. Штучний інтелект має здатність аналізувати великі обсяги даних, виявляючи закономірності та тенденції, які можуть залишатися непоміченими для людини. Це особливо важливо у таких сферах, як охорона здоров'я та фінанси, де точні прогнози й діагностичні рішення можуть суттєво вплинути на якість життя [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**].

Ключовою перевагою ШІ є можливість автоматизувати рутинні та повторювані завдання, що звільняє людські ресурси для більш творчої та значущої діяльності. Це призводить до зростання ефективності та продуктивності у різних галузях, від промислового виробництва до сфери обслуговування. Таким чином, потенціал ШІ значний, і на даний момент ми лише почали досліджувати його можливості. Із розвитком ШІ змінюється і структура ринку праці. Рутинні та стандартизовані завдання дедалі частіше виконуються автоматизованими системами, що підвищує ефективність роботи підприємств і скорочує час на виконання операцій. Проте одночасно з цим відбувається зменшення попиту на працівників у таких сферах, як обробка даних, прості адміністративні завдання та деякі виробничі процеси. Натомість, з’являються нові професії та ролі, що потребують знань про роботу з алгоритмами, розробку та контроль за ШІ-системами. Зокрема, попит на фахівців з аналізу даних, інженерів з

машинного навчання, експертів з етики ШІ та розробників програмного забезпечення значно зріс.

Важливо, щоб процес адаптації до нових умов супроводжувався розвитком цифрових навичок і перекваліфікацією кадрів, аби уникнути масових звільнень і соціальної напруги. Штучний інтелект здатний виконувати складні обчислення та аналізувати дані значно швидше за людину. Проте це не звільняє людство від етичних питань, пов'язаних із використанням ШІ для прийняття важливих рішень. Наприклад, у таких сферах, як судова система, медичні діагнози чи оцінка кредитоспроможності, алгоритми можуть мати вбудовані упередження через некоректні набори даних або людські помилки під час їх розробки. Це підкреслює важливість забезпечення прозорості алгоритмів, етичного підходу до навчання моделей і створення систем контролю та відповідальності. В умовах, коли ШІ відіграє дедалі більшу роль у житті суспільства, необхідно враховувати можливість дискримінації та помилок, що можуть вплинути на життя окремих людей.

Попри потужність алгоритмів і здатність до самонавчання, штучний інтелект не здатен замінити людський розум повністю. Креативність, інтуїція та соціальне сприйняття залишаються притаманними лише людям. ШІ здатен обробляти дані і надавати рекомендації, але тільки людина може враховувати контекст, емоції, особисті стосунки та інші фактори, що є важливими у прийнятті рішень. Ідеальна стратегія впровадження ШІ полягає у тому, щоб використовувати його для посилення людських можливостей, а не для їхньої заміни. Наприклад, у сфері охорони здоров'я ШІ може аналізувати медичні записи та допомагати лікарям діагностувати хвороби, проте остаточне рішення залишається за лікарем, який враховує унікальні особливості пацієнта.

Майбутнє ШІ передбачає подальше розширення його можливостей і ускладнення алгоритмів. Однак, навіть за таких умов, людський інтелект залишатиметься ключовим компонентом у багатьох сферах. Ролі, які вимагають творчого мислення, стратегічного бачення, міжособистісної взаємодії та емоційного інтелекту, залишатимуться переважно за людиною. Наприклад, у сфері освіти ШІ може допомагати викладачам аналізувати прогрес учнів і створювати індивідуальні навчальні плани, але справжня мотивація і розуміння психології учнів залишаться на плечах педагогів. У бізнесі ШІ здатен підвищити точність аналізу ринкових даних, але стратегічні рішення та взаємодія з партнерами залишатимуться завданням лідерів [1].

Таким чином, штучний інтелект є потужним інструментом, здатним трансформувати різні галузі та поліпшити якість життя. Проте він має використовуватися як підсилення людського інтелекту, а не його заміна. Застосування ШІ потребує комплексного підходу, який враховуватиме не лише технічні аспекти, але й етичні, соціальні та психологічні виклики.

Тільки тоді можна досягти гармонійного розвитку, де людина і ШІ працюють разом, доповнюючи один одного.

Список використаних джерел:

1. Романчук Л. А., Щитов Д. М., Мормуль М. Ф. Застосування штучного інтелекту в електронній комерції України: тренди, виклики, імітаційні моделі. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Сер. «Економічні науки».* 2024. № 9. URL: https://www.inter-nauka.com/issues/economic2024/9/10286

Ковмір Б. А., студент
Державного торговельно-економічного університету
(науковий керівник – Компанець К. А., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту готельно-ресторанного бізнесу
Державного торговельно-економічного університету)

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ТА ЗАХИСТ ІНФОРМАЦІЇ

У сучасному світі інформаційні технології (ІТ) стали невід’ємною частиною повсякденного життя і бізнес-процесів. ІТ відкрили нові можливості для обробки, зберігання та передачі інформації, що дозволяє ефективно керувати величезними обсягами даних у різних сферах. Проте, разом з перевагами, інформаційні технології також принесли нові загрози та ризики, пов’язані із захистом інформації. Кіберзлочинність, шкідливі програми та несанкціонований доступ до інформаційних систем стали серйозними викликами для сучасного суспільства. У зв’язку з цим захист інформації є одним із ключових напрямків діяльності у сфері інформаційних технологій.

Захист інформації є важливою складовою функціонування інформаційних систем. У минулому інформація зберігалася переважно на паперових носіях, проте з розвитком інформаційних технологій більшість даних почала зберігатися в електронному вигляді. Це створило нові ризики для безпеки, оскільки електронні дані легше викрасти або змінити за допомогою комп'ютерних технологій. Наприклад, перехід від паперових документів до цифрових баз даних зробив зловмисні атаки на інформацію значно більш доступними, водночас технології захисту відстають від швидкого прогресу кіберзагроз.

Сучасні інформаційні системи схильні до різних видів загроз. Одним з найпоширеніших видів кіберзлочинів є несанкціонований доступ до інформації. Це може статися через використання слабких паролів, викрадення логінів та паролів через фішинг, або через використання вразливостей у програмному забезпеченні. Іншим серйозним викликом є комп’ютерні віруси та шкідливі програми, які можуть знищити, змінити або викрасти інформацію з комп’ютера. Наприклад, комп'ютерні віруси

можуть заражати системи через електронну пошту або заражені веб-сайти, що призводить до втрати або пошкодження даних.

Важливо також зазначити, що одним із основних чинників ризику є людський фактор. Недбалість користувачів або їх необережність можуть стати причиною серйозних порушень безпеки. Наприклад, користувачі можуть випадково завантажити шкідливі файли або надати конфіденційну інформацію ненадійним джерелам. Часто це відбувається через незнання або нехтування правилами кібербезпеки.

Для забезпечення захисту інформації існує кілька основних методів. Один з найважливіших методів – це використання криптографії, яка дозволяє зашифровувати дані таким чином, щоб їх могли прочитати лише авторизовані користувачі. Криптографія використовується для захисту конфіденційних даних, таких як банківські операції, особисті дані або комерційні секрети. Іншим важливим засобом захисту є аутентифікація користувачів. Це процес, за допомогою якого система переконується в тому, що користувач є тим, за кого себе видає. Аутентифікація може бути здійснена за допомогою паролів, біометричних даних або електронних підписів.

Окрім криптографії та аутентифікації, мережеві файерволи є важливим інструментом захисту інформаційних систем. Вони блокують несанкціонований доступ до мережі та захищають системи від зовнішніх атак. Файерволи можуть працювати як на апаратному, так і на програмному рівнях, і дозволяють захищати локальні мережі від вторгнень ззовні.

Ще одним методом захисту є системи виявлення вторгнень, які моніторять активність у мережі та виявляють підозрілі дії. Ці системи здатні виявляти несанкціоновані спроби доступу або інші порушення безпеки, що дозволяє своєчасно реагувати на загрози і запобігати втраті даних.

Окрім технічних засобів захисту, важливим аспектом є дотримання правової бази. Законодавство в галузі інформаційної безпеки регулює правила зберігання, обробки та передачі інформації, а також відповідальність за порушення цих правил. У багатьох країнах існують закони, що регулюють питання захисту інформації в інформаційних системах. Наприклад, в Україні закон “Про захист інформації в автоматизованих системах” визначає основні засади захисту даних та відповідальність за їх порушення.

Інформаційні технології відкрили величезні можливості для розвитку різних галузей, проте разом із цими можливостями з’явилися нові загрози, пов’язані із захистом інформації. Сучасний світ стикається з дедалі більш складними кіберзагрозами, які вимагають вдосконалення засобів захисту. Комплексна система захисту інформації повинна включати криптографію, аутентифікацію, файерволи та системи виявлення вторгнень, а також дотримання правових норм і правил.

Проте технічні засоби самі по собі не можуть забезпечити повний захист без належної організації процесів і навчання користувачів. Людський фактор залишається найслабшою ланкою в системі

інформаційної безпеки, тому важливо навчати користувачів основам кібергігієни та посилювати контроль за доступом до інформаційних систем. Також слід враховувати постійний розвиток кіберзагроз і удосконалювати засоби захисту відповідно до нових викликів, що дозволить зберігати цілісність і конфіденційність даних у сучасних інформаційних системах.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Ужгородського національного університету (УжНУ). URL: https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/4186

Козирєва С. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мала Ю. А., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ПРОГРАМНИХ ЗАСОБІВ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВ'ЯЗАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ЗАДАЧ У ВИВЧЕННІ ДИСЦИПЛІНИ "ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ"

Дисципліна "Дослідження операцій" відіграє ключову роль у оптимізації процесів та ухваленні рішень у різних галузях. Однією з основних задач, що розглядаються в рамках цієї дисципліни, є транспортні задачі, які виникають у процесі управління логістикою, постачанням та розподілом ресурсів. У сучасному світі, де обсяги перевезень постійно зростають, ефективний розв'язок таких задач стає особливо актуальним. Використання програмних засобів у цьому контексті дозволяє суттєво підвищити продуктивність та точність рішень.

Транспортна задача є класичною задачею лінійного програмування, що знаходить широке застосування у сфері дослідження операцій. Мета транспортної задачі – визначити обсяг перевезення з пунктів відправлення у пункти призначення з мінімальною сумарною вартістю перевезень [2]. У транспортній задачі враховуються обмеження, пов'язані з обсягами запасів у постачальників і потребами споживачів, що дозволяє створювати оптимальні плани постачання з урахуванням реальних умов.

Завдяки використанню транспортної задачі, компанії можуть знижувати витрати, оптимізувати маршрути перевезень, ефективніше управляти своїми ресурсами та забезпечувати стабільність постачання. У процесі навчання транспортна задача виступає не лише як практичний інструмент для розрахунків, але і як засіб для розвитку навичок оптимізації та прийняття рішень, що є важливими для сучасного фахівця в галузі управління та аналітики.

Сучасні інформаційні технології пропонують широкий спектр програмних засобів для розв'язання транспортних задач. Серед найбільш

поширених інструментів, що використовуються у навчальному процесі, можна виділити такі програми:

1. **MS Excel** – це зручний інструмент для швидких обчислень, що дає можливість знайти оптимальні плани транспортних перевезень при реалізації поставленої задачі [1]. Однак, при зростанні складності задач його обчислювальні можливості можуть бути обмеженими.

2. **Matlab** – основна особливість реалізації полягає в тому, що матриці розцінок перевезень мають бути подані у вигляді векторів коефіцієнтів, що, в свою чергу, передбачає досить громіздку форму введення початкових даних задачі [1]. З іншого боку, задачі розв'язуються за допомогою лише однієї вбудованої в програму функції linprog

3. **Mathcad** – візуалізація результатів у Mathcad, у вигляді таблиць або графіків, полегшує аналіз розв'язку та надає студентам практичний досвід роботи з мультимодальними моделями. Оптимізація здійснюється за допомогою вбудованої функції minimize, що дозволяє отримати мінімальну вартість транспортування. Однак, отримати результат її реалізації в явному вигляді не видається можливим через його «багатомірність» [1].

4. Деякі мови програмування пропонують потужні бібліотеки для математичного програмування та оптимізації. Наприклад, PuLP для Python. Вони є особливо корисними для студентів, які бажають здобути більш глибокі навички програмування й аналізу даних.

Отже, використання програмних засобів, таких як MS Excel, Python, Matlab та Mathcad, для ефективного розв'язання транспортних задач у рамках дисципліни "Дослідження операцій" дозволяє моделювати реальні логістичні ситуації, налаштовувати параметри задачі та аналізувати великі обсяги даних. Інтеграція програмного забезпечення в навчальний процес надає студентам можливість практично застосовувати теоретичні аспекти оптимізації. Такі практичні заняття не лише поглиблюють знання студентів про логістичні процеси, але й готують їх до реальних умов праці, підвищуючи їх конкурентоспроможність на ринку.

Список використаних джерел:

1. Гончаров А. В., Могілей С. О. Реалізація мультимодальних транспортних задач в різних програмних середовищах. *Вісник Черкаського державного технологічного університету.* 2020. № 3. URL: (PDF) РЕАЛІЗАЦІЯ МУЛЬТИМОДАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНИХ ЗАДАЧ В РІЗНИХ ПРОГРАМНИХ СЕРЕДОВИЩАХ

2. Транспортна задача. Методичні вказівки та завдання до самостійної роботи з дисципліни "Дослідження операцій", для студентів усіх спеціальностей / укл. : Казнадій С.П., Мурашковська В.П. Чернігів : ЧНТУ, 2016. 23 с.

3. Козаченко Д. М., Вернигора Р. В., Малашкін В. В. Основи дослідження операцій у транспортних системах: приклади та задачі : навч. посібник для ВНЗ / Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна. Дніпропетровськ, 2015.

120 с. URL: Kozachenko_Vernigora_Malashkin Optimization with PuLP. URL: https://coin-or.github.io/pulp
Кручковський М. С., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Лебідь О. Ю., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ МЕТОДОЛОГІЇ ТА ПІДХОДИ ДО РОЗРОБКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Розробка програмного забезпечення є доволі важким процесом, що вимагає від організатора глибокого розуміння як технічних, так і управлінських аспектів. Планування, визначення функціоналу та цілей проєкту, вибір ефективної методології – усе це є важливими елементами, які часто викликають труднощі через складність та різноманітність сучасних технологій і вимог. У роботі будуть розглянуті основні методології та підходи до розробки програмного забезпечення, а також знання та навички, які потрібні для успішної організації процесу розробки.

Методологія розробки програмного забезпечення – це система, яка визначає порядок і етапи створення програмного продукту. Від неї залежить успішність розробки проєкту.

Сучасні методології розробки програмного забезпечення різняться підходами до управління проєктом та організації робочих процесів, кожна з яких має свої особливості, переваги та обмеження. Методологія Waterfall забезпечує просте й чітке розуміння вимог, бо дотримується такої лінійної послідовності етапів: збір вимог, проєктування, реалізація, тестування та супровід, проте не підходить для великих проєктів та не є гнучкою. Lean-методологія орієнтована на створення цінності для клієнта, а DevOps фокусується на інтеграції процесів розробки та операційної підтримки з акцентом на автоматизації, однак недоліки обох методологій: вимагають високий рівень знань та можуть бути складними в керуванні великими проєктами. Швидка розробка додатків (RAD) сприяє швидкому створенню прототипів, тоді як методологія Spiral дозволяє зменшувати ризики через ітеративний підхід. Нарешті, екстремальне програмування (XP) орієнтоване на швидкі розвиток та адаптацію, але може бути складним для проєктів із низьким рівнем невизначеності. Виходить, щоб обрати найбільш відповідну методологію, треба проаналізувати масштабність проєкту, його витрати, гнучкість, потрібний рівень знань [1].

Визначення методології ще не гарантує успіх, і організатору розробки продукту, він же проджект-менеджер, треба узгоджувати нові плани чи редагувати поточні й визначати ризики, комунікувати з командою та клієнтом, а також вміти скоригувати роботу через появу неочікуваних проблем. Усе це вимагає певних навичок, які треба розвивати.

Навички поділяють на два типи: hard і soft skills, або так звані жорсткі та м'які навички. До жорстких навичок відносять вміння й знання, необхідні для певної роботи. Для проджект-менеджера це вміння організовувати, планувати

та інтегрувати. Не слід забувати і про технічний досвід роботи у розробці. М'які навички – це навички людини взаємодіяти із соціумом. Серед таких важливих умінь для проджект-менеджера можна виділити побудову відносин у команді, що включає ефективну комунікацію й, управління очікуваннями, а також уміння розрізняти та правильно сприймати свої емоції й своєї команди. Також важливо вміти правильно доносити інформацію. Проєктний менеджер повинен поєднувати в собі три групи навичок, що складають трикутник талантів PMI talent triangle, а саме технічний менеджмент, лідерство та стратегічний й бізнес-менеджмент [2].

Опанування цих навичок потребує знань і практики, тому варто почати їх опановувати якомога раніше. Наприклад, щоб успішно планувати й ставити цілі, треба знайти правильну техніку. Для організації розробки програмного забезпечення планування є найпершим етапом, який слід ретельно дослідити. Однією з найбільш ефективних технік постановки цілей та планування є метод SMART. Поняття «конкретність» означає чітке формулювання без загальних фраз. Вимірюваність дає змогу оцінювати прогрес за допомогою чітких показників, як-от відсотків й чисел. Досяжність враховує наявні ресурси й можливості, щоб цілі були реалістичними. Релевантність – це узгодження цілей з ширшими планами та сприяння загальній меті, а встановлення часових обмежень вкрай важливе, оскільки це запобігає прокрастинації та забезпечує своєчасний прогрес [3].

Список використаних джерел:

1. Топ-10 методологій розробки програмного забезпечення: переваги та недоліки. Whilelab. 2023. URL: https://whileweb.com/uk/blog/top-10-metodologij-rozrobki-programnogo-zabezpechennya-perevagi-ta-nedoliki

2. Анна Абліцова. Як стати проджект-менеджером в IT. Laba. 2023. URL: https://laba.ua/blog/2587-kak-stat-prodzhekt-menedzherom-v-it

3. Анна Пупченко. Цілі SMART: посібник постановки, з прикладами. Worksection. 2024. URL: https://worksection.com/ua/blog/smart-goals.html

Кручковський М. С., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ КЛЮЧОВИХ ПЕРЕВАГ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ 3D-МОДЕЛЮВАННЯ І 3D-ДРУКУ

3D моделювання – це створення тривимірних об'єктів за допомогою спеціальних комп'ютерних програм. Є два основні види 3D моделювання – полігональне та параметричне. Полігональне моделювання – це спосіб створення 3D моделей, де об'єкт формується з полігонів, які складаються з вершин, ребер і площин, і які можна редагувати для зміни форми моделі. Воно є популярним, бо застосовується при створенні ігор, віртуальної та доповненої реальності, 3D друку тощо. Параметричне 3D моделювання – це метод створення моделей на основі математичних ескізів, де змінюючи

параметри, можна отримувати різні варіанти об’єктів, що підходить для проєктування промислових деталей [1].

3D моделювання охоплює багато напрямів, що робить його популярним та таким, що має великий попит. Наприклад, за допомогою вдосконалених інструментів дизайнери можуть змоделювати характеристики продукту, провести його віртуальне тестування та вдосконалити його дизайн, скорочуючи час виходу цього продукту на ринок та витрати на виробництво. За допомогою інструментів 3D моделювання кінематографісти, розробники ігор та аніматори створюють візуальні ефекти та анімованих персонажів. Просунуті техніки візуалізації дозволяють лікарям дослідити анатомію в безпрецедентних деталях, підвищують точність діагностики та покращують медичну підготовку. Архітектори використовують 3D моделювання для візуалізації будівельних конструкцій, імітації будівельних процесів і виявлення потенційних недоліків перед початком робіт. Також технологія використовується маркетологами для створення захоплюючого візуального вмісту, який привертає увагу. У майбутньому можливості 3D моделювання стануть ще ширшими, ніж зараз, завдяки віртуальній та доповненій реальності, а також штучного інтелекту [2].

3D друк являє собою виробничий процес, під час якого фізичний об’єкт поступово формується на основі цифрової моделі, використовуючи спеціалізовані комп’ютерні програми та обладнання. Ця технологія функціонує за принципом поетапного додавання матеріалу, укладаючи його шар за шаром, що в кінцевому результаті дозволяє створювати повністю завершений тривимірний об’єкт. 3D друк дозволяє виготовляти складні геометричні форми, які важко або неможливо отримати традиційними методами.

На сьогодні можливості 3D друку майже необмежені. За його допомогою можна створити практично будь-що: кріплення для авто чи велосипеда, чохли для телефонів, іграшки, макіяж, взуття, імплантати і так далі. Ця технологія має багато переваг, а саме: можливість швидкого створення прототипу та його швидких змін, економії матеріалів та робочої сили, точність, необмежені дизайнерські можливості, застосовується в медицині, а найголовніше – доступна кожному. Також 3D друк застосовується аерокосмічними кампаніями для виготовлення легких конструкцій, зменшуючи загальну вагу літаків і підвищуючи паливну ефективність, у моді та ювелірному виробництві. Попри велику кількість можливостей, у 3D друку є і недоліки. Деталі, надруковані на 3D, часто вимагають додаткової обробки для досягнення бажаного результату, тому повністю розраховувати на 3D друк не можна. Хоча ця технологія є економічно корисною, проте витрати на саме обладнання дуже високі. Також 3D принтер має обмеження розміру та матеріалу об’єкта. На даний момент 3D принтер не здатний друкувати їжу та воду й вогнепальну зброю [3].

Сьогодні 3D друк активно розвивається, і зараз можна передбачити, наскільки ширшим стане список можливостей цієї технології. У майбутньому 3D друк відкриє широкі можливості для будівництва: у Дубаї побудована перша 3D-друкована офісна будівля. Найближчим часом планується надрукувати цілий квартал. Скоро буде ще більше розвинути

електроніка, ніж зараз, і вона вже розвивається. Сучасні дослідження зосереджені на використанні графену в адитивному виробництві, і вже досягнуто значного прориву – зокрема, створено графеновий акумулятор на 3D-принтері з необмеженим терміном служби. Також 3D друк зможе просунути фармацевтичну промисловість, що підтверджується легалізацією в США таблеток від епілепсії, які завдяки поступовому вивільненню активних речовин дозволяють замінити кілька доз однією таблеткою. Найближчим часом стане покращеним виробництво протезів, оскільки у військовий час це вкрай важливо [4].

Отже, 3D моделювання та 3D друк мають значний потенціал для розвитку завдяки їх різноманітним застосуванням у таких сферах, як промисловий дизайн, медицина, будівництво та розваги. Хоча 3D друк вже зараз демонструє великі переваги, зокрема у швидкому створенні прототипів і зниженні витрат, деякі його недоліки ще потребують вирішення. Продовження досліджень і технологічних інновацій допоможуть усунути ці обмеження та значно розширять можливості 3D-технологій у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Анна Ц. Що таке 3D моделювання? Buki. URL: https://buki.com.ua/news/try-d-modelyuvannya

2. Allied Market Research. 3D Modeling Advancements: Future Potential. Linkedin. 2024. URL: https://www.linkedin.com/pulse/amr-futurebrief-what-potential-does-3d-modeling-m7oif

3. 3D Printing Advantages: 10 Benefits of 3D Printing Technology. Raise3D. 2024. URL: https://www.raise3d.com/blog/3d-printing-advantages

4. Які перспективи 3D друку в майбутньому? Pro3d. 2018. URL: https://pro3d.com.ua/a359983-yaki-perspektivi-druku.html

Кручковський М. С., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мала Ю. А., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ БІБЛІОТЕК МОВИ PYTHON ДЛЯ РОЗВ’ЯЗАННЯ ЗАДАЧ ЛІНІЙНОГО ПРОГРАМУВАННЯ

Лінійне програмування – це напрям математичного програмування, який знаходить широке застосування у різних галузях, як от планування виробництва, транспортування тощо. Для розв’язання задач лінійного програмування в мові Python існує багато бібліотек, які пропонують ефективні та гнучкі інструменти для побудови і вирішення математичних моделей. У роботі проаналізовано бібліотеки з метою визначення найбільш зручного інструменту для практичного використання.

Найбільш популярною бібліотекою є NumPy. Вона розширює функціональність Python-а, додаючи можливість працювати з багатовимірними масивами та матрицями. NumPy має багато функцій, які дозволяють створювати масиви різної розмірності, їх сортувати, виконувати складні математичні операції тощо. Популярність бібліотеки зумовлена її швидкістю. Завдяки векторизації у коді NumPy відсутні складні та громіздкі цикли, які могли б бути неефективними та спричинити помилки у програмі. Усуваючи цю проблему, векторний код має такі переваги: векторний код більш стислий та простий для читання, менше рядків коду означає менше помилок та код більше нагадує стандартну математичну нотацію (як правило, це полегшує правильне кодування математичних конструкцій) [1].

Одна зі сфер, де використовується бібліотека NumPy – це лінійне програмування. Вона корисна для розв'язання задач максимізації та мінімізації, дозволяючи реалізувати симплекс-метод. Додатково для розв'язання симплекс-методу разом з NumPy застосовуються такі бібліотеки, як SciPy та matplotlib. Бібліотека matplotlib дає можливості візуалізації результатів оптимізації за допомогою різних видів графіки та діаграм. SciPy, у свою чергу, пропонує безліч інструментів для наукових та обчислювальних задач, зокрема методи оптимізації, які можуть бути корисними для симплекс-методу [2]. Розглянемо детальніше SciPy, оскільки бібліотека тісно пов'язана з NumPy.

SciPy є вбудованою бібліотекою в NumPy, що додає їй нові можливості. SciPy має повний функціонал для розв'язання задач лінійної алгебри, в той час як NumPy пропонує лише кілька базових функцій. Вона має спеціальний пакет scipy.special, який містить багато таких функцій, як кубічний корінь, експоненціал, експоненціал логарифмічної суми, перестановку та комбінації тощо. Бібліотека дозволяє обчислювати одиничні та подвійні інтеграли чисельним способом, що означає можливість SciPy інтегрувати будь-яку функцію, навіть якщо її неможливо інтегрувати аналітичним способом. Також для задач оптимізації за допомогою бібліотеки можна реалізувати алгоритм Нелдера-Міда, який забезпечує найпростіший спосіб мінімізації для нормальної функції [3].

З-поміж інших популярних бібліотек Python для лінійного програмування виділяються PuLP та Pyomo. PuLP підходить для простих задач лінійного програмування, дозволяючи оголошувати цільові функції та обмеження явно без необхідності формулювати їх у вигляді матриць. Крім того, PuLP містить вбудований засіб оптимізації CBC, що спрощує процес вирішення задачі. У той же час, Pyomo більше підходить для складних оптимізаційних моделей, оскільки підтримує різноманітні типи задач, включаючи нелінійні, і забезпечує гнучкість у формулюванні обмежень. Однак для роботи з Pyomo необхідна попередня установка зовнішніх засобів оптимізації, таких як CBC, що додає складності в налаштуваннях [4]. Обидві бібліотеки є ефективними інструментами, але призначені вони для різних цілей: Pulp підійде новачкам, бо є простим у розумінні та дозволяє поглибитися у лінійне програмування, а Pyomo має більше функцій та

можливостей для розв’язання проблем. Наприклад, Pyomo дозволяє будувати моделі з використанням змінних, обмежень та об’єктивних функцій за допомогою класів Var, Constraint, Objective, що забезпечує гнучкість у формулюванні різноманітних задач. Крім лінійного програмування, Pyomo підтримує розв’язання задач нелінійного програмування за допомогою таких інструментів, як автоматична диференціація для обчислення похідних, що значно спрощує процес оптимізації. Компонент `Block` у Pyomo дозволяє створювати ієрархічно структуровані моделі, що полегшує організацію складних моделей в об’єктно-орієнтованому стилі [5].

Вивчаючи лінійне програмування, бібліотеки Python дозволяють ефективно розв’язувати оптимізаційні задачі для різних галузей. Отже, новачкам у лінійному програмуванні варто почати з бібліотек NumPy та PuLP. Згодом можна перейти до найбільш ефективних бібліотек, таких як SciPy або Pyomo, які пропонують більше можливостей для розв’язання складніших оптимізаційних задач.

Список використаних джнрел:

1. What is NumPy? *NumPy:* офіційний веб-сайт. URL: https://numpy.org/devdocs/user/whatisnumpy.html#who-else-uses-numpy (дата звернення: 24.10.2024).

2. Сергій Немчинський. Переваги симплекс-методу: коли і навіщо його використовувати? *FoxmindEd*. 2024. URL: https://foxminded.ua/sympleks-metod-python (дата звернення: 24.10.2024).

3. Анна Блейк. Scipy в Python підручник: що таке, бібліотека, функції та приклади. 2024. *Guru99*. URL: https://www.guru99.com/uk/scipy-tutorial.html#discrete-fourier-transform--scipyfftpack (дата звернення: 24.10.2024).

4. Chong Jing Ting. 4 Ways to Solve Linear Programming in Python. *Medium*. 2022. URL: https://medium.com/@chongjingting/4-ways-to-solve-linear-programming-in-python-b4af36b7894d (дата звернення: 29.10.2024).

5. Michael L. Bynum, Gabriel A. Hackebeil, William E. Hart, Carl D. Laird, etc. Pyomo – Optimization Modeling in Python. USA: Springer. 2021.

Литвиненко Є. В., курсант
Донецького державного університету внутрішніх справ
(науковий керівник – Кривонос М. В., к.ю.н., доц.,
доцент кафедри поліцейської діяльності
Донецького державного університету внутрішніх справ)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАХИСТУ ПЕРСОНАЛЬНИХ ДАНИХ У НАЦІОНАЛЬНІЙ ПОЛІЦІЇ УКРАЇНИ

Захист персональних даних є одним із фундаментальних прав людини в сучасному інформаційному суспільстві. Враховуючи стрімкий розвиток цифрових технологій та зростаючі обсяги обробки інформації, питання безпеки та конфіденційності персональних даних набуває особливої актуальності. Національна поліція України, як правоохоронний орган, що здійснює оперативно-розшукову діяльність, щоденно працює з великим

обсягом персональних даних громадян. Забезпечення належного рівня захисту цієї інформації є не лише законодавчим обов'язком, а й запорукою довіри суспільства до правоохоронної системи.

Особливості захисту персональних даних у Національній поліції України визначаються специфікою її функцій та завдань. Поліція має доступ до чутливої інформації, зокрема біометричних даних, відомостей про приватне життя, фінансовий стан, медичну документацію та інших конфіденційних даних. Вразливість таких даних до несанкціонованого доступу, витоку або неправомірного використання може призвести до серйозних наслідків як для окремих осіб, так і для держави в цілому.

Актуальність теми посилюється кількома факторами. По-перше, в умовах зростання кіберзлочинності та інформаційних загроз питання захисту персональних даних набуває стратегічного значення для національної безпеки. По-друге, Україна прагне до євроінтеграції та зобов'язана імплементувати міжнародні стандарти захисту даних, зокрема вимоги Загального регламенту захисту даних Європейського Союзу (GDPR). Це вимагає від Національної поліції адаптації внутрішніх процесів, оновлення нормативно-правової бази та впровадження сучасних технологічних рішень.

Суспільство стає більш обізнаним щодо своїх прав на приватність та захист персональних даних. Зростає кількість звернень громадян та громадських організацій щодо порушень у цій сфері. Випадки витоку інформації або зловживання нею підривають довіру до правоохоронних органів і вимагають негайних заходів для усунення прогалин у системі захисту.

Дослідження особливостей захисту персональних даних в Національній поліції України необхідне для виявлення існуючих проблем та розробки ефективних механізмів їх вирішення. Це сприятиме підвищенню ефективності роботи поліції, зміцненню правопорядку та забезпеченню прав і свобод громадян. З огляду на вищезазначене, тема є надзвичайно актуальною і потребує детального аналізу та практичних рекомендацій.

Захист персональних даних є надзвичайно важливим аспектом діяльності будь-якого правоохоронного органу, в тому числі й Національної поліції України. У своїй роботі поліція має справу з великим обсягом конфіденційної інформації, яка стосується не лише злочинців чи підозрюваних, а й потерпілих, свідків та інших учасників правовідносин. Особливості захисту персональних даних у Національній поліції визначаються специфікою її функцій, правовим регулюванням та технологічними можливостями [1].

По-перше, правові засади захисту персональних даних в Україні регулюються Законом України «Про захист персональних даних», а також міжнародними зобов'язаннями, які взяла на себе Україна, зокрема, ратифікувавши Конвенцію Ради Європи № 108. Ці нормативно-правові акти встановлюють загальні принципи обробки персональних даних: законність, мета обробки, обмеження строків зберігання, достовірність,

безпека та конфіденційність. Для Національної поліції ці вимоги є обов’язковими, але з певними особливостями, зумовленими необхідністю виконання службових завдань.

По-друге, специфіка діяльності поліції вимагає обробки персональних даних без згоди суб’єкта персональних даних у випадках, передбачених законом. Наприклад, під час розслідування злочинів, проведення оперативно-розшукових заходів або забезпечення публічного порядку. При цьому поліція зобов’язана мінімізувати обсяг зібраних даних і використовувати їх виключно в законних цілях. Це означає, що доступ до персональних даних повинен бути обмежений особами, які безпосередньо залучені до виконання конкретних завдань.

По-третє, ключову роль відіграють технологічні аспекти захисту персональних даних. Національна поліція використовує сучасні інформаційно-телекомунікаційні системи, бази даних та реєстри, що вимагає впровадження надійних заходів кібербезпеки. Застосовуються методи криптографічного захисту, системи контролю доступу, моніторинг та аудит безпеки інформаційних систем. Особлива увага приділяється навчанню персоналу правилам поводження з конфіденційною інформацією та відповідальності за порушення режиму її зберігання [2].

По-четверте, важливою складовою діяльності Національної поліції є міжнародне співробітництво у сфері захисту персональних даних. Спільні операції з правоохоронними органами інших країн, обмін інформацією в рамках Інтерполу чи Європолу вимагають дотримання міжнародних стандартів та протоколів. Україна прагне гармонізувати своє законодавство з європейським, зокрема, з урахуванням положень Загального регламенту про захист даних (GDPR). Це сприяє підвищенню довіри міжнародних партнерів та ефективності спільної боротьби зі злочинністю.

По-п'яте, контроль і нагляд за дотриманням законодавства про захист персональних даних в поліції здійснюється як внутрішніми, так і зовнішніми органами. За виявлення та попередження порушень відповідають підрозділи внутрішньої безпеки та власні служби контролю. Зовнішній контроль здійснюється Уповноваженим Верховної Ради України з прав людини, який уповноважений проводити перевірки та реагувати на скарги громадян. Це забезпечує додатковий рівень гарантій захисту прав осіб, чиї дані обробляються поліцією.

Важливим аспектом є прозорість та інформування громадськості про політику захисту персональних даних. Національна поліція публікує відповідні положення та інструкції, надає громадянам можливість ознайомитися з метою та обсягом обробки їхніх даних, а також механізмами реалізації своїх прав. Це включає право на доступ до своїх персональних даних, право на виправлення неточної інформації та право на захист у разі порушення [3, с. 44].

Особливості захисту персональних даних в Національній поліції України визначаються поєднанням вимог законодавства, специфіки

правоохоронної діяльності та сучасних технологічних рішень. Забезпечення належного рівня захисту має важливе значення для ефективної роботи поліції, дотримання прав людини та зміцнення довіри суспільства. Постійне вдосконалення нормативно-правової бази, впровадження передових інструментів кібербезпеки та підвищення кваліфікації персоналу сприяють покращенню захисту персональних даних. Враховуючи важливість цього питання в сучасному світі, Національна поліція України продовжує працювати над удосконаленням своїх процесів, щоб відповідати найвищим стандартам захисту даних та забезпечувати безпеку громадян.

Список використаних джерел:

1. Про захист персональних даних : Закон України від 01.06.2010 № 2297-VI // База даних (БД) «Законодавство України» / Верховна Рада (ВР) України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17 (дата звернення: 12.10.2024).

2. Про Національну поліцію : закон України від 02.07.2015 № 580-VIII // БД «Законодавство України» / ВР України. URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/580-19 (дата звернення: 12.10.2024).

3. Адміністративна діяльність органів поліції України : підручник / О. І. Безпалова, О. В. Джафарова, В. А. Троян та ін. ; за заг. ред. В. В. Сокуренка. Харків : Харків. нац. ун-т внутр. справ, 2017. 432 с.

Маріщук А. В., студентка
Дніпровського державного технічного університету
(науковий керівник – Фірсов О. Д., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

РОЗРОБЛЕННЯ НЕЧІТКОЇ СИСТЕМИ ДЛЯ АНАЛІЗУ БІЗНЕС-ПРАВИЛ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ ПІД ЧАС СТВОРЕННЯ БАЗИ ДАНИХ

У сучасному бізнесі інформація є ключовим ресурсом для прийняття рішень, а ефективна організація даних у базах критично важлива для управління бізнес-процесами. Однак обробка неоднорідних даних залишається складною задачею, що ускладнює розробку адаптивних інформаційних систем. Нечітка логіка дозволяє подолати ці труднощі завдяки здатності працювати з невизначеністю та неповнотою інформації.

Метою роботи є розробка нечіткої системи для аналізу бізнес-правил, яка підвищить ефективність баз даних. Використовуються методи системного аналізу, нечіткої логіки та проектування баз даних. Нечітка логіка дає можливість адаптуватися до змінних умов і працювати з неповними даними, підвищуючи точність рішень і зменшуючи ризики. У

сфері медичної діагностики, оцінки кредитоспроможності, управління дорожнім рухом і багатьох інших галузях нечітка логіка підтвердила свою ефективність.

Розробка нечіткої системи для аналізу бізнес-правил актуальна через необхідність ефективного управління великими обсягами неоднорідних даних у мінливих бізнес-умовах. Традиційні підходи часто не враховують складність і невизначеність бізнес-правил, тоді як нечітка логіка дозволяє адаптуватися до змін і працювати з неповною інформацією, підвищуючи точність рішень і знижуючи ризики помилок. В Україні, наприклад, нечітка логіка вже застосовується для оцінки кредитоспроможності, де використовуються різні форми функцій належності: трикутна, S-подібна, лінійна S-подібна та Z-подібна [1].

У медичній діагностиці часто необхідно працювати з невизначеністю та неоднозначністю даних, що виникають через різні рівні досвіду і знань медичних працівників. Через складність систем діагностики нечітка логіка стала важливим інструментом, що допомагає обробляти неповну інформацію. Нечіткі експертні системи (НЕС) надають діагностичні й прогностичні інструменти, підтримують процес прийняття рішень та покращують точність медичних оцінок.

У сучасному світі, де дані стали стратегічним ресурсом, здатність підприємств працювати з бізнес-правилами стає критично важливою. Нечітка логіка допомагає гнучко підходити до рішень, враховуючи градації та наближеність, що дозволяє точніше моделювати реальні ситуації в умовах невизначеності [2].

Розглянемо приклади застосування нечітких систем у різних галузях, зокрема:

1. Оцінка кредитоспроможності фізичних осіб.
2. Медична діагностика на основі нечіткої логіки.
3. Оптимізація енергетичних потоків у розподільчих мережах.
4. Системи рекомендацій для аналізу поведінки користувачів.
5. Управління дорожнім рухом в інтелектуальних транспортних системах.
6. Аналіз ринкових тенденцій для визначення маркетингових стратегій.
7. Підтримка прийняття рішень в аграрному секторі для оптимізації процесів, таких як полив і внесення добрив.

Ці приклади підтверджують роль нечіткої логіки як інструмента, здатного адаптуватися до змінних умов і забезпечити гнучке управління складними даними в умовах невизначеності.

При розробці нечіткої системи для аналізу бізнес-правил у базах даних важливо обрати методи, які забезпечать точність, ефективність і гнучкість роботи з нечіткими даними. Основними факторами вибору методів є:

1. Нечітка логіка як основа системи. Вона дозволяє працювати з невизначеністю та неточністю, що часто зустрічаються в бізнес-правилах, і забезпечує гнучке реагування системи на зміни.

2. Нечітка класифікація, що дає можливість розподіляти дані по категоріях на основі нечітких множин. Це особливо важливо для бізнес-правил із нечітко визначеними умовами, де врахування різних факторів покращує точність рішень.

3. Нечіткі правила допомагають описувати складні залежності між даними, що важливо при роботі з множинними критеріями оцінки в бізнес-правилах.

4. Методи розпізнавання патернів виявляють закономірності та аномалії в даних, що можуть бути основою для формування нових бізнес-правил і структури бази даних.

5. Інтуїтивний інтерфейс, що полегшує взаємодію з системою для користувачів, забезпечуючи зручність аналізу та прийняття рішень.

Отже, нечітка логіка стає критично важливим інструментом для бізнесу, ефективно керуючи невизначеністю та складністю в динамічному середовищі. Використання нечіткої логіки для аналізу та оптимізації бізнес-правил підвищує гнучкість, точність і адаптивність прийняття рішень, що поліпшує управління даними. У фінансах, медицині, енергетиці та транспорті нечітка логіка демонструє свою ефективність, відкриваючи нові можливості для управління складними бізнес-процесами.

Список використаних джерел:

1. Згуровский М.З. Моделі і методи прийняття рішень за нечітких умов. К. : Наукова думка, 2011. 279 с.

2. Ротштейн О.П. Інтелектуальні технології ідентифікації: нечіткі множини, генетичні алгоритми, нейронні мережі. Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 1999. 320 с.

Матета Б. В., студент
Дніпровського державного технічного університету
(науковий керівник – Фірсов О. Д., к.ф.-м.н., доц.,
доцент кафедри комп’ютерних наук
Університету митної справи та фінансів)

МІГРАЦІЯ ДО ХМАРИ ТА ПРОФЕСІЙНІ НАВИЧКИ

Міграція – це процес переносу даних, додатків або інших компонентів з одного середовища в інше. Вона може стосуватися різних сфер, зокрема ІТ, де часто проводиться міграція з локальних серверів до хмарних платформ, або між різними хмарними провайдерами.місця в інше. Міграція може бути складною і вимагати ретельного планування, тестування та виконання для забезпечення безперервної роботи і мінімізації ризиків.

Для її успішного проведення, потрібно створити план міграції, який включає оцінку поточної архітектури, визначення ключових компонентів, що потрібно перенести, та визначення термінів та бюджету.

План міграції є невід'ємною частиною загальної стратегії, яка включає наступні етапи:

1. Оцінка поточної архітектури:
   - Зрозумійти всі компоненти вашої поточної системи, включаючи програмне забезпечення, бази даних, мережі та інфраструктуру.
   - Визначити залежності між компонентами і потенційні проблемні місця.
2. Вибір хмарної платформи:
   - Обрати хмарного провайдера, який найкраще відповідає потребам (наприклад, AWS, Azure, Google Cloud).
   - Ознайомитися з інструментами і сервісами, які пропонує обрана платформа.
3. Планування міграції:
   - Визначити обсяг роботи, включаючи перетворення коду, зміни в архітектурі і налаштування інфраструктури.
   - Розробити детальний план із визначеними термінами, відповідальними особами і етапами міграції.
4. Підготовка середовища:
   - Створити хмарну інфраструктуру, налаштувати необхідні сервіси і мережеві з'єднання.
   - Провести тестування хмарного середовища, щоб переконатися в його готовності.
5. Міграція даних:
   - Виконати перенесення даних з поточної системи до хмарної.
   - Перевірити цілісність і повноту перенесених даних.
6. Адаптація програмного забезпечення:
   - Внести необхідні зміни в код програм, щоб вони могли працювати у хмарному середовищі.
   - Використовати контейнери (наприклад, Docker) і оркестратори (наприклад, Kubernetes) для полегшення переносу і масштабування.
7. Тестування:
   - Провести ретельне тестування всіх компонентів у хмарному середовищі, щоб переконатися, що все працює належним чином.
   - Виконати навантажувальне тестування для перевірки продуктивності.
8. Моніторинг і оптимізація:
   - Налаштувати системи моніторингу для відстеження продуктивності і стану ваших сервісів.
   - Оптимізувати налаштування для зменшення витрат і підвищення ефективності.
9. План аварійного відновлення:

- Розробити і впровадити план аварійного відновлення для швидкого відновлення роботи в разі збоїв.

Щоб успішно створити хмарну архітектуру, потрібні різноманітні навички та вміння. А саме: розуміння основ хмарних обчислень, знання концепцій хмарних обчислень, таких як віртуалізація, хмарні сервіси (IaaS, PaaS, SaaS), та принципи масштабування, хмарні платформи (AWS, Azure, Google Cloud). Вміння працювати з їх сервісами, такими як EC2, S3, RDS для AWS; VM, Blob Storage, SQL Database для Azure; Compute Engine, Cloud Storage, BigQuery для Google Cloud. Знання операційних систем (Linux, Windows), управління мережами, безпекою та моніторингом. Вміння писати сценарії для автоматизації задач (Bash, PowerShell, Python). Знання мов програмування, таких як Java, C#, Python, Node.js, для розробки хмарних додатків. Вміння працювати з контейнерами (Docker) та оркестраційними системами (Kubernetes). Знання принципів DevOps та вміння використовувати інструменти CI/CD (Jenkins, GitLab CI/CD, CircleCI) для автоматизації розгортання та управління інфраструктурою як кодом (Terraform, Ansible). Знання принципів хмарної безпеки, шифрування, управління доступом, та найкращих практик для забезпечення захищеності даних. Навички проектування масштабованих, стійких до збоїв та надійних систем. Знання архітектурних патернів, таких як мікросервіси. Вміння використовувати інструменти для моніторингу (Prometheus, Grafana, CloudWatch) та оптимізації продуктивності додатків. Ці навички допоможуть побудувати ефективну та надійну хмарну архітектуру, яка відповідатиме потребам організації.

Треба зазначити, що навички спеціалістів з клієнт-сервісної архітектури та хмарної, принципово відрізняються, а це означає потребу у кадрах, які мають потрібні знання та досвід.

Мельник В. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник Лебідь О. Ю., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ІНКАПСУЛЯЦІЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ПРИНЦИП ООП

Інкапсуляція в програмуванні-це принцип, згідно з яким внутрішній устрій сутностей потрібно об’єднувати в спеціальній «оболонці» і приховувати від втручання ззовні. Доступ до об’єктів можливий через спеціальні відкриті методи, а безпосередньо звернутися до їх вмісту не можна [1].

Інкапсуляцію також описують як принцип розділення логіки та поведінки. Логіка – то, як щось влаштовано всередині. Поведінка – то, як воно взаємодіє з іншими сутностями. Розділення цих двох понять полегшує взаємодію об’єктів у коді.

Зазвичай вміст полягає в спеціальну програмну оболонку, яка закриває дані від зовнішніх звернень. Принцип схожий на автоматичну коробку передач: вам не доводиться вручну управляти кожним елементом системи, більш того, під час управління машиною до них немає доступу. Є тільки коробочка з важелем, в якості якої в програмуванні виступають відкриті методи. Це зрозуміло з назви: сутність виявляється «в капсулі», ізольованою від зовнішнього світу.

Інкапсуляція вважається одним з чотирьох основних принципів ООП – об'єктно-орієнтованого програмування. Цей підхід представляє сутності в коді як класи і об'єкти, дозволяє «будувати» код з них, як з цеглинок. Але щоб об'єкти грамотно виконували свої завдання і не ламалися, потрібна інкапсуляція [2].

Пояснити її значимість допоможе підхід «від зворотного». Ось як виглядала б робота з кодом без інкапсуляції:

– логіка та поведінка не розділяються – це означає, що якщо об'єкт повинен взаємодіяти з іншим, йому доведеться враховувати його структуру;

– до будь-якого об'єкта можна звернутися ззовні безпосередньо-просто змінити внутрішню змінну або зробити щось інше;

– в результаті код ускладнюється, а всередині об'єктів виникає плутанина, яка може призвести до помилок.

Тому інкапсуляція потрібна – так код стає більш впорядкованим і підвищується відмовостійкість. Адже якщо зламається інкапсульований об'єкт, це не вплине на роботу інших. Приблизно як зламана кнопка не призводить до поломки всього пристрою.

Інкапсуляція тісно пов'язана з поняттям абстракції даних – одним із найдавніших принципів ООП. Це поняття говорить, що будь-яка сутність повинна описуватися якимось мінімумом її можливостей. Дрібні особливості вже не важливі для створення повного опису. Наприклад, щоб користуватися телефоном, нам неважливо, якого він кольору – з точки зору функціональності це неважливий параметр [1].

Абстракція допомагає працювати з об'єктами і не звертати уваги на те, як вони влаштовані всередині. А для цього якраз потрібна інкапсуляція [1].

Отже, класи та об'єкти є важливим інструментом інкапсуляції, а методи та властивості об'єктів забезпечують інкапсуляцію в ООП. Властивості – це внутрішні змінні об'єкта, які за замовчуванням приховані. Доступ до них здійснюється через методи – геттери та сеттери. Геттери повертають значення властивостей, а сеттери дозволяють змінювати їх. Це підхід, який мінімізує помилки, дозволяючи працювати з даними через спеціальні методи, не взаємодіючи з внутрішньою структурою об'єкта напряму. Важливо також, що методи виконують дії лише в рамках свого об'єкта, що підкреслює цілісність і ізольованість об'єктів [2].

Інкапсуляція в програмуванні для початківців може здатися складною, але насправді це лише спосіб організації коду. Вона використовує модифікатори доступу, такі як *public*, *private*, і *protected* в мовах

програмування типу Java і C++, щоб контролювати, хто може бачити або змінювати дані.

– Public (публічний) означає, що дані або методи доступні кожному, хто використовує клас.

– Private (приватний) означає, що доступ до даних або методів обмежений і можливий тільки всередині самого класу.

– Protected (захищений) надає доступ до даних або методів всередині класу та його спадкоємців [2].

– У Java інкапсуляція досягається за допомогою модифікаторів доступу. Наприклад, роблячи атрибути класу приватними та надаючи загальнодоступні методи їх отримання та встановлення, можна контролювати доступ до даних.

У C++ інкапсуляція також використовує модифікатори доступу для захисту даних. Класи в C++ за замовчуванням мають приватних членів, якщо не вказано інше [1].

Переваги інкапсуляції включають спрощення налагодження, підвищення безпеки та покращення структури коду. Вона допомагає уникати конфліктів і помилок, що виникають через ненавмисний доступ або зміни даних.

Однак недоліки можуть включати потенційне ускладнення архітектури, особливо для новачків, яким може бути складно зрозуміти, як правильно використовувати інкапсуляцію для досягнення бажаних результатів [2].

Підвивши висновки, можна стверджувати, що інкапсуляція є ключовим елементом програмування, особливо в ООП. Вона допомагає створювати більш безпечний, структурований і легко підтримуваний код.

Список використаних джерел:

1. Решевська К. С., Лісняк А. О., Борю С. Ю. Об’єктно-орієнтоване програмування. Запоріжжя : ЗНУ, 2020. 94 с.

2. Бублик В. В. Об’єктно-орієнтоване програмування. Київ: ІТкнига, 2015. 624 с.

Мельник В. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мала Ю. А., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ЕФЕКТИВНІ ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ПРОГРАМУВАННЯ МАТЕМАТИЧНИХ АЛГОРИТМІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ОПЕРАЦІЙ

Термін «дослідження операцій» уперше виник в англомовній літературі у 1939 р. у Великобританії. Однак зачатки наукового мислення, характерного для дослідження операцій, з’явилися набагато раніше. Перші,

досить примітивні моделі математичного програмування були запропоновані ще у 1759 р. Куїсні та у 1874 р. Вальрасом. Більш складні економічні моделі були представлені у 1937 р. фон Нейманом та у 1939 р. Канторовичем. Математичні основи лінійного програмування успішно розроблялися ще Жорданом (1873 р.), Мінковським (1896 р.) і Фаркашем (1903 р.) [1].

Задачі дослідження операцій, які є об'єктом математичних методів, це, як правило, задачі на знаходження екстремальних значень деяких функціональних залежностей. Кожна операція проводиться для досягнення певної мети. В ідеальному випадку ступінь її досягнення і вся сукупність дій, що відбуваються в операції і від якої залежить досягнення мети, мають кількісну міру, тобто можуть бути описані математично[2].

Під час розв'язування задач дослідження операцій використовують різноманітний математичний апарат:

- Математичне програмування – це прикладна математична дисципліна, що досліджує екстремальні (оптимізаційні) задачі та розробляє методи їх розв'язування.
- Комбінаторний аналіз є інструментом розв'язання задач вибору і розміщенняя елементів деякої, як правило, скінченної, множини відповідно до заданих правил. Основою комбінаторних методів дослідження операцій є ідея перебору всіх допустимих рішень.
- Статистичне моделювання досліджує процеси поведінки ймовірнісних систем за умов, коли внутрішні взаємодії у цих системах невідомі.
- Чисельні методи оптимізації в дослідженні операцій використовуються для розв'язування задачі оптимізації, що базується на точному або наближеному обчисленні значення функції мети [1].

Для розробки математичних алгоритмів у дослідженнях операцій, де завдання часто зводяться до оптимізації, симуляцій, прогнозування та прийняття рішень, існує широкий набір інструментів. Ці інструменти допомагають ефективно вирішувати різноманітні завдання, такі як лінійне, нелінійне, динамічне програмування, симуляції систем, аналіз мереж і ресурсів тощо.

Мови програмування. Мови програмування є базовими для реалізації математичних моделей та алгоритмів. Основними мовами, що використовуються в дослідженнях операцій, є Python, Julia, C++ та R [2].

- *Python:* Популярна завдяки простоті та великій кількості бібліотек, таких як SciPy, NumPy, PuLP, Pyomo, NetworkX та SimPy. Python дозволяє розв'язувати задачі лінійного, нелінійного програмування, а також моделювати системи та аналізувати мережі.
- *Julia:* Забезпечує високу продуктивність, використовує бібліотеки JuMP, Optim.jl та GraphPlot.jl для оптимізації та аналізу графів.
- *C++*: Використовується для критично важливих завдань завдяки продуктивності та масштабованості. Бібліотеки: COIN-OR, Gurobi API, CPLEX API.

- *R:* Спеціалізується на статистичному аналізі та моделюванні, з бібліотеками lpSolve та ompr.

Оптимізаційні пакети. Ці пакети спеціалізуються на розв'язуванні задач оптимізації, підтримуючи лінійне, нелінійне, змішане цілочислове програмування:

- *Gurobi:* Один з провідних інструментів для лінійного, змішаного цілочислового та квадратичного програмування.
- *CPLEX:* Комерційний продукт для великих задач математичного програмування.
- *COIN-OR:* Набір відкритих інструментів для різних типів програмування, таких як CBC та CLP [2].

Інструменти для моделювання та симуляцій. Моделювання та симуляція необхідні для систем, що складно оптимізувати аналітично.

- *AnyLogic:* Підтримує моделювання дискретних подій, агентів та системної динаміки.
- *Arena:* Широко використовується у виробництві та транспорті для моделювання процесів.
- *Simul8:* Придатний для моделювання процесів в промисловості [1].

Пакети математичного програмного забезпечення. Пакети як *MATLAB, Maple* та *Wolfram Mathematica* пропонують середовище для обчислень, моделювання та симуляцій.

В результаті проведеного аналізу можна зробити висновок, що вибір інструментів для програмування залежить від складності задачі та вимог до продуктивності. Python, Julia, C++ та R забезпечують широкий вибір бібліотек для оптимізації та симуляції, а потужні оптимізатори, як Gurobi та CPLEX, дозволяють вирішувати великі індустріальні задачі. Комбінація мов програмування та оптимізаційних пакетів дозволяє ефективно вирішувати завдання в різних галузях.

Список використаних джерел:

1. Лавров Є. А., Перхун Л. П., Шендрик В. В. Математичні методи дослідження операцій. Суми, 2017. 212 с.

2. Яровий А. А., Ваховська Л. М., Крилик Л. В. Математичні методи дослідження операцій. Лінійне програмування. Вінниця : ВНТУ, 2020. 86 с.

Мельник В. О., студенка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення Університету митної справи та фінансів)

ШТУЧНИЙ ІНТЕЛЕКТ ТА АВТОМАТИЗАЦІЯ РОБОТОТЕХНІЧНИХ СИСТЕМ

Штучний інтелект – це властивість системи виконувати завдання, де зазвичай потрібен людський інтелект. Такі алгоритми навчаються і адаптуються до задаються параметрів [1].

Завдяки здатності мислити самостійно роботи зі штучним інтелектом відкривають нові можливості для використання технологій у нашому житті. Ось кілька вартих уваги плюсів, коли мова заходить про інтеграцію ШІ в робототехніку:

- Підвищення ефективності: роботи зі штучним інтелектом можуть безупинно працювати над повторюваними завданнями, збільшуючи виробництво і знижуючи витрати на робочу силу.
- Висока точність: вони неймовірно точні, що особливо важливо у виробництві, щоб мінімізувати помилки.
- Підвищення продуктивності: беручи на себе рутинні завдання, роботи ШІ дозволяють людям зосередитися на більш значущою роботі, підвищуючи продуктивність праці.
- Безпека: роботи можуть справлятися з небезпечною роботою, роблячи робоче місце більш безпечним для всіх [2].

Штучний інтелект і робототехніка – це потужна комбінація для автоматизації різних завдань. В останні роки ШІ стає все більш поширеним явищем у роботизованих рішеннях, забезпечуючи гнучкість навчання в додатках, які раніше виконували алгоритми за чітко наміченим планом. Хоч штучний інтелект досі знаходиться на початковій стадії свого розвитку, він став революційною технологією для деяких програм виробничого сектора [1].

Автоматизація виробничих процесів багато в чому пов’язана і визначається штучним інтелектом, розвиток якого ставить на порядок денний ряд проблем етичного порядку. Їх аналіз вимагає розмежування сильного і слабкого штучного інтелекту [4]. Мета слабкого штучного інтелекту полягає у виконанні окремих інтелектуальних операцій, які не мають на увазі наявності у комп’ютера справжньої свідомості. Програма з сильним штучним інтелектом, навпаки, на його думку, є не просто моделлю розуму, а в буквальному сенсі слова сама виступає розумом, в тому ж сенсі, в якому людський розум ним є [2].

Робототехніка – це галузь технологічного виробництва, яка займається створенням роботів. Штучний інтелект в робототехніці допомагає вивчити модель для виконання різних завдань і робить машини більш інтелектуальними, що допомагає їм діяти в різних сценаріях. У роботов об’єднують такі функції як комп’ютерний зір, захоплення об’єктів, управління рухом і навчальні дані для розуміння фізики і логістики. Для досягнення розуміння роботизованою системою сценаріїв і об'єктів використовуються алгоритми машинного навчання.

Машинне навчання – це процес навчання моделі штучного інтелекту, щоб зробити систему достатньо розумною для виконання дій та завдань. Характерною рисою машинного навчання є не пряме рішення завдання, а виконання безлічі подібних за своїм наповненням завдань. Машинне навчання допомагає розпізнавати різноманітні об’єкти, що мають різні форми і розміри і знаходяться в різних ситуаціях.

Роботи зі штучним інтелектом вже використовуються в різних сферах повсюдно.

Робототехніка відіграє велику роль у сучасній медицині. Працівники можуть втомлюватися і перевтомлюватися, тому роботизовані системи є деякою допомогою або навіть заміною для виконання медичних завдань. Роботи здійснюють санітарне прибирання, дезінфекцію і проводять деякі операції [4].

Як і в охороні здоров'я, майбутнє робототехніки в сільському господарстві може зменшити дефіцит робочої сили та втому працівників. Автоматизовані системи допомагають фермерам підвищити врожайність і продуктивність. Сучасні сільськогосподарські роботи здатні брати участь у вирощуванні і зборі врожаю, розпорошувати пестициди і стежити за станом здоров'я рослин.

В автомобільній промисловості поступове впровадження роботів вирішує дві головні завдання: повна автоматизація і зниження вартості виробництва.

Військова сфера також застосовує сучасні технології. Розробка зброї, заснованої на роботизованих системах із застосуванням штучного інтелекту, а також створення автономних військових безпілотників, присутність яких вже було зафіксовано в реальних боях.

Застосування ШІ для вивчення космосу та інших планет не є новим. Nasa вже давно використовує штучний інтелект в своїх марсоходах і весь час його покращує. А компанія Airbus в 2020 році випустила робота-помічника CIMON-2 для космічного управління Німецького центру авіації та космонавтики [3].

Висновок. Отже, штучний інтелект і роботизована автоматизація будуть грати ще більш важливу роль в майбутньому. У міру розвитку технологій, можливості цих систем будуть розширюватися, і вони зможуть виконувати більш складні завдання.

Список використаних джерел:

1. Гуржій А. М., Данік Ю. О. Штучний інтелект: системний аналіз, моделі та технології. Київ: Вид-во Національної академії наук України. 2019. 328 с.
2. Гришко С. М. Штучний інтелект: основи та перспективи розвитку. Львів : ЛНУ ім. Івана Франка. 2020. 256 с.
3. IBM Watson (Штучний інтелект від IBM). URL: https://www.ibm.com/watson
4. Google AI (штучний інтелект від Google). URL: https://ai.google

Мельник В. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Чупілко Т. А., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ЧИСЛОВИХ МЕТОДІВ У РОЗВ'ЯЗАННІ ПРИКЛАДНИХ ЗАДАЧ ПРОГРАМУВАННЯ

Чисельні методи є важливою складовою інструментарію сучасного програмування, зокрема у вирішенні складних математичних, технічних, фінансово-економічних задач, що вимагають наближених або точних рішень. Використання чисельних методів дозволяє створювати програмні алгоритми, здатні обробляти великі обсяги даних, знаходити корені рівнянь і систем лінійних, нелінійних, диференціальних рівнянь та їх систем, проводити інтегрування та диференціювання, моделювати економічні, фінансові, технічні процеси. Разом з використанням мов програмування і спеціальних готових рішень використання методів наближених обчислень дозволяє отримати розв'язки для задач, де аналітичні методи є занадто трудомісткими або взагалі непридатними, зокрема, для програмування.

Проте застосування чисельних методів супроводжується певними проблемами, які можуть вплинути на точність і ефективність результатів.Основні труднощі, які виникають при застосуванні чисельних методів, пов'язані з похибками, що можуть виникати через обмежену точність обчислень. Позаяк більшість чисельних методів є ітераційними і потребують алгоритмізації у вигляді циклів, похибки округлення, втрати значущих цифр та помилки апроксимації можуть накопичуватися і значно впливати на точність кінцевого результату. Однак, незважаючи на це, можна отримати результат з досить високою заданою точністю.

Сучасні дослідження зосереджені на розробці нових чисельних методів, які є більш стійкими та ефективними, а також на адаптації існуючих методів для паралельних та розподілених обчислень. Це має важливе значення у зв'язку з розвитком машинного навчання, штучного інтелекту та обчислювальної інженерії. Використання паралельних обчислень або методів прискорення дозволяє знизити обчислювальну складність. Окрім того, для правильного вибору методу необхідно проводити аналіз властивостей задачі та враховувати її специфіку.

Чисельні методи застосовуються в численних галузях програмування. Основні сфери їх використання: комп'ютерна графіка, де чисельні методи використовуються для обчислення освітлення, тіней, руху та інших елементів, що забезпечують реалістичне відображення сцен; обробка великих обсягів даних, де методи застосовуються для знаходження власних значень і векторів у аналізі даних, у кластеризації та виявленні закономірностей; у фінансовому моделюванні для оцінки ризиків, ціноутворення опціонів та інших фінансових показників, що базуються на складних математичних моделях; у моделюванні фізичних процесів, де чисельне моделювання дозволяє створювати симуляції фізичних процесів (механічних, теплових, гідродинамічних), що широко застосовується в інженерії та науці.

Python є одною із найпопулярніших мов для чисельних розрахунків завдяки своїй простоті та великій кількості бібліотек, які значно спрощують реалізацію чисельних методів. Використання Python у чисельних методах охоплює широкий спектр задач – від базових операцій до складного математичного моделювання. Python має потужну екосистему бібліотек, що робить його зручним для чисельного аналізу і взагалі для обробки та аналітики даних. Основні бібліотеки для чисельних методів включають NumPy, що забезпечує роботу з багатовимірними масивами та основні математичні функції. Це основа для чисельних обчислень у Python, оскільки вона підтримує операції з матрицями, функції для обчислення коренів, інтегралів і багато іншого. SciPy доповнює можливості NumPy, забезпечуючи додаткові функції для обробки сигналів, інтегрування, розв'язання диференціальних рівнянь, оптимізації та інших задач. SciPy є ключовою бібліотекою для виконання чисельних розрахунків. SymPy дозволяє виконувати символічні обчислення, що корисно для попереднього спрощення математичних співвідношень, до яких можна застосовувати чисельні методи. Matplotlib дозволяє візуалізувати результати обчислень, що є важливим для перевірки коректності розв'язання задачі. Pandas використовується для обробки та аналізу великих обсягів даних, що може бути корисним для чисельного аналізу у випадках обробки емпіричних даних чи складних систем.

Python має низку переваг для чисельних розрахунків. До них можна віднести простоту синтаксису, що прискорює розробку та впровадження чисельних методів; має потужну екосистему бібліотек, де є багато готових рішень для математичних і статистичних обчислень, що дозволяє реалізовувати складні алгоритми з мінімумом власного коду. Перевагою є швидкість прототипування, що робить Python зручним для швидкого тестування та налагодження чисельних алгоритмів.

Чисельні методи є ключовим інструментом у сучасному програмуванні, що надає програмістам і дослідникам можливість ефективно працювати з великими обсягами даних та створювати реалістичні моделі процесів. Тому важливість чисельних методів для інженерії, науки, економіки та багатьох інших галузей лише зростатиме з розвитком обчислювальної техніки, мов програмування, розширення бібліотек та алгоритмічних підходів.

Список використаних джерел:

1. Березовський В.Є., Ковальов Л.Є., Медведєва М.О. Чисельні методи з прикладами реалізації мовою Python : навчальний посібник. Умань : ВПЦ «Візаві», 2023. 88 с.

2. Волонтир Л.О., Зелінська О.В., Потапова Н.А., Чіков І.А.Чисельні методи : навчальний посібник. Вінниця : ВНАУ, 2020. 322 с.

Михайлов І. Ю., студент
Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Клим В. Ю., к.т.н., доцент кафедри
кібербезпеки та інформаційних технологій
Університету митної справи та фінансів)

ОБ'ЄКТИ КІБЕРБЕЗПЕКИ В ДЕРЖАВНІЙ ПОДАТКОВІЙ СЛУЖБІ УКРАЇНИ

В актуальних умовах цифровізації державних послуг та розвитку інформаційних технологій питання кібербезпеки набуває особливої важливості. Зокрема, в управлінні фінансовими ресурсами країни Державна податкова служба України (ДПСУ) постає однією з ключових структур, тому її ресурсні дані, реєстри разом із інформаційними системами, які виконують їх обробку є важливими об'єктами кіберзахисту.

Варто зазначити, що згідно статті 4 Закону «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України», об'єктами кібербезпеки та кіберзахисту є різноманітні складові, які відіграють важливу роль у функціонуванні суспільства та держави. Серед них: конституційні права і свободи людини і громадянина; суспільство, сталий розвиток інформаційного суспільства та цифрового комунікативного середовища; держава, її конституційний лад, суверенітет, територіальна цілісність і недоторканність; національні інтереси в усіх сферах життєдіяльності особи, суспільства та держави; об'єкти критичної інфраструктури [1].

Для того щоб ефективно захистити інформацію як країни, так і Державної податкової служби України, президент України затвердив стратегію кіберзахисту України. Вона ґрунтується на положеннях Конституції України, законів України "Про національну безпеку України" та "Про основні засади забезпечення кібербезпеки України", Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод, Конвенції про кіберзлочинність, Стратегії національної безпеки України, затвердженої Указом Президента України від 14 вересня 2020 року № 392, інших нормативно-правових актів [2].

Додатково 19 серпня 2022 року Державна податкова служба України підписала Багатосторонню угоду компетентних органів про автоматичний обмін інформацією про фінансові рахунки, яка забезпечує можливість щорічного автоматичного обміну інформацією про визначені види фінансових рахунків між компетентними органами юрисдикцій, які є сторонами вказаної угоди. Таким чином, ДПСУ не лише забезпечує дотримання міжнародних стандартів, але й сприяє боротьбі з ухиленням від сплати податків на глобальному рівні [3].

Значущим досягненням у сфері кібербезпеки стало отримання Державною податковою службою України, як компетентним органом, схваленого Глобальним Форумом ОЕСР Звіту щодо зрілості системи управління інформаційною безпекою в Україні. Це відбулося 26 червня 2024 року, після проведення ретельного оцінювання, яке розпочалося ще у 2019 році. Фінальний етап оцінювання проходив з 11 по 14 грудня 2023 року. У процесі оцінювання було звернено особливу увагу на ключові

аспекти, такі як процеси обміну інформацією, захист конфіденційності, управління ризиками, а також питання логічного і фізичного контролю доступу. Такі деталі, як підходи до забезпечення кібербезпеки, стали основою для формування рекомендацій щодо подальшого удосконалення системи управління інформаційною безпекою [4].

Отже, що стосується об'єктів кібрезбпеки Державної податкової служби України (ДПСУ), то для задач забезпечення її кібербезпеки виділяють широкий спектр об'єктів, які потребують ретельного захисту та безперервного моніторингу. Наразі об'єкти кібербезпеки ДПСУ наступні:

1. Інформаційні системи ДПС – бази даних, програмне забезпечення для адміністрування податків, електронні кабінети платників податків.
2. Персональні дані платників податків – конфіденційна інформація про фізичних і юридичних осіб.
3. Інформаційно-комунікаційна інфраструктура – сервери, мережеві пристрої, центри обробки даних, хмарні сервіси.
4. Електронна звітність – системи для подання та обробки податкових декларацій і звітів в електронній формі.
5. Комунікаційні канали – мережеві протоколи, внутрішня та зовнішня електронна пошта, VPN-з'єднання.
6. Критичні сервіси та платформи – системи електронного документообігу, платіжні системи, служби обліку та аудиту.
7. Резервні копії даних – системи для збереження і відновлення даних після можливих інцидентів.

Було проведено детальний та всебічний аналіз нормативно-правових актів, які регулюють та визначають основні засади кібербезпеки Державної податкової служби України. На основі цього аналізу були встановлені ключові об'єкти кіберзахисту, що стали основою для подальших заходів із забезпечення безпеки. Важливо зазначити, що завдяки такому підходу ДПСУ змогла створити систему кібербезпеки, яка на сьогоднішній день забезпечує достатньо високий рівень захисту від можливих загроз, як ззовні, так і всередині системи. Хоча не існує ідеальних систем, які неможливо обійти, варто підкреслити, що система кібербезпеки Державної податкової служби України є надзвичайно масштабною та складною, охоплюючи величезну кількість компонентів, які потребують постійної уваги.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text
2. Стратегія національної безпеки України від 14 вересня 2020 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/392/2020#n12
3. Указ Президента України «Про стратегію Кіберебпезки України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/447/2021#n7
4. Веб-стаття щодо оцінки Глобального форуму ОЕСР URL: https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/797371.html

Нестеренко В. І., студентка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Рибальченко Л. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри кібербезпеки та інформаційних технологій
Університету митної справи та фінансів)

КІБЕРБЕЗПЕКА ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Кібербезпека в умовах воєнного стану представляє виклики для кожної організації та установи, бо з початку війни наша країна стала ціллю до численних кібератак. Збройний конфлікт перетворив кіберпростір на стратегічне поле бою зі збільшенням кіберзлочинності та загрозами здебільшого для тих підприємств, які є частиною критичної інфраструктури. Тому перед організаціями стоїть завдання якнайкраще розробити стратегії захисту від хакерських атак.

Кібербезпека – досить важкий процес, але вона є основою успішності будь-якого бізнесу. Оскільки ми живемо в епоху Інтернету, то кожна організація відслідковує свою діяльність, використовуючи новітні технології та процеси. В умовах війни підприємствам складніше визначити свої вразливі точки, через які вони взаємодіють з навколишнім світом. Це й спричиняє легке проникнення кібератак у внутрішню діяльність установ.

Сьогодні для організацій головними загрозами є віруси-шифрувальники(або віруси-вимагачі), які здатні знищити не тільки всі дані персонального гаджета, а й проникнути до мереж стратегічних об’єктів, банків, електростанцій, аеропортів, метрополітенів, заводів. Віруси цього типу можуть завдати значної шкоди та збитків економіці України [1].

Наразі найактуальнішими для підприємств кіберзагрозами є фішинг (22%) – вид шахрайства, мета якого полягає в тому, щоб викрасти конфіденційні дані та облікові дані, такі як логін для входу чи дані кредитної картки, і обманом змусити людей дозволити встановлення зловмисного програмного забезпечення; кібератаки для дезорганізації діяльності (13%); кібератаки з метою розкрадання коштів (12%); шахрайство (10%); спам (6%) тощо [1], [2].

У 2022 році на інформаційну інфраструктуру України було скоєно 7000 кібератак, а це втричі більше, ніж у 2021 році. Кількість атак, геолокація яких пов’язана з РФ, збільшилось на 26%. Про це повідомляє пресслужба Державної служби спецзв’язку та захисту інформації України, пише видання Forbes. За словами Олега Музики, технічного директора IT-компанії UNITY-BARS, що розробляє програмне забезпечення для фінансових установ, Україна – друга серед найбільш атакованих країн світу після США. 2022 року кількість кібератак збільшилась у 3,5 раза порівняно з 2021 – на фінансовий сектор України припадає 5% від усіх атак, на IT-галузь – 10%, зауважують в UNITY-BARS [3].

У 2023 році кількість зареєстрованих в Україні кіберінцидентів зросла на 62,5% порівняно з попереднім, 2022 роком. Про це йдеться у звіті Оперативного центру реагування на кіберінциденти Державного центру кіберзахисту Держспецзв’язку. Протягом 2023 року Система виявлення вразливостей і реагування на кіберінциденти та кібератаки (СВВ) було опрацьовано близько 18 млрд подій, отриманих унаслідок моніторингу та

аналізу інформації про кіберінциденти та кібератаки, детектовано 133 млн підозрілих подій інформаційної безпеки та опрацьовано 148 тис. Критичних подій інформаційної безпеки, які потенційно могли бути кіберінцидентами. Протягом 2023 року до СВВ було підключено 24 нових об'єкти кіберзахисту з державного, енергетичного та військового секторів [4].

Бізнесу потрібно адаптувати свої стратегії кібербезпеки у відповідь на загрози та пам'ятати про базові заходи кіберзахисту, які допомагають захистити інформаційні системи організації.

Кожному підприємству необхідно посилити заходи кібербезпеки для захисту конфіденційних даних. Дані повинні бути зашифровані під час зберігання та передачі, що має вирішальне значення для забезпечення їх цілісності. Що суттєво важливо, шифрування повинно відбуватись на клієнтському рівні, і тільки клієнт повинен мати ключі шифрування від своїх даних.

Для кожного бізнесу є важливим аспектом запровадження системи управління інформаційною безпекою. Стандарт ISO/IEC 27001 може допомогти організаціям забезпечити конфіденційність, цілісність і доступність даних, продемонструвавши свою відданість безпеці даних. Це важлива частина кібербезпеки та захисту даних, оскільки її можна використовувати для виявлення ризиків і впровадження заходів безпеки.

Ситуація в умовах воєнного стану є досить непередбачуваною. Компаніям та установам необхідно постійно проводити моніторинг та аналіз реальних загроз. Потрібно аналізувати як та чи інша загроза може вплинути на бізнес, людей і технології. Тому наразі необхідно запроваджувати всі можливі системи захисту та посилювати заходи кібербезпеки, щоб підвищити стійкість, мінімізувати вплив та скоротити час кібератак в разі їх проникнення в внутрішню інформаційну систему компанії.

Список використаних джерел:

1. Цифрова трансформація кібербезпеки на мікрорівні в умовах воєнного стану. URL: https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/37434/4%d0%9a%d1%80%d0%b0%d1%83%d1%81.pdf?sequence=1&isAllowed=y

2. ТОП 10 загроз кібербезпеці бізнесу у 2023 році. URL: https://www.bdo.ua/uk-ua/insights-2/information-materials/2023/top-10-cybersecurity-threats-to-businesses-in-2023

3. У 2022 році кількість кібератак на Україну зросла майже втричі. URL: https://forbes.ua/news/v-2022-rotsi-kilkist-kiberatak-na-ukrainu-zrosla-mayzhe-vtrichi-90-khakerskikh-grup-z-rf-kontrolyuyut-siloviki-04052023-13454

4. Кількість зареєстрованих в Україні кіберінцидентів у 2023 році зросла на 62,5% / Держспецзв'язку. URL: https://ms.detector.media/internet/post/33956/2024-01-12-kilkist-zareiestrovanykh-v-ukraini-kiberintsydentiv-u-2023-rotsi-zrosla-na-625-derzhspetszvyazku

Орєхов Д. Д., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Доненко В. В., д.ю.н., проф.,
професор кафедри публічного та приватного права
Університету митної справи та фінансів)

УПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МИТНІЙ СПРАВІ: ЦИФРОВІЗАЦІЯ ТА АВТОМАТИЗАЦІЯ МИТНИХ ПРОЦЕДУР

Повномасштабна цифровізація та автоматизація митної системи є досить складною для України, але пріоритетною та актуальною для подальшого економічного розвитку. Майбутня ІТ-система матиме значний вплив на оптимізацію митних процедур з високим рівнем клієнтоорієнтованості [1, с. 2]. В сучасних умовах глобалізації та розвитку міжнародної торгівлі, митні органи стикаються з необхідністю підвищення ефективності та прозорості митних процедур. Впровадження сучасних технологій, таких як цифровізація та автоматизація, є ключовим фактором у досягненні цих цілей.

Яскравим прикладом успішного використання автоматизованих систем митного оформлення та контролю є функціонування митних режимів у США. Зокрема, у США створене якісне правове поле для електронного декларування товарів, тобто законодавчо вирішене питання про однакову відповідальність за декларування, в якому б вигляді його не організовували, в електронному чи паперовому [3, с. 4].

Цифровізація митних процедур включає в себе перехід від паперових документів до електронних, що дозволяє значно скоротити час на оформлення вантажів та зменшити можливості для корупції. Наприклад, впровадження системи “Єдине вікно” дозволяє суб’єктам зовнішньоекономічної діяльності подавати всі необхідні документи в електронному вигляді через єдиний портал [2].

Автоматизація митних процедур передбачає використання сучасних технологій для автоматичного оброблення митних декларацій та інших документів. Це включає в себе використання технологій блокчейн для забезпечення безпеки даних, а також штучного інтелекту. Наприклад, проєкт “Смарт-митниця” в Україні передбачає впровадження інноваційних технологій для автоматизації процесів митного контролю та оформлення. Штучний інтелект допомагає виявляти потенційні порушення митного законодавства шляхом аналізу великих обсягів даних. І найголовніше, штучний інтелект здатний обробляти та аналізувати великі обсяги даних, що дозволяє митним органам швидко і точно виявляти аномалії та потенційні загрози [4].

Щодо блокчейн-технологій, то вони також знаходять своє застосування у митних органах, забезпечуючи прозорість та безпеку митних процедур. Основні переваги блокчейну включають прозорість та безпеку. Блокчейн забезпечує незмінність даних, що зберігаються в системі, що робить їх захищеними від підробок та несанкціонованих змін. Це особливо важливо для митних декларацій та інших документів. Смарт-контракти. Використання смарт-контрактів на основі блокчейну дозволяє автоматично виконувати умови угод між сторонами, що знижує ризик шахрайства та підвищує довіру між учасниками зовнішньоекономічної

діяльності [2]. Тому впровадження штучного інтелекту та блокчейн-технологій у митних органах значно підвищує ефективність, прозорість та безпеку митних процедур.

Запровадження цифрових та автоматизованих систем у митній справі має низку переваг і недоліків. З приводу переваг, по-перше, це дозволяє значно скоротити час на митне оформлення вантажів. По-друге, автоматизація процесів зменшує можливості для корупції та суб'єктивного втручання у процеси митного контролю. По-третє, використання сучасних технологій сприяє підвищенню прозорості та відкритості митних процедур. Як негативні тенденції цифровізації, можна виділити наступні: скорочення робочих місць; підвищення витрат на підтримку у належному стані технологічної інфраструктури цифровізації [5, с. 2].

Підсумовуючи, слід наголосити, що інтеграція сучасних цифрових технологій для обслуговування громадян та підприємств у практику діяльності митних органів України дасть змогу суттєво змінити ставлення громадян до оцінювання діяльності митної системи України та створить сприятливі умови для всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, розвитку української е-митниці та апробації позитивного зарубіжного досвіду впровадження інформаційних систем і технологій у митну справу.

Список використаних джерел:

1. Цифровізація процесів митного контролю та митного оформлення. Стаття. URL: https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/278a259b-677e-46d9-93d5-f0dbe8736a77/content URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1198

2. IT-трансформація митниці. Державна митна служба. URL: https://customs.gov.ua/it-transformatsiia-mitnitsi

3. Адміністративно-правова характеристика діджиталізації у сфері митної справи. Стаття. URL: https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2022/12/61.pdf

4. Івашова Л.М., Кийда Л.І. Діджиталізація митних процедур: сучасний стан та перспективи розвитку митної справи. URL: http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/3780/1/28%20Івашова%20Л.%20Діджиталізація.pdf.

5. Митне регулювання логістичних процесів в умовах цифровізації. *Молодий вчений.* Стаття. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-12-112-21

Романюк М. О., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Клим В. Ю., к.т.н.,
доцент кафедри кібербезпеки та інформаційних технологій
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

В ЗАХИСТІ ІНТЕРНЕТУ РЕЧЕЙ

На сьогодні однією з важливих задач, яку вирішує штучний інтелект (ШІ), є захист інформаційних систем. Крім того, з розвитком технології Інтернету речей (IP) потреба в нових сучасних підходах до кібербезпеки тільки набуває швидкості. Відомо, що IP-пристрої стають все більш популярними як у побуті, так і в промисловості, але вони часто мають слабкі механізми захисту, що робить їх вразливими до кібератак. ШІ може допомогти вирішити цю проблему, забезпечуючи виявлення загроз у режимі реального часу та аналіз поведінки пристроїв для виявлення аномалій. Проте перш ніж впроваджувати ШІ-рішення, важливо розуміти ключові загрози для IP-систем.

Одна з головних загроз для Інтернету речей (IP) полягає в ботнетах, таких як сумнозвісний Mirai. Ця шкідлива програма перетворює тисячі підключених пристроїв, таких як камери спостереження та маршрутизатори, на інструменти для здійснення масованих DDoS-атак. Тому ботнети часто використовують недоліки безпеки IP-пристроїв, наприклад, стандартні паролі, які багато користувачів не змінюють після покупки. Тому такі пристрої стають легкою здобиччю для хакерів, оскільки їхня низька захищеність дозволяє швидко поширювати шкідливий код [3].

Однією з найбільш проблемних сторін захисту IP є слабка автентифікація. Багато пристроїв не підтримують складних механізмів авторизації, таких як:

– двофакторна автентифікація;

– складні паролі;

– біометрична верифікація.

Крім того, більшість користувачів не оновлюють прошивку своїх пристроїв, що залишає їх вразливими до вже відомих атак. Недостатній захист передаваних даних є ще однією серйозною загрозою для IP. Пристрої часто обмінюються важливою інформацією, наприклад, даними користувачів, без належного шифрування. Це створює можливості для:

– перехоплення даних;

– їх зміни;

– крадіжки конфіденційної інформації.

Також не можна забувати про фізичну безпеку IP-пристроїв. Багато з них знаходяться у відкритих або незахищених місцях, що дозволяє зловмисникам отримати фізичний доступ до пристроїв, маніпулювати ними та отримувати контроль над мережею [2].

Тому штучний інтелект пропонує ефективні рішення для підвищення безпеки пристроїв Інтернету речей (IP) через впровадження надійних методів автентифікації, таких як біометричні дані та поведінкова автентифікація. ШІ системи збирають біометричні дані, такі як відбитки пальців та зображення обличчя, обробляючи їх для виділення унікальних характеристик, які порівнюються з базою даних для швидкої перевірки особи. Крім того, ШІ аналізує поведінкові патерни користувачів, щоб створювати унікальні профілі, що ускладнює несанкціонований доступ [4].

Також, ШІ виявляє аномалії в поведінці пристроїв, швидко реагуючи на відхилення, що може свідчити про загрози. Він забезпечує динамічне шифрування даних, що передаються між пристроями IP, ускладнюючи їх перехоплення. ШІ-системи можуть швидко виявляти аномалії в мережевому трафіку, аналізуючи великі обсяги даних за допомогою нейронних мереж, що дозволяє оперативно реагувати на потенційні загрози. Завдяки своїй здатності обробляти величезні потоки інформації, ШІ може виявляти патерни, які вказують на атаки, такі як ботнети або мережеві атаки, забезпечуючи своєчасне вжиття заходів для захисту. Використання ШІ зменшує навантаження на фахівців з кібербезпеки, дозволяючи їм зосередитися на складніших завданнях. Загалом, ШІ підвищує безпеку IP-пристроїв, роблячи їх більш стійкими до різноманітних загроз.

Серед актуальних прикладів застосування ШІ в захисті IP можна виділити системи, які автоматично виявляють та блокують шкідливий трафік. Такі рішення, як Cisco’s AI Network Analytics або Darktrace, демонструють ефективність ШІ у виявленні та нейтралізації загроз. Успішні кейси використання ШІ для боротьби з ботнетами підтверджують, що ШІ може значно підвищити безпеку IP, автоматизуючи процеси виявлення та реагування на загрози [1].

В результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що серед основних переваг використання ШІ є здатність автоматизувати процеси моніторингу і реагування, знижуючи навантаження на фахівців з кібербезпеки, а також підвищення рівня захищеності пристроїв через впровадження сучасних методів автентифікації та шифрування даних.

Список використаних джерел:

1. Корпоративна кібербезпека: Роль ШІ у захисті даних URL: Посилання (дата звернення: 15.10.2024).
2. Кіберзагрози для інтернету речей (IoT): захист смарт-пристроїв. URL: https://wezom.com.ua/ua/blog/kiberzagrozi-dlya-internetu-rechey-iot-zahist-smart-pristroyiv (дата звернення: 17.10.2024).
3. Що являв собоют ботнет Mirai? URL: https://www.malwarebytes.com/ru/what-was-the-mirai-botnet (дата звернення: 18.10.2024).
4. Заковоротний О.Ю., Хулап А.В. Основні напрямки використання штучного інтелекту для забезпечення захисту інтернету речей. URL: http://www.dgma.donetsk.ua/docs/news/2023-D.pdf#page=213 (дата звернення: 18.10.2024).

Романенко В. Є., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мормуль М. Ф., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ДОСЛІДЖЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПРОГРАМИ BLENDER ДЛЯ СТВОРЕННЯ КОРОТКОМЕТРАЖНИХ ФІЛЬМІВ

1. Дослідження можливостей ПЗ Blender для створення анімації

Blender – це потужне програмне забезпечення для 3D-моделювання, анімації та візуальних ефектів, що використовується як професіоналами, так і аматорами. Однією з найбільших переваг Blender є відкритий вихідний код і вільна ліцензія, що робить Blender доступним для широкого кола користувачів.

За допомогою Blender можливо оволодіти великою кількістю аспектів для створення цифрових продуктів: 2D-моделювання, 3D-моделювання, Рендеринг, Риггинг, UV-розгортка, Скульптурування, Текстурування, Малювання та Анімація. Програма дозволяє здійснювати 3D-моделювання персонажів та об’єктів і створювати детальні моделі для анімаційних проєктів. За допомогою ригінгу (створення кісткових структур) можна створювати реалістичні рухи персонажів, що важливо для розробки всіх видів анімації, від мультфільмів до відеоігор. Програма також має потужний інструмент анімації ключових кадрів, який дозволяє користувачеві контролювати кожен рух моделі, встановлюючи її в певне положення в різні моменти часу. Ще однією важливою функцією є симуляція фізики, яка допомагає відтворювати реалістичні рухи диму, рідин, текстур та інших матеріалів.

Для рендерингу (процесу створення кінцевого зображення або відео) Blender використовує рушії EEVEE та Cycles. Перший призначений для більш простих сцен та low-poly моделей. Другий же підтримує трасування променів для якісного освітлення та тіней, але це потребує більших ресурсів від комп’ютера. Blender також має широкий спектр інструментів постобробки, які дозволяють користувачам додавати візуальні ефекти, покращувати якість зображення та редагувати сцени.

2. Створення мультфільмів та кінематографічних компонентів

Короткометражні фільми часто вимагають якісного та швидкого виробництва, і Blender досягає цього за допомогою потужного рушія рендерингу Cycles, який підтримує трасування променів для реалістичного освітлення та тіней. Програма також має інструменти для створення спецефектів, які надають анімації та фільмам професійного вигляду. Так, за допомогою такелажу та анімації ключових кадрів можна створювати плавні та реалістичні рухи персонажів. Крім того, у програму вбудовані функції фізичного моделювання, які дозволяють легко імітувати рухи матеріалів, таких як тканини та рідини.

Blender використовується для серйозного кіновиробництва, оскільки він може працювати з великими сценами, деталізованими моделями, складними ефектами та підтримує багатокамерну зйомку, дозволяючи

режисерам контролювати кадри з різних кутів. Про це свідчить створення багатьох професійних проектів, таких як Open Films від Blender Foundation. Його можливості дозволяють реалізувати будь-яку творчу ідею на високому рівні.

3. Безпосереднє створення фільму в програмному середовищі Blender

Скотт Коутон, творець знаменитої серії відеоігор Five Nights at Freddy's (FNaF), надихнув багатьох розробників і художників на створення анімаційних фільмів за мотивами свого світу. Цей світ відомий своїм похмурим стилем, захоплюючою атмосферою та страхітливою аніматронікою, яка стала культовими персонажами в жанрі жахів.

1. Ідея та розробка сценарію. Основою короткометражного фільму є сценарій, який відображає атмосферу страху та інтриги всесвіту FNaF. Було вирішено, що це буде саме нова історія в рамках всесвіту FNaF. Створено чорновий сценарій, в якому викладено основну сцену, персонажів та їхні дії.

2. Моделювання персонажів та оточення. У Blender створено тривимірні аніматронні моделі на основі оригінальних ескізів Коутона. Додано деталі, типу пошкоджень, бруду і металевих компонентів. Це зробило персонажів більш реалістичним і страхітливим. Створено відповідне середовище, схоже на ігрову локацію, а саме сцену з головним залом. Це посилило напружену атмосферу.

3. Текстурування і затінення. Використано матеріали та текстури для створення реалістичної картинки та надання об'єктам старого, подряпаного і зношеного вигляду. Створено специфічні світлові ефекти, для підкреслення атмосфери напруженості. Наприклад, підсвічування очей аніматроніка та миготіння світла у кульмінаційному моменті.

4. Анімація та риггинг. Створено скелетну систему, яка дозволила аніматроніку гнучко рухатися. Це дозволило анімувати рухи, такі як кінцівки.

5. Освітлення та ефекти. Використано прожектори, спрямоване світло та кольорове світло, щоб створити напружене та інтригуюче освітлення. Мерехтіння було додане для посилення ефекту закинутої будівлі. Розмиття в русі додало реалістичності кадрам.

6. Рендеринг та постобробка. Використано можливості Blender для візуалізації відеозйомки з високою деталізацією та освітленням; для фотореалістичних зображень було використано тип візуалізації Cycles. Додано такі ефекти, як зміна кольорової палітри, розмиття та зернистість. Це створило фінальне зображення і посилює атмосферу жаху.

7. Додавання звуку та музики. Додано фонові шуми сцени (ембієнт), скрегіт металу та електричні фонові шуми. Використано мелодії та пісні з

оригінальних ігор серії FNaF для кінцевої схожості із творами Скотта Коутона.

Список використаних джерел:

1. Blender // Вікіпедія. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Blender_(software)
2. Blender для фільмів: Чи підходить Blender для створення фільмів? URL: https://www.quora.com/Is-blender-good-for-making-movies
3. Flickering light in Blender. URL: https://brandon3d.com/how-to-make-lights-flicker-in-blender-3d

Рябоволенко Е. А., студент
Університету митної справи та фінансів
Лісова І. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Яковенко В. О., д.т.н., професор кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ГЕЙМІФІКАЦІЯ УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ПРОЦЕСАМИ НА ПРИКЛАДІ FACTORIO

Використання ігрових механік дозволяє не тільки підвищити мотивацію працівників, але й зробити складні процеси більш зрозумілими та ефективними. Відеогра **Factorio**, розроблена компанією Wube Software, надає можливості рішення безлічі виробничих задач, які є аналогами реальних, та є корисним симулятором для розробки, побудови технологічного виробництва. Потрібно визначити на скільки гра дозволяє краще зрозуміти принципи виробничих зв'язків від доставки ресурсів, тобто побудови логістичних маршрутів, до створення нового об'єкту.

Гейміфікація – це впровадження ігрових елементів в неігрове середовище, що сприяє кращому виконанню певних завдань. У виробничих системах гейміфікація може допомогти покращити робочі процеси за допомогою таких механік, як досягнення певних рівнів, системи винагород тощо. Це сприяє не тільки підвищенню продуктивності, але й створенню більш сприятливої атмосфери на робочому місці. Багато підприємств уже використовують гейміфікацію в якості додаткових підходів для того, щоб залучати працівників до активнішого участі у виробництві та забезпечувати швидке виконання завдань.

Щоб визначити, чи може користувач у Factorio реалізувати виробничий процесу, необхідно зрозуміти, що таке **модель виробничого процесу** і з яких елементів вона складається.

Модель виробничого процесу – це сукупність робочих місць, ресурсів, об’єктів обробки та логічних зв'язків між ними. Основою для створення моделі є побудова робочих місць, визначення об’єктів обробки та встановлення логічних відносин між робочими місцями. Додаткові елементи, такі як ресурси, можуть бути включені за необхідності. Логічні відносини визначають алгоритми та послідовність обробки об’єктів, що мають відповідати існуючим або запланованим виробничим процесам [1].

У грі представлено **робочі місця** так звані **«Збірні машини»**, де гравець після налаштування, отримує на виході потрібний об’єкт. Для створення встановлюється «рецепт» – сукупність необхідних ресурсів, які потрібні для виготовлення конкретного об’єкту. Збірні машини мають декілька рівнів, що дозволяють створювати об’єкти з більшої комбінації ресурсів. Для з’єднання збірних машин використовуються **конвеєри**, які мають декілька видів від повільніших до швидких або підземних, використовуються для постачання ресурсів [2].

За допомогою даних елементів можна реалізувати модель **конвеєрного виробництва** для масового виготовлення товарів.

Для **гейміфікації** цих елементів в ігровий процес використовується система рівнів. Для досягнення нового технологічного рівня гравцю потрібно заздалегідь організувати процес автоматичного виробництва **дослідницьких пакетів.** Дослідницьких пакети є важливим елементом та вимагає об’єднувати всі виробничі ланцюги на певному технологічному рівні. Завдяки цьому гра поступово впроваджує нові елементи виробництва. Від кількості вироблених дослідницьких пакетів за певний проміжок часу залежить яка кількість часу необхідна для певного дослідження. Час необхідний для дослідження можна представити за допомогою наступної формули (1):

$$T = (T[0] * P)/(L * S), \quad (1)$$

де $T[0]$ – вартість часу на 1 дослідницький пакет, P – кількість дослідницьких пакетів, L – кількість використаних лабораторій для дослідження, S – швидкість дослідження в 1 лабораторії [3]. Такий процес дослідження гарантує, що гравець навчиться використовувати та впроваджувати всі потрібні виробничі процеси на конкретному технологічному етапі. Гра поступово навчає впроваджувати все більш складні елементи виробничого процесу, що створює ефект новизни та є стимулом розширювати виробництво.

До **переваг** впровадження механік виробничого процесу в ігрове середовище можна віднести наступне: навчання автоматизації виробничих

процесів, сприяння вирішенню оптимізаційних задач розподілення ресурсів та можливість наочно побачити, як працюють виробничі ланцюги.

Отже гейміфікація на прикладі Factorio є прикладом того, яким чином можна навчити принципам проектування або управління складними виробничими системами та використовувати ці знання у реальних умовах. Завдяки гейміфікації виробничі процеси можуть стати більш цікавими, прозорими та ефективними. Впровадження ігрових елементів у реальні виробничі системи дозволить досягти нових рівнів залучення працівників і оптимізації виробництва.

Список використаних джерел:

1. Kenneth N. Reid, Iliya Miralavy, Stephen Kelly. The Factory Must Grow (2021): Automation in Factorio.

2. Factorio Wiki. URL: https://wiki.factorio.com

3. Дослідження: Factorio Wiki. URL: https://wiki.factorio.com/ Research/uk

Рябоволенко Е. А., студент
Університету митної справи та фінансів
Рябоволенко В. А., викладач кафедри комп'ютерних наук
та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів

МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОШИРЕННЯ ІНФЕКЦІЙНИХ ЗАХВОРЮВАНЬ НА ОСНОВІ АНАЛІЗУ ЧАСОВИХ РЯДІВ

Застосування статистичних методів та різних моделей часових рядів дозволяє аналізувати та прогнозувати розвиток епідемій. Отримані дані використовуються для оцінки вірогідності виникнення потенційних загроз та прийняття своєчасних, ефективних заходів, створення карантинних зон або виробництва відповідних ліків тощо. Аналіз часових рядів дозволяє не лише відстежувати динаміку захворюваності, а й передбачати всплески інфекцій, забезпечуючи необхідну інформацію для медичних установ, урядів та інших зацікавлених сторін для мінімізації наслідків для суспільства та економіки.

Часовий ряд – це послідовність впорядкованих у часі числових показників, які характеризують стан і зміни досліджуваного явища. Обробка часових рядів базується на застосуванні статистичних методів для виявлення закономірностей, моделювання та прогнозування майбутніх значень.

Для аналізу інфекційних захворювань використовують полігамні епідеміологічні моделі. SIR (Susceptible, Infected, Recovered) – це модель, що поділяє населення на 3 групи: сприятливі до захворювання (S), інфіковані (I) та ті, хто одужав і має імунітет (R). Дана модель характеризується наступною системою диференційних рівнянь:

$$\frac{dS}{dt} = -\frac{\beta IS}{N}, \quad (1)$$

$$\frac{dI}{dt} = \frac{\beta IS}{N} - \gamma I, \quad (2)$$

$$\frac{dR}{dt} = \gamma I, \quad (3)$$

де $\frac{dS}{dt}$ – зміна кількості осіб сприятливих до захворювання в момент часу, $\frac{dI}{dt}$ та $\frac{dR}{dt}$ – зміна кількості інфікованих та одужалих відповідно в момент часу, S – кількість осіб сприятливих до захворювання, I – кількість інфікованих, R – кількість одужалих, β – швидкість передачі інфекції, γ – швидкість одужання. Дана модель обмежена кількістю всього населення:

$$S(t) + I(t) + R(t) = N, \quad (4)$$

де N – загальна кількість населення. Модель (1)–(3) успішно використовувалася для оцінки випадків захворювань і смертей під час спалахів захворювань H1N1 та Ебола [2]. Для аналізу використовували дані ВООЗ про загальну кількість інфікованих, одужалих та померлих у Західній Африці (2014–2016) [2].

Крім SIR, варто згадати й про модель ARIMA. ARIMA – це, модель авторегресійної інтегрованої ковзної середньої. Вона прогнозує майбутні значення на основі минулих даних. Модель будується на основі величин: AR (авторегресія), I (інтегрованість), MA (ковзне середнє), які об'єднанні в єдину модель ARIMA(p, d, q) [3]:

$$\Delta^d y_t = c + \phi_1 y_{t-1} + \phi_2 y_{t-2} + \ldots + \phi_p y_{t-p} + \epsilon_t + \\ + \theta_1 1\epsilon_{t-1} + \theta_1 \epsilon_{t-2} + \cdots + \theta_q \epsilon_{t-q}, \quad (5)$$

де y_t – поточне значення ряду, ϕ_p – коефіцієнти автокореляції, p – номер попереднього значення (або номер порядку), ϵ_t – випадкова похибка, c – середнє арифметичне. d – це кількість проведення операцій різниці, θ_q – коефіцієнт ковзного середнього, q – порядок ковзного середнього.

Обидві моделі добре показали себе під час випадків зараження COVID-19 у Саудівській Аравії. На момент 2020 року було зареєстровано 182 493 випадки, з них 1551 летальні та 124 755 одужань. За результатами прогнозовані та фактичні значення співпадають. Моделям вдалося зберегти мінімальну похибку в прогнозуванні [4].

Моделювання та прогнозування поширення інфекційних захворювань на основі аналізу часових рядів є ефективними методами, що дозволяють передбачити динаміку захворюваності. Прогнозуючі моделі, такі як ARIMA та SIR, можуть з мінімальною похибкою відображати тенденції

розповсюдження інфекції, допомагаючи у прийнятті рішень щодо заходів контролю та профілактики. Дані моделі надають важливу інформацію для визначення піків епідемій, оцінки ефективності інструментів впливу держави, що сприяє більш ефективному управлінню охороною здоров'я під час епідемій.

Список використаних джерел:

1. Tomov L., Chervenkov L., Miteva D., Batselova H., Velikova T. Applications of time series analysis in epidemiology: Literature review and our experience during COVID-19 pandemic. *World Journal of Clinical Cases*. 2023. № 11 (29). P. 6974–6983.

2. Pratik Bhandari. Analysis of Prediction Models in spread of Ebola Virus Disease. P. 21–22.

3. Hyndman R. J., Athanasopoulos G. Forecasting: Principles and Practice. Monash University, Australia. 2018. URL: https://otexts.com/fpp2/arima.html. (дата звернення: 15.10.2024).

4. Khaled Ali Abuhasel, Mosaad Khadr, Mohammed M. Alquraish. Analyzing and forecasting COVID-19 pandemic in the Kingdom of Saudi Arabia using ARIMA and SIR models. *Computational Intelligence.* 2022. № 38. P. 770–783.

Рябоволенко Е. А., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Яковенко В. О., д.т.н., професор кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ОСНОВНІ МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ТА ПРОСУВАННЯ ПРОГРАМНИХ ПРОДУКТІВ

Конкуренція на ринку програмних продуктів постійно зростає, що змушує розробників шукати інноваційні способи просування своїх програмних продуктів. Одним із найефективніших підходів є пошукова оптимізація (SEO), яка допомагає збільшити видимість продукту у пошукових системах та привернути увагу цільової аудиторії, що значно підвищує конкурентоспроможність.

SEO (Search Engine Optimization) – це сукупність методів і стратегій, спрямованих на поліпшення видимості веб-сайту в пошукових системах. SEO-технології охоплюють широкий спектр методів, включаючи, технічну оптимізацію контенту, роботу із зовнішніми посиланнями, аналіз поведінки користувачів, використання релевантних ключових слів, покращення користувацького досвіду (UX/UI), роботу з метаданими, оптимізацію зображень та робота з аудиторією.

Оптимізація контенту полягає у використанні релевантних ключових слів, що допомагає пошуковим системам коректно індексувати сторінки [1]. Наприклад, для програмного продукту, що надає послуги планування бюджету, можна використати такі ключові слова, як 'планування фінансів', 'керування бюджетом' або 'фінансове планування', що дозволить залучити користувачів, які шукають відповідні послуги.

Такі ресурси, як Google Trends або Ahrefs, надають цифрові дані щодо популярності запитів, що дозволяє SEO-менеджерам визначати найпопулярніші запити серед користувачів. Ці дані дають можливість оптимізувати контент відповідно до потреб, що сприяє створенню більш кращого результату [2].

Крім створення контенту з ключовими словами. Для покращення просування продукту в мережі є оптимізація завантаження контенту. Конкретні методи включають оптимізацію зображень, за допомогою таких інструментів, як TinyPNG, ImageOptim, для зменшення розміру та скорочення часу завантаження сторінок. Кешування інформації зменшує час завантаження сторінок при повторному відвідуванні користувачем. Мінімізація JavaScript та CSS, за допомогою інструментів UglifyJS або CSSNano, дозволяє зменшити розмір файлів за рахунок видалення непотрібних пробілів і коментарів. Алгоритми типу Lazy Loading дозволяє відкладати завантаження зображень і відео до моменту, коли користувач прокручує сторінку до відповідного елемента, що покращує початковий час завантаження сторінки.

Крім того, важливим компонентом SEO є створення якісних зовнішніх посилань, що підвищує авторитет ресурсу в очах пошукових систем. Зовнішні посилання можуть бути створені шляхом розміщення статей у блогах, публікації гостьових постів, співпраці з іншими сайтами або використання посилань у соціальних мережах. Створення зовнішніх посилань через гостьові пости на популярних веб-сайтах збільшує авторитет сторінки, що позитивно впливає на її ранжування [2].

Дослідження, проведені Moz, компанії, що спеціалізується на SEO та цифровому маркетингу, та надає інструменти та дослідження для покращення видимості веб-сайтів у пошукових системах, зводилося до аналізу великої кількості веб-сайтів, де оцінювалась кількість і якість зовнішніх посилань, а також їх вплив на ранжування у пошукових системах [3]. Дані отримувалися шляхом збору інформації з інструментів, таких як Moz Link Explorer, що дозволяє відстежувати посилання на сайти, і були проаналізовані для визначення кореляції між кількістю якісних посилань і позиціями в пошуку [4].

Результати показали, що сайти з більшою кількістю якісних зовнішніх посилань мають вищі позиції у результатах пошуку, що підкреслює важливість роботи з зовнішніми посиланнями [2]. Аналіз поведінки користувачів також відіграє важливу роль, оскільки дозволяє покращувати контент і користувацький досвід на основі даних про поведінку аудиторії.

Отже використання SEO-технологій є важливим інструментом для успішного просування програмних продуктів, оскільки дозволяє підвищити видимість у пошукових системах, збільшити аудиторію користувачів і, в кінцевому підсумку, підвищити прибутковість продукту. Крім цього, SEO дозволяє отримати цінну аналітику про поведінку користувачів, що допомагає у прийнятті стратегічних рішень щодо розвитку продукту. Правильна оптимізація сприяє покращенню користувацького досвіду, що підвищує рівень задоволення клієнтів і стимулює повторне використання продукту. Інвестування в SEO може забезпечити довгострокову стабільність та конкурентоспроможність на ринку, дозволяючи програмним продуктам не лише виживати, але й успішно розвиватися в умовах зростаючої конкуренції.

Список використаних джерел:

1. Muhammad Iqbal. Search Engine Optimization (SEO): A Study of important key factors in achieving a better Search Engine Result Page (SERP) Position. 2022.
2. Fishkin R., Hogenhaven T. Inbound Marketing and SEO: Insights from the Moz Blog. 2013.
3. Moz – SEO Software for Smarter Marketing. URL: https://moz.com
4. Link Explorer Overview, more about using Link Explorer. URL: https://moz.com/help/link-explorer/getting-started/overview

Рябоволенко Е. А., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мормуль М. Ф., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ТЕОРІЯ ЙМОВІРНОСТЕЙ В ІГРОВОМУ ДИЗАЙНІ

Теорія ймовірностей є невід'ємною частиною ігрового дизайну та ігрової індустрії в цілому, це математичний інструмент, що вивчає можливість виникнення різноманітних ігрових подій. Вона використовується для створення захопливих і збалансованих ігрових механік та елементів випадковості, прогнозування результатів, забезпечення цікавих викликів для гравців та справедливості гри, підтримання інтересу гравців. Ймовірність визначає, як часто відбуватимуться певні події, такі як отримання рідкісних предметів, що сприяє формуванню цікавих та захоплюючих моментів у грі.

З найпростіших прикладів використання ймовірностей – це випадкове випадіння предмету від ворогів – Random drop («випадкове падіння»). Ігрова механіка використовується головним чином для того, щоб дати гравцям відчуття винагороди, призначаючи список предметів, які вони

можуть отримати, якщо переможуть ворогів. Ці предмети називаються «дропами» (від англ. «to drop» – кидати), оскільки ворог скидає їх, коли помирає, і для кожного такого предмета існує таблиця ймовірностей, яку задає розробник [1].

У багатьох рольових іграх гравці можуть отримувати випадкові предмети після перемоги над ворогами. Наприклад, у грі «Diablo III» кожен ворог має певний шанс дати рідкісний або легендарний предмет після поразки. Це створює додатковий стимул для гравців брати участь у боях, оскільки кожна перемога може принести цінну нагороду. Існує безліч варіантів реалізації ймовірності випадіння предметів. Одним з відомих є випадіння монстрів «Pokemons» (від Pocket Monster – «Кишеньковий монстр») в останніх поколіннях гри Pokemon. Ймовірність зустрічі гравця з певним видом монстра є наступною:

$$P(n,k,t) = \left(1 - \frac{1}{k}\right)^{t-k} \cdot \frac{1}{k^n} \cdot C_k^n, \qquad (1)$$

де n – кількість предметів, яких прагне отримати гравець; $\frac{1}{k}$ – шанс, що залежить від кількості предметів; t – кількість спроб; C_k^n –біноміальний коефіцієнт, що визначає кількість способів вибрати n елементів з k [2].

Наступною розповсюдженою механікою є Critical Strike («критичний удар»). У багатьох рольових іграх використовуються критичні удари, коли персонаж завдає значно більше пошкоджень, ніж зазвичай. Ймовірність критичного удару можна задавати у вигляді константи, наприклад 10%, це означає, що кожен удар має незалежну ймовірність 0,1 бути критичним. Це доволі примітивне математичне визначення. В таких багатокористувацьких іграх як Dota 2, League of Legends, шанс нанесення критичного удару може залежати від декількох факторів на прикладі наступної формули [3]:

$$AVD = 1 + (Critical\ chance \times (0{,}75 + Bonus\ critical\ damage)), \qquad (2)$$

де *Average damage multiplier* (*AVD*) – середній множник шкоди, *Critical chance* – критичний шанс шкоди, *Bonus critical damage* – бонусне нанесення шкоди. Формула (2) використовується в багатокористувацькій грі League of Legends.

Створення випадкових подій є невід'ємною частиною дизайну відкритих світів. Даний елемент ігрового процесу формує враження гравця, що світ живе своїм життям. Для цього розробники вдаються до певних хитрощів. За основу, загалом, береться місцевість, на якій може відбуватися певна подія, задана константою, та місце координат гравця на цій місцевості. Виникнення події може бути схожим з випадінням значення грального кістки. Є також і більш складні системи, наприклад, системи роботи живого світу від наших розробників GSC гри

S.T.A.L.K.E.R – A-Live. Гравець може випадково зустріти групу «сталкерів», що полюють на мутантів, або побачити, як мутанти нападають на табір людей. Ці події виникають незалежно одна від одної, і кожна з них має свою ймовірність настання. Система A-Life забезпечує створення динамічного середовища, де ймовірність виникнення різних подій визначається випадковими факторами, що додає грі реалістичності та непередбачуваності. Штучний інтелект в «Сталкері» має набір правил, яких він має дотримуватися залежно від типу NPC та його ролі по відношенню до гравця. Виходячи з цього, ШІ реагуватиме по-різному. Залежно від того, як працює A-Life, може відбуватися каскадний набір реакцій, заснований на ігрових подіях і діях гравця [4]. Наприклад, якщо ворог-бандит випадковим чином потрапляє на патруль групи чи на засідку гравця, але не вмирає, то він має можливість приєднатися до іншої групи або продовжити початковий шлях. А якщо гравець натрапляє на пораненого бандита, якого зцілює, то правила змінюються через ставлення до гравця з боку бандита, що є актом доброти [4].

Теорія ймовірностей допомагає ігровим дизайнерам створювати баланс між викликом і нагородою, утримуючи інтерес гравців та забезпечуючи варіативність у грі. Завдяки правильному використанню ймовірнісних механік розробники можуть створювати ігрові елементи, які стимулюють гравців повертатися до гри знову і знову, адже випадкові події та нагороди створюють ефект непередбачуваності, який приваблює.

Список використаних джерел:

1. Random Drop. URL: https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/Main/RandomDrop

2. Building a Better Random Drop. URL: http://words.stvs.tv/building_a_better_random_drop.html

3. Critical strike, League of Legends Wiki. URL: https://leagueoflegends.fandom.com/ wiki/Critical_strike

4. A-Life: An Insight into Ambitious AI. URL: https://blackshellmedia.com/2017/08/12/a-life-an-insight-into-ambitious-ai

Стахів Г. І., студент
Університету Короля Данила
(науковий керівник – Тимоць М. В., к.е.н.,
доцент кафедри управління та адміністрування
Університету Короля Данила)

ОЦІНКА ВПЛИВУ ВОЄННИХ ДІЙ В УКРАЇНІ НА ЕКОНОМІЧНУ СИТУАЦІЮ ТА РИНОК ПРАЦІ В ІТ-СФЕРІ

Воєнні дії, які тривають в Україні з 2014 року та суттєво загострилися у 2022 році, стали однією з найважливіших проблем, що впливають на всі сфери життя країни. Особливо це стосується економічної ситуації та ринку праці в IT-сфері, яка є одним із ключових секторів економіки України.

У дослідженні було використано комплекс методів, включаючи аналіз статистичних даних, експертні опитування та порівняльний аналіз. За даними Державної служби статистики України, у 2022 році ВВП країни скоротився на 30% порівняно з 2021 роком [1]. Це значне падіння вплинуло на всі галузі економіки, зокрема на IT-сектор, який раніше демонстрував стабільне зростання.

Іноземні інвестиції в IT-сектор України зменшилися на 45% через підвищені ризики та нестабільність [2]. Це обмежило можливості для розвитку нових проєктів та розширення існуючих компаній. Багато інвесторів перейшли до режиму очікування або перерозподілили свої інвестиції в більш стабільні регіони. Крім того, зростання курсу валют призвело до подорожчання програмного забезпечення, що негативно вплинуло на фінансові показники компаній.

Ринок праці в IT-сфері зазнав суттєвих змін. За даними Асоціації "IT Ukraine", близько 15% IT-фахівців були змушені переміститися в інші регіони України або виїхати за кордон [3]. Це призвело до нерівномірного розподілу кадрів по країні та створило дефіцит спеціалістів у певних областях. З іншого боку, деякі регіони зіткнулися з перенасиченням ринку праці, що ускладнило пошук роботи для IT-фахівців.

Опитування серед IT-компаній показало, що 60% з них відчули негативний вплив воєнних дій на свою діяльність [4]. Основними проблемами стали нестабільність електропостачання, ризики фізичної безпеки співробітників та зниження замовлень від клієнтів. Проте 40% компаній змогли адаптуватися до нових умов, перейшовши на віддалену роботу, перемістивши співробітників та впровадивши нові бізнес-моделі.

Державна підтримка відіграє важливу роль у стабілізації ситуації. Запровадження спеціального правового режиму "Дія City" створює сприятливі умови для розвитку IT-бізнесу, зокрема шляхом зниження податкового навантаження та спрощення регуляторних процедур [5]. Це сприяє залученню інвестицій та стимулює зростання галузі. Крім того, держава впроваджує програми підтримки експорту IT-послуг, що допомагає компаніям виходити на нові ринки.

Також, незважаючи на складнощі, університети та приватні освітні платформи продовжують підготовку IT-спеціалістів, використовуючи онлайн-формати та гнучкі програми навчання. Це допомагає компенсувати відтік кадрів. Важливою тенденцією є зростання популярності курсів з кібербезпеки та хмарних технологій, що відповідає актуальним потребам ринку.

Міжнародна спільнота надає суттєву підтримку українському IT-сектору. Грантові програми, технічна допомога та співпраця з іноземними компаніями сприяють стабілізації галузі та відкривають нові можливості для розвитку. Наприклад, Європейський Союз запустив програму підтримки українських IT-стартапів, яка передбачає фінансування перспективних проєктів [6].

Зростання попиту на послуги у сфері кібербезпеки є ще одним важливим аспектом. Воєнні дії супроводжуються посиленням кібератак, що стимулює розвиток відповідних підрозділів у компаніях та відкриває нові можливості для спеціалістів у цій сфері. За даними досліджень, попит на експертів з кібербезпеки зріс на 25% у порівнянні з попереднім роком [7].

Також відзначається активізація волонтерського руху в IT-сфері.

Висновки. Проведена оцінка свідчить про значний негативний вплив воєнних дій на економічну ситуацію та ринок праці в IT-сфері України. Зниження ВВП, відтік інвестицій та кадрові проблеми створюють серйозні виклики для галузі. Проте IT-сектор демонструє високу стійкість та здатність до адаптації. Особливу увагу слід приділити розвитку напрямків, що мають високий потенціал, таких як кібербезпека та хмарні технології.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Валовий внутрішній продукт України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua
2. Національний банк України. Звіт про прямі іноземні інвестиції. URL: https://bank.gov.ua
3. Асоціація “IT Ukraine”. Аналітичний звіт про стан IT-ринку в Україні у 2022 році. URL: https://itukraine.org.ua
4. Опитування IT-компаній щодо впливу воєнних дій на діяльність. URL: https://example-survey.ua
5. Міністерство цифрової трансформації України. Проєкт “Дія City”. URL: https://thedigital.gov.ua
6. Європейська Комісія. Програма підтримки українських IT-стартапів. URL: https://ec.europa.eu
7. Звіт про стан кібербезпеки в Україні. URL: https://cybersecurity-report.ua

Сухолуцький І. Р., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Мормуль М. Ф., к.т.н., доц., доцент кафедри
комп’ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ КОМП’ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВІЙСЬКОВІЙ СФЕРІ

На превеликий жаль з сумом хочеться відзначити, що й досі наша країна перебуває в стані війни, і кожен українець відчуває на собі тягар війни. Хтось відстоює нашу землю зі зброєю в руках хтось займається волонтерством, а хтось боронить наш кіберпростір. Комп'ютерні технології можуть змінювати методи ведення військових операцій, створювати нові виклики для глобальної безпеки. Дедалі важливішою стає роль інформаційних технологій і систем у організації й плануванні та проведенню бойових операцій.

Кібератаки та інформаційні війни стали складовою частиною сучасних військових конфліктів, починаючи з 21 століття. Зараз у центрі уваги опинилися технології, що зламують системи ворога, порушують роботу комунікативних мереж та отримують секретну інформацію.

Одним із найважливіших аспектів використання комп'ютерних технологій у військовій сфері є кібербезпека. В умовах глобальної цифровізації захист інформаційних систем стає критично важливим для забезпечення національної безпеки. Кібератаки можуть бути спрямовані на різні об'єкти: від державних установ до військових баз, від енергетичних мереж до фінансових інституцій. У сучасних військових конфліктах інформаційна війна займає значну частину зусиль, які спрямовані на дестабілізацію супротивника.

Прикладом є атака віруса "Петя". Вірус "Петя" (Petya) – це шкідливе програмне забезпечення, яке належить до категорії вірусів-вимагачів (ransomware). Він був уперше зафіксований у 2016 році, але набув найбільшого розголосу під час глобальної кібер-атаки в червні 2017 року. "Петя" поширювався через заражені електронні листи та зловмисні посилання, після чого шифрував жорсткі диски інфікованих пристроїв і вимагав викуп за розблокування даних. На відміну від багатьох інших вірусів-вимагачів, "Петя" не лише шифрував окремі файли, а й атакував файлову систему комп'ютера, зокрема таблицю розділів жорсткого диска (MBR). Вірус перезаписував MBR, що блокувало доступ до операційної системи, відображаючи повідомлення про вимогу викупу під час перезавантаження комп'ютера. "Петя" використовував експлойт під назвою EternalBlue, що став відомим після його витоку в публічний доступ з ресурсів американської розвідувальної служби NSA. Цей експлойт давав змогу зловмисникам використовувати уразливість у протоколі SMBv1, що дозволяло вірусу поширюватися мережею та інфікувати інші комп'ютери в локальних мережах компаній та організацій. Ще одним прикладом ефективного використання кіберзброї є вірус Stuxnet, який у 2010 році був використаний для атаки на іранські ядерні об'єкти.

Кібер-атака за допомогою вірусу NotPetya спричинила значні фінансові та операційні втрати для багатьох великих компаній та установ по всьому світу. Найбільш постраждали енергетичні, транспортні та медійні компанії. Зокрема, серед постраждалих були такі великі корпорації, як Maersk, Merck, та українська енергетична компанія УкрЕнерго. Окремо варто зазначити, що Україна стала однією з головних

мішеней цієї атаки, зважаючи на те, що вірус був поширений через бухгалтерське програмне забезпечення M.E.Doc, яке використовувалося багатьма українськими підприємствами.

Сучасні кібероперації мають складну структуру, оскільки часто включають багатоетапні атаки, спрямовані на отримання контролю над інформаційними системами противника. Такі операції можуть включати соціальну інженерію, використання уразливостей у програмному забезпеченні та розгортання шкідливого коду. Важливою проблемою є те, що держави можуть використовувати кіберпростір для досягнення своїх геополітичних цілей, зберігаючи при цьому анонімність і уникнення прямої відповідальності.

Ключову роль у сучасній військовій тактиці відіграють системи управління бойовими операціями, відомі як C4ISR (Command, Control, Communications, Computers, Intelligence, Surveillance, and Reconnaissance). Ці системи дозволяють командирам оперативно отримувати інформацію про ситуацію на полі бою, що підвищує ефективність планування та виконання військових операцій. Основна їх перевага полягає у здатності інтегрувати інформацію з різних джерел, таких як супутникові знімки, дані розвідки та повідомлення від військових підрозділів, і надавати цю інформацію в режимі реального часу. Це дозволяє командирам приймати більш обґрунтовані рішення та швидко реагувати на зміни ситуації на полі бою.

Ще одним важливим важелем для підвищення ефективності військових операцій є штучний інтелект (ШІ) та автономні системи, наприклад, дрони, які дозволяють проводити розвідувальні операції та завдавати удари по цілях з високою точністю, не піддаючи ризику життя пілотів.

Таким чином, комп'ютерні технології на рівні з людськими чинниками відіграють дуже важливу роль у військових цілях. Інформаційні технології стали невід'ємним елементом у військових операціях у сучасному світі. Їх використання забезпечує збільшення ефективності та точності військових дій, а також допомагає забезпечити безпеку та захист військових, а також цивільних об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Carr Jeffrey. Inside Cyber Warfare: Mapping the Cyber Underworld. O'Reilly Media, 2012.

2. Geist Edward. "It's Already Too Late to Stop the AI Arms Race – We Must Manage It Instead". RAND Corporation, 2016.

3. Scharre Paul. Army of None: Autonomous Weapons and the Future of War. W. W. Norton & Company, 2018.

4. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/29336511.html.

5. URL: https://censs.org/concept-of-hybrid-warfare-and-its-components

Сумовський О. М., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Клим В. Ю., к.т.н., доц.,
доцент кафедри кібербезпеки та інформаційних технологій

Університету митної справи та фінансів)

АКТУАЛЬНІ ЗАДАЧІ ТЕХНОЛОГІЇ КВАНТОВОГО ШИФРУВАННЯ

Квантове шифрування представляє собою передову технологію, яка використовує принципи квантової механіки для забезпечення максимальної безпеки передачі даних. На відміну від традиційних криптографічних методів, квантове шифрування спрямоване на усунення потенційних вразливостей, що можуть виникнути внаслідок прогресу в галузі квантових обчислень. З розвитком квантових комп'ютерів класичні алгоритми шифрування можуть стати вразливими до атак, тому квантова криптографія розглядається як важливе рішення для майбутньої безпеки інформаційних систем.

Квантове шифрування базується на принципах квантової механіки, зокрема на суперпозиції та заплутаності квантових станів. Основний метод, що використовує ці властивості – це квантовий розподіл ключа (Quantum Key Distribution, QKD). Найбільш поширеним протоколом QKD є BB84, запропонований Чарльзом Беннетом та Жілем Брассаром у 1984 році [1].

Протокол BB84 використовує фотони, які передають інформацію в вигляді бітів, що перебувають у квантових станах. Основний принцип цього підходу полягає в тому, що будь-яка спроба перехоплення фотонів змінює їхній квантовий стан, що дозволяє учасникам зв'язку (відправнику та отримувачу повідомлень) визначити факт втручання та вжити відповідних заходів. Таким чином, безпека квантового шифрування забезпечується законами фізики, а не обчислювальною складністю, як це відбувається у традиційних криптографічних методах [2].

Відомо, що традиційні криптографічні алгоритми, такі як RSA, можуть бути скомпрометовані за допомогою квантових обчислень, оскільки квантові комп'ютери мають здатність ефективно виконувати факторизацію великих чисел за допомогою алгоритму Шора. Завдяки використанню принципів квантової механіки можна уникнути таких атак. Таким чином, основними перевагами квантового шифрування є в першу чергу його стійкість до атак з боку квантових комп'ютерів.

Наразі основними недоліками, які обмежують можливість широкого впровадження квантового шифрування, постають наступні: технічна складність реалізації квантових систем і необхідність використання спеціального обладнання для передачі фотонів. Крім того, квантові канали зв'язку схильні до втрат сигналу та впливу шумів, що також ускладнює їх практичне використання.

Квантове шифрування активно впроваджується для захисту інформації у сфері державної безпеки, фінансів та наукових досліджень. Країни Європейського Союзу та Китай досягли успіхів, розгортаючи квантові комунікаційні лінії та мережі. Урядові й наукові установи у

різних країнах продовжують інвестувати у розвиток цієї технології для створення безпечних квантових мереж.

Таким чином, з проведеного аналізу відкритих джерел [1, 2] актуальні задачі квантового шифрування полягають у наступному:

– забезпечення стабільності та надійності квантових каналів зв'язку;

– розробка масштабованих квантових мереж для передачі даних на великі відстані;

– створення методів квантової аутентифікації для підтвердження особи під час передачі даних;

– оптимізація методів квантового розподілу ключів (QKD) для підвищення швидкості передачі;

– зниження вартості обладнання для квантового шифрування, що зробить технологію більш доступною;

– підвищення захищеності квантових систем від фізичних атак на канали;

– інтеграція квантового шифрування в сучасні інформаційні системи та мережеві протоколи.

В роботі проведено вивчення основних положень квантового шифрування та історія його розвитку. Сформульовані і визначені розробки у галузі квантових комунікацій підкреслюють величезний потенціал квантової криптографії, зокрема для підвищення безпеки у критично важливих секторах, таких як фінансові установи і державні органи. Крім того показано, що технологія квантового шифрування обіцяє не лише підвищення рівня безпеки, але й нові можливості у світі цифрових інформаційних технологій. Отже, стрімкий прогрес, який наразі спостерігається у цій сфері, може призвести до широкого впровадження квантового шифрування в найближчому майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Всі навчальні заклади України. Квантове шифрування. Принципово новий рівень захисту інформації. URL: https://www.education.ua/blog/47893 (дата звернення: 01.10.2024).

2. Енциклопедія сучасної України. Квантова криптографія. URL: https://esu.com.ua/article-11921 (дата звернення: 25.09.2024).

Хмара Д. О., Шинкарьова В. А., студентки
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Лебідь О. Ю., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри
комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення
Університету митної справи та фінансів)

ПОМИЛКИ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ЩО ЗМІНИЛИ СВІТ: ПРИЧИНИ, НАСЛІДКИ ТА МЕТОДОЛОГІЇ ЗАПОБІГАННЯ

У сучасному світі, що значно залежить від програмного забезпечення (ПЗ) у різних сферах – від банківських операцій і медичних обстежень до

функціонування критично важливої інфраструктури, помилки можуть мати катастрофічні наслідки. Незважаючи на всі досягнення в методах розробки та тестування, повністю уникнути помилок у ПЗ досі неможливо. Деякі помилки можуть бути незначними, але глобальні збої можуть нести серйозні загрози.

Ось кілька головних проблем, з якими стикається технологічний світ сьогодні.

1. Майже кожен пристрій та програма збирають дані про користувачів. Технологічні гіганти, як-от Google, Facebook та Amazon, накопичують величезні обсяги інформації про своїх клієнтів, що викликає серйозні побоювання щодо конфіденційності. Відомим прикладом є витік даних Facebook у 2019 році, коли понад 540 мільйонів записів користувачів було залишено на незахищених серверах. Інцидент показав, наскільки важливо, щоб великі компанії відповідально підходили до зберігання даних.

2. Інформаційні технології розвиваються стрімкими темпами, особливо в галузі штучного інтелекту (ШІ), що несе не лише нові можливості, але й створює нові види загроз та типи помилок. Наприклад, в медичній сфері алгоритми ШІ можуть допомагати в діагностиці захворювань, проте неточні або помилкові прогнози можуть мати серйозні наслідки і можуть не тільки підірвати довіру до ШІ, але й поставити під загрозу здоров'я та життя пацієнтів.

3. Завдяки технологіям, інформація стала доступною і поширюється з небаченою швидкістю, але це також призводить до перенасичення, що ускладнює прийняття рішень для користувачів. У світі, де величезні обсяги даних генеруються щодня, користувачі стикаються з труднощами в знаходженні надійної інформації. Наприклад, під час пандемії люди отримували суперечливу інформацію про здоров'я, що підривало довіру до офіційних джерел. В умовах інформаційного потоку критичне мислення та вміння оцінювати джерела стають дедалі актуальнішими, адже користувачі повинні відрізняти факти від фейків, щоб приймати обґрунтовані рішення.

Однією з головних причин глобальних помилок є відсутність належного планування в процесі розробки та підтримки програмного забезпечення. Недостатня увага до детального планування і чіткого визначення специфікацій проєкту може призвести до непорозумінь і, зрештою, до реалізації невірних вимог.

Також важливо відзначити низьку якість коду та тестування, які часто є результатом тиску з боку термінів виведення продукту на ринок. Команда розробників, намагаючись прискорити процес, може пропустити критичні етапи тестування, внаслідок чого помилки виявляються лише під час реальної експлуатації.

Ігнорування вимог безпеки є ще однією серйозною проблемою, оскільки розробники часто зосереджуються на функціональності продукту, відкриваючи таким чином шлях для потенційних атак і загроз порушення конфіденційності даних [1].

Планування є основою успішного проєкту з розробки програмного забезпечення. Ретельно продуманий підхід на кожному етапі – від аналізу

вимог до тестування й підтримки – є критично важливим для запобігання помилкам і мінімізації ризиків. Одним із ключових аспектів планування є проєктування та аналіз ризиків, які дозволяють виявляти потенційні проблеми на ранніх етапах.

Безперервне тестування також є важливим елементом планування. Створення системи тестування, яка включає автоматизовані тести та перевірки безпеки, дозволяє швидко виявляти і виправляти помилки.

Нарешті, впровадження стандартів безпеки повинно бути невід'ємною частиною планування. Це допомагає зменшити ризик втручання з боку третіх осіб і захищає критичну інфраструктуру від кібератак. Загалом, комплексний підхід до планування може суттєво знизити ймовірність виникнення глобальних помилок у програмному забезпеченні [2].

Отже, помилки в ПЗ не тільки становлять значну загрозу фінансовій стабільності та безпеці, а й можуть серйозно впливати на суспільство. Сучасний технологічний світ підсилює ці ризики, додаючи нові типи загроз та ускладнюючи контроль за якістю ПЗ. Першочергову увагу в розробці слід приділяти комплексному плануванню, тестуванню, безпеці та управлінню оновленнями. Ретельно продумана методологія розробки дозволяє знизити ймовірність критичних помилок, забезпечуючи безпечне і надійне функціонування програмного забезпечення в усіх галузях.

Список використаних джерел:

1. Як взаємодіють Agile та DevOps? // Atlassian. URL: https://www.atlassian.com/agile/devops

2. Звідки беруться помилки в ПЗ // QALight. URL: https://qalight.ua/baza-znaniy/zvidki-berutsya-pomilki-v-pz

Чуйко А. Г., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н., доц., доцент кафедри комп'ютерних наук та інженерії програмного забезпечення Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА ВЕБ-ДИЗАЙН

У нашому світі технології продовжують розвиватися надзвичайно швидко. Штучний інтелект (ШІ) стає невід'ємною частиною нашого життя, активно впливаючи на веб-дизайн та модернізацію веб-сайтів. У цій сфері ШІ використовує алгоритми машинного навчання для автоматизації етапів розробки. Ці технології можуть аналізувати великі обсяги даних, виявляти закономірності та формулювати прогнози чи рекомендації. Це дозволяє дизайнерам оптимізувати роботу, покращувати взаємодію з користувачами та створювати персоналізований контент відповідно до потреб.

Однією з важливих сфер, де штучний інтелект суттєво вплинув на дизайн, є автоматизоване створення макетів. Раніше дизайнерам доводилося витрачати багато часу на створення каркасів і прототипів для пошуку оптимального рішення. Тепер, завдяки штучному інтелекту, вони можуть вказати свої уподобання, а алгоритм самостійно генерує кілька

варіантів. Автоматизоване створення дизайну не лише економить час і ресурси, а й стимулює новаторські ідеї. Дизайнери отримують можливість оперативно вивчати різні концепції, випробовувати різноманітні стилі та естетичні рішення, при цьому забезпечуючи відповідність принципам брендингу та галузевим нормам.

Алгоритми штучного інтелекту можуть аналізувати поведінку аудиторії, їхні вподобання та демографічні дані для створення унікального досвіду взаємодії. Аналізуючи, як відвідувачі користуються сайтом, ШІ здатен надавати рекомендації, пропонувати актуальний контент і налаштовувати дизайн відповідно до індивідуальних смаків. Така глибока персоналізація не лише підвищує залучення користувачів, а й значно підвищує ймовірність успішної взаємодії.

Інструменти веб-дизайну на основі штучного інтелекту можуть автоматично покращувати доступність веб-сайтів. Вони допомагають дизайнерам гарантувати, що сайти відповідають стандартам доступності, забезпечуючи альтернативний текст для зображень, можливість навігації з клавіатури та налаштування кольорової контрастності. Це сприяє зручнішій взаємодії для осіб з різними здібностями та потребами й допомагає компаніям уникнути потенційних правових проблем, пов'язаних із доступністю ресурсів [1].

З розширенням використання автоматизації та штучного інтелекту дизайнери стикаються з величезними обсягами інформації, які потребують аналізу та обробки. Це створює потребу в розвитку навичок, пов’язаних із роботою з даними, а також у розумінні їхнього впливу на дизайнерські рішення. Окрім цього, фахівці повинні бути готові до:

1. Впровадження аналітичних інструментів. Щоб ефективно аналізувати дані та виявляти патерни у поведінці користувачів, необхідно використовувати спеціалізовані програмні рішення та інструменти аналітики.

2. Співпраці з алгоритмами машинного навчання. Знання основ роботи алгоритмів машинного навчання дозволить дизайнерам продуктивніше взаємодіяти зі штучним інтелектом і максимально використовувати його можливості у веб-дизайні.

3. Гарантування конфіденційності даних. Оскільки деякі дані користувачів є чутливими, важливо, щоб дизайнери дотримувалися норм і стандартів, що забезпечують захист конфіденційності та безпеки інформації.

З розвитком роботизації постає загроза, що традиційні ролі дизайнерів можуть бути замінені автоматизованими рішеннями. Проте, щоб залишатися затребуваними в цьому динамічному цифровому середовищі, дизайнерам потрібно постійно вдосконалювати свої навички та освоювати нові інструменти і технології. Це передбачає вивчення актуальних трендів у веб-дизайні, знайомство з програмами та інструментами, пов’язаними зі штучним інтелектом та аналітикою, а також розвиток компетенцій у сфері користувацького інтерфейсу і взаємодії. Лише такі професіонали зможуть успішно реагувати на нові виклики, підтримувати свою конкурентоспроможність та досягати видатних результатів у своїй діяльності [2].

З розвитком штучного інтелекту його вплив на веб-дизайн продовжить поглиблюватися. Прориви в комп'ютерному зорі, обробці природної мови відкривають нові можливості для створення захопливого веб-досвіду. Наприклад, віртуальні помічники на базі ШІ можуть допомагати користувачам орієнтуватися в складних інтерфейсах, пропонуючи персоналізовані рекомендації та підказки тощо. Таким чином, ШІ суттєво впливає на створення і розвиток веб-сайтів, оптимізуючи користувацький досвід, автоматизуючи процеси розробки та покращуючи доступність. Веб-дизайнерам і розробникам слід максимально використовувати потенціал штучного інтелекту, вирішуючи існуючі проблеми та етичні виклики, щоб створити більш привабливе та інклюзивне цифрове середовище [3].

Список використаних джерел:

1. Розвиток ШІ у веб-дизайні. URL: https://dizz.in.ua/uk/rozvitok-shi-u-veb-dizajni (дата звернення 24.10.2024 р.).

2. Вплив роботизації та штучного інтелекту на дизайн веб сайтів: тренди та виклики. URL: https://seo-evolution.com.ua/blog/poleznye-sovety/vpliv-robotizatsiyi-ta-shtuchnogo-intelektu-na-dizayn-veb-saytiv (дата звернення 24.10.2024 р.).

3. Революція у веб-дизайні: ШІ на передовій. URL: https://proit.ua/rievoliutsiia-u-vieb-dizaini-shi-na-pieriedovii (дата звернення 24.10.2024 р.).

Hlukhyy A. O., PhD student, Alfred Nobel University, Dnipro, Ukraine
Hlukha T. O.,
Student at NOVA School of Science and Technology, Lisbon, Portugal
(Supervisor – Yevtushenko O. A., Ph.D.,
Associate Professor of the Department of Management,
Alfred Nobel University)

RECRUITMENT PROCESS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE

The development of the global economy demonstrates the increasing use of artificial intelligence (AI) in all areas of the organization. They become tools for innovation, and contribute to increasing efficiency in a wide range of areas of management processes [2]. In human resource management, artificial intelligence allows automation of routine processes and freeing up employees for creative and strategic activities. According to S. Matambanadzo, 25% of HR managers use artificial intelligence tools [6]. In addition, the results of Aon company research indicate that 76% of HR managers believe that organizations that do not implement AI will be stingy in efficiency with those that use it in 2 years [3].

Analysis of publications [2–8] shows that AI tools are effectively used in office work, recruitment, and hiring processes, payroll processing, performance management and evaluation, benefits administration, onboarding of new employees, and personnel support. Despite many publications on these issues, there is still uncertainty about how to implement it and get the most out of its capabilities [3].

The purpose of this work is to systematize, based on modern research, the directions and possibilities of using artificial intelligence in an organization's recruitment process.

The authors analyzed recent publications in the field of using AI in human resource management. Based on the analysis of works [1], [3], and [4] it is possible to distinguish the main areas of application of artificial intelligence at different stages of the recruitment process, which optimizes the entire recruiting process (Table 1).

The possibilities are listed in Table 1. will optimize the work of staff, reduce the cost of administering personnel management, increase the efficiency of human resource allocation, increase employee engagement by freeing up time for less standardized tasks and increase motivation, improve employee experience, and reduce bias in the recruitment process.

As we can see, AI tools can be used in all human resource management processes. However, organizational leaders face certain challenges: how to prepare employees for its active use, ensure ethical issues, and mitigate risks to the workforce. According to research by L. Lambrou, risks are increasing. For example, artificial intelligence has risen from 49th to 17th position among the ranking of the main risks of companies [5].

Table 1

Directions and opportunities for the use of artificial intelligence in the recruitment process of the organization [1], [3], [4]

Stages	Areas of use of AI	Possibilities
1. Identification and analysis of the need in the recruitment process	Recruitment scheduling	– identification of potential employees who may resign; – the probability of dismissal of the employee based on the available data.
2. Preparation and publication of job offers	Announcement of vacancies	– optimization of the targeting process for more effective outreach to potential candidates
3. Recruitment for the selection process	Search and management of candidates	– automation of the search process based on machine learning algorithms; – identification of suitable candidates by searching for relevant skills and competencies in databases and online platforms; – identification of passive candidates who might not apply
	Resume Management	– scanning resumes and identifying keywords and their synonyms, which allows you to quickly identify suitable candidates for a specific vacancy; – analysis of various factors of the resume; – prediction of the candidate's suitability for the job
4. Accepting applications from candidates in the recruitment process	Communication with candidates	– automatically sending information to candidates throughout the hiring process
	Meeting Time Coordination	– automation of tools for scheduling meetings with candidates
5. Pre-selection of candidates	Selection & Testing	– modification of psychometric tests to identify the personality of candidates: – processing of test results
	Interview & Grade Management	– generation of relevant questions during the online interview itself
6. Direct selection of personnel	Screening	– sorting a large number of applicants; assessment based on candidates' qualifications; – identification of candidates who best meet the requirements of the vacancy
7. Deciding on the final stage of the selection process	Data Management	– automating the updating and maintenance of internal datasets
	Automation of administrative work	– generation of relevant administrative documents based on templates

These problems lead to the fact that more attention is paid to the regulation of the basic rules for the use of artificial intelligence at the state level. Thus, in 2023, in the United States, to address the problem of employee well-being, the "Executive Order on the Safe, Reliable and Reliable Development and Use of Artificial Intelligence" was signed, and the document "Artificial Intelligence and Employee Well-Being: Principles for Developers and Employers" was published by Department of Labor [6].

So, summing up the results of our research, we emphasize that the use of artificial intelligence in the work of HR managers, in particular in the recruiting practice, will increase work efficiency and reduce costs. However, the problem of ensuring the rules of the game and the basic principles of ecological and ethical use of artificial intelligence to prevent an increase in the risks associated with it must be solved in the following research.

References:

1. HURMA (2022, August 17). 7 Key Steps in the Recruitment Process. URL: https://hurma.work/en/blog/7-key-steps-in-the-recruitment-process
2. IBM. (2023, October 9). Artificial intelligence and a new era of human resources. URL: https://www.ibm.com/think/topics/ai-in-hr
3. Jobylon. (2024, March 5). AI in HR – How AI and machine learning are changing the HR industry. URL: https://www.jobylon.com/blog/ai-in-hr
4. Koman G., Boršoš P. & Kubina M. The possibilities of using artificial intelligence as a key technology in the current employee recruitment process. *Administrative Sciences.* 2024. № 14 (7). P. 157. URL: https://doi.org/10.3390/admsci14070157
5. Lambrou L. (2024). How artificial intelligence is transforming human resources and the workforce. URL: https://www.aon.com/en/insights/articles/how-artificial-intelligence-is-transforming-human-resources-and-the-workforce
6. Matambanadzo S. (2024). The impact of artificial intelligence on HR processes. *Tulane University Law Blog*. URL: https://online.law.tulane.edu/blog/artificial-intelligence-on-hr-processes
7. Nawaz N., Arunachalam H., Pathi B. K., Gajenderan V. The adoption of artificial intelligence in human resources management practices. *International Journal of Information Management Data Insights.* 2024. № 4 (1). URL: https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2023.100054
8. Митрофанова Г., Євтушенко О., Глухий А., Луговий М. Методологічні засади впровадження штучного інтелекту у систему менеджменту організації. *Академічний огляд*. 2024. № 2. С. 173–187.

Багро К. В., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єдинак В. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ ТРАНСФОРМАЦІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ В БІЗНЕС-ОРГАНІЗАЦІЯХ

У час стрімкого розвитку цифрових технологій та діджиталізації все більш актуальним стає питання їх впливу на процеси управління в бізнес організаціях. Сучасне суспільство відходить від традиційних засобів та концепцій управління, на заміну яким створюються нові, в яких ключову роль відіграє вже не сам працівник, а штучний інтелект та новітні технології. Проте для ефективного використання цифрових технологій

варто з’ясувати їх вплив на управлінські процеси в організації, на що і буде зосереджене дане дослідження. Метою дослідження є виявлення наслідків впливу цифрової трансформації менеджменту на управлінські процеси бізнес організацій.

Трансформація менеджменту в цифровому суспільстві являє собою процес заміни традиційних інструментів управління (паперове діловодство, застарілі електронні обчислювальні машини та інше обладнання) та впровадження новітніх технологічних інструментів та платформ для підвищення продуктивності та ефективності діяльності й відчутної економії ресурсів організації. Для цього ми пропонуємо здійснити аналіз розвитку бізнес організацій в площині чотирьох основних функцій менеджменту: планування, організація, мотивація та контроль.

Планування. Від традиційних моделей планування, заснованих на формуванні статей бюджетів, відбувається перехід до моделей, що базуються на драйверах, завдяки яким можна досягати конкретнішої бізнес-орієнтації та отримати можливість відстежувати факторні змінні (такі як обсяги діяльності та рівні цін) фінансових прогнозів.

Організація. В організаційних процесах слід забезпечити максимальну узгодженість між цифровими та іншими функціями та їхній подальший розвиток. Першим варіантом може бути традиційна оргструктура, за якої всі «цифрові» співробітники зосереджені в межах одного функціонального підрозділу – головного цифрового офісу (Chief Digital Office). Протилежний варіант організаційної структури полягає в інтеграції цифрових працівників з формуванням цифрових команд, функціонально розподілених за різними стратегічними сферами організації [1, с. 148].

Таблиця 1

Вплив змін у реалізації функцій менеджменту

Функції менеджменту	Традиційна реалізація функцій менеджменту	Вплив змін у реалізації функцій менеджменту
Планування	Постатейне бюджетування витрат. Статичні моделі із застосуванням численних ітерацій. Мета планування – економія витрат	Використання динамічних моделей, які функціонують практично в режимі реального часу
Організація	Застосування лінійно функціональної структури з виділенням цифрового підрозділу	Формуванням цифрових команд в межах нецифрових підрозділів
Мотивація	Застосування фінансових і нефінансових методів мотивації персоналу	Орієнтація компанії на індивідуальності працівників та гейміфікація робочих процесів
Контроль	Збір, відбір, аналіз та оцінка минулих, фактичних та прогнозних даних. Порівняння даних і виявлення розбіжностей	Застосування методів часових рядів, машинного навчання та моделювання, ефективна комбінація людського фактора з машинним інтелектом

Мотивація. Мотивація персоналу в умовах дистанційної зайнятості зорієнтована на індивідуальні робочі характеристики та особливості робітників, а задля досягнення високого рівня задоволення від роботи та утримання талантів запроваджуються такі методи, як гейміфікація, навчальні та тренінгові програми, «workflow» та «implacement» [2, с. 63–64].

Контроль. Компанії активно запроваджують технології аналізу даних і автоматизованого прогнозування, використовуючи або поєднуючи методи часових рядів, машинне навчання та моделювання. Основне завдання зосереджене на забезпеченні ефективної комбінації людського фактору (розуму, ділової хватки, схильності до прийняття ризикованих рішень) з машинним інтелектом [3, с. 2].

У таблиці 1 подано вплив змін функцій управління при переході від традиційних концепцій до широкого використання цифрових технологій.

Отже, цифрові трансформації в менеджменті відчутно вплинули на управлінські процеси в організаціях, оскільки потребують нових підходів, які будуть надавати позитивні результати при впровадженні таких цифрових технологій у системи бізнес організацій.

Список використаних джерел:

1. Таранич О. В. Адаптація системи операційного менеджменту підприємств в умовах цифровізації економіки України. *Економіка і організація управління.* 2020. № 4 (40). С. 143–152. URL: https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/10197

2. Лучик С., Лучик В. Дистанційна праця: проблеми мотивації. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics.* 2022. № 1. С. 60–69. URL: https://doi.org/10.58423/2786- 6742/2022-1-60-69

3. Möller K., Schäffer U., Verbeeten, F. Digitalization in management accounting and control: an editorial. *Journal of Management Control.* 2020. № 31. P. 1–8. URL: https://doi.org/10.1007/s00187-020-00300-5

Бондар К. А.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Ковальчук Н. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

ОНЛАЙН-ДОСЛІДЖЕННЯ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Онлайн-дослідження в маркетингових комунікаціях стали невід’ємною частиною сучасного бізнесу. Вони дозволяють швидко та ефективно збирати великі обсяги даних про споживачів, їхню поведінку, уподобання та думки.

Цілі онлайн-дослідженнь в маркетингу можуть бути різними:

– Розуміння цільової аудиторії. Допомагають краще зрозуміти потреби, бажання та мотивацію клієнтів.

– Оцінка ефективності маркетингових кампаній. Дозволяють виміряти результативність рекламних кампаній.

– Розробка нових продуктів і послуг. Сприяють створенню продуктів, які відповідають потребам споживачів.

– Моніторинг ринку. Дозволяють відстежувати зміни на ринку [2].

Онлайн-дослідження в маркетингових комунікаціях мають ряд особливостей, які відрізняють їх від традиційних методів. Ось деякі з них:

1. Швидкість та ефективність. Онлайн-інструменти дозволяють швидко збирати великі обсяги даних за короткий проміжок часу. Спеціальне програмне забезпечення автоматизує аналіз даних, що прискорює процес отримання результатів.

2. Географічний охват:

– Глобальний масштаб: онлайн дослідження дозволяють охопити респондентів з будь-якої точки світу, де є доступ до інтернету.

– Цільова аудиторія: можливість сегментувати аудиторію за різними параметрами (вік, стать, інтереси, місцезнаходження) для отримання більш точних результатів.

3. Вартість:

– Економія: онлайн дослідження зазвичай дешевші за традиційні методи, оскільки не потребують витрат на друк анкет, оплату інтерв'юерів, оренду приміщень тощо.

– Доступність: онлайн-інструменти і платформи роблять дослідження доступними для компаній будь-якого розміру, включаючи малий бізнес та стартапи.

4. Гнучкість та інтерактивність:

– Адаптивність: онлайн-анкети можуть бути адаптовані до відповідей респондента, що дозволяє отримати більш детальну інформацію.

– Мультимедіа: можливість використання відео, аудіо та інших мультимедійних елементів для більш цікавої та захоплюючої взаємодії з респондентами.

5. Об'єктивність та анонімність:

– Зменшення впливу: онлайн-формат зменшує вплив інтерв'юера на відповіді респондента, що підвищує об'єктивність даних.

– Конфіденційність: онлайн-платформи забезпечують анонімність та конфіденційність даних респондентів.

Враховуючи ці особливості, онлайн-дослідження стають все більш популярним інструментом для маркетологів, які прагнуть отримати актуальну та достовірну інформацію про свою цільову аудиторію та ринок.

Проведення онлайн-опитуваннь, онлайн-анкетуваннь, онлайн-форумів, онлайн експериментів, аналіз соціальних мереж, показало, що ці дослідження суттєво допомогають протестувати рекламну концепцію; провести сегментацію онлайн-ринку та проаналізувати його окремі сегменти; провести тестування дизайну; з'ясувати обізнаність споживачів про товар, а також ставлення онлайн-користувачів до брендів [1].

Безумовно онлайн-дослідження суттєво полегшують можливості маркетингових комунікацій компаній. Однак, слід зазначити і ряд недоліків таких досліджень в маркетингу:

– Обмежений доступ до інтернету: не всі цільові аудиторії мають доступ до інтернету, що може вплинути на репрезентативність вибірки.

– Технічні проблеми: можливі технічні проблеми з інтернет-з'єднанням, програмним забезпеченням або пристроями респондентів.

– Необхідність в онлайн-грамотності: респонденти повинні мати певний рівень онлайн-грамотності для участі в онлайн дослідженнях.

– Відсутність контролю над середовищем: дослідник не може контролювати умови, в яких респондент проходить опитування.

– Можливість шахрайства: існує ризик отримання недостовірних даних через шахрайство або недобросовісність респондентів.

– Упередженість вибірки: онлайн-аудиторія може не повністю відображати цільову аудиторію дослідження.

В цілому онлайн-дослідження є потужним інструментом для маркетингових комунікацій, але важливо враховувати їх обмеження та використовувати їх в поєднанні з іншими методами для отримання найбільш повної та достовірної інформації. Багато маркетологів та соціологів радять поєднувати традиційні і онлайн-методи. Це забезпечить більш точні результати і допоможе прийняти грамотні та ефективні управлінські рішення.

Список використаних джерел:

1. Капінус Л.В., Бикова В.О., Ніколаєнко І.В. Дослідження маркетингових комунікацій підприємства на онлай-ринку. *Проблеми системного підходу в економіці.* С. 193–199. URL: http://www.psae-jrnl.nau.in.ua/journal/4_72_1_2019_ukr/28.pdf (дата доступу 2.11.2024).

2. Федорченко А.В. Особливості сучасних маркетингових досліджень в інтернет-середовищі : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «*Маркетинг і цифрові технології*» С. 165–166. URL: https://ir.kneu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f4c3584f-934c-41fe-a076-56b258cd7f03/content (дата доступу 2.11.2024).

Буравська В. М., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковальчук Н. В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту ЗЕД Університету митної справи та фінансів)

ФОРМУВАННЯ ЦІЛЕЙ У ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТІ

У сучасному світі тайм-менеджмент є основним засобом підвищення продуктивності, як індивідуальної діяльності, так і командної роботи. Формування цілей виступає важливою складовою процесу управління часом та ресурсами, оскільки без чітко визначених цілей неможливо створити ефективний план дій.

Постановка цілей – це усвідомлення того, що ми хочемо досягти та куди прагнемо прийти.

Важливо знайти своє прагнення в житті. Але як це зробити?

По-перше, потрібно зрозуміти, чого саме ми хочемо досягти. Для цього варто замислитися над тим, які події та досягнення роблять цю людину щасливою.

По-друге, необхідно з'ясувати, чи не конфліктують ці цілі між собою. Конфлікт цілей може бути викликаний нестачою та перерозподілом ресурсів: часу, грошей, зусиль та ін.

По-третє, важливо визначити вищу мету та проміжні цілі на шляху до неї. Потрібно прояснити, які конкретні дії ми можемо здійснити для досягнення нашої мети. Для цього можна використовувати «метод салямі», в якому велика мета «нарізається» на задачі, які підлягають виконанню та приводять до досягнення цієї мети.

Слід зазначити, що стововно терміну існують різні види цілей: короткострокові (на день, тиждень, місяць), середньострокові (до року), довгострокові (3–5 років). Для короткострокових цілей характерним є більш оперативне планування і виконання конкретних завдань, тоді як середньо- та довгострокові цілі вимагають детальнішого аналізу, ресурсів і гнучкості. Тому дуже важливо визначити горизонт часу своєї мети.

Після того, як ціль сформульовано, треба запобігти помилок у її реалізації, таких як відсутність пріоритетів, нечіткість цілі, недоліки в плануванні, занадто велика кількість цілей або прагнення, які не є реалістичними.

Знання інструментів для досягнення цілей є вкрай важливим. Наразі найвідоміши із них є SMART-принципи, які допомагають сформулювати цілі більш ефективно.

Детальніше про складові SMART-принципів:

S – конкретність (мета повинна бути чітко визначеною). Так, Стівен Кові визначає: "Починаючи дертись угору драбиною успіху, переконайтесь, що вона спирається на стіну потрібної вам будівлі" [1];

M – вимірність (як ми будемо вимірювати прогрес у досягненні мети?);

A – досяжність (мета повинна бути реалістичною і досяжною);

R – актуальність (мета повинна відповідати нашим цінностям та прагненням. Наприклад, якщо у нас цінність саморозвиток, то ціль може бути – опанування нової книги);

T – термін виконання (потрібно визначити, в які терміни ми плануємо досягти мети) [3].

Застосування SMART-принципів дозволяє не лише краще формулювати цілі, але й значно підвищує ймовірність їх досягнення, що в свою чергу позитивно впливає на продуктивність як особистої, так і командної роботи.

Окрім SMART-методу, існують й інші інструменти для ефективного формування та досягнення цілей. Вони допомагають глибше розуміти процес планування і враховувати різні аспекти досягнення результатів. Розглянемо деякі з них.

1. Колесо життєвого балансу. Цей інструмент допомагає формулювати цілі в різних сферах життя для збереження балансу. Колесо складається з декількох секторів, які відображають основні сфери вашого життя (навчання, здоров'я, стосунки, фінанси тощо). В кожному секторі треба визначити цілі та працювати над їх досягненням. На важливості цього інструменту можна наголосити, процитувавши Шона Кові: «Щоб давати найвищий результат, мусиш шукати рівновагу між усіма вимірами існування» [2].

2. Метод WOOP (Wish, Outcome, Obstacle, Plan). Цей метод поєднує формулювання цілей і планування для подолання можливих перешкод:

Wish (Бажання) – слід визначити чітке і конкретне бажання або мету.

Outcome (Результат) – уявити найкращий результат досягнення мети.

Obstacle (Перешкода) – ідентифікувати потенційні перешкоди на шляху до досягнення мети.

Plan (План) – треба скласти план дій для подолання цих перешкод.

Отже, формування цілей є критично важливим аспектом тайм-менеджменту. Такі інструменти, як SMART-принципи, колесо життєвого балансу та метод WOOP, є ефективними засобами, що допомагають не лише чітко визначати прагнення, але й підвищують шанси їх досягнення. Кожен з них надає можливість систематично підходити до процесу планування та враховувати різні аспекти життя. Використання цих інструментів у поєднанні дає можливість розробити цілісні стратегії для особистого і професійного розвитку, що веде до підвищення загальної продуктивності та гармонії в житті.

Список використаних джерел:

1. Кові С. 7 звичок надзвичайно ефективних людей. Харків : Клуб сімейн. дозвілля, 2012. 158 с.

2. Кові Ш. 7 звичок високоефективних підлітків. Львів : Вид-во Старого Лева, 2015. 251 с.

3. Трейсі Б. Досягнення максимуму. Харків : Клуб сімейн. дозвілля, 2020. 257 с.

Бушний Ю. А., студент Університету митної справи та фінансів
Пасічник Т. О., к.е.н., доц., доцент кафедри
зовнішньоекономічної діяльності Університету митної справи та фінансів

ДЕЯКІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ

В сучасних умовах інновації є ключовим фактором розвитку компаній та підвищення їх конкурентоспроможності. Відповідно до теорії інноваційного розвитку, започаткованої Й. Шумпетером, ядром розвитку економіки є інновації і така економічна діяльність, яка руйнує старі структури й мобілізує наявні ресурси з метою їх нового, продуктивнішого використання [1, с. 4]. Таким чином, акцентується увага на важливості нововведень для економічного зростання та модернізації підприємств.

Інноваційна діяльність підприємств реалізується через бізнес-планування інноваційних проєктів, яке включає дослідження ринку, планування фінансових ресурсів та оцінку ризиків. Методичні підходи до розробки бізнес-плану інноваційного проєкту передбачають певну послідовність дій:

1) вивчення попиту на інноваційний товар або послугу. Важливо зрозуміти, наскільки продукт унікальний, оцінити його конкурентні переваги та потенційну цінність для ринку;

2) аналіз ринку, а саме оцінка всіх параметрів зовнішнього середовища, включно з вивченням конкурентів та існуючих ринкових трендів;

3) розробка маркетингової стратегії, яка включає позиціонування продукту, визначення оптимальних каналів збуту та методів комунікації з цільовою аудиторією;

4) фінансове планування, розрахунки необхідного обсягу інвестицій, прогнозування доходів та витрат, визначення джерел фінансування проєкту;

5) оцінка ризиків та управління ними, що передбачає ідентифікацію можливих загроз для реалізації проєкту (економічних, політичних, ринкових) та розробку заходів для мінімізації негативних наслідків.

Розглянемо приклад успішної реалізації інноваційних проєктів. Зокрема, компанія «Watershed» створила програмне забезпечення, яке дозволяє промисловим підприємствам аналізувати викиди вуглецю внаслідок їхньої виробничої діяльності та розробляти плани з їх скорочення. Унікальність продукту в тому, що він дозволяє комплексно проаналізувати екологічні наслідки діяльності не лише самого підприємства, але й всього ланцюга постачання. В процесі бізнес-проєктування компанія оцінила попит на свій продукт і виявила потенційних головних клієнтів, що прагнуть мінімізувати свій екологічний слід (зокрема, таких як «Airbnb» і «Shopify»). Програмне забезпечення «Watershed» допомагає підприємствам інтегрувати «зелені» стратегії в основні бізнес-процеси, що робить його привабливим для компаній різних секторів. «Watershed» вибудувала свою маркетингову стратегію на екологічній відповідальності, співпрацюючи з великими брендами, які мають глобальну впізнаваність. Компанія залучила значні фінансові інвестиції для реалізації свого проєкту, спрямовані на вдосконалення початкової технології та розширення бази клієнтів з метою масштабування. Оцінка ризиків дозволила ідентифікувати основні загрози для бізнесу, зокрема ті, що пов’язані з невідповідністю вимог до екологічного розвитку в різних країнах, а також адаптувати свої управлінські рішення під умови різних ринків.

Реалізація інноваційних проєктів в Україні пов’язана з невизначеністю, численними ризиками і недостатнім фінансуванням. Відповідно до значення глобального індексу інновацій, Україна в 2020 р. займала 45 місце з 127 країн світу, що загалом є непоганим результатом. Але сьогодні інноваційна діяльність в нашій країні має свої особливості, пов’язані з економічною нестабільністю, війною та іншими несприятливими факторами [4, с. 1]. Воєнні дії призвели до дестабілізації економіки,

порушень у ланцюгах постачання, зменшення інвестицій і втрати виробничих потужностей. Багато підприємств були змушені припинити свою діяльність або значно скоротити обсяги виробництва.

Деякі дослідники пояснюють низький рівень інноваційної активності українських компаній слабкою розвиненістю інформаційної інфраструктури, недостатнім рівнем нормативно-правового регулювання, ресурсними обмеженнями, прогалинами у сфері безпеки та конфіденційності даних, дефіцитом кваліфікованих фахівців [2, с. 5].

Підтримка інноваційних проєктів в Україні є ключовим чинником для економічного зростання і подолання викликів воєнного часу. В умовах, коли продовжуються атаки на енергетичну інфраструктуру, паралізується життя підприємств і громадян, особливу увагу слід приділити програмам інвестування інноваційних проєктів у сфері енергозабезпечення [3, с. 7].

Таким чином, сучасна практика бізнес-планування інноваційних проєктів базується на комплексному підході до управління ризиками, фінансового планування та адаптації методик до місцевих умов ринку. Незважаючи на всі виклики, інновації були і будуть важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності підприємств і економічного розвитку країни.

Список використаних джерел:

1. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку. Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Йозеф А. Шумпетер ; пер. з англ. В. Старк. Київ : Києво-Могилянська академія, 2011. 244 с.

2. Залізнюк В. П., Сафонік Н. П., Кая А. С. Сучасні тенденції інноваційної діяльності підприємств України у міжнародному економічному просторі. *Економічний вісник.* 2021. № 4. С. 1–7.

3. Мурована Т. О. Вітчизняне підприємництво в умовах воєнного стану: основні тенденції та методи підтримки. *Економіка та суспільство.* 2023. С. 1–8.

4. Ставнича Н. І. Сучасні тенденції інноваційної діяльності в Україні. *Економічний вісник НТУУ "Київський політехнічний інститут"*. 2021. № 19. С. 1–11.

Вавілкіна Д. Ф., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковальчук Н. В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту ЗЕД Університету митної справи та фінансів)

ІНТЕРНЕТ-ОПИТУВАННЯ ЯК МЕТОД МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТОВАРУ

Конкурентоспроможність підприємства, галузі чи економіки країни напряму залежить від здатності продукції конкурувати на ринку. В умовах ринкової економіки можливість товару виділитися серед конкурентів є ключовим фактором успіху компанії.

Для маркетологів важливо досліджувати конкурентоспроможність підприємства, товарної марки, бренду, товару та послуг. Існують різні

фактори, які впливають на різні аспекти конкурентоспроможності. Від рівня конкурентоспроможності товару залежать обсяги продажів та, відповідно, прибуток виробника. Точна оцінка конкурентоспроможності товару і стратегічне планування дій на ринку допомагають досягти запланованих фінансових результатів. Саме тому питання аналізу конкурентних переваг товарів стає все більш актуальним.

Для того, щоб оцінити, дослідити та проаналізувати рівень конкурентоспроможності товару, можна провести певне маркетингове дослідження, а якщо бути більш точним, то обрати саме інтернет-опитування, адже цей метод є одним з найефективніших методів маркетингового дослідження конкурентоспроможності товару. Він дозволяє отримати прямі відгуки від споживачів щодо їхніх уподобань, ставлення до продуктів, а також порівняння з конкурентами.

Опитування – це метод (або група методів) збору даних про безпосередні факти свідомості, тобто ті, які дослідник спочатку повинен ідентифікувати, а також забезпечити умови, за яких ці факти стануть очевидними [2].

Інтернет-опитування (CAWI – Computer Assisted Web Interviewing) – це метод збору первинної вербальної (тобто усної, а не поведінкової) інформації, заснований на опосередкованій (анкетне опитування з використанням мережі Інтернет) соціально-психологічній взаємодії між дослідником і опитуваним (респондентом).

Переваги інтернет-опитування:

1. Швидкість збору даних: відповіді можуть бути зібрані за короткий час, оскільки учасники мають доступ до опитування онлайн у зручний для них момент.

2. Доступ до широкої аудиторії: інтернет дозволяє охопити велику кількість респондентів з різних регіонів і навіть країн.

3. Економічність: відсутність витрат на друк анкет, поштові послуги або найм інтерв’юерів робить цей метод дешевшим.

4. Зручність для респондентів: учасники можуть відповідати на питання у зручний час і в будь-якому місці, що підвищує ймовірність участі.

5. Автоматизація процесу: дані автоматично зберігаються та можуть бути миттєво оброблені, що знижує ймовірність людських помилок при введенні інформації.

6. Анонімність: респонденти можуть відчувати більший комфорт і відкритість, оскільки їх відповіді є анонімними, що може сприяти більш чесним відповідям [1].

Особливість цього методу полягає в тому, що, з одного боку, він є незамінним інструментом для отримання інформації про внутрішній світ людей, їхні уподобання, мотиви та думки. З іншого боку, під час його застосування часто виникає ризик суб'єктивізму та упередженості, що потребує забезпечення високого рівня надійності отриманих даних.

Щоб провести інтернет-опитування для аналізу конкурентоспроможності товару, необхідно здійснити певні кроки, а саме:

- визначити цілі онлайн-опитування та чітко встановити проблему;
- обрати цільову аудиторію;
- вибрати платформу для опитування;
- розробити опитувальник;
- попередньо протестувати анкету;
- поширити опитування;
- зібрати дані;
- проаналізувати результати;
- зробити висновки щодо конкурентоспроможності товару;
- розробити рекомендації для покращення товару та адаптації його до ринкових умов.

Даний метод маркетингового дослідження є важливим інструментом для збору даних про масову свідомість і громадську думку, а також для фіксації їх поточного стану. Якщо маркетолог хоче дізнатися про попит на певний товар, він спочатку має зрозуміти, як до нього ставляться споживачі. Саме від їхнього ставлення залежить, чи будуть люди купувати цей продукт, навіть якщо їхні погляди здаватимуться маркетологу незвичними або специфічними.

Отже, інтернет-опитування є цінним і потужним інструментом у процесі маркетингових досліджень, що допомагає компаніям краще зрозуміти сприйняття свого продукту і розробляти ефективні стратегії для підвищення конкурентоспроможності компанії.

Список використаних джерел:

1. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Квятко Т.М та ін. Харків : ХНТУСГ, 2020. 163 с.

2. Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження : навч. посіб. 3-тє вид. перероб. і доповн. Київ : Центр учбової літератури, 2014. 342 с.

Вавілкіна Д. Ф., здобувач Університету митної справи та фінансів
Петруня В. Ю., к.е.н., доцент кафедри
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

ПЛАНУВАННЯ В СИСТЕМІ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА

Успішна робота будь-якої компанії неможлива без організованої праці її працівників. Особливо важливою є робота менеджерів, адже саме вони є визначальною групою осіб системи управління і в значній мірі впливають на характер і результати діяльності підприємства. Сьогоднішні ринкові умови вимагають від менеджерів вміння не лише ефективно планувати та організовувати роботу своїх підлеглих, але й професійно ставитися до питань організації власне управлінських працівників.

Планування є важливою умовою раціонального використання робочого часу управлінців. Його перевагами є підвищення продуктивності, краще бачення пріоритетних напрямів, зменшення стресу (зменшуються загрози відчуття хаосу і невизначеності, зменшується рівень стресу, тривоги та вигорання, пов'язаних із перевантаженням або непередбачуваністю завдань), покращення контролю, ефективне використання часу, покращення якості рішень (планування надає відповідний час на аналіз ситуації і прийняття правильних управлінських рішень, що знижує ризик помилок), зростання особистої відповідальності (правильно структурована і розпланована робота дозволяє управлінцям краще усвідомлювати свої обов'язки, що сприяє підвищенню відповідальності за виконання завдань), гнучкість в роботі (плановість створює певні рамки, проте одночасно вона допомагає швидше і ефективніше адаптуватися до змін у виробничому процесі, оперативно вносити корективи).

Процес планування праці управлінців повинен починатися з постановки відповідних цілей. Ціль визначає кінцевий результат, до якого прагнуть управлінці. Її важливість достатньо суттєва, оскільки вона є основою для формування організаційних взаємин і служить відправною точкою для планування роботи та досягнення результатів.

Цілі менеджера повинні відповідати таким вимогам (методика SMART): 1) бути досяжними; 2) конкретними; 3) вимірюваними; 4) мати конкретний часовий горизонт; 5) бути узгодженими між собою.

Після встановлення цілей, менеджер переходить до процесу планування. Як показано на рис. 1, він може включати сім етапів [1, с. 132].

Також менеджеру важливо визначити пріоритетність справ. Це можна зробити за допомогою одного із методів: принцип Паретто, АВС-аналіз та принцип Ейзенхауера.

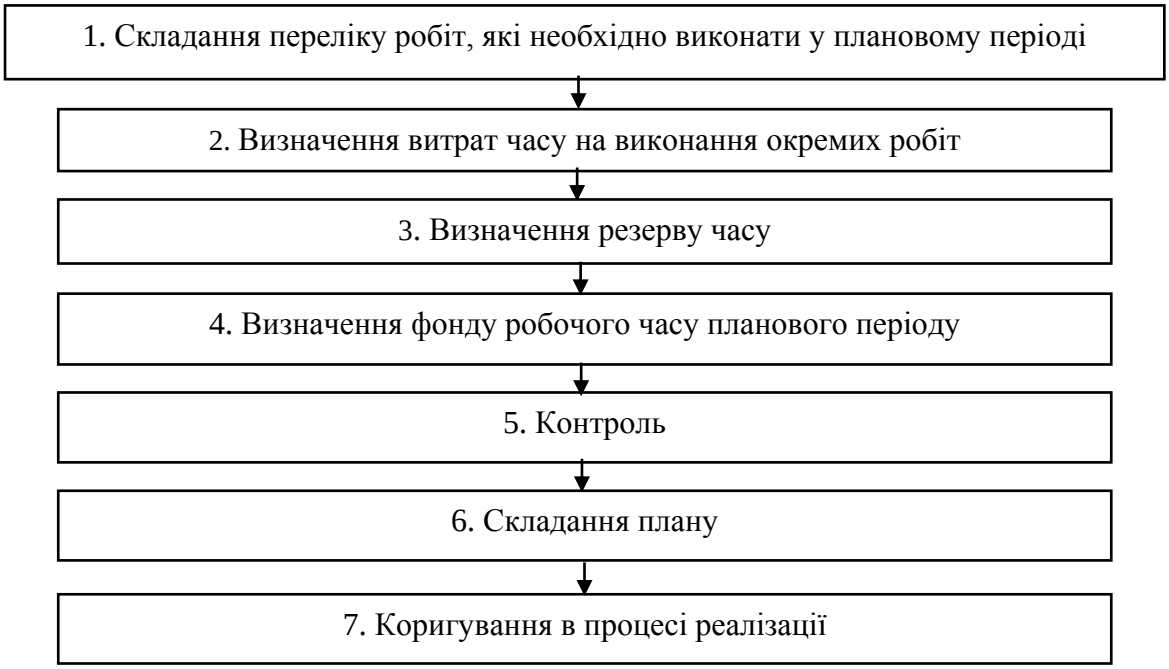

Рис. 1. Етапи планування особистої роботи менеджера [1, с. 132]

На практиці видно, що планування особистої роботи не займає багато часу у керівника. Достатньо виділити певну кількість часу на початку робочого дня або в його кінці (планування на наступний день). Проте, переваги особистого планування значно перевищують ці витрати.

Раціональне планування дозволяє ефективно організувати роботу в певний день, чітко формулювати завдання, зосередитися на пріоритетних справах та підтримувати самодисципліну. Це також сприяє відчуттю досягнення та підвищує задоволення і мотивацію, що, в свою чергу, підвищує загальну ефективність роботи. На наш погляд, доцільно планувати час та дії з певним «резервом» («страховий ресурс часу»), який може бути достатньо спокійно задіяний у випадках, коли щось «піде не так». Наявність такого вільного «ресурсу» надає більшого спокою та впевненості менеджеру. Можливо така гнучкість в організації праці менеджера дозволяє в підсумку досягати більшого, ніж спочатку планувалося. Сучасні цифрові технології значно підвищують можливості ефективної організації праці менеджера, її правильного та дієвого планування.

Список використаних джерел:

1. Скібіцька Л.І. Організація праці менеджера : навч. посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2010. 360 с.

2. Петруня Ю.Є., Петруня В.Ю. Комунікації в менеджменті. Практикум : навч. посіб. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 51 с.

3. Прийняття управлінських рішень : навч. посіб. / за ред. Ю. Є. Петруні. 4-те вид., перероб. і доп. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2020. 274 с.

Верешко О. С., студент Університету митної справи та фінансів
Маляр Д. В., к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У контексті сучасних викликів і можливостей, що виникають у фінансовій сфері, стратегія цифрових фінансів для Європи передбачає ряд законодавчих ініціатив та заходів, спрямованих на наближення цифрових фінансів до громадян. Ці заходи покликані не лише сприяти інноваціям, але й забезпечити безпеку та стабільність фінансової системи.

Основною метою сучасного міжнародного фінансового менеджменту є забезпечення стабільного зростання підприємства, зниження фінансових ризиків та збільшення конкурентоспроможності на світовому ринку. Інноваційні підходи в управлінні фінансами включають використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн, великі дані та впровадження сучасних методів управління фінансовими потоками і ризиками [1, с. 86].

Фінансові технології (фінтех) пропонують нові інструменти для автоматизації та спрощення фінансового аналізу. Системи автоматичного збору даних і візуалізації результатів допомагають фінансовим аналітикам ефективніше виконувати свої обов'язки. Цифрові фінансові платформи, що дозволяють компаніям збирати, аналізувати та обмінюватися фінансовою інформацією в реальному часі, сприяють швидкому та ефективному прийняттю рішень.

Одним із ключових інноваційних підходів є використання технологій великих даних і аналітики. Завдяки обробці великих обсягів даних підприємства можуть детально аналізувати фінансові показники, виявляти тенденції та прогнозувати результати. Аналітика допомагає фінансовим менеджерам приймати рішення на основі точних даних. Штучний інтелект і машинне навчання автоматизують рутинні процеси, як-от аналіз звітів, виявлення аномалій і оцінка кредитних ризиків, що знижує ймовірність помилок і підвищує ефективність. [2, с. 85].

Блокчейн є ще одним інноваційним підходом, який трансформує фінансовий сектор. Ця технологія забезпечує прозорість і безпеку фінансових транзакцій, дозволяючи створювати незмінні та достовірні реєстраційні записи. Використання блокчейну знижує ризики шахрайства, оскільки всі учасники мережі мають доступ до однієї і тієї ж інформації. Це, в свою чергу, підвищує довіру між учасниками фінансових операцій. Сфера фінансових технологій (фінтех) стала основою для розробки нових інструментів управління фінансами. Фінтех-компанії пропонують рішення для автоматизації фінансових процесів, електронних платежів, управління інвестиціями та аналізу ризиків. Завдяки цьому підприємства можуть значно знизити витрати на управління фінансами та покращити обслуговування клієнтів. Цифрові фінансові платформи надають можливість інтеграції різних фінансових послуг в єдину систему. Вони дозволяють підприємствам зручно збирати, аналізувати та обмінюватися фінансовою інформацією в реальному часі. Це сприяє швидшому прийняттю рішень та адаптації до змін у зовнішньому середовищі. Платформи також забезпечують зручність для кінцевих споживачів, що підвищує їх задоволеність і лояльність [3, с. 71].

Фінансові ризики в сучасній світовій економіці є невід'ємною частиною діяльності підприємств. Сучасне управління ризиками включає адаптацію до ринкових змін через сценарний аналіз і стрес-тести. Спеціалізовані програми допомагають розробляти стратегії управління ризиками з урахуванням макроекономічних, геополітичних факторів і змін поведінки споживачів. Аналітика великих даних знижує ризики, а блокчейн забезпечує прозорість операцій.

У сучасному світі довгострокове фінансове планування потребує особливого підходу. Для забезпечення стійкості підприємства в умовах економічної нестабільності важливо розробляти гнучкі фінансові стратегії, які дозволяють швидко адаптуватися до змін на ринку. Важливою складовою є застосування інструментів фінансової аналітики, що надають

змогу підприємству оперативно змінювати напрямки інвестицій, проводити моніторинг витрат та доходів, а також оптимізувати фінансові потоки. Фінансові екосистеми та краудфандингові платформи стають важливим інструментом залучення інвестицій та забезпечення додаткового фінансування для розвитку підприємств. Вони забезпечують доступ до нових джерел капіталу, а також дозволяють підприємствам розширювати свою клієнтську базу та створювати більш стійкі фінансові моделі. Фінансові платформи також спрощують комунікацію з інвесторами, що сприяє прозорості та підвищує довіру до підприємства.

Інноваційні підходи змінюють міжнародний фінансовий менеджмент, де технології стають основою ефективності й прозорості процесів. Використання великих даних, штучного інтелекту, блокчейну та фінансових платформ допомагає бізнесу оптимізувати операції, знижувати ризики й посилювати конкурентоспроможність. У сучасному динамічному світі ці інновації є ключем до успіху на ринку.

Список використаних джерел:

1. Воржакова Ю. П., Мельник К. Г. Закордонний досвід впровадження новітніх систем та підходів до управління бізнес-процесами у виробничій сфері. *Актуальні проблеми економіки та управління.* 2020. С. 85.

2. Пузирьова П. В., Власюк Т. М., Заріцька Н. М. Інноваційні підходи до управління смарт-проєктами в умовах сталого розвитку. Імперативи економічного зростання в контексті реалізації Глобальних цілей сталого розвитку. Київ :Київський національний університет технологій та дизайну, 2024. С. 90.

3. Фурса В. А., Коробцова Д. В. Оптимізація стратегій управління фінансами підприємства. 2023. С. 96.

Волшукова А. Є.,
Приходченко В. С.,
студентки Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єдинак В. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

МОБІЛЬНИЙ ДОДАТОК ЯК ЗАСІБ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасних економічних умовах цифрова трансформація управлінських процесів є актуальною потребою, так як сучасний стрімкий розвиток цифрових технологій істотно впливає на характер бізнес-процесів, наукових досліджень, виробництво, освіту, соціальні взаємини, суспільство в цілому [1].

Цифрова трансформація – це зміни обумовлені впровадженням і використанням цифрових технологій, які є не метою цифрової трансформації, а засобом, який дозволяє досягнути певні цілі, вирішити завдання тощо [2].

Цифрова трансформація в менеджменті передбачає впровадження технологій, цифрових інструментів і нових способів покращення ефективності бізнесу, прийняття стратегічних рішень і забезпечення конкурентоспроможності організації. Основними аспектами цифрової трансформації в менеджменті є автоматизація процесів, збір та аналіз даних, хмарні технології, Інтернет речей, штучний інтелект та машинне навчання, віртуальна та доповнена реальність, аналітика даних тощо [3]. Інтернет, мобільні пристрої, інші засоби збирання, зберігання, аналізу та обміну інформацією у цифровій формі виступають інструментами цифрової трансформації.

Основним напрямком використання сучасних цифрових технологій у діяльності організацій є мобільні додатки – різновид програмного забезпечення, призначеного для роботи на портативних пристроях (смартфонах, планшетах) [4]. Вони виступають потужним засобом цифрової трансформації менеджменту та впливають на різні аспекти управлінських процесів і взаємодії з клієнтами. Так, для прикладу, ТОВ «Нова пошта», українська логістична компанія експрес-доставки, постійно впроваджує інновації, щоб стати швидшими та зручнішими для клієнтів. Так, у вересні 2024 року вона презентувала оновлений мобільний додаток «Нова пошта», який значно вдосконалює цифрову трансформацію менеджменту організації через кілька ключових аспектів (табл. 1). Головна його відмінність – тепер можна керувати Новою поштою самостійно [5].

Таблиця 1

Переваги застосування оновленого мобільного додатка «Нова пошта»

Перевага	Характеристика
Зручність для клієнтів	Дозволяє користувачам легко відстежувати відправлення, знаходити найближчі відділення, розраховувати вартість доставки та оформлювати замовлення прямо зі смартфона
Автоматизація процесів	Автоматизує процеси, такі як оформлення заявок на доставку, що зменшує час обробки замовлень і дозволяє зменшити кількість помилок
Аналіз даних	Використання даних для аналізу поведінки користувачів, що допомагає виявляти тренди, налаштовувати маркетингові стратегії та оптимізувати пропозиції
Комунікація	Надає можливість швидкої комунікації з клієнтами через повідомлення, що дозволяє оперативно реагувати на запити та пропозиції
Лояльність клієнтів	Завдяки програмам лояльності, інтегрованим у додаток, користувачі отримують бонуси за користування послугами компанії, що сприяє збільшенню повторних покупок
Гнучкість і швидкість реагування	Організація може швидше реагувати на зміни в попиті, адаптуючи свої послуги відповідно до потреб клієнтів

(складено автором на основі [5]).

Також в оновленому за стосунку з'явилась можливість перевести чайові співробітнику Нової пошти, оформити заявку на компенсацію у разі пошкодження посилки, відмовитися від розсилки рекламних повідомлень та можливість закордонного шопінгу.

Однак впровадження цифрової трансформації в управлінні також зіштовхується з багатьма проблемами. Одним із найбільших викликів є культурні зміни в організації. Люди часто чинять опір змінам і неохоче використовують нові цифрові інструменти або адаптуватися до нових процесів [3].

Отже, протягом останніх років цифрова трансформація суттєво вплинула на всі сфери життя, і менеджмент не є винятком. Нині неможливо уявити управління, як вид людської діяльності, без використання передових методів і засобів, які з'явилися завдяки загальній цифровій трансформації. Вона забезпечує організаціям можливість бути конкурентоспроможними, ефективними та орієнтованими на потреби клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Грінка Т.І. Цифровізація менеджменту: актуальні проблеми теорії та практики. *Центрально-український науковий вісник*. № 9 (42). 2023. С. 100–107. URL: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1997914

2. Сільченко В. В. Підходи до трактування дефініції «цифрова трансформація». *Економіка та суспільство*. № 66. 2024. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4656/4598

3. Кобушко Я. В., Манжола Б. В. Роль цифрової трансформації в оптимізації менеджменту організацій. *Проблеми сучасних трансформацій*. № 10. 2023. URL: https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-10-04-08/2023-10-04-08

4. Мобільні застосунки: їх види та особливості. URL: https://highload.today/uk/mobilni-zastosunki-yih-vidi-ta-osoblivosti

5. Нова пошта презентувала новий мобільний за стосунок. URL: https://novaposhta.ua/news/rubric/2/id/12106

Губа К. О., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Маляр Д. В., к.е.н., доц., доцент кафедри
зовнішньоекономічної діяльності Університету митної справи та фінансів)

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Система управління персоналом (СУП) є невід'ємною частиною будь-якої організації, незалежно від її розміру або галузі діяльності. Вона охоплює всі аспекти взаємодії між працівниками та керівництвом, включаючи підбір, навчання, мотивацію та оцінку працівників. В умовах сучасної економіки, яка характеризується динамічними змінами, зростаючою конкуренцією та швидким розвитком технологій, управління людськими ресурсами стає визначальним чинником успіху організації. Система управління персоналом дозволяє не лише залучати найкращих фахівців, але й утримувати їх, сприяючи розвитку кар'єри, що, в свою чергу, забезпечує зростання продуктивності та ефективності роботи підприємства.

Основною метою СУП є забезпечення організації кваліфікованими, мотивованими та продуктивними працівниками, які здатні досягати стратегічних цілей компанії. Система управління персоналом також має на меті створення сприятливого робочого середовища, де кожен працівник відчуває свою цінність, має можливості для професійного зростання і розвитку [1].

Система управління персоналом складається з кількох ключових елементів, які забезпечують її ефективність. Один із найважливіших етапів – це планування персоналу. Планування персоналу включає в себе визначення потреб організації у кадрах, аналіз існуючого складу робочої сили, а також прогнозування змін у кількості та якості працівників. Це допомагає організації уникнути нестачі або надлишку працівників, що може негативно вплинути на її функціонування.

Наступним етапом є рекрутинг і відбір. Рекрутинг охоплює всі заходи, спрямовані на залучення кандидатів на відкриті вакансії. Це може включати оголошення про вакансії, участь у виставках вакансій, співпрацю з університетами та іншими навчальними закладами. Відбір – це процес оцінки кандидатів на основі їхніх кваліфікацій, досвіду та особистих якостей. Важливо, щоб цей процес був об’єктивним і прозорим, адже він визначає, хто стане частиною команди.

Після відбору настає етап навчання та розвитку працівників. Це надзвичайно важливий аспект СУП, оскільки він забезпечує адаптацію нових співробітників до корпоративної культури та специфіки роботи. Програми навчання можуть включати як внутрішні тренінги, так і зовнішні курси підвищення кваліфікації. Регулярне навчання допомагає працівникам розвивати свої навички та знання, що позитивно впливає на їхню продуктивність.

Оцінка результатів діяльності – ще один важливий елемент СУП. Вона дозволяє організації зрозуміти, наскільки ефективно працюють працівники та чи досягають вони поставлених цілей. Оцінка може здійснюватися на основі різних методів, таких як самооцінка, оцінка керівником, а також за допомогою KPI (ключових показників ефективності). Система оцінки повинна бути справедливою і зрозумілою для всіх працівників, адже це впливає на їхню мотивацію та задоволеність роботою [2].

Мотивація є важливим аспектом, що впливає на продуктивність працівників. Система управління персоналом повинна включати стратегії, які стимулюють працівників до досягнення високих результатів. Це може бути реалізовано через матеріальні винагороди, такі як премії, бонуси, а також нематеріальні, наприклад, визнання досягнень, можливості для професійного розвитку тощо. Важливо, щоб система мотивації була адаптована до потреб і очікувань працівників, адже різні люди можуть мати різні мотиви для роботи.

Система управління персоналом може бути розділена на кілька видів, серед яких стратегічне і оперативне управління. Стратегічне управління персоналом фокусується на довгостроковому плануванні та розвитку

людських ресурсів в контексті загальних цілей організації. Це включає в себе розробку стратегій, які сприяють залученню та утриманню талановитих працівників, адаптацію до змін у ринку праці та ін.

Оперативне управління персоналом охоплює щоденні процеси, пов’язані з управлінням працівниками. Це може включати управління робочими графіками, розподіл обов'язків, контроль за виконанням завдань та вирішення поточних питань. Обидва види управління персоналом мають велике значення і повинні бути гармонійно інтегровані для досягнення високої ефективності роботи організації.

Система управління персоналом відіграє вирішальну роль в загальному успіху організації. Ефективне управління персоналом може значно підвищити продуктивність працівників, зменшити плинність кадрів, покращити моральний клімат в колективі і, як результат, збільшити прибуток компанії. Коли працівники відчувають себе цінними, мають можливість для розвитку і отримують адекватну винагороду, вони більш мотивовані працювати на досягнення цілей організації.

Дослідження показують, що компанії, які приділяють належну увагу управлінню персоналом, зазвичай демонструють вищі фінансові результати. Вони здатні швидше адаптуватися до змін у ринку, а також ефективніше впроваджувати інновації. Хороша система управління персоналом також сприяє підвищенню лояльності працівників, що є важливим фактором у зменшенні витрат на рекрутинг та навчання нових кадрів.

Список використаних джерел:

1. Управління персоналом : навч. посіб. / Азарова А. О., Мороз О. О., Лесько О. Й., Романець І. В. Вінниця : ВНТУ, 2014. 283 с.

2. Байєрс Л. Л., Ру Л. В. Управління людськими ресурсами. *Management.* URL: http://www.management.com.ua/ hrm/ hrm003.html

Замкова В. В., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Кахович Ю. О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

ЗМІНИ У ВЗАЄМОВІДНОСИНАХ МІЖ ПАРТНЕРАМИ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЗА УМОВ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Франчайзинг в сучасному розумінні – одна з найефективніших бізнес-моделей для вдалого та швидкого розширення власного бізнесу. Надаючи ліцензії на використання бренду, певних продуктів та технологій виробництва, компанія просувається на інші ринки, нарощуючи власні потужності, підвищуючи відомість бренду. Сутність даного виду зовнішньоекономічної діяльності на сьогодні не змінюється, хоча процес взаємовідносин між франчайзером і франчайзі має певні зміни за умов впровадження цифровізації.

Модель цифрового франчайзингу характеризується співпрацею між франчайзером і франчайзі при передачі прав на використання та представлення компанії франчайзера глобальному цифровому просторі. Сучасними інструментами в управлінні цифрового франчайзингу є штучний інтелект, Інтернет речей, Big Data, цифровізація послуг / продуктів, цифровізація франчайзи / партнерів, цифровізація клієнтів.

У цій моделі франчайзер дозволяє франчайзі використовувати свою цифрову мережу та цифрові продукти відповідно до умов контракту.

Дана модель має багато позитивних аспектів, що зумовлює її обрання великими компаніями, або компаніями, що мають на меті швидке розширення.

До таких переваг належать:

1. Швидке розширення бізнесу з мінімальними витратами.
2. Зменшення фінансових ризиків (за рахунок перекладання ризиків на франчайзі).
3. Використання досвіду і ресурсів франчайзі (знання специфіки та культурних особливостей ринку, вподобань споживачів тощо).
4. Швидка адаптація продукції компанії до умов окремих ринків без зайвих витрат з боку франчайзера.

Перелічені переваги вказують на відносно простий процес входу компанії на іноземні ринки, оптимізацію витрат франчайзера та використання досвіду і знань франчайзі.

Кожна бізнес-модель, звичайно, має певні недоліки, які також необхідно брати до уваги:

1. Недостатній контроль над франчайзі може призвести до виникнення операційних, тактичних або навіть стратегічних проблем.
2. Можливе виникнення конфліктів інтересів.
3. Зниження мотивації франчайзі та зменшення виробничих потужностей.
4. Вплив роботи франчайзі на загальну репутацію компанії.

Негативні фактори прямо або опосередковано пов’язані з недостатнім контролем, що є однією з основних функцій ефективного менеджменту [1].

Якщо порівняти цифровий і традиційний франчайзинг, то відмінності можна побачити за наступними критеріями:

1. Можливість розширення мережі.
2. Швидкість взаємодії.
3. Рівень управлінської гнучкості.
4. Вартість побудови мережі.
5. Фінансовий контроль.
6. Норма прибутку.
7. Бренд-менеджмент.
8. Швидкість інформування про нові послуги.
9. Оновлення системи.
10. Потреба в оперативному управлінні.

Найбільш вдалим прикладом використання моделі франчайзингу є всесвітньо відома компанія «McDonald's». Маючи у своєму складі 41 822 ресторани швидкого харчування більш ніж у 100 країнах світу, 95% з яких є саме франшизами, компанія демонструє ефективність цієї моделі. Компанія «McDonald's» пропонує своїм франчайзі роботу під найвідомішим брендом світу, 26 тижнів комплексної програми навчання перед відкриттям ресторану, підтримку та подальше навчання під час співпраці, а також надає перевірений ланцюг постачання. Від покупця франшизи вимагаються фінансові внески (паушальний платіж та роялті), навички лідера та готовність працювати за певними умовами [2].

Саме за допомогою цих принципів, правильно обраної моделі-бізнесу та ефективно налагодженої діяльності, компанія «McDonald's» не тільки досягла неймовірних масштабів ефективно працюючого бізнесу, але й за рахунок моделі франчайзингу має змогу без зайвих витрат підлаштовувати свою продукцію під різні ринки. Наприклад, в Україні можна побачити в меню «українські бургери», у Канаді – національну страву «poutine», в Іспанії – гаспачо та бургер з реберцями, в Англії – вівсянку з джемом тощо.

Отже, при правильному використанні моделі франчайзингу, ефективному контролі за допомогою сучасних технологій та його балансу з самостійністю підприємств, можна досягти успіху та широкого розширення бізнесу на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Цуканова В. Я., Суркова М. К. Удосконалення системи управління торговою мережею на умовах франчайзингу. 2013. № 2. С. 120–124. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2013_2_25

2. Офіційний сайт «McDonald's». URL: https://www.mcdonalds.com/ua/uk-ua/franchising.html

Ігнатов М. Ю., студент
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковтун Н. С., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів)

ОЦІНКА МОТИВАЦІЙНИХ ПРОГРАМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сьогоднішні реалії вимагають від українських організацій та підприємств адаптації до нових умов, зокрема в умовах воєнного стану. Основним викликом залишається підтримання ефективності працівників та їхньої мотивації в умовах стресу, непередбачуваних змін та часто дистанційної роботи. Мотиваційні програми виступають ключовим елементом у забезпеченні стабільної роботи компаній. Однак, як показує

практика, звичні методи стимулювання можуть бути недостатньо ефективними в умовах воєнних дій та економічної нестабільності. Цифровізація виступає тим інструментом, який здатен зробити мотиваційні програми гнучкішими, ефективнішими та адаптованими до нових викликів.

З одного боку, війна спричинила значні зміни в структурі роботи, змусивши багато компаній перейти на віддалений або гібридний режим праці. Це, в свою чергу, вимагало від керівництва перегляду традиційних мотиваційних механізмів. Згідно з дослідженням Gartner (2022 р.), у 59% компаній, що впровадили гібридну модель роботи з цифровими елементами, продуктивність зросла на 25% завдяки зниженню рівня вигорання працівників та підвищенню їхньої залученості. Такий підхід також підтверджується даними Deloitte (2023 р.), яке вказує, що 71% компаній у країнах ЄС активно впроваджують цифрові мотиваційні інструменти, зокрема гейміфікацію, для підвищення продуктивності персоналу.

Одним із ключових аспектів цифровізації є можливість гнучкого управління мотиваційними програмами в режимі реального часу. Використання аналітики великих даних дозволяє керівникам приймати оперативні рішення, спираючись на реальні показники продуктивності працівників. Наприклад, дослідження Accenture (2023 р.) показало, що 65% респондентів у сфері IT та менеджменту вказали на важливість цифрових платформ для мотивації працівників, що підвищує їхню продуктивність та загальне задоволення роботою. При цьому McKinsey (2022 р.) зазначає, що завдяки цифровим технологіям 87% організацій змогли адаптувати свої мотиваційні програми до умов війни, що дозволило швидко реагувати на зміни в продуктивності та ефективності персоналу [1].

Однак впровадження цифрових технологій супроводжується низкою викликів. Одним із найбільших є забезпечення кібербезпеки, що особливо актуально в умовах зростання кількості кібератак. У звіті ENISA (2022 р.) зазначено, що кібербезпека стала пріоритетом для 92% організацій у ЄС, які інтегрують цифрові платформи для мотивації працівників, тоді як 38% компаній повідомили про збільшення кількості кіберінцидентів через використання цифрових рішень для стимулювання персоналу. Це вимагає від компаній серйозних інвестицій у кіберзахист та постійний моніторинг для запобігання втраті конфіденційних даних. Поряд з цим Harvard Business Review (2023 р.) зазначає, що через посилення захисту даних працівників 63% компаній змогли зменшити кількість ризиків, пов’язаних з витоком інформації [3].

Ще одним викликом є психологічний стан працівників, які працюють в умовах війни. Незважаючи на можливості віддаленої роботи, багато співробітників стикаються з ізоляцією, стресом та занепокоєнням через воєнні події. Дослідження Harvard Business Review (2023 р.) під

керівництвом Джона Котовича вказує, що завдяки цифровим платформам для підтримки взаємодії та комунікації задоволеність роботою серед працівників зросла на 30%. Впровадження внутрішніх цифрових платформ для обміну досвідом та підтримки психічного здоров'я може значно покращити моральний стан команди та забезпечити відчуття соціальної підтримки, навіть в умовах війни.

Також варто звернути увагу на питання балансу між роботою та особистим життям. За даними International Labour Organization (2022 р.), 75% працівників відзначили поліпшення балансу завдяки доступу до цифрових ресурсів для самостійного планування свого робочого графіка. Це сприяє зниженню рівня вигорання та підвищує загальну мотивацію. Зважаючи на відсутність чіткого розмежування між робочим часом та особистим життям, цифрові інструменти, що забезпечують контроль над робочим графіком, стають важливими для забезпечення здорового балансу, підвищуючи як ефективність, так і загальну задоволеність роботою.

Перспективи розвитку мотиваційних програм в умовах війни тісно пов'язані з подальшим впровадженням цифрових технологій. Організації, що зможуть ефективно інтегрувати цифрові рішення, матимуть більше шансів залишатися конкурентоспроможними. За даними McKinsey (2022 р.), 87% організацій уже впроваджують цифрові платформи для адаптації мотиваційних програм до реальних умов війни, що дозволяє оперативно реагувати на зміни продуктивності та задовольняти потреби працівників [2].

Загалом, впровадження цифрових мотиваційних програм в умовах воєнного стану є важливим кроком для підтримки стабільної роботи організацій. Цифровізація дозволяє краще організувати робочі процеси, забезпечуючи працівникам ресурси для ефективної праці в умовах нестабільності. Однак для цього необхідні значні інвестиції у кібербезпеку, підтримку психологічного добробуту працівників та розвиток цифрових компетенцій.

Список використаних джерел:

1. Навички майбутнього: Перекваліфікація та підвищення кваліфікації в цифрову епоху, Accenture. URL: https://www.accenture.com/us-en/insights/future-skilling

2. Перекваліфікація в епоху автоматизації, McKinsey & Company. URL: https://www.mckinsey.com/business-functions/people-and-organizational-performance/our-insights

3. Цифрова трансформація та кібербезпека в ЄС, ENISA. URL: https://www.enisa.europa.eu/publications

Корецька Н. І., доцент кафедри менеджменту
Луцького національного технічного університету

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ НА СУСПІЛЬНІ ПРОЦЕСИ

Процес цифрової трансформації надає як великі можливості, так і значні виклики фізичним особам, організаціям, екосистемам і цілому суспільству. Цей процес впливає на погляди, очікування та поведінку осіб, зміну організаційних та виробничих систем, оновлення бізнес-моделей, створення і захоплення ринків тощо.

Процес впровадження цифрових технологій фокусується на ролі топ-менеджерів, які відповідальні за належний перехід і ефективне впровадження цифрових технологій, а також на визначенні шляхів і наслідків взаємодії між людьми та цифровими технологіями.

Існує 4 рівні цифрової трансформації [1, с. 932–937] (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив цифрової трансформації на суспільство

Рівні цифрової трансформації	Складові	Роль цифрової трансформації
Індивідуальний рівень	поведінка, сприйняття, емоції	як замінник робочих місць, що посилює опір змінам
		як руйнівник компетентностей та автономії, що посилює скептичне ставлення та/або тривогу
		як мотиватор професійного розвитку, що змушує краще і якісніше працювати
	навички, можливості та поява нових робочих місць	змінює ринок праці
		створює нові робочі місця
		вносить значні і незворотні зміни в характер праці
		формує конфлікт та напругу між старими і новими навичками
	лідерство	вимагає наявності гнучких лідерських навичок без нав’язування власних поглядів, стилів комунікації та розуміння змісту цього процесу
	співіснування та взаємозалежність людського та цифрового контенту	потребує балансування між людською та цифровою співпрацею у прийнятті та реалізації рішень, досягнення добробуту і продуктивності людей у цифровому робочому середовищі

Закінчення табл. 1

Рівні цифрової трансформації	Складові	Роль цифрової трансформації
Організаційний рівень	стратегія та стратегічні заходи реагування	вимагає відходу від існуючої культури, робочих практик та організаційної рутини
		підвищує організаційну ефективність і здатність реагувати на застарілі процеси
		вимагає нових способів організації ланцюжків створення вартості та міжорганізаційних відносин
	зміни та організаційна структура	посилює складність впровадження цифрових інновацій
		сприяє генерації нових ідей
	розбудова цифрових можливостей для прийняття рішень	підвищує інноваційну спроможність організацій
		сприяє покращенню пропозиції з боку організацій для споживачів
	зміни в логіці створення цінності	сприяє формуванню нових та більш гнучких бізнес-моделей
Рівень екосистеми	цифрові можливості	сприяє створенню цінності у певній галузі з охопленням різних географічних регіонів
		змушує організації приймати рішення щодо формування, приєднання, входу в екосистеми або навпаки
Геополітичний рівень	дані, інформація	надає можливість самостійного вирішення питання щодо збору, обробки, розповсюдження та передачі даних
	захист прав інтелектуальної власності	вимагає кращої інфраструктури даних, інтерфейсів та сховища
	цифрові конкурентні стратегії	формує геополітичні розбіжності, які впливають на способи, за допомогою яких можна керувати своїми даними на міжнародному рівні

Примітка. Узагальнено на основі даних джерела: [1, с. 932–937].

1. Індивідуальний рівень: поведінки, сприйняття і емоцій; навички, можливості та поява нових робочих місць; лідерство; співіснування і взаємозалежність людського та цифрового контенту.

2. Організаційний рівень: стратегія та стратегічні заходи реагування; зміни та організаційна структура; розбудова (цифрових) можливостей для підтримки прийняття рішень; зміни в логіці створення цінності та захоплення.

3. Рівень екосистеми: цифрові можливості.

4. Геополітичний рівень: дані, інформація; захист прав інтелектуальної власності; цифрові конкурентні стратегії.

Для успішної цифрової трансформації необхідно враховувати всі ці рівні, забезпечуючи баланс і взаємодію між ними, що, в свою чергу, сприятиме сталому розвитку та інноваціям у суспільстві.

Отже, процес цифрової трансформації є складним і багатогранним процесом, який вимагає інтеграції на різних рівнях – індивідуальному, організаційному, екосистемному та геополітичному. Успішне впровадження цифрових технологій потребує адаптації людей, зміни організаційних структур, розвитку екосистеми цифрових можливостей та уваги до правових і етичних аспектів. Балансування між людською та цифровою співпрацею є критично важливим для забезпечення сталого розвитку та максимізації переваг, які можуть бути досягнуті через впровадження цифрових технологій та інновацій. Врахування всіх цих аспектів допоможе організаціям ефективно адаптуватися до нових умов і зміцнити свою конкурентоспроможність у глобальному масштабі.

Список використаних джерел

1. Dąbrowska J., Almpanopoulou A., Brem A., Chesbrough H., Cucino V., Minin A. Di, Giones F., Hakala H., Marullo C., Mention A.-L., Mortara L., Nørskov S., Nylund P. A., Maria Oddo C., Radziwon A. and Ritala P. Digital transformation, for betteror worse: a critical multi-levelresearch agenda. *R&D Management*. 2022. Vol. 52. Issue 5. P. 930–954.

Лосєв В. Д., студент Університету митної справи та фінансів
Ковтун Н. С., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

ЗМІНА РОЛІ ЛІДЕРСТВА В ТРАНСФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Постійна трансформація та переорієнтація бізнес середовища – це вже реалії сьогодення. Сучасні компанії мають швидко адаптуватися до нових завдань та викликів, використовуючи вже інші інструменти, способи та підходи. Тому особлива увага в системі управління підприємством приділяється саме функції лідерства. Бізнес потребує лідерів нової формації, здатних протистояти мінливим і складним ситуаціям, переосмислити свою роль, по новому вибудовати процес управління персоналом, та стати своєрідним орієнтиром для своєї команди у досягненні успіху.

Феномену лідерства та його ролі в трансформаційному суспільстві присвячена значна кількість наукових праць українських та зарубіжних вчених. Зокрема, авторами Грищенко І. М., Єфименко М. О., Кожушко Л. Ф., Маркіна І. А., Прилепа Н. В., Швіндіна Г. О., Шевченко Л. Ю. та іншими [2].

Розуміння бізнес-стратегій дозволяють компаніям краще адаптуватися до нових викликів, а лідерам знаходити вигоди в умовах невизначеності й навіть перетворювати кризові моменти на можливості.

До 90-х років 20 ст. багато явищ та процесів можна було передбачити за допомогою SPOD методу, який описує стан світового ладу за допомогою 4 ознак: steady – стабільний, постійний, рівномірний, сталий; predictable – передбачуваний, очікуваний; ordinary – простий, постійний; definite – визначений, врегульований, фіксований. Компанії відчували впевненість в своїх рішеннях, так як ринок був відносно стабільним. Головним завданням лідера було тільки правильно обрати найбільш підходящій вектор руху з усіх існуючих [3].

На зміну SPOD середовищу приходить VUCA світ. Акронім «VUCA» означає: V-нестійкість, U-невизначеність, C-складність, A-неоднозначність. [1]. Концепція VUCA почала активно застосовуватися в управлінні для опису та аналізу ринкових умов, зокрема в умовах швидкого розвитку технологій, глобалізації та нестабільності економік. **Традиційна роль лідера зводилась до того, щоб** передбачити зміни, визначити можливості, створити стратегічні плани, мотивувати та спрямовувати людей, керувати ризиками, розв’язувати проблеми та приймати ефективні рішення. Однак у контексті VUCA ці завдання значно ускладнюються. Нестабільні, невизначені, складні та неоднозначні ринки вимагають іншого стилю керівництва, який активно взаємодіє з невизначеністю.

Ситуація ще більш ускладнилась новими викликами. Мова йде про виклики, які продемонструвала пандемія COVID-19 у 2020 році та початок повномасштабних військових дій на території України у 2022 році. Світ зазнав нових рівнів непередбачуваності та складності, які VUCA вже не повністю охоплював. Тому з’являється концепція BANI світу (B-крихкий, A-неспокійний, N-нелінійний, I-незбагненний) – новий підхід, що дозволяє краще зрозуміти природу нових викликів. Мінливість перетворилася на крихкість, невизначеність обернулася тривожністю, складність – нелінійністю, а неоднозначність – незбагненністю. В сучасному світі лідерство змінює своє розміщення, одна людина вже не може впоратися із викликами нового світу.

VUCA і BANI підходи обидва зосереджуються на мінливому середовищі, але з різним акцентом на особливості цього світу. Ключові моменти для порівняння ролі лідерства в кожному з них наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Порівняння ролі лідерства за VUCA та BANI бізнес-стратегіями

		VUCA	BANI
1	Підхід до невизначеності та змін	Лідери розробляють гнучкі та продумані плани, а також розвивають антикризові навички, щоб мінімізувати вплив невизначеності	Лідерам необхідно мати високу емоційну стійкість, розвивати середовище підтримки та створювати стабільність для команди
2	Реакція на складність і багатозадачність	Лідери навчаються аналізувати складні ситуації, створюють багаторівневі рішення	Лідери розвивають навички швидкої адаптації, готують організацію до можливих криз і реагують на події тут і зараз
3	Комунікація та підтримка	Лідери пояснюють свої рішення і дії, створюючи прозору культуру	Акцент на підтримці психологічної безпеки. Важлива також емоційна готовність лідера до кризових ситуацій
4	Прийняття рішень	Лідери створюють багаторівневі плани для мінімізації ризиків, балансуючи між гнучкістю і сталістю	Лідери навчаються сприймати нелінійність і готуються до повторюваних кризових сценаріїв, часто покладаючись на інтуїцію
5	Особисті якості лідера	Лідерство потребує високого рівня стресостійкості, стратегічного мислення та здатності до системного аналізу	Лідерам необхідні не лише стресостійкість, а й емоційний інтелект, здатність приймати нестандартні рішення та вміння працювати з неоднозначністю

Отже, в умовах сучасного світу, що описується абревіатурами VUCA та BANI, необхідні нові методи та підходи до управління, засновані на гнучкості, інноваційності та ментальній стійкості.

Список використаних джерел:

1. Білецький О.В. Трансформація ролі та якостей лідера в новій управлінській парадигмі. *Економіка та суспільство*. 2024. № 66. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4534/4477

2. Буняк Н. Лідерство в системі менеджменту організації. *Економіка та суспільство*. 2024. № 64. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-92

3. Chaliuk Y.O., Dovhanyk N.M. Social partnership of Ukraine with the EU within the European regions and cross-border clusters. *Науковий вісник Полісся.* 2018. № 4 (16). С. 33–38.

Любченко Є. К., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Олексієнко Р. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД РОЗВИТКУ МЕНЕДЖМЕНТУ

Цифровізація стала ключовим фактором трансформації менеджменту, змінюючи принципи, структуру й процеси управління компаніями по всьому світу. Вона дозволяє бізнесу не лише адаптуватися до сучасних умов, але й отримувати значні конкурентні переваги. На тлі глобальних технологічних зрушень цифровізація суттєво впливає на всі рівні організації – від операційних процесів до стратегічного планування, формуючи нові підходи до ведення бізнесу.

Цифровізація сприяє оптимізації бізнес-процесів, зокрема, шляхом автоматизації рутинних завдань, покращення збору й аналізу даних, а також пришвидшення комунікації всередині компанії. Завдяки новітнім цифровим технологіям, таким як штучний інтелект, аналітика великих даних та машинне навчання, компанії можуть передбачати споживчі тренди, визначати ризики і навіть прогнозувати фінансові результати [3, с. 107]. Впровадження цифрових інструментів у менеджмент дозволяє поліпшити якість прийняття рішень, що підвищує загальну ефективність діяльності компанії.

Цифрові платформи, такі як CRM (Customer Relationship Management) та ERP (Enterprise Resource Planning), є основою сучасного менеджменту, дозволяючи автоматизувати бізнес-процеси та централізувати управління. Зокрема, CRM-системи допомагають компаніям більш ефективно керувати відносинами з клієнтами, автоматизуючи завдання з обслуговування клієнтів, продажу та маркетингу [5, с. 17]. Це підвищує якість взаємодії зі споживачами, а отже, і лояльність клієнтів. ERP-системи, у свою чергу, об’єднують основні процеси бізнесу (таких як фінанси, постачання та управління персоналом) у єдину інтегровану систему [2, с. 15–18]. Це забезпечує швидкий доступ до ключової інформації, полегшує моніторинг

і контроль над виконанням завдань. Хмарні технології також забезпечують мобільний доступ до важливої інформації, що дозволяє співробітникам швидко отримувати потрібні дані та приймати ефективні рішення, навіть якщо вони працюють віддалено.

Цифровізація впливає не лише на операційні процеси, але й на культуру та структуру організацій [1, с. 46]. Сучасні компанії все частіше переходять до горизонтальної структури управління, що сприяє більшій гнучкості та злагодженій взаємодії між працівниками різних відділів. Цифрові інструменти полегшують командну роботу та комунікацію, сприяючи швидкому прийняттю рішень.

Крім того, цифровізація вимагає нових компетенцій від працівників і керівників. У результаті компанії починають інвестувати у навчання та розвиток персоналу, стимулюючи розвиток інноваційного мислення та підвищуючи рівень технологічної компетенції працівників. Дистанційна робота, яка стає дедалі популярнішою завдяки цифровим інструментам, також сприяє підвищенню задоволеності працівників, що позитивно впливає на продуктивність [3, с. 109].

Однією з головних переваг цифровізації є можливість для точнішого і динамічного стратегічного планування. Використання цифрових інструментів для аналізу великих даних дозволяє визначати нові ринкові можливості, прогнозувати попит і адаптувати стратегії для досягнення довгострокових цілей [2, с. 15]. Крім того, цифрові інструменти для стратегічного планування дозволяють збирати і аналізувати дані не лише про внутрішні процеси, але й про конкурентів і ринок загалом. Це забезпечує керівникам комплексне розуміння ринкових тенденцій, що є критично важливим у сучасному динамічному бізнес-середовищі [4, с. 14].

Поряд із перевагами цифровізація несе із собою значні виклики, які бізнесу необхідно враховувати. Одним з найбільших ризиків є кібербезпека [3, с. 106–109]: збільшення обсягу даних і їхня інтеграція у цифрові платформи роблять компанії більш вразливими до хакерських атак та інших кіберзагроз. Забезпечення захисту даних стає пріоритетним завданням для бізнесу, особливо з огляду на посилення вимог законодавства щодо захисту персональної інформації.

Важливою проблемою також є необхідність постійного навчання персоналу. Оскільки цифрова трансформація вимагає нових навичок, таких як аналітика даних та робота з новими програмними продуктами, компанії повинні інвестувати у програми професійного розвитку для своїх співробітників.

Отже, цифровізація допомагає компаніям бути більш ефективними і швидко пристосовуватись до змін на ринку. Використання цифрових технологій покращує роботу з клієнтами, автоматизує процеси та робить прийняття рішень точнішим. Однак для цього бізнесу потрібно вкладати гроші в нові технології та навчання співробітників, особливо у сфері безпеки даних.

Список використаних джерел:

1. Дергачова Г.М., Колешня Я.О. Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ «КПІ».* 2020. С. 287.
2. Карчева Г.Т. Цифрова економіка та її вплив на розвиток національної та міжнародної економіки. *Фінансовий простір.* 2017. № 3 (27). С. 13–21.
3. Коляденко С.В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент.* 2016. № 6. С. 105–112.
4. Краус Н.М. Цифрова економіка: тренди та перспективи авангардного характеру розвитку. *Ефективна економіка.* 2018. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2018/8.pdf
5. Ляшенко В.І. Цифрова модернізація економіки України як можливість проривного розвитку : монографія / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. Київ, 2018. 252 с.

Майдук Я. В., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Кахович Ю. О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

ТРАНСФОРМАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ОРГАНІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Цифровізація є однією з ключових тенденцій у сучасному бізнесі, що трансформує внутрішні процеси організацій та підвищує ефективність управлінських рішень. Завдяки впровадженню цифрових технологій організації можуть збирати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних, що дозволяє отримати більш точну картину внутрішнього середовища. Управлінський аналіз внутрішнього середовища організації в умовах цифровізації надає можливість більш гнучко реагувати на зміни, приймати обґрунтовані рішення та підвищувати продуктивність за рахунок впровадження новітніх інструментів для збору інформації та прогнозування [1].

З появою нових технологій організації отримали доступ до цифрових платформ, які дозволяють автоматизувати різні аспекти внутрішнього управління, такі як фінансовий контроль, управління людськими ресурсами, операційна ефективність та управління ланцюгами постачання. Це, в свою чергу, змінює підхід до управлінського аналізу, оскільки дані стають більш доступними, структурованими та комплексними. Цифровізація внутрішнього середовища організації включає автоматизацію процесів збору та обробки даних, що суттєво знижує людський фактор і мінімізує можливість помилок. Крім того, сучасні аналітичні платформи дозволяють керівникам отримувати в реальному часі необхідну інформацію для оперативного прийняття рішень, що особливо важливо в умовах швидкої зміни ринкових умов [2].

Важливим аспектом цифровізації є інтеграція управлінських систем, що дозволяє отримувати єдину інформаційну картину про стан організації та її підрозділів. Використання таких систем допомагає поліпшити внутрішній аналіз завдяки більш точному прогнозуванню, яке базується на даних, отриманих із різних джерел, включаючи фінансові, операційні та людські ресурси. Ця інтеграція сприяє підвищенню ефективності управління, оскільки керівники можуть краще оцінити стан внутрішніх процесів і їх вплив на загальну продуктивність організації. Завдяки цьому можна більш раціонально розподіляти ресурси, оптимізувати процеси та швидше реагувати на зміни, що виникають як всередині, так і зовні організації [3].

Цифровізація також відкриває нові можливості для впровадження інновацій у внутрішнє середовище організації, включаючи використання штучного інтелекту та машинного навчання для аналізу великих даних і прогнозування майбутніх тенденцій. Це дозволяє організаціям виявляти приховані патерни в їхній діяльності та приймати більш інформовані рішення на основі прогнозних моделей. Внутрішній управлінський аналіз за допомогою цих інструментів дозволяє точно визначити слабкі місця у функціонуванні організації та пропонувати ефективні стратегії для їх усунення, що веде до покращення загальної продуктивності та конкурентоспроможності на ринку.

Окрім того, цифровізація внутрішнього середовища дозволяє організаціям посилювати управлінську прозорість. Це особливо важливо в контексті зростаючої складності управління багатофункціональними структурами та глобальними бізнес-операціями. Використання цифрових інструментів для управлінського аналізу дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси, але й забезпечити більш ефективну взаємодію між різними підрозділами організації, що сприяє зниженню витрат і покращенню комунікації. У свою чергу, це дозволяє організаціям бути більш адаптивними до зовнішніх викликів і швидше інтегрувати нові технології в свої процеси, що є важливим фактором у сучасній глобалізованій економіці [4].

Таким чином, цифровізація управлінського аналізу внутрішнього середовища організації створює нові можливості для підвищення ефективності і конкурентоспроможності організацій. Вона дозволяє отримувати точніші дані про функціонування організації, підвищує швидкість і якість прийняття рішень, а також сприяє впровадженню інновацій у бізнес-процеси. У майбутньому подальший розвиток цифрових технологій стане важливим драйвером для еволюції управлінських практик та підвищення стійкості організацій в умовах динамічного ринку.

Список використаних джерел:

1. Digital transformation of business. URL: https://pdfs.semanticscholar.org/51bb/4fd609d174438fb8911f283d48d34ef1e894.pdf/1000 (дата звернення: 22.10.2024).

2. Hassan S.S., Meisner K., Krause K. Is digitalization a source of innovation? Exploring the role of digital diffusion in SME innovation performance. *Small Bus Econ.* 2024. № 62. P. 1469–1491.

3. Br. Karo M., Miller B. P., Al-Kamari O. A. Leveraging Data Utilization and Predictive Analytics: Driving Innovation and Enhancing Decision Making through Ethical Governance. *International Transactions on Education Technology (ITEE).* 2024. № 2 (2). P. 152–162.

4. The Effect of Digital Transformation on Organizational Performance by A Mediating Role of Digital Innovation. URL: https://www.researchgate.net/profile/Ahmad-Al-Tit/publication/375662289_Migration_Letters_The_Effect_of_Digital_Transformation_on_Organizational_Performance_by_A_Mediating_Role_of_Digital_Innovation/links/6554ec213fa26f66f404519a/Migration-Letters-The-Effect-of-Digital-Transformation-on-Organizational-Performance-by-A-Mediating-Role-of-Digital-Innovation.pdf (дата звернення: 22.10.2024).

Мартинчук О. М.,
аспірант Сумського державного університету
(науковий керівник – Рекуненко І. І., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри управління імені Олега Балацького
Сумського державного університету)

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ НА МАЛОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Розробка та реалізація різноманітних проєктів розвитку стали невід'ємною складовою сучасної системи управління бізнесом. Особливо потребує адаптації проєктного підходу до управлінських процесів сектор малих і середніх підприємств, де організаційні новації впроваджуються не так часто через низку причин, зумовлених як самою природою дрібного бізнесу, так і системними складнощами економіки країни, де ведуться повномасштабні воєнні дії.

Сьогодні можна виокремити такі основні чинники гальмування розвитку малого підприємництва в Україні: надмірне податкове навантаження; недостатність джерел фінансування; перманентні зміни фінансового законодавства; неможливість конкурувати з великим бізнесом; більша вразливість до негативних впливів зовнішнього середовища порівняно з великими підприємствами [2, с. 3]. Наявність таких причин обумовлює потребу в поліпшенні системи управління, зокрема, застосування проєктного підходу до розв'язання нагальних завдань бізнесу.

Якщо для великих підприємств проєктний підхід є звичною і доступною справою, то для малого бізнесу слідування своїй стратегії розвитку на основі виконуваних проєктів видається доволі непростим. Це пов'язано з обмеженістю ресурсної бази, нечисленністю персоналу і, як наслідок, малопотужністю проєктних команд, які задіяні в ініціації та виконанні робіт.

Між тим малий бізнес повинен бути гнучким і адаптивним, щоб виживати в умовах стрімких технологічних змін, коливання ринкової кон'юнктури та неусталеності споживчих потреб. Ефективне управління проєктами сприяє вчасному впровадженню інновацій на малих підприємствах та підтриманню їх рівня конкурентоспроможності в зовнішньому середовищі. Цифровізація управлінських процесів, до якої активно залучився і малий бізнес, дозволяє значно спростити і прискорити реалізацію окремих фаз проєктування, виконати заплановані роботи командою, меншою за своєю чисельністю, проте з усіма прогнозованими результатами. Упровадження цифрових технологій дає можливість автоматизувати багато бізнес-процесів на основі нових проєктів, що робить управління малими підприємствами більш чітким і організованим. З іншого боку, управління проєктами допомагає ефективно інтегрувати нові технології та адаптувати бізнес до сучасних цифрових рішень.

Донедавна новітні гнучкі технології управління проєктами застосовувалися командами розробників переважно у сфері IT-бізнесу. Однак останнім часом, у міру зростання популярності таких гнучких методологій, як Agile, Scrum, Kanban тощо, вони посіли чільне місце серед засобів управління проєктами на малих підприємствах інших видів діяльності. Їх використання дозволяє швидко реагувати на зміни та покращувати бізнес-процеси, що робить управління проєктами актуальним інструментом для успішного розвитку невеликих підприємств.

Як відомо, Сучасний бізнес зазвичай використовує два основні підходи до управління проєктами [3, с. 4]. Перший – це Waterfall («каскадна модель»), яка стає менш популярною через постійний потік інформації, раптові зміни та потребу в гнучкості робочих процесів. Другий підхід – Agile передбачає гнучке управління бізнес-процесами. Натомість і серед сучасних гнучких методологій існує певний плюралізм, який не завжди дозволяє визначити найбільш адекватну методологію управління проєктом для підприємств різних масштабів та видів економічної діяльності. Існує ціла серія методологій проєктів, які можуть бути (1) вибрані, (2) адаптовані та (3) реалізовані для конкретного проєкту [4, с. 14]. Більшість авторів схиляються до думки, що немає єдиної універсальної методології управління проєктом, яка б задовольняла запити і великих, і малих суб'єктів господарювання.

Як показала практика, не можна просто використовувати методологію управління проєктом в тому вигляді, в якому вона перебуває. Стало очевидним, що проєктним командам слід модифікувати та адаптувати обрану методологію, щоб вона відповідала потребам проекту своєї компанії. У випадку малого підприємства доведеться адаптувати вже апробовану методологію до його вимог – порівняно невеликого кількісного складу проєктної команди, дещо менших фінансових ресурсів, спрощеного інструментарію управління проєктом. Зазначені обмеження можна істотним чином подолати в тому разі, якщо серед стейкхолдерів буде не одне мале підприємство, а кілька, або ж організаційно оформлене об'єднання малих підприємств [1].

Отже, зважаючи на організаційну та ресурсну специфіку малого підприємства, для забезпечення ефективної керованості запровадженим проєктом слід виходити з його реального масштабу, перспектив спільної розробки проєкту в межах консорціуму підприємств чи їх асоціації.

Список використаних джерел:

1. Андрієнко О. Управління проектами в бізнес-об'єднаннях малих і середніх підприємств. Київ, 2017. 77 с.

2. Виговська Н. Г., Легенчук С. Ф., Цисар О. В. Оцінка державної фінансової підтримки малого бізнесу в Україні. *Ефективна економіка.* 2024. № 1. 18 с. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2874

3. Супруненко С. А. Сучасні методичні підходи до проєктного менеджменту та аналізу. *Ефективна економіка.* 2024. № 7. 11 с. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/download/4241/4276

4. Charvat J. P. Project Management Methodologies: Selecting, Implementing, and Supporting Methodologies and Processes for Project. USA, New Jersey : John Wiley & Sons, 2003. 264 p.

Масленникова А. А.,
здобувач Університету митної справи та фінансів
Петруня Ю. Є., д.е.н., проф., завідувач кафедри
менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

ПОБУДОВА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Комунікаційний процес організації поділяється на зовнішні та внутрішні комунікаційні потоки. Зовнішня комунікаційна спрямованість – споживачі, конкуренти, держава та інші суб'єкти зовнішнього середовища організації. Бізнес-організації формують маркетингові управлінські підсистеми відповідної взаємодії з ринком.

Комунікації всередині організації (внутрішні) можуть розглядатися як один з найвагоміших інструментів в управлінні організацією. Від ефективності внутрішнього комунікаційного менеджменту залежить те, наскільки продуктивно працюватимуть конкретні співробітники організації, а також її структурні підрозділи.

Комунікаційний процес – це процес обміну інформацією, який відбувається між двома та більше особами. В менеджменті комунікаційний процес є фактично способом як забезпечення прийняття певних управлінських рішень, так і забезпечення координуючого впливу на певних суб'єктів (співробітників) для їх ефективної реалізації. В сучасному світі цифрові технології створили нові масштаби, наповнення та доступність інформаційних потоків та комунікацій, трансформували управлінський комунікаційний процес [1, с. 79].

Під час комунікаційного процесу ставиться певна управлінська мета, формується певний управлінський задум, які завдяки правильному комунікаційному процесу мають забезпечити повне розуміння між комунікаторами, тому що це є предметом обміну інформацією [2].

Сучасна теорія менеджменту відображає наступні елементи комунікаційного процесу:

1. Відправник – це особа, яка ініціює створення та направлення адресату певної інформації.

2. Отримувач – це реципієнт, отримувач певної інформації.

3. Повідомлення – це певна інформація, яка є закодованою певним чином за допомогою певних символів.

4. Комунікаційний канал – це обраний відправником засіб для передачі певної інформації.

5. Кодування та декодування інформації.

6. Зворотний зв'язок, реакція реципієнта.

*7. Комунікаційні перешкоди (*деформація інформації у процесі передачі її отримувачу).

Зворотний зв'язок, реакція отримувача має вирішальне значення щодо комунікаційної ефективності. Організація функціонує ефективно тільки за умови існування налагодженого зворотного зв'язку [2].

Реакція отримувача – це, по перше, відображення міри його розуміння змісту повідомлення. Зазначимо, що процес декодування повідомлення може бути непростим, й це залежить від ряду факторів, в тому числі якості кодування повідомлення. Підсумок декодування – розуміння, сприйняття змісту, сутності, мети та значення повідомлення отримувачем. По-друге, це певна готовність адресата до здійснення «правильних» дій.

Комунікації всередині організації – це з'єднувальні елементи, це забезпечення координації та можливостей досягнення певних визначених цілей організації в цілому та її окремих складових.

В організаціях існують як формальні, так і неформальні комунікації. Формальні комунікації відображають організаційну побудову, організаційну структуру. Чим масштабнішою є організація, тим більше рівнів комунікації, тим складнішою є організаційно-ієрархічна комунікаційна система, тим складнішою є система комунікаційного менеджменту в організації.

За напрямами комунікаційного процесу в організації виділяють вертикальну комунікацію, горизонтальну комунікацію, діагональну комунікацію. Вертикальна комунікація відноситься до комунікації зверху вниз і знизу вгору. Горизонтальна комунікація це головна складова кожної організації. Головна функція горизонтальної комунікації – це координація. Цей вид комунікації допомагає зменшити розбіжності в роботі та зменшує непорозуміння, які можуть виникати під час роботи в організації.

Отже, правильно вибудовані комунікаційні процеси в організації сприяють гармонійній, продуктивній та комфортній праці персоналу, забезпечують реалізацію її цілей.

Список використаних джерел:

1. Модернізація системи управління в умовах цифрового суспільства : монографія. Серія «Бізнес. Економіка. Фінанси» / за ред. д.е.н. Ю. Є. Петруні, д.е.н. О. Ф. Івашини. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2024. 309 с.
2. Kalpana R. Elements and Importance of Communication Process. Business Management. URL: http://www.businessmanagementideas.com/communication/elements-andimportance-of-communication-process-business-management/2354.

Михайлик О. О.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Пасічник Т. О., к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

МАРКЕТИНГОВЕ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Цифрова економіка вносить значні зміни в традиційні підходи до маркетингу, вимагаючи від підприємств адаптації до нових умов і запровадження інноваційних стратегій, щоб залишатися конкурентоспроможними. Маркетингове планування в умовах цифрової економіки охоплює використання новітніх технологій, інтеграцію даних, аналіз споживчих поведінок та розробку персоналізованих стратегій для залучення й утримання клієнтів.

Однією з ключових особливостей цифрової економіки є збір і аналіз великих обсягів даних, що стосуються поведінки споживачів, їх уподобань, соціально-демографічних характеристик тощо [1, с. 30]. Це дає змогу підприємствам краще розуміти свою цільову аудиторію та адаптувати маркетингові стратегії відповідно до індивідуальних потреб.

Технології штучного інтелекту допомагають підприємствам автоматизувати рутинні завдання, такі як обробка запитів клієнтів, аналітика даних, створення персоналізованого контенту та навіть прогнозування продажів. У цифровій економіці маркетингові комунікації здійснюються через різноманітні канали – веб-сайти, соціальні мережі, мобільні додатки, електронну пошту тощо.

Персоналізація маркетингових повідомлень і пропозицій дозволяє підвищити рівень задоволеності клієнтів і, відповідно, їх лояльність до бренду.

Процес маркетингового планування в цифровій економіці відрізняється від традиційного. Ключові етапи цього процесу включають [2, с. 95]:

1. Визначення цілей та аналіз ринку. Маркетингове планування починається з аналізу ринку, на якому підприємство працює, і визначення конкретних цілей маркетингової кампанії.

2. Сегментація ринку та вибір цільової аудиторії. У цифровій економіці сегментація ринку відбувається за допомогою аналізу великих даних, що дозволяє виділити не лише базові соціально-демографічні групи, але й урахувати більш специфічні поведінкові ознаки, такі як інтереси, частота покупок та інші індивідуальні характеристики.

3. Розробка стратегії та вибір каналів комунікації. На цьому етапі визначаються конкретні канали комунікації, через які здійснюватиметься взаємодія з клієнтами. В умовах цифрової економіки важливо застосовувати омніканальний підхід, щоб забезпечити клієнтам безперервний і зручний досвід у будь-якому обраному каналі.

4. Розробка контенту і персоналізація. Сучасні технології дають змогу підприємствам створювати персоналізований контент для кожного клієнта на основі його поведінкових характеристик та інтересів.

5. Аналіз результатів та оптимізація. Важливо регулярно аналізувати ефективність маркетингових заходів та вносити корективи в стратегію. Використання аналітичних інструментів дозволяє підприємствам оцінити показники ефективності, такі як коефіцієнт конверсії, відгуки клієнтів, кількість нових клієнтів тощо, що є основою для подальшого вдосконалення стратегії.

Маркетингове планування в умовах цифрової економіки стикається з численними викликами, серед яких можна виокремити збір і обробку великих обсягів даних, що створює ризики для конфіденційності клієнтів. Підприємства зобов'язані забезпечувати захист персональних даних відповідно до чинного законодавства, такого як GDPR у ЄС, що регулює порядок збору і зберігання даних [3, с. 182].

В умовах цифрової економіки рівень конкуренції суттєво зростає, оскільки підприємства можуть працювати не тільки на національному, але й на міжнародному рівні. Це вимагає від компаній нових підходів до маркетингових стратегій.

Цифрова економіка відкриває нові можливості для розвитку маркетингового планування. Наприклад, використання штучного інтелекту дозволяє підприємствам аналізувати великі обсяги даних та робити точні прогнози щодо поведінки клієнтів. Блокчейн може забезпечити більшу прозорість та безпеку в обробці даних клієнтів, що підвищить рівень довіри споживачів і знизить ризики зловживань з боку підприємств.

Подальше вдосконалення технологій дозволить підприємствам забезпечувати ще більшу інтеграцію між різними каналами комунікації, що створить цілісний і комфортний досвід для клієнтів.

Маркетингове планування в умовах цифрової економіки є перспективним процесом, що вимагає від підприємств гнучкості та інноваційного підходу. Використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, великі дані та блокчейн, дозволяє оптимізувати процеси маркетингового планування, підвищити ефективність кампаній та забезпечити кращу взаємодію з клієнтами.

Список використаних джерел:

1. Дубина М.В., Козлянченко О.М. Концептуальні аспекти дослідження сутності діджитилізації та її ролі в розвитку сучасного суспільства. *Проблеми і перспективи економіки та управління.* 2019. № 3 (19). С. 21–32.

2. Бондаренко В.М. Основні принципи стратегічного маркетингового планування на підприємстві. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки».* 2015. № 1 (1). С. 92–99.

3. Устенко М.О. Діджитилізація: основа конкурентоспроможності підприємства в реаліях цифрової економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2019. № 68. С. 181–192.

Нестеренко В. І.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковальчук Н. В.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

ВАЖЛИВІСТЬ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В умовах воєнного стану людям важко сконцентруватись на робочих задачах, бути продуктивним в особистому та робочому житті. Постійна емоційна тривожність, спровокована щоденними атаками проти мирних жителів, жахливими руйнаціями та тяжкими болісними втратами, вибиває із колії, не дає спокійно та продуктивно функціонувати в суспільстві.

Але ж потрібно якось виводити себе з цього стану та продовжувати свою діяльність заради себе та майбутнього нашої країни. В цьому може допомогти тайм-менеджмент. Тайм-менеджмент – це управління часом, планування і максимально ефективне використання робочого часу. Іншими словами, тайм-менеджмент – вміння ефективно розпоряджатися обмеженим часом для вирішення максимальної кількості задач.

По-перше, необхідно розпочати з найлегшого, з планування. Звісно, війна вносить свої корективи до наших планів, але завжди є ключові завдання, без яких неможливе продовження нашої як особистої, так і робочої діяльності. Найактуальнішою технікою буде «Найважливіше завдання», визначення для себе щодня трьох найважливіших задач. Відповідно до цієї техніки не потрібно визначати пріоритет кожного окремого завдання із загального списку справ. Просто необхідно пам’ятати про ці 3 завдання та протягом дня реалізовувати їх [1].

Одним із найвідоміших методів планування є матриця Ейзенхауера – принцип встановлення пріоритетів за критеріями важливості та терміновості. За цим принципом задачі поділяються на 4 типи:

1) термінові й неважливі завдання (ті справи, які нас не наближають до мети, їх краще делегувати);

2) термінові й важливі справи (справи, які не терплять зволікання та можуть стати терміновими через лінь, краще не допускати їх появи);

3) нетермінові й неважливі справи (іншими словами, це пожирачі нашого часу);

4) нетермінові й важливі справи (це наші поточні задачі, які в разі невиконання стануть терміновими/важливими).

Цей метод набув популярності після публікації американського бізнес-тренера С. Кові книги «Сім звичок надзвичайно ефективних людей» [2].

Також треба пам'ятати про метод time blocking, де ми можемо виділяти конкретні часові блоки для певних завдань або категорій завдань. Цей метод має свої переваги: простота планування; стійкість плану; зручність виконання завдань; зниження рівня тривоги; можливість гармонійного поєднання різних сфер життєдіяльності.

Метод Альпи (ALPEN) – це один із методів тайм-менеджменту для складання списку справ дня з визначенням їхніх пріоритетів. Метод допомагає сконцентруватись на найважливішому, розставити пріоритети, зменшити стрес та одержати виграш у часі за рахунок раціональної організації праці. Автор методу Л. Зайверт розділив його на 5 компонентів: A – складання списку завдань (activities), L – визначення часу (length), P – планування буферного часу (planning buffer time), E – встановлення пріоритетів (establishing prioritised decisions), N – контроль успішності (noting down level of success).

По-друге, треба усвідомити, що тайм-менеджмент не працює без блокування факторів, які відволікають. Сьогодні актуальним є зависання у соціальних мережах, особливо перегляд новин, які шокують нас і вже не дозволяють продуктивно працювати. Мозок фокусується на потенційній небезпеці, замість повсякденних завдань. Тому необхідно використовувати застосунки, які блокуватимуть доступ до соцмереж чи інших сайтів. Наприклад, Freedom, StayFocusd або RescueTime. Також важливо вимикати сповіщення про повідомлення (крім повітряної тривоги), не брати слухавку, якщо це не важливі дзвінки.

По-третє, було доведено, що однозадачність є набагато ефективнішою, ніж багатозадачність. Тому краще відмовитись від ідеї робити декілька задач одразу, бо це може швидко призвести до вигорання та ментальної втоми. Кол Ньюпорт в своїй книзі «Глибинна робота: правила сфокусованого успіху в розсіяному світі» стверджує, що глибока концентрація на одному завданні приносить набагато більше результатів, ніж робота в умовах постійних відволікань [3].

В умовах воєнного стану, багато компаній мають людей, які крім виконання своїх робочих зобов'язань, займаються волонтерською діяльністю. Прикладом можуть бути багато українських компаній, в яких частина персоналу надає величезну допомогу нашим ЗСУ задля здобуття перемоги. При тому вони залишаються ефективними на власних позиціях у компанії. Найголовніше для них – правильно розставляти пріоритети, раціонально підлаштовувати свої робочі години під волонтерську діяльність.

Отже, в умовах воєнного стану тайм-менеджмент має дуже важливе значення для продуктивної діяльності в особистому та робочому житті. Хронічний стрес, тривога та страх дуже впливають на ефективність роботи. Але раціональне планування допомагає знизити рівень стресу, підвищити стійкість до тривожності, оптимально розподілити час, навіть у кризових ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Жуковська А. Методи планування та розподілу завдань у тайм-менеджменті. *Соціально-економічні відносини у суспільстві*. 2023. Т. 1 (47). URL: https://ser.net.ua/index.php/SER/article/view/478

2. Covey S. R. The 7 Habits of Highly Effective People. Simon & Schuster, 2020. 464 p.

3. Cal Newport. Deep Work: Rules for Focused Success in a Distracted World. Grand Central Publishing, 2016. 304 p.

Озерова Д., студентка Таврійського державного
агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного
(науковий керівник – Агєєва І. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту та публічного адміністрування
Таврійського державного агротехнологічного університету
імені Дмитра Моторного)

УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРОЮ ЯК НАПРЯМ УДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Організація праці лежить в основі здійснення управлінської діяльності так як є важливим видом суспільної праці. Основне завдання управлінської праці – це забезпечення скоординованої й цілеспрямованої діяльності трудових колективів й окремих учасників спільного робочого процесу [1, с. 16]. Через повномасштабне вторгнення РФ українські підприємства стикається з такими викликами як дефіцит кваліфікованих кадрів. Тому утримання персоналу через належну мотивацію є основним завданням підприємств.

Сьогодні на підприємствах використовують більшості класичні методи мотивації персоналу – матеріальні. Але є багато стимулів, що спонукають персонал до кращої праці. До таких стимулів належить і система планування кар'єри. Кожна людина має бути вмотивована впевненістю у своєму майбутньому, чого, на жаль, нині немає.

Вчені вважають, що кар'єра – це результат усвідомленої поведінки людини у сфері трудової діяльності, який пов'язаний з уявленням персоналу про своє трудове майбутнє, а також способи професійного розвитку та самореалізації [2, с. 20].

Управління кар'єрним розвитком вимагає як від персоналу, так і від керівництва підприємства зусиль, але ці зусилля дають переваги для обох сторін.

З метою дослідження рівня задоволеності персоналу діючою системою мотивації на промисловому підприємстві нами було проведено опитування за допомогою анкети. В опитуванні взяли участь 22 особи (24% від загальної чисельності персоналу). Це 4 керівника, 3 фахівця, 15 працівників. Щодо оцінки рівня задоволеності умовам кар'єрного зростання 10,4 % респондентів оцінили нижче середнього, лише 2,8% надали високу оцінку. На питання «Які інструменти мотивації мотивують Вас найбільше?» виявлено, що 12,1% респондентів вважають, що одним з найменш розвинутими складовими системи мотивації на підприємстві є можливості кар'єрного росту.

Ми підтримуємо думку Лозовецької В. Т. [3], яка вважає, що працівник повинен сам визначити власні професійні інтереси, а для цього він повинен вибрати таку посаду, яку він хотів би зайняти у майбутньому. Для цього йому необхідно порівняти свої можливості з вимогами до посади і визначити, чи є план розвитку кар'єри. Після цього він повинен продумати, що необхідно для реалізації плану.

Ми вважаємо, що керівництво підприємства повинно розуміти важливість кар'єрного росту свого персоналу, який цього бажає. Для цього одним з мотиваційних методів кар'єрне просування персоналу є індивідуальні програми. Для планування індивідуальної кар'єри необхідно виявити у персоналу їх потреби та інтереси. Потім на основі перспектив підприємства і особистих даних персоналу сформувати цілі кар'єри, а далі визначити варіанти службового зростання. Для тих, хто прагне розвинути свої навички щодо управління кар'єрою, а також навчитися знаходити власні ресурси пропонуємо впроваджувати на підприємствах кар'єрний коучинг.

Кар'єрний коучинг – це технологія кар'єрного розвитку, що сприяє вдосконаленню професіоналізму, кваліфікації працівників та дозволяє людині усвідомити своє справжнє професійне покликання і бути ефективним у своїй діяльності. За допомогою спеціальних технік кар'єрний коучинг допомагає оцінити професійні можливості та компетенції у виборі найбільш дієвого шляху розвитку, сприяє процесу самовдосконалення, реалізації особистісних і професійних якостей, розкрити потенціал в структурі підприємства, створити чітке бачення власної кар'єри процесу [4].

Після консультування щодо технології кар'єрного зростання, вважаємо, що керівництв підприємства повинно прийняти управлінське рішення про доцільність планування кар'єри працівника, який в цьому зацікавлений. Для цього на основі результатів оцінки професійних, ділових та особистісних якостей необхідно скласти кар'єрний план – кар'єрограму. Кар'єрограма повинна передбачати послідовність посад кар'єрного просування працівника протягом усього терміну трудової діяльності.

На підприємстві відділ по роботі з персоналом повинен скласти план кар'єрного росту працівника на основі поетапного планування трудової кар'єри.

Отже, планування трудової кар'єри персоналу на підприємстві повинно будуватися на індивідуальному підході. Застосування кар'єрного коучингу та планування кар'єрного зростання дозволить підвищити продуктивність праці працівників та збільшити мотивацію праці з метою досягнення поставлених цілей підприємства.

Список використаних джерел:

1. Василик С.К., Прохоровська С.А., Агєєва І.В. Управління персоналом і самоменеджмент у системі управління організацією в умовах сучасних викликів. *Наукові записки Львівського університету бізнесу та права. Серія економічна. Серія юридична*: *зб. наук. пр*. 2023. Вип. 18. С. 16–23. URL: https://nzlubp.org.ua/index.php/journal/article/view/848/771 (дата звернення: 23.10.2024).
2. Давиденко В.В., Турчак В.В., Когут А.А. Теоретико-методичні засади управління діловою кар'єрою персоналу на підприємстві. *Подільський науковий вісник*. 2023. № 2 (26). С. 18–23.
3. Лозовецька В. Т. Професійна кар'єра особистості в сучасних умовах : монографія. Київ, 2015. 279 с.
4. Щьокіна Є.Ю. Карєрний коучинг у системі управління персоналом. *Економічний форум: наук. журн*. Луцьк, 2021. Вип. 2. С. 117–122.

Олійник Є. О.,
докторант Університету митної справи та фінансів

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В УПРАВЛІННІ: СТРАТЕГІЧНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні умови ринкової економіки вимагають від аграрних підприємств не лише адаптації до змін, але й активного впровадження інновацій для підтримки та зміцнення конкурентних позицій. У цьому контексті інновації стають ключовим елементом стратегії управління, що сприяє підвищенню ефективності діяльності та забезпеченню стабільного розвитку аграрного сектору в цілому.

У сучасних умовах аграрні підприємства стикаються з викликами глобалізації економіки, кліматичними змінами, посиленням конкуренції, зростанням вимог до якості продукції та пошуком заходів зменшення своїх виробничих витрат. Це зумовлює необхідність інноваційного підходу з виробітку нових управлінських рішень на основі впровадження цифрових технологій у господарську сферу аграрних підприємств з метою утримання своїх позицій на ринку щодо підвищення ефективності діяльності та забезпеченні конкурентних переваг.

Впровадження цифрових технологій в управління, є одним з інноваційних підходів і постає необхідним атрибутом сучасної господарської діяльності у досягненні завдань підприємства, що направлено на охоплення

комплексності сучасних інформаційних технологій при якісній зміні існуючих господарських відносин. Провідною роллю в цьому є забезпечення управлінської складової новою моделлю, яка уособлює в собі технологію, методи, процеси та підходи, які дозволяють підвищити виробничу продуктивність, зменшити витрати та забезпечити сталий розвиток підприємства [1].

В даному разі такі інновації спрямовуються на оптимізацію виробничих процесів, що передбачає використання нових техніко-технологічних процесів, впровадження ресурсозберігаючих методів виробництва, підвищення якості управлінських рішень. Завдяки впровадженню сучасних інформаційних систем та технологій, аналітики отримують дані щодо зміцнення організаційної структури, включаючи нові підходи до управління персоналом, сприяння розвитку командної роботи, делегування повноважень та покращення комунікацій всередині підприємства.

Управлінський аспект аграрного підприємства може включати різні типи інноваційних стратегій, як певних бізнес-моделей, кожна з яких спрямована на досягнення поставлених цілей. Основними серед них необхідно виокремити такі:

– технологічні інновації: передбачає автоматизацію виробництва, використання робототехніки, сенсорних систем для моніторингу стану ґрунту, біотехнологій для моніторингу виробничих процесів. Ці інновації дозволяють підвищити продуктивність і зменшити витратну складову на виробництво продукції;

– організаційні інновації: включають зміни у структурі управління, підходах до керування кадрами, впровадження нових методів планування та оцінки ефективності. Організаційні інновації спрямовані на поліпшення внутрішніх процесів і підвищення ефективності управління;

– інформаційні інновації: впровадження сучасних інформаційних технологій, таких як системи моніторингу врожаїв, аналітичні платформи для прогнозування та аналізу ринку, автоматизовані системи управління запасами та ERP-системи щодо інтеграції бізнес-процесів підприємства;

– маркетингові інновації: використання нових методів просування продукції, сегментацію ринку, розробку нових брендів, впровадження нових каналів збуту та розвиток партнерських відносин з постачальниками і клієнтами.

Впровадження інновацій в управління аграрними підприємствами має значний вплив на їх конкурентоспроможність. Насамперед це зменшення витрат виробництва за рахунок використання сучасних технологій з точного землеробства, що дозволяє оптимально використовувати ресурси. Підвищення якості продукції за рахунок впровадження нових сортів рослин та біотехнологій, які забезпечують кращі врожайні характеристики та стійкість до хвороб рослин. Покращення управлінських процесів, що сприяє оперативному ухваленню рішень на основі актуальних даних та аналітичних прогнозів, знижуючи ризики та збільшуючи ефективність діяльності.

Наступне, це підвищення гнучкості підприємства: інноваційні стратегії дозволяють оперативно адаптуватися до змін ринкової ситуації, забезпечуючи більш стійке становище в умовах нестабільності ринків. Формування позитивного іміджу підприємства, як інноваційно-орієнтованого гравця на ринку, що сприяє залученню нових партнерів та інвесторів.

Інновації в управлінні є потужним важелем для підвищення рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств. Вони дозволяють не тільки адаптуватися до мінливих умов ринку, але й активно створювати нові можливості свого розвитку.

Загалом інноваційна складова стратегічних можливостей аграрного підприємства, тісно пов'язана із впровадженні інформаційних технологій, яким передує комплексний аналіз внутрішнього середовища підприємства та проведення аналізу доцільності впровадження тієї чи іншої інформаційної складової вимогам зовнішнього середовища. В цьому контексті проявляється основний зміст як інформаційних технологій, так і інноваційних стратегічних можливостей аграрних підприємств.

Отже, впровадження сучасних технологій на основі інноваційних підходів сприятимуть аграрним підприємствам підвищити ефективність виробництва, забезпечити якість продукції та зміцнити свою позиції на товарному ринку. Активне впровадження інновацій стає запорукою стабільного та сталого розвитку аграрного сектору в умовах динамічного та непередбачуваного зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Обидєннова Т., Васильєв В. Цифрові технології в управлінні підприємством: теоретичний аспект. *Електронне фахове видання «Адаптивне управління: теорія і практика»*. 2023. Випуск 15 (30).

Осецький В. Л.,
д.е.н., проф., професор
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Лесковець Я.,
здобувачка освітнього ступеня "магістр"
Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ІМПЕРАТИВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ В ЦИФРОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Активний розвиток цифрових технологій в усіх сферах суспільного життя спричиняє глибокі трансформаційні зміни у світовій економіці, надаючи їй нових якісних і кількісних характеристик. Американський учений Ніколас Негропонте запровадив термін "цифрова економіка" у 1995 році; у своїх дослідженнях він окреслив фундаментальні переваги цифрових технологій у порівнянні з традиційними матеріальними ресурсами [1].

Прискорення цифровізації економіки зумовлює потребу в застосуванні сучасних підходів та інструментів в управлінні. Видатний французький теоретик і практик менеджменту Анрі Файоль вважав, що застосування ефективних принципів управління сприяє успіху компаній [2, с. 50]. У зв'язку зі змінами, яких зазнають сучасні економічні системи, існує необхідність упровадження інноваційних технологій з метою підвищення ефективності управління [3].

Аналіз наукових джерел свідчить про відсутність єдиного визначення терміна «інноваційна технологія в управлінні», до того ж вітчизняні та зарубіжні дослідники пропонують власні підходи до класифікації інновацій в управлінні, що базуються на різних критеріях. Зважаючи на це, інноваційні технології в управлінні можна визначити як сукупність нових методів, інструментів та підходів, які застосовуються для оптимізації управлінських процесів і підвищення ефективності функціонування підприємств. Ці технології охоплюють як інформаційні системи, так і нові управлінські практики, які сприяють досягненню стратегічних цілей організації, поліпшенню взаємодії з усіма учасниками бізнес-процесів (співробітниками, постачальниками, споживачами) та адаптації до динамічних змін у ринковому середовищі [4].

Зазначимо, що нововведення мають циклічно-хвилеподібний характер розвитку, завдяки якому підтримується безперервний прогрес [5]. Проте з часом інноваційні технології втрачають унікальність і набувають статусу стандартних, адже новизна є лише тимчасовою властивістю будь-якої матеріальної чи нематеріальної розробки.

На рисунку 1 зазначено перелік основних інноваційних технологій, використання яких, на нашу думку, сприятиме підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Згідно з останнім Глобальним опитуванням McKinsey про стан штучного інтелекту, 65% респондентів підтвердили, що їх організації активно використовують генеративний штучний інтелект у принаймні одній бізнес-функції, у порівнянні з лише однією третьою минулого року. Водночас упровадження цього виду технології може генерувати щорічну вартість від 2,6 до 4,4 трильйона доларів, що підтверджує тезу про зростання ефективності управління при використанні інноваційних технологій [7]. Крім того, Gartner прогнозує, що до 2028 року автономний агентський штучний інтелект буде приймати щонайменше 15% щоденних робочих рішень, що свідчить про подальшу автоматизацію процесів управління [8].

До того ж зарубіжний досвід показує, що застосування інноваційних технологій в управлінні стає більш ефективним за наявності інституційної підтримки, яка сприяє структурним змінам в економіці, оптимізує витрати та підвищує ефективність ринків. Відсутність такого інституційного забезпечення, навпаки, обмежує модернізацію і знижує потенціал структурної політики [9].

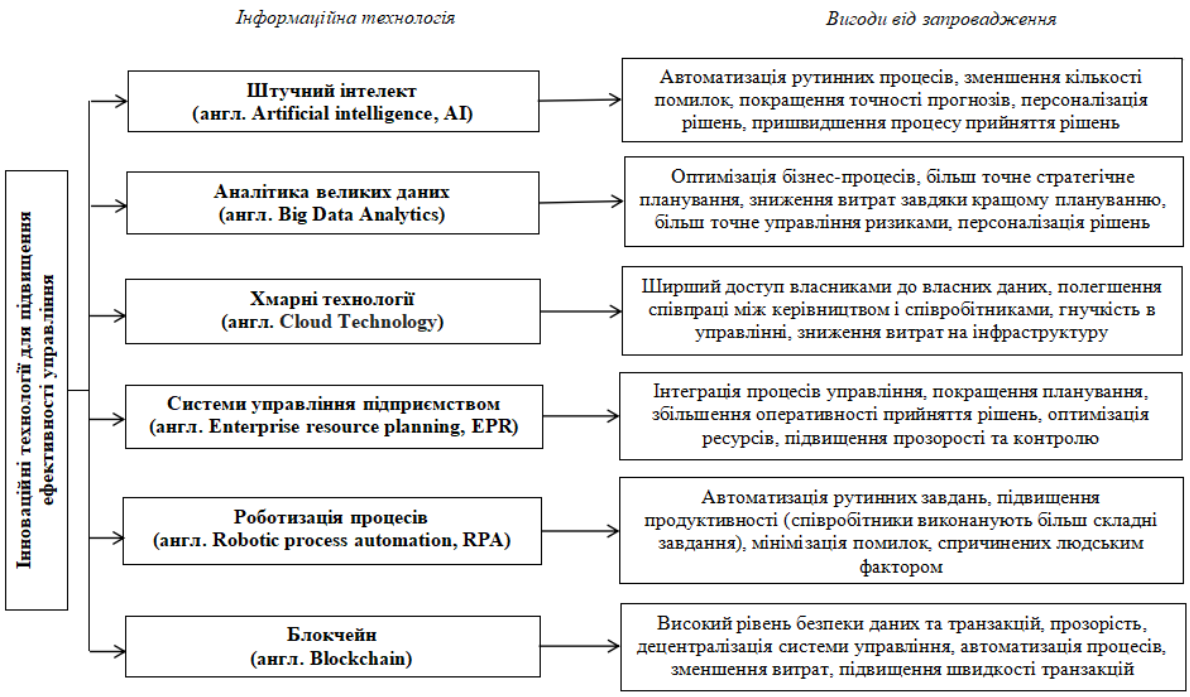

Рис. 1. Інноваційні технології для підвищення ефективності управління

Джерело: побудовано авторами на основі [6].

Таким чином, доходимо висновку, що в сучасній цифровій економіці інноваційні технології відіграють роль потужного каталізатора, що трансформує традиційні управлінські парадигми. Поширення генеративного штучного інтелекту та інших передових розробок свідчить про те, що організації, які вміло інтегрують ці технології в свою діяльність, здобувають помітну конкурентну перевагу. Однак для забезпечення стійкого розвитку в умовах цифрової трансформації необхідне формування сприятливого інституційного середовища, яке стимулює інноваційну активність і сприяє розкриттю потенціалу нових технологій.

Список використаних джерел:

1. Negroponte N. Being Digital. NY : Knopf, 1995. 256 p.

2. Менеджмент і адміністрування: в 2 ч. Ч. 1. Історія менеджменту. Теорія організацій : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / [О. В. Баєва, Л. В. Лазоренко, Н. І. Новальська та ін.] ; за ред. О. В. Баєвої, Н. І. Новальської. К. : ДП “Вид. дім “Персонал”, 2017. 336 с. URL: https://maup.com.ua/assets/files/lib/book/men_adm_1.pdf

3. Осецький В. Л., Кирильчук О. В. Інституційні елементи інноваційної системи України. *Ефективна економіка.* 2024. № 2. URL: https://www.nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/3065/3101

4. Люта Г. В., Павленко І. А. Вплив інноваційних технологій на систему управління підприємством. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 298–303. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/12_ukr/49.pdf

5. Харченко Т. О., Бондарук Ю. С. Інноваційні технології в управлінні бізнес-процесами підприємств. *Держава та регіони.* 2019. № 4. С. 118–124. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2019/4_2019/25.pdf

6. Глобальний звіт «Прогнози щодо розвитку галузі високих технологій, медіа та телекомунікацій» на 2024 рік / Deloitte. URL: https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/technology-media-and-telecom-predictions.html

7. McKinsey & Company. Прогноз технологічних тенденцій McKinsey на 2024 рік. URL: https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-top-trends-in-tech

8. Gartner. Gartner Top 10 Strategic Technology Trends for 2025. October, 2024. URL: https://www.gartner.com/en/articles/top-technology-trends-2025

9. Осецький В., Савчук Н. Модернізація структурної політики держави як імператив інноваційного розвитку України в умовах війни. *Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління* : матеріали III Міжнародного форуму. Київ : Видавництво Ліра-К, 2024. Міжнародний форум EFBM 3.0 «Економіка. Фінанси. Бізнес. Управління. Від відновлення до зростання». С. 89–92.

Паланиця М. М., здобувач
третього (аспірантура) рівня вищої освіти спеціальності, ІІ курс
Херсонського національного технічного університету
(науковий керівник – Губа М. І., к.е.н., доц., доцент кафедри
державного управління та місцевого самоврядування
Херсонського національного технічного університету)

ПОБУДОВА ВІДНОСИН ВЛАДИ І БІЗНЕСУ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Діджиталізація, цифрове врядування, цифрова трансформація, які досить активно розвиваються та апробовані в українському суспільстві потребують перегляду та побудови ефективних відносин органів публічної влади та бізнесу. За рахунок цифрової трансформації оптимізується процес не лише в бізнесі, але й у владних структурах. З’являються суттєво нові шляхи для комунікацій, змінюються способи зберігання та обробки інформації. За рахунок цифровізації влада ефективно керує своїми територіями, адмініструє доходи громадян, своєчасно контролює бізнес і не втручається надмірно в його справи. У світі цифровізація місцевої влади асоціюється зі значним підвищенням якості послуг, які надає муніципалітет в певній країні. На практиці цифрові технології використовуються також і для оцінки діяльності влади на місцях, аналізу обсягу наданих послуг, виділених коштів з бюджету та іншого [1].

Слід зауважити, що для збільшення продажів, залученню потенційних клієнтів і партнерів та подальшого масштабування своєї підприємницької діяльності бізнесу не обійтися без участі в цифровізації. Сайти, соціальні мережі, лендінг сторінки, чат-боти, штучний інтелект не лише полегшують керування та оптимізують бізнес-процес, але й допомагають бізнесу отримати гарні фінансові результати. З іншої сторони гарно оформлений сайт з боку влади із вичерпним переліком послуг, які надаються та додатковою інформацією скорочують час бізнесу на пошук необхідної інформації, зменшують черги в органах влади та збільшують довіру підприємницьких структур. Якщо зробити історичний екскурс, то слід зауважити, що влада і бізнес пройшла довгий шлях до побудови цифрового суспільства. Розпорядженням Кабінету Міністрів № 67-р від 17 січня 2018 року була схвалена Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства на 2018–2020 рр. [2].

02 вересня 2019 року Державне агентство з питань електронного урядування України Постановою Кабінету Міністрів було перетворено в Міністерство цифрової трансформації України. Основна місія – створення «Держави в смартфоні». Головними цілями цифрового розвитку є: прискорення економічного зростання та збільшення об'єму інвестицій, трансформація економіки в ефективні та конкурентоспроможні галузі, цифрова модернізація промисловості, розвиток цифрового підприємництва та взаємовідносин між владою і бізнесом, доступність громадянам переваг цифрового світу, розвиток цифрової індустрії. Цілями Мінцифри до 2024 року було встановлено:

– переведення 100 % публічних послуг для бізнесу та громадян в онлайн;

– навчання 6 млн українців цифровим навичкам;

– підвищення частки ІТ до 10 % у ВВП України;

– забезпечення 95% транспортної інфраструктури, соціальних об'єктів, населених пунктів високошвидкісним інтернетом [3].

Найбільш вдалими прикладами побудови відносин влади і бізнесу в цифровому суспільстві можна вважати: Дія.Бізнес, Дія.Центр, Е-резидентство та Дія.City. Завдяки проекту «Дія.Бізнес» для бізнесу є можливість отримати консультацію, знайти ідеї для бізнесу, подати заявки на отримання грантів, масштабувати власну справу до національного та міжнародного рівня. Проект «Дія.Центр» – це сучасна мережа модернізованих ЦНАПів (Центр надання адміністративних послуг) із єдиними стандартами надання якісних послуг бізнесу та громадянам без черг, довідок і біганини. Завдяки «Е-резидентству» є можливість іноземним інвесторам і бізнесменам вести бізнес в онлайн-режимі в національній юрисдикції нашої держави з правом відкриття рахунків в українських банках. Простір «Дія.City» поєднує в собі певний комплекс

інструментів для розвитку та збільшення масштабів ІТ-бізнесу в Україні та по світу в цілому. Українські та міжнародні компанії є резидентами Дія.City, де обговорюється форма співпраці, інструменти залучення інвестицій та інші питання [3].

Відмітимо, що подібного додатка Дія не має жодна європейська країна, а число завантажень в Україні сягнуло вже 20 млн користувачів і лише продовжує зростати. Полегшує роботу бізнесу також і система державних закупівель Prozorro. Підприємці мають змогу прийняти участь в аукціонах по оренді комунального майна, оренді земельних ділянок, закупівлі товарів чи виконанні послуг і підписати свій перший вигідний контракт з державою. Розміщення систем закупівель на хмарних рішеннях GigaCloud захищають її від обстрілів і дозволяють рухати економіку країни в вірному напрямку. Із метою розвитку напрямку ІТ в Україні та стимулювання цифрової економіки був прийнятий Закон України №1667-IX від 15.07.2021 року. Він визначає правовий режим Дія.City, понятті гіг-контракту, гіг-спеціаліста, створення сприятливих умов для інноваційного бізнесу, залучення інвестицій та талановитих спеціалістів, розбудови інфраструктури [4].

Цифровізація економіки і суспільства в цілому призводить до змін підходів в організації взаємодії між органами публічної влади і бізнесу. Під час взаємодії починають використовуватися нові алгоритми, процеси, механізми, це свого роду адаптаційний процес, який проходить і бізнес і влада одночасно. Саме поліпшення процесу цифровізації і зміна підходу до нього владних структур і бізнесу дасть максимальний ефект і масштабну віддачу.

Список використаних джерел:

1. Бардах А. Взаємодія органів місцевого самоврядування та бізнесу: цифрова трансформація та неокорпоративізм. *Аспекти публічного управління.* 2021. Том 9. № 6 (1). URL: https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/view/922/888

2. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації : розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67-р: станом на 17 вересня 2020 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text (дата звернення: 09.10.2024).

3. Міністерство цифрової трансформації України. URL: https://thedigital.gov.ua/ministry (дата звернення: 09.10.2024).

4. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні : Закон України від 15.07.2021 р. № 1667-IX: станом на 01 січня 2023 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text (дата звернення: 09.10.2024).

Сало Б. С.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковальчук Н. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

КОНФЛІКТИ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЙНОЮ ПОВЕДІНКОЮ

Однією з невід'ємних частин управління організаційною поведінкою є вміння передбачати та керувати конфліктами в компанії. Проблема вивчення та аналізу конфліктних ситуацій в організаціях є темою активних досліджень у сучасній літературі і залишається важливою через їхній вплив на результати роботи колективу. Конфлікти можуть суттєво заважати ефективній взаємодії в групах, що призводить до втрат виробничих ресурсів і часу. Проте, якщо конфлікти виявляються та вирішуються своєчасно, вони можуть стати корисним засобом для розв'язання актуальних завдань і покращення загальної ситуації в організації.

Конфлікти проходять через кілька етапів розвитку, Біловодська О.А. та Кириченко Т.В. в своїй праці зазначають такі види діяльності в процесі управління конфліктами як: «прогнозування конфліктів і оцінка їхньої функціональної спрямованості; попередження або стимулювання конфлікту; регулювання конфлікту; розв'язання конфлікту»[1]. На основі цієї класифікації можна виділити 4 основних етапи розвитку конфліктів:

1) Виникнення спірної ситуації.
2) Сприйняття ситуації як конфліктної.
3) Початок та розвиток відкритої конфліктної взаємодії.
4) Розв'язання конфлікту.

Отже, перший етап конфлікту характеризується активними діями з боку одного з учасників, який усвідомлює конфлікт. Ці дії можуть включати заяви, попередження та критичні висловлювання, спрямовані проти опонента. Другий учасник, усвідомлюючи агресію, відповідає відповідними діями. На етапі розвитку конфлікту учасники відкрито висловлюють свої позиції та вимоги, хоча при цьому можуть навіть не усвідомлювати свої особисті інтереси або суть конфлікту. Це може ускладнити ситуацію, адже кожен з них фокусується на власних претензіях, не враховуючи контекст і потреби іншого. Тому менеджеру дуже важливо втручатись в "конфлікт" на початковій стадії, адже його своєчасна реакція може сприяти швидшому і більш ефективному вирішенню конфлікту.

Загалом слово "конфлікт" дуже часто сприймається робітниками, як щось погане та негативне, проте саме під час конфліктів і дискусій можуть виникати нові ідеї та шляхи розвитку компанії в майбутньому. І саме правильне управління конфліктами здатне не тільки вирішити проблему, а й зміцнити команду, покращити комунікацію і сприяти інноваціям. На

основі проаналізованих дослідженнях можна виділити ряд ефективних методів управління конфліктами. Так, наприклад, О.Карпенко та Є.Осипова виділяють такі необхідні навички для врегулювання конфліктів як: активне слухання, емоційний інтелект, терпіння, неупередженість, відкрите спілкування, пошук невербальних сигналів, здатність до розуміння позиції протилежної, співпраця та інші [2]. У процесі вирішення конфлікту мобілізуються зусилля, знімається напруга, розробляються нові ідеї, рішення та інновації. Важливо підкреслити, що менеджеру потрібно розуміти ситуацію і використовувати відповідний підхід або поєднувати їх під час управління конфліктами.

В свою чергу, Лавренюк А. в своїй роботі виділяє такі інструменти або стилі врегулювання конфліктів як ухилення, згладжування, примушення, компроміс та рішення проблеми [3]. Якщо розглядати значення та ефективність цих стилів, то:

– *ухилення* означає «не потрапляти в ситуації, що провокують виникнення протиріч» . Проте, на нашу думку, цей стиль може призвести до приховування проблем і нерозв'язаних розбіжностей, що в майбутньому може негативно вплинути на атмосферу в команді;

– *згладжування* – це процес, спрямований на зменшення напруги та уникнення розвитку конфліктної ситуації. Цей стиль також потребує балансу між підтримкою гармонії в команді і відкритим обговоренням питань;

– *примушення* – це підхід, при якому одна зі сторін нав'язує свої вимоги або рішення іншим, часто без врахування їхніх інтересів. Цей стиль може бути ефективним, коли керівник має значний вплив на підлеглих;

– *компроміс* як стиль вирішення конфліктів, передбачає прийняття частини позиції іншої сторони. Цей підхід високо цінується в управлінських ситуаціях, оскільки дозволяє швидко розв'язати конфлікт, задовольняючи обидві сторони;

– *рішення проблеми*, як стиль управління конфліктами, включає спільний пошук оптимального рішення, яке враховує інтереси всіх сторін і сприяє збереженню позитивних відносин. Це не лише допомагає знайти компроміс, а й зміцнює стосунки між співробітниками.

Отже, методи, інструменти та стилі управління конфліктами є важливою компетенцією для сучасних менеджерів, яка може суттєво вплинути на успішність організації, адже саме ефективне управління ними може збільшити відсоток позитивного наслідку конфлікту, знизити психічну напруженість у групі, зменшити стрес та стати джерелом виникнення нових норм спілкування між людьми.

Список використаних джерел:

1. Біловодська, О.А., Кириченко, Т.В. Управління конфліктами в системі управління людським потенціалом підприємств. *Економіка і суспільство.* 2017. № 10. С. 177–182. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/10_ukr/33.pdf

2. Карпенко О. О., Осипова Є. Л. Підходи щодо управління конфліктами в організації. *Economic synergy*. 2021. С. 44–55 URL: http:// nbuv.gov.ua/UJRN/econsyn_2021_2_7

3. Лавренюк А. Управління конфліктами в організації. *Вісник Київського інституту бізнесу та технологій*. 2016. № 2. С. 49–51. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkib_2016_2_38

Сало Б. С.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Івашина О. Ф., д.е.н., проф.,
професор кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

МЕНЕДЖЕРІАЛЬНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ФІРМИ

В економічній науці фірма давно стала предметом наукового аналізу в контексті розв'язання теоретичних і практичних завдань розвитку управління. Фірму розглядають як техніко-економічне утворення, або як організаційну (інституційну) одиницю. В неокласичному аналізі фірма традиційно розглядалася як інструмент ефективного використання обмежених ресурсів. У свій час А. Маршал додав до аналізу новий фактор виробництва та зростання продуктивності праці – організацію виробництва. Його менеджерський підхід дозволив виділити підприємницькі здібності як специфічний фактор виробництва в «представницькій фірмі». Представницька фірма – це типова та середня за розмірами фірма, що досягає максимізації прибутку умовах оптимізації (MC = MR) [1]. Концепція підприємницької фірми Й. Шумпетера, що виросла із концепції представницької фірми А. Маршала, започаткувала розвиток менеджеріальних теорій. Ці теорії орієнтовані на пошуці стратегічних конкурентних переваг, на ролі менеджерів, їх здатності визначати ефективну роботу підприємницької фірми [2]. У сучасній науці менеджеріальні теорії розглядаються в межах альтернативних теорій фірми. До альтернативних теорій відносять: теорію біхевіоризму, еволюційну теорію, підприємницьку теорію, мережеву теорії організації, теорії Х-ефективності, маркетингового аналізу, розробки товару, маркетингових комунікацій, менеджменту, контролінгу, стратегічного маркетингу та інші [3].

Розвиток цифрових та інформаційних технологій у другій половині XX ст. виявив кілька важливих тенденцій в організації виробництва, форм і методів координації господарських зв'язків, організаційно-правових форм бізнесу. Цифровізація посилила децентралізацію виробничої та комерційної діяльності. Пошук нових ринків і диверсифікація операцій реалізується переважно через малі фірми, в тому числі ті, що створені у межах великих компаній та зорієнтовані на самостійне виробництво й

просування продукції на ринках. Зменшення розмірів організаційно-виробничих структур приводить до поступової трансформації акціонерної власності в різні види колективної власності, поширення товариств та індивідуальних форм сучасного підприємництва.

Застосування цифрових та інформаційних технологій змінює ринковий простір і розмиває кордони між фірмою та ринком, все частіше відбуваються процеси об'єднання власності та управління в одній особі, інтеграція функцій планування, проектування, маркетингу, мотиваційної системи та контролю. Суперечливий вплив цифровізації праці стає фактором організаційних змін. Здатність фірми функціонувати в умовах швидкоплинних змін розглядається теорії І. Ансоффа. Він надає особливого значення поточному стану організації та намагається визначити її можливе майбутнє. Серед популярних менеджеріальних теорій методика SWOT-аналізу. Використання SWOT-аналізу дозволяє визначити список сильних і слабких можливих загроз, сильних і слабких сторін організації та, відповідно, сукупність найкращих стратегічних дій. Т. Пітерс і Р. Уотерман виділили ключові цінності для будь-якої компанії та встановили, що національні та інші культурні детермінанти стають дієвими лише тоді, коли вони перетворені в ті або інші менеджеріальні цінності. Е. Петтігрю і Р. Уіп визначили три етапи змін в компанії та шляхи їх здійснення. М. Портер запропонував теорію п'яти конкурентних сил, що характеризують середовище, в якому знаходиться компанія.

Цифровізація приводить до формування особливих трудових відносин у межах фірми. Можливість самостійної діяльності та відносна автономність працівників від власників забезпечують нову мотивацію праці, заміну системи формального контролю квазісамостійним контролем. Посилюється значущість здібностей, які стають нормою поведінки і можуть розглядатися як конкурентна перевага фірми: компетентність, професійна самореалізація, прагнення до сумлінної праці. Саме тому, особливе місце в теорії стратегічного менеджменту займають теорії конкурентної боротьби компаній. У такому контексті увагу привертає теорія основних компетенцій К. Прахалада та Г. Хемела (ССС-теорія). Основна (ключова) компетенція – це те, що забезпечує конкурентну перевагу та має стратегічне значення. Розвиток концепції основних компетенцій привів до появи теорії самонавчання (learning organisation) П. Сенге. За П. Друкером, основою розвитку самонавчальної компанії інтелектуальний потенціал працівника і менеджера. У менеджменті неодмінно з'являються теорії динаміки та розвитку фірми. Так, теорія фаз зростання Л. Грінера виділяє п'ять фаз розвитку організації. Відома теорія шести організаційних змін Г. Мінцберга, SG-теорія Р. Купера виділяє шість стадій організації високопродуктивного бізнесу, а теорія рівнів контролю Р. Сайменса доводить, що розвиток корпорації має бути під контролем.

Сьогодні в умовах цифровізації економіки важливою стає проблема пошуку тих факторів, стратегій та інструментів виживання і розвитку, що дозволяють фірмам ефективно діяти в кризових умовах, створювати

унікальні конкурентні переваги на основі використання управлінських переваг. В цьому контексті можна виділити невирішені питання розвитку фірми. Потребують уваги управлінські фактори концентрації фірм, розвитку їх організаційних форм та основних поведінкових характеристик в цифровій економіці.

Список використаних джерел:

1. Природа фірми: Походження, еволюція і розвиток / за ред. О.Е. Вільямсона, С.Дж. Вінтера ; пер. з англ. А.В. Куликова ; наук. ред. пер. В.П. Кузьменко. Київ : А.С.К., 2002. 229 с.

2. Schumpeter J. Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle / Ukrainian translation by V. Starko. Kyiv : Publishing House of "Kyiv-Mohyla Academy", 2011.

3. Лотиш О.Я. Економічні теорії фірми: сучасні підходи та аналіз. Соціально-економічні координати розвитку підприємницької діяльності : колективна монографія / за ред. д.е.н., проф. О.О. Непочатенко. Умань : СПД "Сочінський", 2014. Ч. 1. С. 9–20.

Сергієнко О. В., студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Маляр Д. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНИМИ ТА ПСИХОЛОГІЧНИМИ АСПЕКТАМИ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЙ В УМОВАХ ВІЙНИ

Інформаційно-комунікативні та соціально-психологічні аспекти суспільного життя в умовах війни є надзвичайно важливими для розуміння впливу конфлікту на суспільство, комунікації та індивідуальне благополуччя. Війна не тільки спричиняє фізичні руйнування, але й викликає значні зміни у способах спілкування, соціальній взаємодії та психологічному стані населення.

Інформаційно-комунікативні аспекти передусім виражаються в зміні того, як люди спілкуються і обмінюються інформацією під час війни, що найбільш помітно на рівні аналізу інформації, яку ми отримуємо з різних джерел. По-перше, це інформаційні новини в соцмережах або на телебаченні, які майже завжди відстоюють певну точку зору і майже ніколи не бувають просто інформацією. Доволі часто в повідомленні вже закладається бажана думка, яка має закарбуватися в свідомості її отримувача. Проте, важливо пам'ятати, що під час війни інформація може бути маніпульованою, тобто представляється в тому світлі, що є бажаним для транслятора даної інформації. Вже тепер можна стверджувати, що має місце справжня російсько-українська інформаційна війна, що перманентно триває в інформаційному просторі як на рівні окремих телеканалів, соціальних мереж, так і на рівні таких міжнародних організацій як ООН.

По-друге, звичайні люди все більше використовують соціальні мережі не тільки для отримання новин, але й для взаємної підтримки. Наприклад, вони об'єднуються для допомоги переселенцям або збору коштів на благодійність. В такому аспекті саме через соціальні мережі та месенджери прості люди впроваджують в реальне життя певні елементи політики рєентаграції, допомоги постраждалим на окупованих територіях тощо.

Соціально-психологічні аспекти. На жаль, війна та все, що з нею пов'язане, негативно впливає на наше психічне здоров'я. Багато людей під час війни переживають стрес, страх за своє життя або життя близьких, і навіть відчувають втому від новин, що викликають сильні емоції. Це може призводити до психічних проблем, таких як тривожні розлади або депресія.

Дуже важливо звертатися по допомогу до фахівців – психологів, якщо ви відчуваєте, що не справляєтесь з емоціями. Багато організацій зараз пропонують безкоштовну допомогу через гарячі лінії або онлайн-сервіси. Наприклад, деякі міжнародні організації, як UNDP, разом з українськими НПО, створюють проекти для психологічної підтримки переселенців та жертв насилля.

Фонд «Обличчя депресії» є організатором загальнонаціональної соціальної кампанії «Обличчя депресії. Я не суджу. Приймаю». Цей фонд є спільним між польськими та українськими психологами, та психіатрами, які безкоштовно допомагають українцям в Україні та Польщі. Вони працюють як на українській, так і на російській мові. Психологи працюють в форматі відео розмови. Завжди є можливість провести консультацію з психологом 10 разів, по 1 годині. Для цього потрібно заповнити анкету на сайті, тоді з вами зв'яжеться координатор та запорпонує дату, час та бажану платформу для розмови з психологом/психіатром [1]. Досить переконливою вбачається навіть психологічна практика через чат-бот в телеграмі: @krisenchatUA_bot, який працює цілодобово. Цей чат представляє собою чат з психологом, коли вам потрібна термінова допомога. Також консультування з психологом можуть проходити як в телеграмі, так і за номером (+49)1573599312), а також у WhatsApp [2]. Отже, війна змінює соціальні норми, змушує людей переосмислювати свої цінності, впливаючи на все суспільне життя. Психологічна стійкість та адекватна інформаційна політика є ключовими для збереження стабільності в умовах війни.

Підприємства також змінюють свою роботу під час війни. Виробництва різної спрямованості також змушені пристосовуватися та адаптуватися до нових реалій ведення бізнесу, що наприклад відображається у переході на віддалену роботу, наданні власним працівникам психологічної підтримки, евакуації виробничих потужностей тощо. Після початку повномасштабної війни бізнес потребував нестандартних рішень, зокрема переїзду і передислокації. Оскільки військові дії тривали понад місяць, багато підприємств вдалися до переобладнання [3]:

– комерційні меблеві компанії зосередилися на виробництві односпальних і двоярусних ліжок для оборонних, військових і центрів для внутрішньо переміщених осіб;

– фабрика садових меблів виробляє куленепробивні жилети;
– вагонобудівний завод виробляє їжаків із залізничних рейок.

Рішення про перепрофілювання – приклад боротьби на внутрішньому фронті, де компанії не тільки можуть продовжувати свою діяльність, а й безпосередньо підтримують українських військових. Такі компанії, безсумнівно, свідомі та ініціативні, створюють тренд на ринку.

Список використаних джерел:

1. Фонд «Обличчя депресії» є організатором загальнонаціональної соціальної кампанії «Обличчя депресії. Я не суджу. Приймаю». URL: https://twarzedepresji.pl/ukraina

2. Krisenchat. В кризовій ситуації? Напиши нам. Ми допоможемо! URL: https://krisenchat.de/uk

3. Перепрофілювання та релокація підприємства на період воєнного стану: поради юриста. URL: https://biz.ligazakon.net/analitycs/210399_pereproflyuvannya-ta-relokatsya-pdprimstva-na-perod-vonnogo-stanu-poradi-yurista

Скорупич А. О.,
магістрант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єдинак В. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

ОЦІНКА ВПЛИВУ ВИКОРИСТАННЯ CRM-СИСТЕМ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Управління відносинами з клієнтами (CRM) – це система концепцій, яка допомагає компаніям ефективно будувати взаємодію зі споживачами, постачальниками та партнерами. Вона передбачає збір, зберігання та аналіз інформації для кращого розуміння потреб клієнтів і адаптації бізнес-стратегій. Сучасна CRM сприяє підвищенню якості обслуговування, покращенню внутрішньої координації та підвищенню ефективності компанії. Так, до 2025 року очікується, що загальний прибуток індустрії CRM (систем управління відносинами з клієнтами) перевищить 80 мільярдів доларів США. Такий стрімкий ріст пов’язаний з підвищеним попитом на ефективніші рішення у сфері обслуговування клієнтів [1].

Серед українських CRM-систем найпопулярнішими є KeyCRM, SalesDrive, AsterilCRM, KeepinCRM, PERFECTUM CRM, ONEBOX CRM, BLOKNOTAPP, тощо [2]. Вони пропонують широкий набір функцій для управління продажами, комунікаціями з клієнтами та автоматизації бізнес-процесів.

Існують три основні підходи до впровадження CRM:

1. Оперативний підхід автоматизує процеси взаємодії з клієнтами, полегшуючи роботу персоналу.

2. Аналітичний підхід фокусується на зборі даних для прогнозування потреб клієнтів і прийняття обґрунтованих рішень.

3. Співробітницький підхід дозволяє клієнтам взаємодіяти з компанією через автоматизовані канали без участі персоналу [2].

Використання CRM-систем надає підприємствам можливість систематично збирати, зберігати та аналізувати дані про споживачів, що значно підвищує точність прогнозування продажів та прийняття управлінських рішень. Автоматизація процесів збуту, що забезпечується впровадженням CRM, дозволяє зменшити кількість ручної праці, прискорити обробку замовлень і покращити якість обслуговування клієнтів. Завдяки CRM-системі підприємство має можливість контролювати кожен етап взаємодії з клієнтами, починаючи від першого контакту і закінчуючи післяпродажним обслуговуванням, що створює передумови для підвищення лояльності клієнтів і зростання їхньої довгострокової цінності. Додатково, використання таких систем сприяє покращенню комунікації всередині компанії, дозволяючи об'єднувати зусилля різних відділів задля досягнення спільних цілей [3].

Згідно з результатами досліджень у сфері автоматизації бізнес-процесів, проведених різними консалтинговими агентствами, впровадження CRM-систем здатне забезпечити значний економічний ефект. Найбільш помітними є дані щодо зростання збуту продукції, яке може сягати від 90% до 300%, що свідчить про надзвичайно високий потенціал таких систем для підвищення рентабельності компанії [4].

Економічні вигоди від впровадження CRM-систем можуть проявлятися у двох основних напрямках: прямі та непрямі ефекти. Прямі економічні вигоди мають матеріальний характер і включають такі складові, як зменшення запасів на 20–25%, зниження загальногосподарських витрат на 5–10% та зменшення дебіторської заборгованості завдяки покращеному контролю на 45–50%. Крім того, ефективність праці менеджерів може підвищитися на 20–30%, що безпосередньо сприяє збільшенню продажів на 50–300% [5, с. 55]. Окрім цього, за даними WebFX, компанії, які вже використовують CRM-системи, збільшили конверсію лідів на 17%, утримання клієнтів на 16% і продуктивність співробітників на 21% [6].

Отже, впровадження CRM-систем суттєво підвищує ефективність збутової діяльності організацій за рахунок автоматизації процесів, покращення якості обслуговування та внутрішньої комунікації. Це призводить до зростання продажів, точності прогнозування та підвищення продуктивності персоналу. CRM-системи забезпечують значні економічні вигоди, такі як зменшення витрат і збільшення конверсії, утримання клієнтів та продуктивності, що робить їх ефективним інструментом для підвищення рентабельності організацій.

Список використаних джерел:

1. Позняк А. Навіщо впроваджувати CRM-систему: основні функції та переваги. Блог NetHunt. URL: https://nethunt.ua/blog/navishcho-vprovadzhuvati-crm-sistiemu-osnovni-funktsiyi-ta-pierievaghi (дата звернення: 17.10.2024).
2. Сиротинська А. П., Сиротинський О. А. Українські інформаційні системи підприємств: особливості функціонування. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування.* 2023. Вип. 4 (104). С. 341–352. URL: https://doi.org/10.31713/ve4202330 (дата звернення: 18.10.2024).
3. Ковова І. С. CRM-системи як інструменти обліково-аналітичного забезпечення економічної безпеки підприємств. Збірник наукових праць ДУІТ. Серія «Економіка і управління». 2022. Вип. 51. С. 50–57. URL: https://doi.org/10.32703/2664-2964-2022-51-50-57 (дата звернення: 19.10.2024).
4. Людмила Гордєєва-Герасимова. Впровадження CRM-системи на підприємстві. *Вісник ХНУ*. 2022. Вип. 312. № 6 (2). С. 115–118. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(2)-21 (дата звернення: 20.10.2024).
5. Грох Я. А. Покращення маркетингової діяльності підприємства на засадах CRM: магістерська робота. Тернопіль, 2020. 75 с. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/40444/1/Hrog%20AI.A.%20Markm-21.pdf (дата звернення: 20.10.2024).
6. 20 Impressive CRM Statistics You Need to Know in 2024. WebFX. URL: https://www.webfx.com/blog/marketing/crm-statistics/#:~:text=45%%20of%20businesses%20say%20their,by%20using%20a%20CRM%20platform (дата звернення: 21.10.2024).

Соколова А. В., студентка Університету митної справи та фінансів
Олексієнко Р. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

МОЖЛИВОСТІ СУЧАСНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЛОГІСТИКИ ЩОДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЕТИЧНОЇ ПЕРСОНАЛІЗОВАНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних економічних реаліях, пов’язаних з розвитком технологій та зростанням кількості гравців на ринку, суб’єкти бізнес-діяльності повинні постійно шукати нові способи виділитися, щоб вистояти та виграти у конкурентній боротьбі. При цьому, одним з реальних шляхів у цьому напрямі можна вважати персоналізацію маркетингу, яка дає суттєві можливості для створення унікальних пропозицій, що враховують потреби та уподобання клієнтів. У той же час, для швидкої реакції на запити ринку та оптимізації збору й обробки відповідних даних можна використати найбільш придатні й ефективні концепції та підходи інформаційної логістики, що в результаті сприятиме створенню персоналізованих пропозицій для споживачів.

Одним з найбільш актуальних надбань сучасності та тенденцій майбутнього багато-хто вважає різноманітні технології штучного інтелекту (ШІ), які все частіше стають невід'ємною частиною роботи з інформацією, в тому числі й у сфері маркетингу. Безсумнівно, вже сьогодні впровадження переваг штучного інтелекту в інформаційну логістику може дозволити організаціям більш ефективно аналізувати дані та розуміти споживчі тенденції, що в подальшому дозволить відкривати нові можливості для створення цільових кампаній і підвищення ефективності маркетингових зусиль. Але разом з тим, слід пам'ятати, що саме організація етичної та прозорої для клієнта бізнес-діяльності має бути запорукою успішного розвитку компанії у сучасних умовах.

Серед найдієвіших ШІ-інструментів, що використовуються компаніями, виділяють такі як: персоналізація потоків новин; аналіз мови для роботи з неструктурованими даними; орієнтування цільових оголошень та реклами; аналіз даних клієнтів та їх сегментація; автоматизований веб-дизайн; інтелектуальне обслуговування клієнтів за допомогою чат-ботів, тощо [1, с. 464].

Очевидно, що штучний інтелект, як потужний елемент інформаційної логістики, може застосовуватися на різних етапах роботи з клієнтами, починаючи від профілювання реальних і потенційних споживачів на основі минулих взаємодій та стимулювання під час здійснення покупок (наприклад, аналізуючи попередні дії клієнтів та прогнозуючи їхні подальші наміри й потреби), до утримання клієнтів після покупки.

По суті, штучний інтелект допомагає компаніям у персоналізованій навігації [2], спрямовуючи клієнтів до товарів чи послуг, які можуть їх зацікавити. Тобто подібні інформаційні технології можуть застосовуватися у межах маркетингу для «підштовхування» клієнтів до здійснення покупки. Зокрема, штучний інтелект може підбирати і пропонувати індивідуальні ціни, спеціальні акції та товари, адаптовані до очікувань клієнта і прив'язані до звичок покупця та його готовності платити. Окрім того, ШІ може допомогти продовжити взаємодію з клієнтом на післяпродажному етапі, утримуючи його увагу та стимулюючи повернутися до повторної покупки. Різноманітні сервіси (наприклад, чат-боти) можуть надати відповідним організаціям результати збору відгуків, забезпечити інформаційне обслуговування після покупки, підтримувати зацікавленість клієнтів, тощо.

У той же час, попри реальні переваги, застосування в інформаційній логістиці персоналізованого аналізу силами штучного інтелекту для потреб маркетингу не позбавлене етичних та інших ризиків. Наприклад, збирання та обробка особистих даних можуть призвести до порушення конфіденційності споживачів. Також, надмірна персоналізація може викликати у людини відчуття, що за нею постійно спостерігають за допомогою інформаційних технологій. Крім того, алгоритми ШІ можуть бути надто нав'язливими для кінцевого споживача, що створюватиме ситуації, коли користувачі не сприйматимуть нормально те, що їм показують певні рекомендації або оголошення. Відповідно, такі небажані сторони маркетингової діяльності

можуть призводити до негативних емоційних реакцій аж до зниження лояльності клієнтів чи загального відторгнення, оскільки навряд чи комусь сподобається стороннє втручання в особистий простір.

Іноді незважене застосування ШІ може навіть посилювати упередження, якщо алгоритми навчені на неправильних або необ'єктивних даних. Наприклад, персоналізовані рекламні кампанії можуть бути більш спрямованими лише на окремі групи людей, ігноруючи інші, або пропонувати різні ціни для різних користувачів на основі їхнього профілю, що може вважатися дискримінацією.

Так чи інакше, для мінімізації ризиків алгоритми ШІ повинні регулярно перевірятися на відповідність. При цьому важливо встановити чіткі етичні стандарти та забезпечити прозорість алгоритмів, інформуючи користувачів про використання їхніх даних і надаючи їм контроль над налаштуваннями. До того ж, бізнес-організаціям слід планомірно інвестувати в удосконалення механізмів захисту даних і дотримуватися законодавчих норм щодо конфіденційності.

Отже, сучасні концепції та досягнення інформаційної логістики можна застосовувати для успішної персоналізації маркетингової діяльності, але для ефективного використання таких інструментів, як штучний інтелект, організаціям потрібно забезпечити належний захист даних, прозорість алгоритмів і дотримання етичних стандартів, щоб уникнути потенційних ризиків та підвищити довіру споживачів до подібних технологій.

Список використаних джерел:

1. Стеблюк Н.Ф., Копєйкіна Є.В. Технології штучного інтелекту в маркетингу. *Приазовський економічний вісник.* 2019. Вип. 3 (14). С. 462–466.

2. Gao Y., Liu H. Artificial intelligence-enabled personalization in interactive marketing: a customer journey perspective. Journal of research in interactive marketing. 2022. P. 1–18. URL: https://doi.org/10.1108/jrim-01-2022-0023

Стицюк О. І., студентка Університету митної справи та фінансів
Пасічник Т. О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри зовнішньоекономічної діяльності
Університету митної справи та фінансів

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

Сьогодні процес цифровізації став невід'ємною частиною майже всіх сфер людської діяльності, включаючи економіку, освіту, медицину, управління, соціальні та комунікаційні процеси. У кожній галузі цифровізація проявляється по-різному, але її основна мета полягає в автоматизації, підвищенні ефективності роботи організацій та покращенні доступу до інформації. Реальне економічне життя наповнене процесами цифровізації. Зокрема, Україна активно працює над впровадженням

цифрових технологій у державне управління, економіку, освіту, охорону здоров'я та інші ключові галузі. «Держава в смартфоні» («Дія»), розвиток електронного уряду ("Prozorro", "IGov"), цифровізація економіки (українські IT-компанії, такі як "SoftServe", "EPAM" і "Luxoft"), цифровізація освіти ("Google Classroom", "Zoom", "На урок") – далеко не вичерпний перелік проєктів, без яких складно уявити сучасне життя.

Вплив цифрових технологій також відчутно позначається на управлінні персоналом, оскільки інноваційні методи дозволяють підвищити рівень ефективності працівників в організації (рис. 1).

Рис. 1. Інноваційні методи управління персоналом

Джерело: складено авторами на основі [1].

Інноваційні методи управління розвитком персоналу сприяють підвищенню кваліфікації працівників, адаптації до нових умов та підтримці конкурентоспроможності організації. Широко застосовуваним інструментом у цій сфері є «LMS» («Learning Management System») – веб-додаток для керування навчальними курсами, який дозволяє зручно організовувати процес навчання, призначати завдання, контролювати час та оцінювати результати [2, с. 84–85]. Завдяки таким платформам створюється можливість для формування здорової конкуренції між працівниками, що стимулює інтерес до навчання та сприяє активному розвитку їхніх професійних навичок. Переваги використання «LMS» системи в управлінні розвитком персоналу наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Переваги використання LMS-системи в управлінні розвитком персоналу

Перевага	Опис
Підвищення кваліфікації та адаптація	Допомагає працівникам вдосконалювати навички та швидше адаптуватися до нових умов, підвищуючи їхню продуктивність і конкурентоспроможність організації
Індивідуальні та гнучкі навчальні плани	Забезпечує можливість персоналізованого навчання, доступного в зручний час і в місці, що підходить як для офісних, так і віддалених працівників
Прозорість процесу та аналіз результатів	Керівники можуть спостерігати за навчанням працівників, контролювати етапи виконання програми і результати, що полегшує оцінку ефективності навчання
Зручна комунікація	Полегшує взаємодію між працівниками та керівниками, а також забезпечує зворотний зв’язок для ефективного обміну інформацією
Централізоване зберігання знань	Вся навчальна інформація зберігається централізовано, що дозволяє швидко повторювати матеріал і використовувати його у майбутньому
Економія ресурсів	Знижує витрати на навчальні матеріали і транспортні витрати
Безпека та конфіденційність	Забезпечує захист особистої інформації працівників через використання сучасних методів шифрування та обмежений доступ до навчальних матеріалів

Джерело: складено авторами на основі [3].

Використання інноваційних технологій, зокрема системи управління навчанням «LMS», дозволяє організаціям не тільки адаптувати співробітників до нових вимог, а й забезпечує їхню постійну професійну підтримку.

Список використаних джерел:

1. Смолинець І., Левків Г. Управління персоналом в умовах діджиталізації. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, серія «Економічна»*. 2021. Вип. 1. С. 94–99.

2. Чичук В., Лопатко І. Підвищення мотивації та зацікавленості здобувачів освіти в дистанційному навчанні: дослідження на прикладі LMS Skillzrun. *Проблеми підготовки сучасного вчителя.* 2024. Вип. 1. С. 83–90.

3. LMS система – що це і чим вона корисна? URL: https://gudhub.com.ua/blog/osvitni-tehnologiji/shcho-take-lms

Харитонович А. В., студентка
Вінницького державного педагогічного університету
імені М. Коцюбинського
(науковий керівник – Супрун С. Д., к.е.н., доц.,
доцент кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницького державного педагогічного університету
імені М. Коцюбинського)

ОПТИМІЗАЦІЯ ТА ЦИФРОВІЗАЦІЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах економічної нестабільності та швидких технологічних змін українські підприємства постають перед необхідністю оптимізації витрат для забезпечення своєї конкурентоспроможності. Впровадження цифрових технологій дозволяє не тільки скоротити витрати, але й підвищити гнучкість, прозорість та швидкість прийняття рішень. Роль менеджменту у цьому процесі є критичною, адже саме від управлінських рішень залежить успіх цифрової трансформації підприємства.

Етапи цифровізації витрат наступні: аналіз витрат (виявлення ключових статей витрат, які можуть бути оптимізовані); вибір цифрових рішень (оцінка можливостей ERP-систем, CRM та інших технологій); впровадження технологій (автоматизація процесів і навчання персоналу); моніторинг та корекція (постійний аналіз результатів і їхнє коригування). Дослідження [1–5] цифровізації є свої переваги та недоліки (табл. 1).

Цифровізація підприємств передбачає впровадження новітніх технологій, таких як штучний інтелект (ШІ), автоматизовані системи управління (ERP), хмарні сервіси та аналітичні платформи. Ці технології дозволяють значно скоротити витрати на управління ресурсами, мінімізувати людський фактор і покращити швидкість та точність прийняття управлінських рішень. Варто зауважити, що попри значні переваги, цифровізація також має певні виклики. Це висока вартість впровадження нових технологій, потреба в спеціалістах із цифрової трансформації, а також опір змінам з боку працівників. Управлінцям важливо правильно провести зміни та забезпечити підтримку всіх працівників на етапі трансформації.

Для подолання недоліків цифровізації важливо інвестувати в поступове впровадження технологій, щоб зменшити фінансове навантаження на підприємство. Для захисту від кібератак необхідно розвивати сучасні заходи кібербезпеки та регулярно оновлювати інструменти захисту даних, знижуючи ризики зловмисних вторгнень.

Таблиця 1

Переваги цифровізації в підприємстві

Перевага	Опис
Покращення комунікації	Цифрові інструменти, такі як корпоративні чати та відеоконференції, прискорюють внутрішню та зовнішню комунікацію. Наприклад, компанія **“Метінвест”** впровадила Microsoft Teams, що дозволило суттєво прискорити обмін інформацією між відділами, скоротивши час на прийняття рішень на 25% [1]
Підвищення рівня кібербезпеки	Цифрові платформи дозволяють захищати дані від зовнішніх загроз через автоматизовані системи захисту. Банки використовують новітні технології кібербезпеки для захисту банківських транзакцій, що зменшило кількість атак на систему на 40% [2]
Індивідуалізація послуг	Завдяки аналітиці даних підприємства можуть персоналізувати свої пропозиції для клієнтів. Усі великі онлайн-магазини використовують алгоритми машинного навчання для персоналізації рекомендацій, що збільшило продажі на 15% [4]
Автоматизоване управління персоналом	Системи HRM допомагають автоматизувати облік робочого часу та підбір персоналу. **“Нова Пошта”** запровадила HRM-систему, що дозволило автоматизувати процес підбору кадрів та скоротити час на пошук працівників на 30% [5]
Швидкість виходу на ринок	Цифрові інструменти скорочують час на запуск нових продуктів. **“Київстар”** використовує цифрові платформи для швидкого запуску нових тарифних планів, що дозволяє скоротити час розробки продукту

Висновки. Цифровізація стала невід’ємною частиною розвитку сучасних підприємств, оскільки правильне впровадження цифрових технологій у поєднанні з ефективним менеджментом дозволяє не тільки знизити витрати, але й підвищити продуктивність та конкуренто-спроможність бізнесу. Управлінцям необхідно бути готовими до змін, розуміти технологічні тенденції та впроваджувати їх у свої бізнес-процеси для досягнення стратегічних цілей. Успішні приклади підтверджують, що правильне управління цифровими трансформаціями здатне не тільки зберегти стабільність підприємств у кризових умовах, а й створити нові можливості для їхнього розвитку. Однак важливо враховувати недоліки, такі як значні початкові інвестиції та ризики кіберзагроз, та вживати відповідних заходів для їх подолання, зокрема шляхом поступового впровадження технологій та підвищення рівня кібербезпеки.

Список використаних джерел:

1. Metinvest Results: 25% Increase in Equipment Efficiency | Blog KOEEBOX. Koeebox. 2022. URL: https://koeebox.com/blog/metinvest-results-25-increase-in-equipment-efficiency
2. The Total Economic Impac Of Microsoft Teams Devices. Cost Savings And Business Benefits Enabled By Teams Devices. 2021. URL: https://query.prod.cms.rt.microsoft.com/cms/api/am/binary/RWDZdx
3. AI-Powered Product Recommendations Help Retail Company Increase Sales by 15%. Omdena. 2023. URL: https://www.omdena.com/blog/ai-powered-product-recommendations-help-retail-company-increase-sales-by-15
4. Березін С. Автоматизація бізнес-процесів: переваги та як впровадити. Найкращі рішення для автоматизації роботи інтернет-магазину. 2024. URL: https://elbuz.com/ua/avtomatizaciya-biznes-processov-chto-eto-i-komu-nuzhna
5. Чупріна М. Переваги та недоліки діджиталізації бізнес-процесів підприємства. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи. 2023. URL: https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/279870

Хома О. І., аспірант спеціальності 073 “Менеджмент”
Криворізького національного університету
(науковий керівник – Варава Л. М., д.е.н., проф.,
завідувачка кафедри менеджменту і адміністрування
Криворізького національного університету)

СУЧАСНІ ЦИФРОВІ ІНСТРУМЕНТИ В УПРАВЛІННІ МІЖНАРОДНИМИ ПРОЄКТАМИ

У сучасному цифровому суспільстві трансформація управління проєктами стає невід’ємною частиною розвитку бізнесу та державного управління. Ефективна взаємодія в міжнародних проєктах вимагає використання адаптивних управлінських підходів та сучасних цифрових інструментів, здатних враховувати розбіжності у законодавчих і культурних контекстах різних країн. Такі зміни мають на меті не лише оптимізацію процесів, але й підвищення ефективності комунікацій між стейкхолдерами проєкту.

Під час співпраці з іноземними партнерами важливо розуміти, що різні країни можуть мати унікальні законодавчі норми та вимоги, які впливають на виконання проєкту. Це особливо актуально для країн з різними правовими системами, де відмінності в регуляціях можуть створювати значні виклики. Наприклад, у питаннях, що стосуються захисту персональних даних, деякі країни вимагають суворого дотримання локальних законів, ігнорування яких може призвести до юридичних санкцій. Безпечне та захищене цифрове середовище дозволяє спрощувати документообіг, забезпечуючи адаптацію до різних вимог та знижуючи ризики порушення законодавчих норм.

Одним із ключових інструментів, що сприяє ефективному управлінню проєктами на міжнародному рівні, є єдина цифрова платформа, що відома як Project Management Information System (PMIS). PMIS надає централізований доступ до даних, таких як проєктні плани, звітність, документи, розклади та бюджет (рис. 1). Це не лише дозволяє керівникам проєктів ефективно контролювати процеси, але й підтримувати прозорість у відносинах із стейкхолдерами. Також, завдяки PMIS, мінімізується імовірність помилок, оскільки усі оновлення негайно відображаються для команди, забезпечуючи своєчасність інформації. PMIS може варіюватися від простих інструментів, як Microsoft Project, до комплексних систем, що інтегрують різні модулі для забезпечення прозорості великих проєктів.

Практичний приклад ефективного використання PMIS можна розглянути у Проєкті “Підтримки розвитку громад LuxDev”, що дозволяє забезпечити комунікації з різними стейкхолдерами, які знаходяться у різних країнах. Завдяки PMIS, учасники проекту мають можливість враховувати часові розбіжності між країнами та здійснювати онлайн переклади під час комунікацій у Microsoft Teams, що допомагає долати мовні бар’єри. Це дозволяє забезпечити безперервний та своєчасний обмін інформацією, незалежно від мовних та часових відмінностей, що сприяє координації та прозорості у досягненні цілей проекту.

Рис. 1. Функціональне забезпечення PMIS в управлінні проєктами

Забезпечення якісної комунікації є ще одним важливим аспектом для успішного управління міжнародними проєктами. Сучасні цифрові інструменти, такі як Microsoft Teams, Planner та Viva Goals, дозволяють учасникам команди залишатися на зв’язку, незалежно від місця перебування. Це особливо важливо для міжнародних проєктів, де відстані

та часові пояси можуть створювати перешкоди. Використовуючи ці платформи, команди можуть здійснювати спільне планування, відстежувати прогрес і миттєво отримувати зворотний зв'язок. Це сприяє своєчасному вирішенню питань і підвищенню продуктивності.

Наприклад, Microsoft Teams забезпечує засоби для відеоконференцій, обміну файлами і миттєвого обговорення завдань, а Viva Goals інтегрується з іншими інструментами Microsoft, допомагаючи відстежувати досягнення цілей у реальному часі. Це підвищує узгодженість у команді та сприяє досягненню загальних цілей. Також такі інструменти допомагають зберігати корпоративну культуру в міжнародних командах, дозволяючи командам відчувати себе єдиним цілим.

Отже, у цифровому суспільстві трансформація управлінських процесів стає ключем до ефективного управління міжнародними проєктами. Використання єдиної цифрової платформи, такої як PMIS, дозволяє мінімізувати ризики, пов'язані з розбіжностями у законодавстві, та забезпечує прозорість усіх процесів. Водночас, якісна комунікація, підтримана цифровими інструментами, сприяє ефективній взаємодії в команді та досягненню поставлених цілей проєкту, незважаючи на географічні та культурні відмінності. Ці підходи значно підвищують ефективність у міжнародних проєктах та знижують ймовірність непорозумінь серед стейкхолдерів.

Чабаненко С. Д., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Ковальчук Н. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів)

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ЦІЛЕЙ У ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТІ

У сучасному світі, де темп життя постійно прискорюється, питання ефективного управління часом стало одним з найважливіших для досягнення особистісних і професійних цілей. Тайм-менеджмент, як спосіб організації часу та ресурсів, допомагає не лише контролювати процеси, але й забезпечувати баланс між роботою та особистим життям. В останні роки дослідники та практики звертають все частіше звертають увагу на візуалізацію цілей як потужний інструмент досягнення цілей в тайм-менеджменті. Візуалізація допомагає структурувати завдання, мотивує та підвищує продуктивність.

Візуалізація цілей передбачає організацію часу та планування завдань за допомогою графічних і візуальних методів. До популярних інструментів належать:

1. *Інтелект-карти (mind maps)* – це інструмент для візуалізації та структурування інформації, який допомагає організовувати ідеї. Вони мають центральну ідею в центрі, від якої розходяться гілки з підтемами, що містять ключові слова або короткі фрази. Візуальні елементи, такі як кольори, іконки та символи, відіграють важливу роль у сприйнятті інформації.

Основні переваги інтелект-карт полягає у тому, що вони допомагають структурувати інформацію, стимулюють творче мислення, покращують запам'ятовування завдяки візуальним елементам і можуть гнучко використовуватися. Їх можна використовувати для навчання, планування проекті та мозкового штурму. Інтелект-карти створюються вручну або за допомогою спеціальних програм та сайтів, таких як XMind, Miro або MindManager, що робить процес організації ще простішим і зручнішим для співпраці.

2. *Канбан-дошки* – техніка Канбан дозволяє візуалізувати потік робіт для підвищення ефективності та контролю над завданнями. Спочатку проект розбивається на окремі завдання, які записуються на картки (фізичні або цифрові) і розміщуються на дошці або стіні. Робочий процес організовується за допомогою стовпчиків, які відображають стадії виконання завдань, наприклад: "До виконання", "В процесі", "Завершено". Щоб уникнути перевантаження, важливо обмежити кількість завдань, які можуть виконуватися одночасно на кожному етапі (WIP – Work In Progress). Далі вимірюється час виконання завдань: від моменту їхнього появлення до завершення (Lead Time – час виконання) та час безпосереднього виконання (Cycle Time – час циклу). Це дозволяє проаналізувати і оптимізувати робочий процес [1].

3. *Матрична система* відома як «Матриця Ейзенхауера» або «скринька Ейзенхауера» або «матриця термінових/важливих завдань». Ця схема, названа на честь колишнього президента США Дуайта Д. Ейзенхауера, допомагає визначати пріоритети завдань і керувати навантаженням. Д. Ейзенхауер підкреслював: «У мене є два типи проблем: термінові та важливі. Термінові не є важливими, а важливі ніколи не бувають терміновими». С. Кові на основі цього підходу створив матрицю для розподілу завдань за рівнем важливості та терміновості [2]. Вона складається з чотирьох квадрантів (типів завдань): 1) важливі-термінові, 2) важливі-нетермінові, 3) неважливі-термінові та 4) неважливі-нетермінові. Завдання розподіляються по квадрантах залежно від цих характеристик. Завдання в першому квадранті виконують негайно, в той час як завдання в другому квадраті плануються на майбутнє. Третій можна делегувати, а четвертий – ігнорувати. Успіх полягає в тому, щоб вчасно робити справ категорії «важливі-нетермінові» і не допускати переходу в категорію «важливі-термінові». Така система допомагає визначити, на чому зосередити увагу, а що можна відкласти, і фокусує на завданнях, пов'язаних з вашими цілями [3].

Візуалізація цілей значно покращує їх досягнення та ефективність тайм-менеджменту завдяки кільком важливим аспектам. По-перше, вона підвищує мотивацію: коли людина бачить свої цілі візуально, вони стають більш реальними і досяжними. Це допомагає чіткіше сформулювати результати. По-друге, візуальні інструменти допомагають фокусуватися на пріоритетах, виділяючи основні завдання, і сконцентруватися на найважливішому. Графіки та Канбан-дошки дозволяють контролювати прогрес і вчасно вносити зміни в плани. Нарешті, візуальні елементи зменшують стрес, структуруючи інформацію та знижуючи рівень хаосу.

Щоб ефективно візуалізувати свої цілі, важливо дотримуватися кількох практичних порад. По-перше, конкретність: візуалізація має бути чіткою і відображати конкретні завдання. Варто зосередитися на деталях, а не лише описах. По-друге, використання сучасних диджитал-інструментів, такі як *Trello, Asana* чи *Miro*, які дозволяють поєднувати різні підходи в одному середовищі. І по-третє, візуалізація має бути гнучкою, щоб адаптуватися до змін у планах чи пріоритетах.

Отже, візуалізація цілей є ефективним інструментом в системі тайм-менеджменту, що підвищує мотивацію, полегшує управління завданнями та сприяє досягненню результатів. Використання візуальних технік допомагає уникати перевантажень, підвищує продуктивність та дозволяє ефективніше розпоряджатися часом.

Список використаних джерел:

1. Скарин М., Книберг Х. Scrum и kanban: Выжимаем максимум. Киев: InfoQ, 2010. 78 с.

2. Кові С.Р. 7 звичок надзвичайно ефективних людей / пер. з англ. Любенко О. Харків : Книжковий Клуб “Клуб Сімейного Дозвілля”, 2014. 384 с.

3. 12 книжок в одній, що допоможуть підвищити продуктивність, зменшити стрес та досягати поставлених цілей більш ефективно / упор. ТОВ «Моноліт Бізз». Харків: Моноліт Бізз, 2024. 232 с.

Чередниченко В. В.,
ст. викладач кафедри менеджменту та державної служби
Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького

РОЛЬ МАРКЕТПЛЕЙСІВ У СТВОРЕННІ ТА РОЗВИТКУ БРЕНДУ

У сучасному світі швидких цифрових трансформацій та зростання електронної комерції, маркетплейси стали важливим інструментом для брендів. Вони надають унікальну можливість не тільки для просування, а й для розвитку брендів на глобальному рівні. Завдяки великій аудиторії, зручності для споживачів та різноманітним інструментам маркетингу, маркетплейси допомагають бізнесам, незалежно від їх розміру, досягти кращої впізнаваності та значного зростання.

Однією з найбільших переваг використання маркетплейсів є доступ до широкої аудиторії. Наприклад, такі великі платформи, як Amazon, eBay, AliExpress або українські Rozetka та Prom, мають мільйони активних користувачів, які регулярно здійснюють покупки. Розміщуючи свої товари на маркетплейсі, бренд отримує миттєвий доступ до цієї аудиторії, що збільшує ймовірність привернення нових клієнтів і підвищує впізнаваність бренду. Для малих і середніх підприємств, які не мають значних маркетингових бюджетів, це дає можливість конкурувати з лідерами ринку [1].

Для нових брендів маркетплейси можуть слугувати платформою для отримання довіри клієнтів. Завдяки рецензіям, відгукам та рейтинговим системам, покупці можуть отримати інформацію про досвід інших користувачів, що допомагає встановити довіру до бренду і збільшити продажі. Наприклад, позитивні відгуки можуть мотивувати потенційних покупців зробити покупку, а відповідний рейтинг бренду на платформі підвищує його репутацію. Це особливо важливо для нових або маловідомих брендів, які намагаються привернути увагу покупців і створити репутацію надійного постачальника.

Маркетплейси часто надають брендам різноманітні маркетингові інструменти для просування товарів, такі як контекстна реклама, банери, персоналізовані пропозиції, акції та знижки. Це дозволяє ефективно залучати покупців без значних додаткових витрат. Крім того, великі маркетплейси часто забезпечують логістичні послуги, такі як складування, пакування та доставка товарів, що значно спрощує операційні процеси та знижує витрати брендів на ці послуги. Таким чином, бренди можуть сконцентруватися на розвитку продукції та інших аспектах бізнесу, залишаючи логістику та маркетинг на маркетплейс.

Окрім вище зазначеного, маркетплейси надають брендам доступ до цінної аналітичної інформації, такої як статистика продажів, демографія покупців, попит на окремі товари та динаміка цін. Це допомагає компаніям швидко адаптувати свою пропозицію до потреб клієнтів та аналізувати, як їх товари сприймаються ринком. Наприклад, за допомогою маркетплейсу бренд може виявити, що певна продукція має більший попит серед молодої аудиторії, і створити додаткові пропозиції або рекламні кампанії для цієї групи клієнтів. Також такі дані дозволяють бренду вчасно реагувати на зміни на ринку та коригувати стратегію розвитку [2].

Саме завдяки маркетплейсам бренди отримують можливість виходу на міжнародні ринки без необхідності відкривати фізичні представництва у кожній країні. Маркетплейси полегшують процеси митного оформлення, забезпечують підтримку багатьох мов та різні варіанти доставки, що робить товари доступними для міжнародних покупців. Це важливо для брендів, які прагнуть швидко розширити географію своїх продажів і збільшити обсяги експорту. Крім того, присутність на міжнародному ринку позитивно впливає на репутацію бренду, створюючи уявлення про нього як про сильного та амбітного гравця.

Однак слід пам’ятати, що розміщення на маркетплейсах має і свої виклики. Висока конкуренція, що присутня на більшості платформ, може ускладнити боротьбу за увагу споживачів. Крім того, бренди часто стикаються з ризиком втрати контролю над цінами на свою продукцію, оскільки маркетплейси мають власні політики щодо цінової політики та знижок. Ще однією проблемою є те, що деякі покупці асоціюють товар більше з маркетплейсом, ніж з брендом, через що бренд може втратити свою унікальність у сприйнятті клієнтів [3].

Отже, роль маркетплейсів у створенні та розвитку брендів є надзвичайно важливою у сучасному бізнес-середовищі. Вони надають унікальні можливості для виходу на нові ринки, збільшення обсягів продажів та формування довіри споживачів. Використовуючи маркетплейси, бренди отримують доступ до широкої аудиторії, маркетингових інструментів, зниження витрат на логістику та аналітику, що сприяє ефективнішому управлінню та розвитку бізнесу. Однак, важливо усвідомлювати і можливі ризики, щоб використовувати переваги маркетплейсів максимально ефективно та зберігати індивідуальність бренду.

Список використаних джерел:

1. Грабовська О. С. Роль маркетплейсів в розвитку бренду на ринку України. *Економіка та маркетинг в сучасному світі.* 2020. № 3. С. 45–56.

2. Ніколаєнко І.В., Громова А.О. Роль маркетингових діджитал-технологій у роботі маркетплейсів. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління.* 2022. № 1 (34). DOI: https://doi.org/10.32782/easterneurope.34-21

3. Katic I. V. & Hillman A. Corporate Political Activity, Reimagined: Revisiting the Political Marketplace. *Journal of Management.* 2023. № 49 (6). P. 1911–1938. DOI: https://doi.org/10.1177/01492063221137069

Шматенко Т. С.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Кахович Ю. О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту ЗЕД
Університету митної справи та фінансів

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІНСЬКОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ В ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Сьогодні у швидко змінюваному цифровому суспільстві, управлінське консультування зіткнулося з новими викликами та можливостями завдяки впровадженню інноваційних технологій. Основна проблема полягає у тому, що багато компаній стискаються з труднощами введення та інтеграції новітніх технологій у свої процеси. Це може бути обумовлено як відсутністю технічної експертизи, так і недостатнім розумінням потенційних переваг інновацій. Іншою важливою проблемою є питання кібербезпеки, яке стає все більш актуальним у цифровому суспільстві. Дослідження теми інноваційних технологій управлінського консультування є важливим для того, щоб виявити оптимальні шляхи їх впровадження та забезпечити ефективну інтеграцію в управлінські процеси. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність консалтингових компаній, знизити ризики, пов’язані з впровадженням нових технологій, та створити умови для сталого розвитку в умовах цифровізації.

Актуальність дослідження цієї теми випливає з необхідності адаптації традиційних моделей управлінського консультування до нових умов цифровізації.

Цифрова трансформація є складною і вимагає фундаментальних перетворень у всіх сферах життя та діяльності людини. Звісно, що такі зміни насторожують суб'єктів господарської діяльності. Сучасні цифрові технології змінюють механізм і функціонування господарської сфери, розвиток економіки, якість життя, ринок праці, соціальне розшарування, впливають на здоров'я населення і допомагають вирішити екологічні проблеми.

Всі ці зміни вимагають нових знань, які важко отримати самостійно. Це може спричинити певні проблеми, які зможуть вирішити консультаційні організації, які допомагають внести певні корективи в управлінські процеси.

Аналіз світового досвіду цифровізації управлінського консультування свідчить про провідну роль таких концепцій, як Цифрові платформи (Digital Platforms), Штучний інтелект (Artificial Intelligence), Блокчейн-технології (Blockchain Technologies) та Великі дані (Big Data). Ці концепції є базою для розробки стратегій управлінського консультування, які враховують основні технологічні тренди у сфері інновацій управлінських процесів:

− впровадження інформаційних технологій у бізнес-процеси для швидкої обробки великих масивів даних, зниження витрат та підвищення ефективності роботи;

− використання нових опцій, які виправляють претензії в режимі реального часу, віддалено через оновлення програмного забезпечення;

− застосування цифрових платформ для покращення взаємодії між консультантами та клієнтами, забезпечуючи прозорість і доступність інформації;

− перехід до платформно-мережевої бізнес-моделі для забезпечення масштабування у геометричній прогресії завдяки залученню великої кількості учасників;

− впровадження штучного інтелекту, щоб покращити аналітичні можливості консультантів, забезпечуючи точніші прогнози і рекомендації;

− застосування бізнес-аналітики для оптимізації управлінських рішень, аналізу великих обсягів даних;

− застосування блокчейн-технологій в управлінському консультуванні, для гарантії безпеки та автентичності даних, що є критично важливим у цифровому суспільстві;

− застосування віртуальної (Virtual Reality) та доповненої (Augmented Reality) реальності для створення інтерактивних тренінгів та симуляцій, які дозволяють консультантам і клієнтам більш ефективно вивчати та впроваджувати нові стратегії;

− застосування технологій великих даних у консультуванні, щоб отримувати цінні інсайти та приймати більш обґрунтовані управлінські рішення;

− впровадження кібербезпеки в управлінське консультування для захисту даних та інформаційних систем компаній.

Підсумовуючи необхідно зазначити, що інноваційні технології, такі як штучний інтелект, блокчейн та цифрові платформи, докорінно змінюють підходи до управлінського консультування в цифровому суспільстві. Вони сприяють підвищенню ефективності управлінських рішень, забезпечують кращу аналітику та поліпшують взаємодію між консультантами та клієнтами, а також дозволяють підвищити прозорість, безпеку управлінських процесів. Основні виклики впровадження включають недостатнє розуміння потенційних переваг новітніх технологій, а також зростаючі питання кібербезпеки. Дослідження та адаптація інноваційних технологій є ключовими для забезпечення сталого розвитку управлінського консультування в умовах цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Левковець О. М. Інноваційний консалтинг у контексті цифрової парадигми. *Економічна теорія та право.* 2021. № 4 (47). С. 69–95.

2. Решетило В. П. Стратегічний бізнес-консалтинг як наука і професійна діяльність. Рецензія на навчальний посібник Л. С. Шевченко «Стратегічний бізнес-консалтинг». Харків : Право, 2019. *Економічна теорія та право.* 2019. № 3 (38). С. 175–178.

Азаров О. О.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

РОЛЬ МОЛОДІЖНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ТРАНСФОРМАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ЦИФРОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Молодь завжди виступає рушійною силою соціальних змін. В епоху цифрових технологій і глобалізації роль молодіжних організацій у трансформації суспільних процесів, зокрема в публічному управлінні, стає ще більш значущою. Молодіжні організації активно беруть участь у впровадженні інновацій в управлінські процеси, особливо через використання цифрових платформ, мобільних додатків, онлайн-ініціатив та інших інструментів. Вони створюють онлайн-ініціативи, які дозволяють молоді безпосередньо взаємодіяти з органами влади, включаючи платформи для збору підписів на петиціях, онлайн-опитування та голосування. Така взаємодія дозволяє залучати молодь до процесів прийняття рішень і надавати їй можливість впливати на місцеву політику [3].

Деякі організації активно розробляють цифрові інструменти для залучення молоді до соціальних та волонтерських проєктів. Зокрема, мобільні додатки або онлайн-платформи для організації волонтерських акцій, екологічних ініціатив або культурних заходів, які допомагають не тільки втілювати корисні проекти, але й формувати свій світогляд. Цифровізація є однією з найбільших і найвпливовіших тенденцій сучасного суспільства. Вона не тільки змінює способи комунікації та бізнес-процеси, а й активно впливає на органи публічної влади. Трансформація публічного управління в цифрову епоху є процесом впровадження інноваційних технологій, які сприяють удосконаленню управлінських практик та забезпеченню ефективності і прозорості на місцевому рівні [5].

У місті Дніпро є кілька таких товариств, які активно займаються впровадженням інновацій у публічне управління та розвитком цифрових платформ для залучення громадян, зокрема молоді, до соціальних ініціатив і політичних процесів. Цікавим прикладом є «Молодіжна рада міста Дніпро» – це представницький орган, створений для взаємодії молоді з органами місцевого самоврядування. Зі здатністю до інноваційного

мислення та використання цифрових технологій, молодь має можливість не тільки брати участь у політичних процесах, але й змінювати їх. Завдяки новітнім цифровим інструментам молодіжні організації можуть значно посилити свій вплив на діяльність місцевих органів влади та сприяти покращенню процесів управління.

Молодіжна рада – це не лише локальна ініціатива Дніпра, але й важливий елемент реалізації сучасної політики в інших містах України. Багато українських міст, такі як Київ, Львів, Одеса та Харків, мають свої молодіжні ради, що також працюють на місцевому рівні для вирішення питань молоді та розвитку їх починань [8]. Такі організації є важливими інститутами в Україні, що допомагають інтегрувати молодь у процеси місцевого управління, сприяють розвитку демократичних практик, а також активно використовують цифрові платформи для покращення взаємодії з громадянами [1].

За даними Європейської комісії (станом на 2021 р.), 69% молодих людей, віком від 18 до 24 років, в Європейському Союзі активно користуються цифровими платформами для отримання інформації про політику. Це свідчить про великий потенціал цифрових інструментів для залучення молоді до політичних процесів [7].

В Україні, дослідження Українського інституту майбутнього (станом на 2021 р.), виявило, що близько 56% молодих людей, віком від 18 до 30 років, активно використовують цифрові платформи для обговорення суспільно-політичних питань, зокрема через соціальні мережі, онлайн-опитування та петиції. Згідно з даними Інституту політичної освіти на платформі електронних петицій більше 40% петицій, поданих на місцевому рівні, були ініційовані саме молодіжними організаціями. За даними Національного агентства з питань запобігання корупції, 62% молодих людей в Україні вважають себе готовими брати участь у волонтерських проєктах через інтернет-платформи. Зокрема, під час пандемії COVID-19 в Україні спостерігався значний ріст онлайн-волонтерства серед молоді, коли понад 40% молодих людей брали участь в онлайн-акціях допомоги [4].

За інформацією Міністерства цифрової трансформації України, на кінець 2023 року близько 75% місцевих органів влади України впровадили е-урядування для покращення взаємодії з громадянами через цифрові платформи. Місцева влада значно збільшила використання цифрових інструментів для прийняття рішень, і молодь, як основний користувач цифрових платформ, активно бере участь у цих процесах, а Державна служба статистики України проінформувала, що близько 38% стартапів в Україні було засновано молодими людьми віком до 30 років, і 55% з них активно використовують цифрові платформи для ведення бізнесу, управління проектами та взаємодії з клієнтами.

Цифровізація стала не лише інструментом комунікації, але й потужним механізмом для соціальних і політичних змін на місцевому рівні, значно підвищивши участь молоді в управлінських процесах. Від використання онлайн-платформ для ініціювання петицій до мобілізації ресурсів для вирішення екологічних та соціальних проблем – цифрові інструменти дали молоді значний вплив на місцеву політику та управління [6].

Таким чином, роль молодіжних ініціатив у трансформації публічного управління не можна недооцінювати: завдяки даним організаціям активно оновлюються та змінюються управлінські процеси, використовуються різні цифрові платформи та реалізуються цілі й завдання місцевих управлінь. В майбутньому важливо продовжувати підтримувати та розвивати ці ініціативи, адже забезпечення більшої інтеграції цифрових технологій у політичні та управлінські процеси, сприятиме тим самим створенню інклюзивних і сталих громад.

Список використаних джерел:

1. Центр демократії та верховенства права. Залучення молоді до політичних процесів через цифрові платформи в Україні. Київ : Центр демократії та верховенства права, 2023. URL: https://cedem.org.ua (дата звернення 03.11.2024 р.).
2. Всеукраїнська асоціація молодіжних організацій. Цифрові кампанії та їх вплив на місцеву політику: роль молоді в сучасному управлінні. Київ, 2021 р. URL: https://youthcenters.net.ua (дата звернення 03.11.2024 р.).
3. Міністерство цифрової трансформації України. Електронне урядування та цифрові проєкти на місцевому рівні. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. 2023 р. URL: https:// thedigital.gov.ua (дата звернення 01.11.2024 р.).
4. Український інститут майбутнього. Цифровізація та участь молоді в місцевому управлінні: соціальні тренди та політична активність. Київ, 2021. URL: https://uifuture.org (дата звернення 01.11.2024 р.).
5. Трансформація державної молодіжної політики в контексті європейської інтеграції України : наук.-метод. розробка / авт. кол.: Є. І. Бородін, Н. М. Літвінова, Ю. В. Борисова, І. В. Хохрякова. Київ : НАДУ, 2008. 40 с.
6. Плоский К. В. Молодіжний громадський рух як чинник державотворення в Україні : автореф. дис. … канд. наук з держ. упр. : 25.00.01 / В. Плоский ; Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ, 2009. 20 с.
7. Орлов В. В. Співпраця органів державної влади у сфері молодіжної політики та молодіжних громадських організацій в Україні. *Економіка та держава.* 2009. С. 110–113.
8. Кулик В. Молода Україна: сучасний організований молодіжний рух та неформальна ініціатива. Київ : Центр дослідження проблем громадянського суспільства, 2000. 460 с.

Бескоровайний В. О.,
аспірант Херсонського національного технічного університету
(науковий керівник – Половцев О. В., д.держ.упр., професор
Херсонського національного технічного університету)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ АНТИКОРУПЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ

У сучасних умовах цифровізації та посилення антикорупційної діяльності в Україні значна увага приділяється ефективному функціонуванню інформаційних систем для правоохоронних органів. У зв'язку з цим, одним із важливих кроків стало затвердження Порядку електронної інформаційної взаємодії між Офісом Генерального прокурора та Національним антикорупційним бюро України (наказ від 8 лютого 2022 року № 21/20). Цей документ регламентує обмін інформацією для виконання повноважень, спрямованих на забезпечення прозорості та своєчасності розслідувань. На виконання цифрової стратегії урядом було затверджено пріоритетні напрями трансформації на 2024–2026 роки, серед яких розвиток системи досудового розслідування «іКейс».

Так, з метою забезпечення належної електронної інформаційної взаємодії Офісу Генерального прокурора та Національного антикорупційного бюро України Наказом Офісу Генерального прокурора, Національного антикорупційного бюро України 08 лютого 2022 року № 21/20 затверджено порядок електронної інформаційної взаємодії Офісу Генерального прокурора та Національного антикорупційного бюро України.

Цей Порядок визначає механізм електронної інформаційної взаємодії Офісу Генерального прокурора та Національного антикорупційного бюро України під час обміну інформацією для виконання ними повноважень, визначених законодавством.

Кабінетом Міністрів України прийнято розпорядження від 2 серпня 2024 р. № 735-р «Деякі питання цифрової трансформації».

Вказаним розпорядженням схвалено пріоритетні напрями та завдання (проекти) цифрової трансформації на 2024-2026 роки. Так, зокрема у правоохоронній сфері виокремлено завдання (проекту) технічне супроводження та розвиток інформаційно-телекомунікаційної системи досудового розслідування «іКейс» (далі – Система), забезпечення розвитку інформаційно-аналітичної системи Національного антикорупційного бюро.

Метою цієї Системи є автоматизація процесів досудового розслідування, включаючи створення, збирання, зберігання, пошук, оброблення і передачу матеріалів та інформації (відомостей) у кримінальному провадженні, а також процесів, які забезпечують організаційні, управлінські, аналітичні, інформаційно-телекомунікаційні та інші потреби користувачів Системи.

Основними завданнями Системи є:

1) створення єдиного електронного простору для суб'єктів Системи, в якому зберігаються матеріали та інформація щодо кримінальних проваджень;

2) створення умов для електронної взаємодії та автоматизації роботи суб'єктів Системи з метою підвищення ефективності виконання завдань, покладених на них законодавством, зменшення часових та фінансових витрат на здійснення досудового розслідування, управлінські, інформаційно-пошукові, аналітичні роботи, формування звітності;

3) забезпечення точними аналітичними даними для прийняття ефективних управлінських рішень, заснованих на фактах;

4) забезпечення інформаційної взаємодії з іншими інформаційними (автоматизованими), інформаційно-телекомунікаційними системами.

Органами, що будуть використовувати Систему, є Національне антикорупційне бюро України, Спеціалізована антикорупційна прокуратура Офісу Генерального прокурора, Офіс Генерального прокурора та Вищий антикорупційний суд.

Можливість інтеграції Системи до означених органів забезпечить автоматичну передачу із системи, яка функціонує у Вищому антикорупційному суді відповідно до статті 35 Кримінального процесуального кодексу України, до Системи такої інформації (відомостей).

Можемо зауважити, що затверджений Порядок взаємодії дозволяє ефективно та прозоро обмінюватись даними, що підвищує якість досудового розслідування. Розвиток інформаційно-телекомунікаційної системи "іКейс" забезпечить автоматизацію процесів досудового розслідування, що значно скоротить часові та фінансові витрати і сприятиме прийняттю обґрунтованих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Пріоритетні напрями та завдання (проекти) цифрової трансформації на 2024-2026 роки : розпорядження Кабінету Міністрів України від 02.08.2024 р. № 735-р: станом на 01 лист. 2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/735-2024-р#Text

2. Положення про інформаційно-телекомунікаційну систему досудового розслідування «іКейс» : наказ Національного антикорупційного бюро України, Офісу Генерального прокурора, Ради суддів України, Вищого антикорупційного суду від 15.12.2021 № 175/390/57/72: станом на 01 лист. 2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0390886-21#Text

3. Порядок електронної інформаційної взаємодії Офісу Генерального прокурора та Національного антикорупційного бюро України : наказ Офісу Генерального прокурора, Національного антикорупційного бюро України від 08.02.2022 р. № 21/20: станом на 01 лист. 2024 р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0021905-22#Text

Бершаденко Ю. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМА ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я УКРАЇНИ ЯК КЛЮЧОВИЙ КОМПОНЕНТ СУЧАСНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ МЕДИЧНОЮ ІНФОРМАЦІЄЮ

Електронна система охорони здоров'я (ЕСОЗ – далі) України є ключовим компонентом сучасної інфраструктури управління медичною інформацією. Її створення та функціонування відображає прагнення країни підвищити ефективність, прозорість і доступність медичних послуг для громадян.

Передумовами створення ЕСОЗ стала потреба, обумовлена декількома факторами [1]. По-перше, масштабна реформа системи охорони здоров'я, яка розпочалася з 2018 року і метою яких є підвищення прозорості та ефективності медичних послуг. По-друге, успішні приклади інтеграції електронних систем охорони здоров'я у країнах ЄС, США та Канаді стали орієнтиром для України. По-третє, зростаюче використання цифрових технологій у всіх сферах життя стимулювало впровадження таких рішень і в сфері охорони громадського здоров'я.

Основною метою ЕСОЗ є створення єдиної платформи для управління медичною інформацією [2]. Її функціонал охоплює: облік медичних послуг (де кожна послуга, надана пацієнту, фіксується в системі, що спрощує адміністрування та моніторинг; управління інформацією (що дозволяє зберігати, обробляти та аналізувати великі обсяги даних про пацієнтів, лікарів, лікарні та інші суб'єкти); електронні медичні записи (EMR) (пацієнти отримують доступ до своєї медичної історії в електронному вигляді); інтеграція з іншими системами (що означає взаємодію ЕСОЗ з іншими державними та приватними платформами, наприклад, для управління страхуванням) [3].

Система включає кілька основних елементів:

- eHealth-платформа – центральний компонент, який об'єднує всі підсистеми;
- реєстри медичних установ і фахівців. База даних, що забезпечує актуальну інформацію про лікарні, лікарів та їх кваліфікацію.
- особисті кабінети пацієнтів (клієнтів), де вони можуть переглядати історію хвороб, результати аналізів і графік візитів;
- API для інтеграції – інструменти для підключення сторонніх розробників до платформи.

Перевагами впровадження ЕСОЗ є критерії, які дозволяють полегшити вимірювання задоволеності споживачів, як внутрішніх (для управління медичною інформацією), так і зовнішніх (для обміну даними).

Серед них слід виокремити такі, як: підвищення прозорості завдяки ефективному контролю розподілу фінансів і витрат; зручність для пацієнтів з можливістю доступу до інформації з будь-якої точки країни спрощує комунікацію з лікарями; моніторинг якості послуг шляхом збору даних для аналізу ефективності діяльності та якості послуг, що надаються медичними закладами.

Не можна оминути і виклики, які постають перед розробниками ЕСОЗ та імплементаторами змін в системі громадського здоров'я. Зокрема йдеться про такі виклики, як: захист даних і забезпечення їх конфіденційності; навчання персоналу та необхідність підготовки медичного персоналу до роботи з новими технологіями [7].

Однак українська ЕСОЗ була розроблена з урахуванням успішних прикладів інших країн. Так, цифрова платформа e-Health (Естонія) забезпечує 100% електронне зберігання медичних записів [4]. У Данії Національна платформа Sundhed.dk інтегрує інформацію про всі медичні послуги, надані громадянам [5]. А в США Програма Meaningful Use стимулює лікарні переходити на використання електронних медичних записів [6].

Основними перспективними напрямами розвитку ЕСОЗ в Україні слід вважати її орієнтацію на посилення інтеграційних процесів нашої держави [8], особливо в умовах воєнного стану і формування міжнародних коаліцій. Це відкриває можливості для розробки та інтеграції нових технологій [9], використання штучного інтелекту для прогнозування захворювань і автоматизації процесів, розширення доступу та залучення віддалених регіонів до системи через розвиток інфраструктури, міжнародного співробітництва шляхом участі у глобальних ініціативах з обміну даними.

У підсумку слід зазначити, що Електронна система охорони здоров'я є важливим етапом у розвитку охорони здоров'я України, а її впровадження дозволяє не лише підвищити якість послуг, але й забезпечити прозорість і довіру громадян до системи охорони здоров'я.

Список використаних джерел:

1. Міністерство охорони здоров'я України. (2020). *Електронна система охорони здоров'я: результати та перспективи розвитку*. URL: https://moz.gov.ua

2. World Bank. (2019). *Digital transformation in Ukraine: Opportunities for growth and innovation*. URL: https://worldbank.org

3. European Commission. (2021). *eHealth in Europe: Overview and best practices*. URL: https://ec.europa.eu

4. E-Estonia. (2021). *eHealth system in Estonia: An advanced digital healthcare model.* URL: https://e-estonia.com

5. Sundhed.dk. (2022). *Overview of the Danish national healthcare platform*. URL: https://sundhed.dk

6. Centers for Medicare & Medicaid Services. (2020). *Meaningful Use: Progress and achievements*. URL: https://cms.gov

7. Privacy International. (2020). *Health data and digital platforms: Ensuring privacy in electronic healthcare systems*. URL: https:// privacyinternational.org

Грищенко Є. В.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Доненко В. В., д.ю.н., проф.,
професор кафедри публічного та приватного права
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГАХ

Адміністративні послуги – послуги, які надають державні органи, органи місцевого самоврядування або інші установи з метою реалізації прав, обов'язків та законних інтересів громадян і юридичних осіб. Зазвичай, ці послуги спрямовані на забезпечення доступу громадян до адміністративних послуг у сферах, таких як реєстрація, отримання дозволів, ліцензій, соціальна допомога та інші державні послуги таких як:

- реєстрація місця проживання;
- видача паспортів та інших документів, що посвідчують особу;
- реєстрація бізнесу або юридичної особи;
- видача ліцензій та дозволів на підприємницьку діяльність;
- оформлення соціальної допомоги, субсидій;
- видача довідок (про доходи, склад сім'ї тощо).

Проте надання цих послуг є недостатньо швидкою і гнучкою процедурою і щоб її прискорити і зробити простішою потрібно впровадити використання Штучного інтелекту (ШІ – далі) в сфері надання адміністративних послуг.

Штучний інтелект відіграє ключову роль у трансформації адміністративних послуг, підвищуючи їх ефективність, точність та доступність. Інтеграція ШІ дозволяє автоматизувати рутинні завдання, знижуючи навантаження на персонал і мінімізуючи людські помилки, що призводить до скорочення часу обробки документів і запитів громадян. Завдяки віртуальним асистентам, громадяни отримують швидкий доступ до інформації та послуг у режимі 24/7, що підвищує загальний рівень обслуговування. Водночас використання ШІ підвищує прозорість процесів, сприяючи боротьбі з корупцією, та забезпечує захист персональних даних, хоча і вимагає відповідного законодавчого регулювання для захисту прав громадян. ШІ є потужним інструментом модернізації адміністративних послуг, що значно підвищує їх швидкість і доступність для громадян [1].

Водночас упровадження ШІ в адміністративні послуги супроводжується низкою викликів, включаючи етичні питання та необхідність дотримання конфіденційності даних. Використання алгоритмів машинного навчання може призводити до потенційних

упереджень і дискримінації, якщо дані для навчання алгоритмів є нерепрезентативними чи помилковими. Це вимагає ретельного моніторингу та прозорості у використанні ШІ для забезпечення справедливості й рівності доступу до послуг. Додатково, кібер-безпека стає критичним аспектом, адже автоматизовані системи є вразливими до зовнішніх атак, що може поставити під загрозу персональні дані громадян. З метою подолання цих викликів необхідно впровадити нормативно-правові акти, що регулюватимуть використання ШІ в адміністративних послугах, гарантуватимуть захист прав громадян і забезпечать контроль за етичними аспектами.

Таким чином, використання ШІ в адміністративних послугах відкриває нові можливості для підвищення якості обслуговування громадян, зниження операційних витрат та покращення ефективності державних установ. Однак для досягнення максимальної користі та мінімізації ризиків необхідний збалансований підхід, що включає як технологічну інновацію, так і відповідне нормативне регулювання та захист прав громадян [5].

Попри значні переваги, впровадження штучного інтелекту в адміністративні послуги потребує комплексного підходу до його реалізації та контролю. Важливо забезпечити навчання працівників державних установ для взаємодії з інструментами ШІ та управління їх ефективністю. Паралельно слід розвивати технічну інфраструктуру, необхідну для інтеграції таких систем, що включає зберігання даних, швидку обробку інформації та захист від кібер-загроз [2].

Крім того, це також сприяє формуванню довіри населення до державних інституцій, завдяки прозорості та оптимізації процесів громадяни можуть отримувати швидші та точніші послуги. Проте успішність таких реформ залежить від ефективного впровадження систем контролю якості обробки даних, дотримання етичних норм, а також готовності держави відповідати на потенційні виклики.

Штучний інтелект не тільки вдосконалює адміністративні послуги, але й слугує каталізатором для побудови більш прозорої та ефективної системи державного управління. Це підходить до нового етапу взаємодії держави і громадянина, де ШІ сприяє кращому розумінню потреб суспільства та оперативнішій реакції на ці потреби.

У майбутньому розвиток штучного інтелекту в адміністративних послугах здатен забезпечити персоналізований підхід до обслуговування громадян. Використання ШІ для аналізу великих обсягів даних дозволяє не тільки визначити поточні запити населення, але й передбачити майбутні потреби. Це створює умови для більш про-активного державного управління, де рішення приймаються на основі прогнозів і реальних даних, що підвищує ефективність роботи органів влади та покращує якість обслуговування [3].

Можливість інтеграції штучного інтелекту з іншими цифровими системами (наприклад, електронним документообігом чи національними реєстрами) дозволяє забезпечити єдність інформаційного середовища. Це скорочує час на перевірку даних, усуває дублювання інформації та зменшує витрати на паперові процеси. У перспективі такий інтегрований підхід може сприяти переходу до цифрового уряду, де всі адміністративні послуги надаються через єдину цифрову платформу, доступну кожному громадянину.

Попри всі переваги, впровадження ШІ в адміністративну сферу супроводжується викликами, зокрема в галузі етики, конфіденційності та кібер-безпеки. Ефективне та безпечне використання ШІ потребує належного правового регулювання, щоб захистити персональні дані громадян і забезпечити прозорість алгоритмів. Забезпечення належної технічної інфраструктури та навчання персоналу також є важливими аспектами для успішної інтеграції ШІ в адміністративні послуги [4].

Отже, штучний інтелект має значний потенціал для покращення адміністративних послуг, проте його впровадження потребує комплексного підходу, що враховує етичні, правові та технологічні аспекти. Системне планування і належне управління використанням ШІ здатні не тільки підвищити ефективність державного управління, але й перетворити адміністративні послуги в якісно нову форму взаємодії держави і громадян – швидку, доступну, прозору та персоналізовану.

Список використаних джерел:

1. Організація Об’єднаних Націй (ООН): The Age of Digital Interdependence. URL: https://www.un.org/techenvoy/ru/content/about (05.11.2024).

2. Wirtz B. W., Weyerer J. C., & Geyer C. Artificial Intelligence and the Public Sector – Applications and Challenges. *International Journal of Public Administration*. 2019. № 42 (7). URL: https://isij.eu/article/artificial-intelligence-and-public-sector-applications-and-challenges (04.11.2024).

3. O’Neil C. Weapons of Math Destruction: *How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy.* New York : Crown Publishers, 2016. 272 p.

4. Susskind R., Susskind D. The Future of the Professions: How Technology Will Transform the Work of Human Experts (Oxford, 2015; online edn, *Oxford Academic,* 12 Nov. 2020), https://doi.org/10.1093/oso/9780198713395.001.0001, accessed 19 Oct. 2024. URL : https://academic.oup.com/book/40589

5. Максіменцева Н. О., Максіменцев М. Г. Виклики застосування штучного інтелекту у сфері публічного управління, врядування та послуг, February 2024. DOI:10.32702/2306-6814.2024.4.2042024 URL: http://surl.li/zalegshttps://www.researchgate.net/publication/378526159_VIKLIKI_ZASTOSUVANNA_STUCNOGO_INTELEKTU_U_SFERI_PUBLICNOGO UPRAVLINNA_VRADUVANNA_TA_POSLUG

Дей Д. В.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

БЛОКЧЕЙН-ТЕХНОЛОГІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ БЕЗПЕЧНОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Зростання кількості даних та розвиток нових технологій, роблять блокчейн перспективним інструментом для безпечного зберігання інформації. Впровадження блокчейн-технології відкриває нові можливості для розвитку смарт-контрактів, децентралізованих додатків та інших інновацій, що змінюють традиційні підходи до обробки даних. Блокчейн-технологія є революційним рішенням для зберігання інформації, оскільки вони пропонують високий рівень безпеки та прозорості.

Загалом зазначений інструмент є основою для криптовалют, таких як Bitcoin, але застосування цієї технології виходить далеко за межі фінансової сфери. Завдяки своїм перевагам у безпеці, прозорості та ефективності управління даними, блокчейн-технологія використовується у різних галузях, включаючи логістику, охорону здоров'я [3]. Не винятком є і публічне управління.

Одним із ключових аспектів використання блокчейну в публічному управлінні є забезпечення безпеки даних. Блокчейн зберігає дані, запобігаючи їхній модифікації або втраті, що може гарантувати прозорість та відкритість процесів, а також зменшити витрати на контроль і моніторинг державних установ [1].

Так, у контексті електронної демократії блокчейн може забезпечити безпеку і прозорість виборів, зменшити можливість фальсифікації голосів. Технологія зберігає дані про вибори в безпечному та незмінному блокчейні, що може забезпечувати надійність результатів цих виборів. Така технологія є потенціалом для створення нових методів голосування шляхом запровадження електронного процесу з обмеженими можливостями перевірки. Через електронну систему голосування зміст і результати процесу будуть зашифровані та передані до виборчого штабу.

Уваги потребує й електронна платформа ProZorro, яку було впроваджено у 2015 році для забезпечення прозорості й ефективності державних закупівель. Завдяки використанню блокчейн-технології, інформація про закупівлі та учасників зберігається незмінною.

Державний земельний кадастр став другим проєктом у державному секторі України, де з вересня 2017 року застосовано технологію блокчейн [2]. Це дозволяє забезпечити надійну синхронізацію даних, унеможливлює їхню заміну в результаті зовнішнього втручання, а також дає можливість здійснювати громадський контроль за системою.

На початку 2018 року в Україні була створена некомерційна організація «Блокчейн асоціація України» з ціллю активного поширення та сприяння інтеграції технології блокчейн в економіку України.

У 2020 році Національний банк України представив блокчейн-платформу, яка надійно перевіряє банкноти, запобігаючи фальсифікації. А у 2021 році Міністерство цифрової трансформації України започаткувало блокчейн-платформу для зберігання та обробки медичної інформації пацієнтів, що забезпечує безпеку та цілісність даних, зменшуючи ризик їх втрати чи модифікації.

Крім вище зазначеного серед напрямків використання блокчейн-технології у публічній сфері України можуть стати:

- охорона здоров'я: за своїм принципом блокчейн підходить для створення єдиного реєстру карт пацієнтів, а також відстеження поставок медикаментів;
- вища освіта: блокчейн може використовуватися для зберігання сертифікатів і дипломів за допомогою блокчейну;
- бібліотеки та архіви: за допомогою блокчейн-технології інформація переводиться в електронну форму;
- зберігання прав власності;
- правоохоронні органи: блокчейн використовується для створення єдиної бази правопорушників або осіб, які мають конфлікти з законом.
- фіскальна служба: блокчейн-технологія може застосовуватися для створення єдиної бази обліку платників податків;
- соціальна служба: технологія блокчейн може бути використана для створення єдиної бази осіб, які потребують соціальної (сторонньої) допомоги;
- банківська система: з використанням блокчейн-технології може бути створена єдина клієнтська база.
- інфраструктура: застосування технології блокчейн для створення єдиного реєстру пасажирських та вантажних перевезень, а також створення єдиної бази інвестиційних проектів в сфері інфраструктури.

Проте наша держава може зіткнутися з рядом проблем при використанні блокчейн-технології. По-перше, це новизна технології. Тому необхідним є ознайомлення громадськості з даною технологію, з принципами її роботи. По-друге, це розробка нормативно-правої бази щодо використання блокчейн- технології на державному рівні. По-третє, висока вартість технології, тому потрібне значне фінансування як для її впровадження, так і для навчання персоналу. По-четверте, запровадження блокчейну призведе до скорочення робочих місць, зокрема, зменшиться кількість адміністраторів, як наслідок, спеціалісти повинні будуть шукати інше місце роботи або перекваліфіковуватись.

Проте, з урахуванням багатьох факторів, блокчейн має реальний потенціал для покращення ефективності та безпеки в системах публічного управління.

Список використаних джерел:

1. Свон М. Блокчейн: схема нової економіки. Київ : ОлімпБізнес, 2017. 240 с. URL: https://kniga.biz.ua/pdf/5351-Block- chain.pdf
2. Блокчейн в Україні: що це за технологія і чим вона корисна. URL: https://112.ua/statji/blokcheyn-v-ukraine-chto-eto-za-tehnologiya-i-chem-onapolezna-417161.html
3. Сфери застосування блокчейн-технологій. URL: http://cryptocurrency.co.ua/blockchain/primenenie.html

Дуогіте Ю. В.,
аспірантка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Дрешпак В. М., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ БРЕНДУВАННЯ КОМУНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК НАПРЯМ ПОКРАЩАННЯ ЯКОСТІ ПУБЛІЧНИХ ПОСЛУГ ДЛЯ МЕШКАНЦІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

В умовах глобалізації, цифровізації та конкуренції серед постачальників публічних послуг комунальні підприємства (КП – далі) стикаються з необхідністю формування власного бренду. Брендування дозволяє КП не лише створити позитивний імідж, а й ефективніше комунікувати з мешканцями територіальних громад, залучати інвестиції та інновації. Успішний бренд у комунальному секторі є важливим інструментом підвищення довіри до підприємства, що особливо актуально для українських реалій. Брендовані КП також сприяють покращенню репутації територіальних громад, підкреслюючи їх унікальні особливості та конкурентні переваги. Інноваційне брендування впливає на підвищення якості публічних послуг, адже прозорість і відкритість бренду стимулюють підприємства до впровадження передових технологій, екологічних ініціатив та модернізації інфраструктури. Успішні зарубіжні кейси, такі як «Wien Energie» (Австрія) або «Essential Utilities» (США), демонструють, як потужний бренд підприємства може сприяти сталому розвитку громад.

Брендування – це комплекс заходів із формування унікального іміджу підприємства з метою створення довіри серед споживачів. У комунальному секторі брендування адаптується до специфіки роботи, зосереджуючи увагу на якості послуг, соціальній відповідальності, прозорості та ефективному управлінні ресурсами. Наприклад, використання цифрових платформ і соціальних мереж є ефективним інструментом формування бренду КП, як демонструє досвід компаній у сфері водопостачання та енергозбереження.

Комунальні підприємства є важливою складовою системи місцевого самоврядування, що реалізує політику держави на місцевому рівні. Їх імідж значно впливає на рівень довіри до влади. Формування позитивного іміджу підприємства включає впровадження екологічних, енергозберігаючих технологій, прозорої політики та соціальних ініціатив. Ефективний брендинг КП також сприяє залученню мешканців до процесів прийняття рішень, покращенню комунікації та підвищенню їхньої лояльності.

Цифрові технології також дозволяють комунальним підприємствам покращувати комунікацію з клієнтами. Зокрема, «Essential Utilities» у США після злиття з іншою компанією реалізувала масштабну цифрову маркетингову кампанію, яка охопила телевізійні, кабельні та соціальні медіа, забезпечивши понад 31 мільйон переглядів і 5,2 мільйона цифрових взаємодій [4]. Це дозволило підвищити довіру клієнтів до нового бренду та розширити охоплення аудиторії.

Доповнена та віртуальна реальність активно використовуються для демонстрації послуг і залучення клієнтів. Наприклад, в Австрії енергетична компанія «Wien Energie» використовує VR-технології для віртуальних екскурсій своїми інфраструктурними об'єктами, дозволяючи громадянам ознайомитися з процесами роботи підприємств і покращуючи громадську думку [2]. Інтернет речей дозволяє покращувати управління ресурсами та демонструвати ефективність. Наприклад, європейська компанія «E.ON» інтегрувала IoT у свої системи енергозбереження, використовуючи смарт-технології для контролю за споживанням електроенергії. Це дозволило значно знизити витрати клієнтів та підвищити їхню задоволеність, водночас закріпивши позиції бренду як інноваційного лідера [3].

Сучасні технології сприяють формуванню позитивного іміджу комунальних підприємств та зміцнюють їхні позиції на ринку. Використання цифрових платформ, AR/VR і IoT дозволяє не тільки покращити якість публічних послуг, але й створювати стійкий зв’язок з громадськістю. Соціальний аспект брендування полягає у налагодженні та покращанні взаємодії з громадськістю. Роль громадян у формуванні позитивного бренду підприємства полягає у наступних положеннях.

По-перше, громадяни є ключовими стейкхолдерами, чия довіра та підтримка визначають успіх бренду комунального підприємства. Взаємодія з громадськістю уможливлюється через відкриті форуми, обговорення та опитування сприяє побудові довготривалих відносин.

По-друге, залучення мешканців через краудсорсингові платформи до прийняття рішень, у тому числі використання онлайн-платформ для збору ідей і пропозицій щодо покращення послуг підвищує участь громадян у житті громади. Прикладом є успішний досвід краудсорсингу в громадах Швеції та Естонії.

По-третє, розвиток комунікаційної стратегії, орієнтованої на довіру та прозорість, спрямована на відкриту звітність про результати діяльності підприємств, підвищує прозорість, формування позитивного іміджу через

регулярне інформування про досягнення та ініціативи, покращення якості публічних послуг через брендування, бо брендування стимулює підприємства до підвищення стандартів послуг, що відповідають очікуванням громади.

По-четверте, формування конкурентного середовища для комунальних підприємств – вплив бренду на лояльність споживачів до публічних послуг (сильний бренд допомагає зберігати клієнтів навіть за умов конкуренції з приватними підприємствами; підвищення ефективності надання послуг через адаптацію до потреб громади – використання аналітичних даних та зворотного зв'язку від мешканців дозволяє підприємствам адаптувати послуги під локальні потреби).

Приклади успішного брендування комунальних підприємств у європейських країнах: «Wien Energie» (Австрія) використовує VR-технології для демонстрації своїх інновацій у сфері енергетики, формуючи сучасний та екологічний імідж; «E.ON» (Німеччина) інтегрує IoT для моніторингу енергоефективності та просування сталих рішень (популяризація енергетичної інфраструктури через інтерактивні цифрові методи, що залучають громадськість до процесу сталого енергоспоживання) [1]. У США брендування комунальних служб поєднується із соціальними кампаніями, спрямованими на екологічну відповідальність та участь громади [1].

Серед рекомендацій щодо впровадження інноваційних технологій брендування в Україні слід зазначити наступні:

- створення єдиної стратегії брендування на рівні територіальних громад, розробка рекомендацій для комунальних підприємств з урахуванням локальної специфіки та потреб населення;
- упровадження спеціальних навчальних програм для фахівців із комунікації – навчання керівників підприємств та комунікаційних менеджерів сучасним підходам до брендування та комунікації;
- підтримка ініціатив місцевого самоврядування через державне та міжнародне фінансування, залучення міжнародних грантів для реалізації інноваційних проєктів брендування;
- упровадження та поширення інноваційних підходів у брендуванні для сталого розвитку громад – використання цифрових технологій, таких як AR, VR та IoT, сприятиме як підвищенню ефективності роботи підприємств, так і покращенню іміджу громади;
- інтеграція технологій і комунікацій для підвищення якості публічних послуг, зокрема розробка цифрових платформ для зворотного зв'язку з мешканцями та оптимізації процесів обслуговування.

Список використаних джерел:

1. Digital Agency Network. (n.d.). *Reality reinvented: AR & VR and case studies shaping brand experiences.* URL: https://digitalagencynetwork.com

2. Future Vienna. (n.d.). *Wien Energie's experience with VR technologies*. URL: https://futurevienna.com/wien-energie

3. MaxBill. (n.d.). Integration of IoT by E.ON. URL: https://maxbill.com

4. Vault Communications. *Case study: Essential Utilities.* 2020. URL: https://www.vaultcommunications.com

Зайцев В. О.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

СПІВПРАЦЯ УКРАЇНИ З ДЕРЖАВАМИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ У СФЕРІ БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

За оцінками Європейської комісії корупція щорічно завдає шкоди економікам країн ЄС приблизно на 120 млрд євро. Україна також продовжує зазнавати економічних втрат через високий рівень корупції, що стимулює подальше реформування антикорупційної політики та впровадження європейських стандартів у всіх сферах суспільного життя.

За останні десятиліття ЄС сформував систему протидії корупції, що включає нормативно-правову базу та організаційний інструмент [8]. Антикорупційне законодавство включає Конвенцією про боротьбу з корупцією, яка торкається посадових осіб європейських співтовариств або посадових осіб держав-членів, Кримінальною конвенцією про боротьбу з корупцією, Цивільною конвенцією про боротьбу з корупцією Ради Європи. Основою співпраці України та ЄС у сфері боротьби з корупцією є ратифікація міжнародних актів, що імплементують європейські стандарти у правове поле України. Це сприяє гармонізації українського антикорупційного законодавства з європейськими нормами.

Щодо утворених організацій, серед них Європейське бюро по боротьбі з шахрайством, Група з розробки фінансових заходів протидії відмиванню коштів, Спеціальний комітет Ради Європи з питань взаємної оцінки заходів протидії відмиванню коштів, Європейське поліцейське управління, Євроюст, Європейський інвестиційний банк, Прокуратура ЄС, з якими активно співпрацює Україна. У свою чергу в Україні, після 2014 року, на виконання вимог міжнародної світової спільноти та, зокрема, зобов'язання України перед ЄС були створені антикорупційні органи, які об'єднані спільною метою боротьби з корупцією та реалізують її відповідно до власних функцій і повноважень. Це: Національне агентство з питань запобігання корупції, Національне антикорупційне бюро України, Спеціалізована антикорупційна прокуратура, Національне агентство України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів, Вищий антикорупційний суд України [5].

Результати соціологічних досліджень засвідчують, що частка громадян, які мають безпосередній досвід корупції, протягом останніх років зменшилася (у 2013 р. такий досвід мало близько 60 %, станом на початок 2022 р. – не більше 40 % громадян) [3]. Не зважаючи на позитивний результат Європейська комісія у висновку щодо заявок на членство в Європейському Союзі від 17 червня 2022 р., поданих Україною, Грузією та Республікою Молдова, зазначила, що Україна досягла значного прогресу на шляху до верховенства права, проте подальша боротьба з корупцією залишається однією з основних вимог суспільства.

Таким чином, наявні результати аналізу стану корупції в Україні, ефективності антикорупційної політики попередніх періодів, міжнародних стандартів та найкращих світових практик у сфері запобігання та протидії корупції дали змогу сформулювати основні принципи антикорупційної політики на 2021–2025 роки [2]:

- оптимізація функцій держави та місцевого самоврядування, реалізація чого передусім передбачає: усунення дублювання повноважень різними органами; тимчасове припинення реалізації малоефективних повноважень, що супроводжуються високим рівнем корупції, до запровадження належних процедур, які мінімізуватимуть відповідні корупційні ризики; усунення випадків реалізації одним і тим самим органом повноважень, поєднання яких створює додаткові корупційні ризики;
- цифрова трансформація реалізації повноважень органами державної влади та органами місцевого самоврядування, прозорість діяльності та відкриття даних як основа для мінімізації корупційних ризиків у їх діяльності;
- створення на противагу існуючим корупційним практикам більш зручних та законних способів задоволення потреб фізичних і юридичних осіб;
- забезпечення невідворотності юридичної відповідальності за корупційні та пов’язані з корупцією правопорушення, що створює додатковий стримувальний ефект для всіх суб’єктів правовідносин;
- формування суспільної нетерпимості до корупції, утвердження культури доброчесності та поваги до верховенства права.

Попри певний прогрес України у боротьбі з корупцією в рамках співпраці з ЄС, нашій державі ще потрібно вирішити багато викликів, таких як політична воля до реалізації реформ, необхідність зміцнення незалежності судової системи та правоохоронних органів. Проте успіхи у співпраці з ЄС свідчать про можливість покращення правопорядку відповідно до європейських стандартів та досягнення значних результатів зі зменшенням корупційних ризиків в Україні у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Додатковий протокол до Кримінальної конвенції про боротьбу з корупцією (ETS 191) від 15.05.2003 р. Ради Європи від 27.01.1999 р. (ратифікована Україною 18.10.2006 р.). URL: https://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/994_101 (дата звернення: 08.10.2024).

2. Європейська судова мережа. Офіційний сайт Євроюсту. URL: https://www.eurojust.europa.eu (дата звернення: 07.10.2024).

3. Скомаров О. Історичні аспекти діяльності правоохоронних органів з протидії корупції. *Нац. акад. прокуратури України*. 2015. № 2. С. 116–122.

4. Терещук О.В. Адміністративна відповідальність за корупційні правопорушення: автореф. дис. … канд. юрид. наук: спец. 12.00.07; Одеса, 2000. 20 с.

5. Тучак Р. М. Адміністративно-правові засади боротьби з корупцією: автореф. дис. … канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 ; Харків, 2007. 23 с.

6. Угода між Україною та Європейським поліцейським офісом про оперативне та стратегічне співробітництво від 14.12.2016 р. Ратифікована Законом України № 2129-VIII від 12.07.2017 р.

7. Федорко О.О. Історичні етапи створення та функціонування органів по боротьбі з корупцією в Україні. *Порівняльно-аналітичне право України*. 2018. № 1. С. 227–230.

Казявичюс В. В.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ КЕРІВНИКІВ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ

Цифрова трансформація є невід’ємною частиною сучасного світу, а публічне управління не залишається осторонь цих змін. Впровадження нових технологій в державні сервіси відкриває перед Україною нові можливості для підвищення ефективності, прозорості та доступності публічних послуг. Однак, разом з тим, цифрова трансформація створює низку викликів для українських керівників, які потребують нових компетенцій та підходів до управління.

Цифрова трансформація висуває нові вимоги та створює нові виклики для керівників органів публічного управління.

По-перше, необхідність оволодіння новими компетенціями, оскільки швидкий розвиток інформаційних технологій вимагає від керівників постійного оновлення знань та навичок. Відбувається зміна характеру роботи через автоматизацію багатьох рутинних процесів, що вивільняє час для більш стратегічних завдань, але водночас вимагає нових підходів до управління. Керівники повинні вміти працювати з великими масивами даних, аналізувати їх та приймати рішення на їх основі.

По-друге, частина публічних службовців може опиратися змінам, що пов’язано зі страхом перед новим, нестачею навичок або відсутністю мотивації. Люди часто прив’язані до звичного способу роботи і можуть

сприймати зміни як загрозу їхньому комфорту та авторитету. А якщо на додаток до цього, співробітники не отримують достатньо інформації про зміни, вони можуть відчувати себе обманутими або відстороненими, що призводить до опору.

По-третє, реалізація масштабних цифрових трансформацій потребує значних інвестицій, яких може не вистачати в українському бюджеті. Багато цифрових проектів можуть бути відкладені або реалізовані лише частково через брак коштів. Недостатнє фінансування може призвести до використання застарілого обладнання та програмного забезпечення, що негативно впливає на якість наданих послуг. Без достатніх інвестицій важко розробляти та впроваджувати нові технологічні рішення.

По-четверте, застаріла ІТ-інфраструктура в деяких державних органах може перешкоджати ефективному впровадженню нових технологій та є більш вразливими до хакерських атак, а збільшення кількості цифрових послуг підвищує ризики кібератак, що потребує від керівників посилення заходів безпеки.

Вирішення цих проблем і викликів повинно відбуватись комплексно, оскільки всі перелічені вище проблеми є взаємопов'язаними та взаємозалежними.

Серед основних можливостей, які відкриває цифрова трансформація, можна назвати:

- підвищення ефективності роботи, оскільки автоматизація процесів, використання аналітичних інструментів дозволяють зменшити витрати часу та ресурсів, а також підвищити точність прийняття рішень;
- покращення якості послуг: онлайн-сервіси забезпечують зручний та швидкий доступ до публічних послуг для громадян та бізнесу;
- збільшення прозорості: публікація даних та використання відкритих даних сприяє підвищенню прозорості діяльності державних органів;
- посилення конкурентоспроможності країни: як показує досвід країн світу, ефективне публічне управління, що базується на цифрових технологіях, є важливим фактором для залучення інвестицій та розвитку економіки.

Цифрова трансформація, що відбувається у публічному управлінні, докорінно змінює вимоги до необхідних компетентностей і компетенцій керівника. Розуміння основних принципів роботи цифрових технологій, вміння використовувати різноманітні програмні продукти та інструменти є однією з основних вимог для сучасного керівника в системі публічного управління. Без стратегічного мислення він буде нездатний бачити довгострокову перспективу розвитку організації та розробляти стратегії цифрової трансформації. Здатність мотивувати команду, вести за собою співробітників у процесі змін та створювати сприятливу атмосферу для інновацій вимагає наявності у нього лідерських якостей. Важливою компетентністю також є адаптивність, готовність до постійних змін та здатність швидко навчатися новому. І ще однією компетентністю керівника в системі публічного управління, без якої, на нашу думку,

неможлива успішна реалізація цифрової трансформації в Україні, є здатність до комунікації. Вкрай необхідно вміти ефективно спілкуватися з різними аудиторіями, пояснювати складні поняття та залучати до процесу цифрової трансформації всіх зацікавлених сторін.

Отже, для успішної реалізації цифрової трансформації необхідні інвестиції у розвиток людського капіталу, створення сприятливого середовища для інновацій та забезпечення кібербезпеки.

Список використаних джерел:

1. Атаманова Н.В., Луняченко І.В. До питання цифровізації публічного управління в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція.* 2024. № 68. URL: https://www.vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc68/3.pdf

2. Євдокимов Є.О., Коломієць С.А. Цифрова трансформація публічного управління: виклики та перспективи. *Актуальні питання у сучасній науці. Серія Державне управління.* 2024. № 9 (27). URL: http://perspectives.pp.ua/ index.php/sn/issue/view/274/373

3. Засуха М. В. Сутність цифрової трансформації публічного управління. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: Право, публічне управління та адміністрування.* 2024. № 12. URL: https://www.reicst. com.ua/pmtl/ article/view/2024-12-02-04

Капітонова А. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Дрешпак В. М., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри журналістики
Університету митної справи та фінансів)

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ І МЕСЕНДЖЕРІВ У ПУБЛІЧНО-УПРАВЛІНСЬКІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному світі соціальні мережі та месенджери відіграють дедалі важливішу роль у комунікації між органами публічного управління і громадськістю. Розвиток цифрових технологій значно змінив спосіб взаємодії держави з громадянами, створивши нові можливості для швидкого обміну інформацією, прозорості управлінських процесів та залучення громадськості до ухвалення рішень. Соціальні мережі стали потужними інструментами для налагодження двостороннього діалогу, оперативного інформування та мобілізації суспільства. У цьому контексті ефективне використання цифрових платформ є необхідною умовою для забезпечення відкритості та підвищення довіри громадян до органів влади.

Сьогодні публічне управління зазнає суттєвих трансформацій, що відображають глобальні зміни в суспільстві. Традиційні підходи, засновані на бюрократичних процедурах і централізованих владних повноваженнях,

поступово поступаються місцем сучасним моделям, які акцентують увагу на ефективності, швидкості та якості надання публічних послуг. Пріоритетом стає максимізація результатів при мінімальних витратах ресурсів і часу. Цифрові технології, у свою чергу, стають ключовим чинником цих змін, оскільки дозволяють побудувати нові – гнучкіші й прозоріші – системи управління.

Цифровізація публічного управління є складним і багатовимірним процесом, що вимагає ретельного підходу до інтеграції новітніх технологій з урахуванням актуальних суспільних викликів. Успішна реалізація цифрових інструментів передбачає підвищення прозорості ухвалення рішень, а також розширення можливостей для взаємодії між владою та суспільством. Сюди відноситься не тільки поліпшення доступу до інформації, але й активне залучення громадян до процесів управління. Динаміка цифрової трансформації публічного сектору пов'язана з необхідністю впровадження заходів із кібербезпеки, захисту персональних даних та цифрових прав громадян. Щоб забезпечити ефективність цього процесу, необхідно не лише впроваджувати сучасні технічні рішення, але й розвивати цифрову грамотність серед управлінців. Нові технології, такі як віртуальна реальність і штучний інтелект, можуть бути використані для навчання й підготовки державних службовців до роботи в умовах цифрової економіки, що забезпечить їм необхідні навички для успішної адаптації до нових вимог [4, с. 402].

У сучасній публічній комунікації соціальні мережі та месенджери стали ключовими інструментами для налагодження ефективної взаємодії між державою та громадянами. Завдяки цим платформам органи публічної влади можуть швидко і безпосередньо інформувати суспільство про свою діяльність, а також залучати громадян до обговорень і процесу ухвалення рішень. Офіційні сторінки, наприклад, Офіс Президента чи Кабінет Міністрів України, на цих платформах регулярно публікують інформаційні матеріали, що допомагають громадянам отримувати актуальні новини та звернення від посадовців.

Одним із визначальних аспектів використання соціальних мереж у публічному управлінні є можливість проводити консультації та опитування, що підвищують рівень залученості громадян до процесів публічного управління. Це дозволяє більш точно враховувати суспільні настрої та потреби під час ухвалення рішень. Крім того, аналітичні інструменти цих платформ допомагають органам публічної влади стежити за громадською думкою, швидко реагувати на проблеми та адаптувати свої стратегії.

Соціальні мережі не лише сприяють прозорості державного управління та місцевого самоврядування, але й підвищують підзвітність влади перед суспільством. Завдяки оперативності та доступності таких комунікаційних каналів, влада може швидко реагувати на кризи або актуальні виклики. Проте важливо пам'ятати про ризики, пов’язані з дезінформацією, що вимагає обережного підходу та розробки відповідних

заходів безпеки [1, с. 173]. Таким чином, соціальні мережі та месенджери стали невід'ємною частиною сучасного публічного управління, надаючи нові можливості для взаємодії з громадянами та підвищуючи ефективність і прозорість управлінських процесів.

Використання цифрових ресурсів дозволяє не лише скоротити витрати на обробку та передачу інформації, а й покращує прозорість системи публічного управління, що є однією з ключових умов побудови демократичної держави. Міжнародний досвід свідчить про те, що широке залучення громадськості через цифрові платформи сприяє зростанню довіри до державних інституцій та посиленню їх підзвітності. У процесі взаємодії між державою та громадськістю нерідко виникають конфлікти. Це – природна складова демократичного діалогу, і завданням держави є створення умов для ефективного управління цими розбіжностями з метою забезпечення конструктивного і продуктивного обговорення [2, с. 80]. Ефективна комунікація на платформах соціальних мереж і месенджерів теж сприяє такому порозумінню.

Зважаючи на зростаючий попит на комунікаційні платформи, перед органами публічного управління, серед іншого, постає завдання вибору відповідних інструментів для голосових цифрових комунікацій. Для цього необхідно враховувати вимоги до безпеки даних, конфіденційності та сумісності різних платформ. Основними напрямами використання таких сервісів можуть бути як зовнішні, так і внутрішні комунікації. У зовнішніх комунікаціях ці платформи слугують додатковим каналом взаємодії з громадськістю, сприяючи масовим публічним консультаціям та інформуванню. У внутрішніх комунікаціях цифрові голосові платформи забезпечують ефективну координацію в процесі розробки рішень, проведення нарад і обміну інформацією між різними підрозділами, що дозволить забезпечити надійність комунікацій та підвищити ефективність управлінських процесів [3, с. 84].

Таким чином, інтеграція соціальних мереж і месенджерів у публічне управління є важливим кроком до побудови більш відкритого і підзвітного публічного сектора. Вони допомагають не тільки покращити комунікацію між владою та громадянами, але й підвищують ефективність управлінських процесів, що є вирішальним фактором у побудові демократичного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Заяць О. Роль соціальних мереж у публічному управлінні та адмініструванні: канали взаємодії та їх ефективність. *Економічні горизонти*. 2024. № 2–3 (28). С. 169–178.

2. Наумик А.С., Червякова К.Д., Сидоренко Н.С. Комунікація суспільства та органів державної влади. *Інноваційні тенденції сьогодення в сфері природничих, гуманітарних та точних наук* : матеріали II міжнар. наук. конф., м. Дніпро, 17 берез. 2023 р. С. 79–80.

3. Осьмак А.С. Цифрові голосові комунікації в публічному управлінні. Класифікація та безпека. *Актуальні проблеми управління інформаційною безпекою держави*: зб. тез наук. доп. наук.-практ. конф. (Київ, 26 березня 2021 р.). Київ: НА СБУ. 2021. С. 82–84.

4. Рамазанов Р.Р., Тимченко М.С. Цифрова трансформація публічного управління: засоби та інструменти. *Успіхи і досягнення в науці*. 2024. Т. 1. № 3 (3). С. 396–405.

Ковіка В. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Разумей М. М., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНОГО КОНТРОЛЮ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

На сьогоднішній день митний контроль є ключовим видом державного контролю і відіграє важливу роль у системі інструментів здійснення митної справи. Від ефективності процедур митного контролю залежить якість виконання завдань, що покладені на митні органи: виявлення контрабанди та порушень митних правил, забезпечення надходження митних платежів до державного бюджету [1].

У зв’язку з воєнним станом, митний контроль в Україні стає більш лібералізованим, що полегшує для бізнесу проведення операцій з імпорту та експорту продукції. Так, запровадження «митного безвізу» з ЄС сприяє подальшій інтеграції України з європейськими країнами у сфері торгівлі [2]. Іншим важливим фактором, який впливає на ефективність митного контролю, є процес загальної цифровізації публічного управління та митної сфери зокрема. Сучасний розвиток інформаційних вимагає адаптації митних процедур до нових умов, що підвищить ефективність контролю за переміщенням товарів та забезпечить дотримання норм митного законодавства.

Цифровізація митних процедур передбачає, насамперед, заміну паперових документів на електронні при здійсненні стандартних зовнішньоторговельних операцій та виконання митних формальностей (сплата митних платежів, митний аудит, випуск товарів, сертифікація тощо). Це сприяє оперативному моніторингу ризиків на митниці, таких як: заниження митної вартості товарів, несплата митних платежів, недостовірне декларування та незаконне ввезення товарів, і прискорює процес ухвалення рішень, знижуючи ризик негативних наслідків [3].

Сучасні цифрові технології дозволяють інтегрувати такі процеси як: нарахування та сплата митних платежів, відстеження вантажів, оцінка митних ризиків тощо. Крім того, автоматизація перевірки даних мінімізує ручне втручання, підвищує точність розрахунків та зменшення впливу суб’єктивного фактора у прийнятті рішень щодо митного оформлення та контролю.

В Україні вже функціонує Єдиний державний інформаційний веб-портал «Єдине вікно для міжнародної торгівлі», який повністю відповідає стандартам Всесвітньої митної організації щодо інформаційного розвитку сучасної митниці. Ініціатива створення таких веб-порталів виникла на конференції Всесвітньої митної організації, де обговорювались перспективи та необхідність цифровізації митниць у всьому світі [4].

Важливим елементом сучасної митної системи є електронні сервіси, що підвищують ефективність митного адміністрування, зменшують ризики корупції та поліпшують якість обслуговування платників податків. До переваг електронних сервісів у митній сфері слід віднести: автоматизацію процесів, зручність для користувачів, що передбачає доступність 24/7, зниження витрат, покращення статистичного аналізу.

Наразі триває процес цифрової трансформації митних процедур, і поступово впроваджуються нові IT-рішення. Зокрема, Державна митна служба України оголосила про запуск нової автоматизованої системи митного оформлення на всіх автомобільних пунктах пропуску на державному кордоні. Впровадження сучасних цифрових технологій, таких як блокчейн, 3D-друк і хмарні обчислення, розглядається як перспективний напрямок для інновацій у сфері митних процедур [5].

Цифровізація митного контролю в Україні є важливим кроком до модернізації публічного управління, але цей процес супроводжується низкою викликів, які потребують вирішення. Серед основних проблем можна виділити недостатній рівень цифрової грамотності посадових осіб митних органів України, питання кібербезпеки, а також інституційні та правові обмеження.

Захист даних, що містять інформацію про вантажі, компанії та фізичних осіб, є критично важливим для запобігання витокам інформації та зловживанням. Тому критично важливими є розробка та впровадження заходів щодо захисту інформаційних систем митних органів від кібератак, що становить невід’ємну частину процесу цифровізації публічного управління. Існує потреба встановлення чітких протоколів доступу до інформаційних систем, що забезпечить захист від несанкціонованого доступу та зловживань.

Таким чином, напрямами удосконалення митного контролю в сучасних умовах цифровізації є такі:

1) впровадження автоматизованих систем обробки даних, серед яких застосування систем штучного інтелекту та машинного навчання для автоматичного аналізу та обробки великих обсягів даних про товари, транспортні засоби та особливості їх переміщення;

2) впровадження електронного документообігу, зокрема перехід на електронний документообіг для обробки митних декларацій, сертифікатів та інших супровідних документів, що спрощує процедури та пришвидшує процес митного оформлення;

3) інтеграція з міжнародними системами обміну інформацією, яка полягає у співпраці з митними органами інших країн та міжнародними організаціями для обміну даними в режимі реального часу;

4) удосконалення засобів кібербезпеки, що полягає у впровадженні сучасних технологій шифрування та кіберзахисту;

5) впровадження смарт-систем для моніторингу вантажів, розробка мобільних додатків, які дозволяють відстежувати місцезнаходження вантажів та етапи митного оформлення;

6) удосконалення технічних засобів митного контролю та аналітики, що полягає у використанні скануючих систем для швидкого та ефективного митного огляду вантажів і транспортних засобів;

7) підвищення цифрової компетенції працівників митниць шляхом проведення навчань та тренінгів із застосування новітніх технологій митного контролю.

Ці напрями сприятимуть не лише підвищенню ефективності митного контролю, а й забезпеченню прозорості, безпеки та швидкості виконання митних формальностей. Цифрова реформа митниці має бути спрямована на спрощення процедур, оптимізацію процесів, зниження витрат та економію часу. Процес цифровізації митниці є перманентним і передбачає нововведення, що ґрунтуються на кращих європейських практиках у митній сфері.

Список використаних джерел:

1. Готко В. Митний контроль як детермінанта ефективного функціонування митних органів в умовах ризиків воєнного часу. *Актуальні питання фінансової теорії та практики*. Збірник матеріалів Десятої заочно-дистанційної наукової конференції студентів і молодих вчених. Тернопіль : ЗУНУ, 26 квітня 2023 р. Ч. 2. С. 47–48.

2. Назарова Г.Б., Кононенко Л.В., Васильєв М.В. Митне оформлення у системі митного контролю: сучасний стан та напрями удосконалення. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка.* 2023. Вип. 16. С. 249–257.

3. Сарана Л. А. Вплив цифровізації на митну та податкову політику України. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2024. № 14. URL: https://reicst.com.ua/pmt/issue/view/issue_14_2024

4. Сидорович О. Проблематика використання новітніх інформаційно-комунікаційних технологій у митному просторі України. *Світ фінансів*. 2022. № 4 (73). С. 89–101.

5. Сисоліна І. П., Кононенко Л. В., Сисоліна Н. П. Митне оформлення вантажів в умовах цифровізації: проблеми та перспективи. *Економіка та суспільство.* 2024. Випуск 66. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4655

Критенко О. О.,
к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів

ДІЯЛЬНІСТЬ ДЕРЖАВНИХ СЛУЖБОВЦІВ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Державна служба в Україні за останні роки зазнала чимало випробувань. Карантин, викликаний COVID-19, який відкрив можливість віддаленої роботи та гнучкої зайнятості. Такі зміни в організації роботи під час карантину, як на нашу думку, мали позитивний вплив на адаптацію до умов воєнного стану. Адже держава повинна швидко реагувати та діяти в новій реальності, а також продовжувати забезпечувати надання громадянам необхідних послуг, реалізація яких забезпечується, зокрема, органами державної влади, місцевого самоврядування, суб'єктами господарювання державного сектору економіки. В умовах війни вкрай важливо, аби механізм держави безперебійно працював. Саме він забезпечує та підтримує оборону України та водночас дає змогу суспільству отримувати життєво важливі функції та послуги,

Безумовно, за кожною державною установою стоять люди. З початком війни багато держслужбовців виїхали за кордон або в інші регіони України, когось мобілізували, а хтось добровільно став на захист Батьківщини.

Деякі державні службовці виїхали за кордон, певній кількості доводиться працювати в умовах, коли державний орган зруйновано. За даними Статистичного Звіту Національного агентства України з питань державної служби станом на 30 червня 2024 року, виїхало за кордон 1050 осіб з числа державних службовців, а на тимчасово захоплених агресором територіях перебуває 4807 осіб. За час війни 138 державних службовців загинуло, 263 поранено та 4078 мобілізовані, або проходять службу у військах територіальної оборони ЗСУ та добровольчих формувань територіальних громад [1]. Отже, істотно змінилися форми та організація роботи на державній службі, з'явилися нові завдання та способи реагування на ситуації. А також, враховуючи факт отримання Україною статусу кандидата у члени Європейського Союзу, був підготовлений план відновлення України та триває реформа державного управління.

Враховуючи всі ці фактори, які вплинули на умови функціонування державної служби, важливо розуміти трансформації, що впливають на актуальний стан справ й уточнювати вектори руху у розвитку державної служби. Законодавче регулювання трудових відносин у період воєнного стану відбувається як і раніше переважно Конституцією України, КЗпП та іншими спеціальними законами, а саме: Закон України «Про державну службу»; Закон України «Про очищення влади»; Постанова КМУ від

25.03.2016 № 246 «Про затвердження Порядку проведення конкурсу на зайняття посад державної служби»; Наказ Мінсоцполітики України від 13.06.2016 № 646 «Типове положення про преміювання державних службовців органів державної влади, інших державних органів, їхніх апаратів (секретаріатів)»; Постанова КМУ від 18.01.2017 № 15 «Питання оплати праці працівників державних органів».

З метою прискорення прийняття управлінських рішень в умовах війни та спрощення процедури кадрового відбору, 22 травня 2022 року Парламент прийняв Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо функціонування державної служби та місцевого самоврядування у період дії воєнного стану». Цим законом введено наступні зміни: 1. Скасування конкурсного відбору для держслужбовців на час дії воєнного стану. 2. Спрощення переліку документів для призначення на посаду. Відповідно до нововведень, особа, яка претендує на відповідну посаду, має подавати: заяву; заповнену особову карту встановленого зразка; документи, що підтверджують громадянство, наявність освіти та досвіду роботи згідно з вимогами законодавства. 3. Скасування спеціальної перевірки. 4. Скасування декларування.

Аналіз застосування засобів телекомунікаційного зв'язку під час дії військового стану проведений НАДС показав, що ще за часів пандемії активно почали застосовувати системи електронного документообігу, онлайн-наради та Google Docs і показник тільки зростає. Крім того, НАДС вже тривалий час активно впроваджує інформаційну систему управління людськими ресурсами в державних органах (HRMIS). HRMIS забезпечить функціонування єдиної централізованої бази даних працівників державних органів, а також автоматизацію та цифровізацію процесів, пов'язаних з управлінням персоналом та нарахуванням заробітної плати [2].

Результати проведеного дослідження свідчать, що за останні роки інститут державної служби досяг певного розвитку щодо управління персоналом, цифровізації та автоматизації робочих процесів. Державна служба проявила гнучкість та адаптивність до нової реальності і водночас зберегла стабільність.

Список використаних джерел:

1. Статистичні дані про кількісний склад державних службовців станом на 30.06.2024. URL: https://nads.gov.ua/storage/app/sites/5/DIYALNIST/KSDS/..._pdf (дата звернення 28.10.2024).

2. Алюшина Н. О. Розвиток інституту державної служби в умовах карантину та воєнного стану. *Ефективність державного управління*. 2022. Вип. 1/2 (70/71). URL: https://epa.nltu.edu.ua/Archive/70/507001.pdf (дата звернення 28.10.2024).

Кудрик К. В.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ У НАЦІОНАЛЬНІЙ СИСТЕМІ РЕАБІЛІТАЦІЇ В УКРАЇНІ: ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

Результати Загальнонаціонального опитування, проведеного Київським міжнародним інститутом соціології за сприяння Програми розвитку ООН в Україні в межах проєкту «Підтримка реабілітації людей з інвалідністю, спричиненою війною» наприкінці 2023 року, показали, що реабілітаційні послуги в країні, де триває війна, є надзвичайно важливими й актуальними. Зокрема, потребу в реабілітаційних послугах визнали 73% опитаних. Найчастіше респонденти говорили про психологічну допомогу (55%) та фізичну терапію (41%). 17% опитаних зазначили, що не отримують реабілітаційні послуги, хоча потреба в них є. Серед внутрішньо переміщених осіб таких 26%. Серед причин, що не дозволяють опитаним отримувати реабілітаційні послуги: відсутність фінансових ресурсів (46%), відсутність кваліфікованих фахівців за місцем проживання (32%), відсутність інформації про місця надання реабілітаційних послуг (31%), відсутність необхідної документації або труднощі в її отриманні (30%), відсутність послуг супроводу та труднощі з транспортом (17%). При цьому закладам охорони здоров'я, що підписали угоди з НСЗУ, держава оплачує надання громадянам якісних безоплатних реабілітаційних послуг. Реабілітація і в амбулаторних, і в стаціонарних умовах здійснюється за електронним направленням. В амбулаторних – від сімейного чи лікуючого лікаря, в стаціонарних – від лікуючого лікаря.

Проте значна частина громадян, які потребують реабілітаційної допомоги, не мають інформації про умови її отримання. Саме тому це проблема, на нашу думку, є дуже серйозною, особливо в умовах, коли кількість таких людей зростає з кожним днем війни. Та й після її завершення ця кількість не зменшиться. Разом із тим, якісна реабілітація в уявленні учасників опитування це – налагоджена система переходу від процесу лікування до реабілітації; залучення до процесу реабілітації різних фахівців – команди, яка працює з одним пацієнтом за різними напрямами; легкий, безпроблемний доступ до реабілітаційних послуг; сучасне обладнання; фінансова доступність реабілітаційних послуг; регулярний моніторинг стану пацієнтів/ок; максимально повне відновлення втрачених функцій, гарне самопочуття як кінцевий результат реабілітації [1].

В Україні має застосовуватися цілісна система трансдіагностичних медико-психологічних травмофокуованих методів діагностики, лікування, профілактики та реабілітації постраждалого від дистресу війни населення,

що включає управління проблемами плюс інтегральний підхід до подолання стресу. Нагальним постало питання навчання медиків усіх рівнів медичної допомоги виявленню та ефективній роботі з постраждалими і особливо – ефективній реабілітації [1, с. 9]. Пропонуються наступні шляхи покращення стану реабілітації: розвиток та впровадження інноваційних технологій; залучення мультидисциплінарної команди фахівців; розвиток соціальної підтримки; забезпечення якісної освіти і навчання фахівців у галузі реабілітації; поширення інформації про важливість реабілітації; забезпечення фізичної доступності до реабілітаційних послуг та програм [2, с. 26].

Івашова Л. зосереджує увагу на світовому досвіді основних технологічних інновацій у сфері медичної реабілітації: телемедицина (використання телекомунікаційних технологій для надання медичних послуг дистанційно); електронні медичні записи (EMR – Цифрові системи для зберігання та обміну медичними записами пацієнтів); мобільні додатки для здоров'я (додатки для смартфонів, що допомагають пацієнтам слідкувати за своїм здоров'ям і дотримуватися рекомендацій лікарів); віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR) (використання VR та AR для медичної реабілітації та навчання медичних працівників); інтернет речей (IoT) (використання підключених до Інтернету пристроїв для моніторингу стану пацієнтів та управління методичними даними) [3, с. 30].

В європейських країнах медична реабілітація є окремою, незалежною медичною спеціальністю, сконцентрованою на просуванні фізичного та когнітивного функціонування, активностей (у т. ч. поведінка), участі (включаючи якість життя) та модифікацію особистісних та оточуючих (середовище) чинників. Європейські спеціалісти з медичної реабілітації у своїй роботі базуються на цілісному підході до осіб із гострими та хронічними станами, наприклад, із м'язовоскелетними та неврологічними проблемами, після ампутацій, із дисфункцією тазових органів, кардіореспіраторною недостатністю та порушеннями внаслідок хронічного болю чи раку. Також вважається, що за три тижні лікування без реабілітації людина втрачає 30-40% своїх функціональних можливостей. Саме тому в Європі та США на третій-четвертий день після операції пацієнтів направляють до реабілітаційних центрів, що працюють при кожній лікарні, що спрощує лікування та веде до швидкого одужання [4].

З початку війни в Україні безоплатні програми реабілітації запровадили чимало європейських країн. Реабілітація для поранених військовослужбовців та тимчасових цивільних переселенців з України в Німеччині має багато видів, серед яких: кардіологічна реабілітація (реабілітація після інсульту), неврологічна реабілітація (наприклад, реабілітація ДЦП), ортопедична реабілітація (у Німеччині, до неї входить також остеопатія, масаж та фізіотерапія), онкологічна реабілітація, післяопераційна реабілітація, соціальна та психологічна реабілітація. Німецькі реабілітологи використовують методи: фізіотерапії, ерготерапії, інтелектуальні вправи, сенсорної та петотерапії (лікування дельфінами,

кіньми, собаками), арт-терапію (музика, малювання тощо) [5]. Пропріоцептивна реабілітація в спеціальних костюмах стимулює відновлення координації рухів і відчуття свого положення в просторі, а тренування дрібної моторики в німецьких центрах, в тому числі на роботизованих тренажерах. Апаратна фізіотерапія (магнітотерапія, ультразвук, електролікування та ін.) – ще одне довгоочікуване доповнення до реабілітації. Тут також використовуються корисні властивості мінералів (галотерапія, грязелікування), а також мануальні методики. Роботизовані системи ходьби та екзоскелети. Ці методи використовуються як для відновлення опорно-рухового апарату, так і для лікування неврологічних захворювань і травм [6].

З огляду на те, що Швеція не бере участі в активних збройних конфліктах, інформації про реабілітацію військовослужбовців perse у вільному доступі є напрочуд мало. Натомість система медичного забезпечення Збройних Сил Швеції варта уваги – в державі розроблена концепція тотальної оборонної охорони здоров'я (англ. Total Defense Healthcare, TDH [7]), яка передбачає глибоку співпрацю обох медичних систем: інтеракція всіх немедичних та медичних елементів кризового менеджменту, таких як командування, контроль, зв'язок, обмін інформацією та ресурсами, стандартними рекомендаціями й протоколами лікування тощо [8, с. 8].

Вивчення зарубіжного досвіду реформування та модернізації систем реабілітації та сфери охорони здоров'я показало, що у європейських країнах медична реабілітація є окремою, незалежною медичною спеціальністю, сконцентрованою на просуванні фізичного та когнітивного функціонування, активностей (у т. ч. поведінка), участі (включаючи якість життя) та модифікацію особистісних та оточуючих (середовище) чинників. Для розвитку української системи реабілітації корисним буде досвід країн Балтії, Ізраїлю та Сполучених Штатів Америки, зокрема в напрямі активізації досліджень у сфері SMART-технологій дистанційного супроводження реабілітаційних заходів.

Одним з ефективних рішень в наданні медичної реабілітаційної допомоги, на думку багатьох дослідників, є дистанційна пацієнт-центрична реабілітація, яка потребує online-засобів теледіагностики, телеметрії та втручання з орієнтацією на можливості пацієнта, розвинутої Інтернет-взаємодії, інтелектуальних інформаційних технологій і сервісів, ефеективних методів когнітивної підтримки в системі «Реабілітолог – Пацієнт – Мільтидисциплінарна команда», статистичної обробки великих обсягів інформації (зокрема, даних анкетування та телеметрії) з виділення достовірних знань тощо [9, с. 85].

Усе вище назване можна об'єднати єдиним поняттям телереабілітації або е-реабілітації – комплексу реабілітаційних вправ та навчальних програм, які надаються пацієнту за допомогою телекомунікаційних комп'ютерних технологій переважно на амбулаторному етапі лікування. Телекомунікаційні технології е-реабілітації дозволяють пацієнтам дистанційно взаємодіяти з провайдерами й оцінювати стан пацієнтів для

проведення терапії. Вбудовані системи (англ. Embedded systems) та мініатюрні «розумні» прилади для носіння (англ. Wearable devices, Wearables) дозволяють контролювати стан здоров'я самому пацієнту та його лікарю. Технології біологічного зворотного зв'язку (БЗЗ, англ. Biofeedback), що полягають у безперервному моніторингу в режимі реального часу певних фізіологічних показників та свідомому управлінні ними за допомогою мультимедійних, ігрових та інших прийомів, дозволяють посилити або послабити даний фізіологічний показник. Інтелектуальні/віртуальні особисті помічники (англ. Intelligent/Virtual personal assistant) можуть надавати персональну інформацію, виконувати завдання та послуги для окремої особи.

Список використаних джерел:

1. Чабан О. С., Хаустова О. О. Медико-психологічні наслідки дистресу війни в Україні: що ми очікуємо та що потрібно врахувати при наданні медичної допомоги? *Український медичний часопис*. 18 серп. 2022. DOI: 10.32471/umj.1680-3051.150.232297 (01.11.2024).
2. Мельніков А., Гороховський А., Костян Я. Сучасні види реабілітації для постраждалих від війни військовослужбовців. *Молодий вчений*. 2023. № 11 (123). С. 23–26. URL: https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-27
3. Івашова Л. М. Види і роль публічної дипломатії в реалізації зовнішньої політики держави та її особливості у сфері медичної реабілітації. *Публічне управління та митне адміністрування*. 2024. № 2 (41). С. 27–35. DOI: https://doi.org/10.32782/2310-9653-2024-2.4
4. Берлінець І. А. Зарубіжний досвід у сфері медичної реабілітації: перспективи використання в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2019. № 4. DOI: 10.32702/2307-2156-2019.4.100
5. Крамар Т. В., Скляренко О. Є. Світовий досвід реабілітації та адаптації військовослужбовців з посттравматичним стресовим розладом. *Вчені записки ТНУ ім. В.І. Вернадського.* Серія: Психологія. Том 35 (74). № 4. DOI https://doi.org/10.32782/2709-3093/2024.4/23
6. Реабілітація українців у Німеччині. URL: https://www.enableme.com.ua/ua/article/reabilitacia-ukrainciv-u-nimeccini-9520 (27.10.2024).
7. National Library of Medicine. National Center for Biotechnology Information. URL: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7528647 (31.10.2024).
8. Досвід реабілітації військовослужбовців у державах – членах ЄС. *USAID RANG*. Лютий 2024. URL: https://internews.ua/storage/app/media/rang/2024/5/EU_rehabilitation_experience.pdf (31.10.2024).
9. Величко В. Ю. Smart-система дистанційного супроводження реабілітаційних заходів: формальна модель, програмна реалізація та методологія застосування / В. Ю. Величко, К. С. Малахов, О. В. Палагін, Т. В. Семикопна, О. С. Щуров. *Український журнал фізичної і реабілітаційної медицини*. 2021. № 3–4 (09). С. 85–94. URL: http://ujprm.com/index.php/ rehabilitation/article/view/13/11

Липа М. В.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ В УКРАЇНІ

Враховуючи сучасні тенденції і фактори, що впливають на розвиток суспільства, виникає необхідність швидко та масштабно оновлювати систему публічного управління. Це передбачає впровадження широкого кола інноваційних підходів, які включають оновлення аналітичної діяльності, стратегічного планування державної політики, прогнозування, середньострокового бюджетного планування, а також удосконалення внутрішнього контролю та аудиту відповідно до світових стандартів. Одночасно, увага повинна бути зосереджена на функціональному обстеженні органів влади, забезпеченні їхньої прозорості, відкритості та публічності, а також на впровадженні єдиних стандартів управління кадрами [3].

Згідно з порядком денним п’ятої сесії ООН (Нью-Йорк, березень 2006 року), присвяченої інноваціям у сфері управління, було визначено чотири основні типи інновацій у публічному управлінні: установчі інновації, що передбачають створення або оновлення установ; організаційні інновації, які вносять нові методи управління та процедури; інновації, спрямовані на покращення якості публічних послуг; концептуальні інновації, які вводять нові форми управління за активної участі громадян. Управлінські інновації мають системний і цілеспрямований характер, викликаючи суттєві зміни в публічному управлінні, і завжди орієнтовані на практичну користь [2].

Інновації у сфері публічного управління можуть втілюватися через створення або трансформацію організаційних структур, використання нових фінансових, правових та інформаційних механізмів управління суспільним розвитком, а також через нові підходи до взаємодії органів влади з бізнесом та громадськістю.

Активно розвиваючи цифровізацію державних послуг, Україна значно спрощує процедури для громадян. Створюючи електронні платформи, зокрема «Дію», держава надає можливість отримувати послуги онлайн, уникаючи необхідності фізичної присутності в установах. Таким чином, зменшується рівень бюрократії, одночасно знижуючи ризики корупції.

Не менш важливим кроком є розвиток електронного урядування. Впроваджуючи системи електронного документообігу, такі як «Мегаполіс», держава підвищує ефективність внутрішніх процесів управління, скорочуючи час на обробку документів і підвищуючи контроль за виконанням завдань. Завдяки таким нововведенням органи влади оперативніше взаємодіють між собою та з громадянами.

Збираючи та аналізуючи великі обсяги даних, держава отримує можливість краще прогнозувати зміни в суспільстві й відповідати на запити громадян. Використовуючи аналітичні платформи та інструменти Big Data, можна підвищити якість державної політики, швидше реагуючи на виклики часу.

Не можна оминути увагою і впровадження концепції «розумних міст» (Smart Cities), що активно розвивається в таких містах, як Київ, Львів, Дніпро. Використовуючи інформаційно-комунікаційні технології для оптимізації управління містом, система дозволяє підвищувати безпеку та комфорт мешканців, одночасно знижуючи витрати на енергоресурси та транспорт завдяки автоматизації [4].

Варто також зазначити процес впровадження проєкту інформаційної системи управління людськими ресурсами в державних органах HRMIS – Human Resource Management Information System. Це автоматизована система збирання, оброблення, зберігання та захисту інформації щодо державних службовців, інших працівників державних органів. Зазначена система формується та використовується для функціонування централізованої бази даних державних службовців, інших працівників державних органів, а також для автоматизації та цифровізації процесів, пов'язаних із виконанням функцій з управління персоналом. HRMIS можна вважати кроком до запровадження цифрової державної служби в Україні. Цей проєкт має усі можливості для підвищення ефективності дієвості публічної служби та якості державних послуг для громадян.

Підвищуючи рівень громадянської активності, держава створює платформи для участі населення у прийнятті управлінських рішень, відкриваючи можливість обговорення законодавчих ініціатив, подання електронних петицій та участі у громадських слуханнях. Такий підхід сприяє зміцненню довіри до державних органів та активному формуванню громадянського суспільства.

Таким чином, використання інноваційних технологій в публічному управлінні створює умови для розвитку ефективної, прозорої та орієнтованої на потреби громадян держави.

Список використаних джерел:

1. Бакуменко В., Попов С. Парадигма інноваційного розвитку суспільства: сучасні концепції реформування публічного управління. *Ефективність державного управління* : Збірник наукових праць. 2015. № 43. С. 21–28.

2. Панченко Г.О. Інноваційна парадигма розвитку публічного управління. *Topical issues of the development of modern science.* Abstracts of IX International Scientific and Practical Conference (Sofia, Bulgaria 6–8 May 2020). С. 620–624.

3. Пилипенко О.В. Державне управління інноваційною діяльністю в Україні: проблеми та перспективи. *Економіка України*. 2016. № 9. С. 31–43.

4. Обушна Н.І. Новий публічний менеджмент як сучасна модель регулювання суспільних процесів. *Державне управління та місцеве самоврядування*. 2015. Вип. 2 (14). URL: http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2015-02(14)/5.pdf

Микитенко Є. М.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ У СИСТЕМІ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УСПІШНІ ПРАКТИКИ В УКРАЇНІ

Сучасна система публічної служби потребує постійного вдосконалення, зокрема у сфері управління персоналом, що обумовлено як глобалізацією, так і зміною суспільних запитів. Уважаючи, що управління персоналом в органах державної влади – це управлінський вплив органів державної влади, їхніх керівників, працівників служб управління персоналом, спрямований на підбір, відбір та добір персоналу, його оцінку, професійний розвиток, мотивацію і стимулювання на виконання завдань, які стоять перед органом [1], можна стверджувати, що ефективне управління персоналом є важливим чинником забезпечення якості публічних послуг, підвищення професійної компетентності службовців, а також оптимізації публічного управління. Міжнародний досвід засвідчує, що використання інноваційних практик в управлінні персоналом дозволяє досягти високих показників у публічній службі, що є актуальним і для України в умовах реформування системи публічного управління.

Міжнародний досвід управління персоналом у системі публічної служби акцентує увагу на аспектах:

1. Інституціональні підходи: у багатьох країнах, зокрема у країнах ЄС, США та Канаді, управління людськими ресурсами у державному секторі стало незалежною функцією, спрямованою на покращення якості послуг через підвищення кваліфікації службовців та формування лояльності до організації.

2. Гнучкість та мобільність кадрів: у США, наприклад, активно застосовується мобільність кадрів, що дає змогу швидко адаптувати публічних службовців до змін у вимогах до компетенцій, які зумовлені технологічними інноваціями та процесом цифровізації.

3. Система оцінки та розвитку кадрів: більшість розвинених країн світу застосовують систему періодичної оцінки роботи публічних службовців, яка базується на принципах прозорості та зворотного зв’язку. Це сприяє ідентифікації потреб у професійному навчанні та підвищенні кваліфікації.

4. Професіоналізація публічної служби: європейський досвід засвідчує важливість стандартизації компетентностей публічних службовців, створення системи розвитку кар'єри, яка спирається на чіткі вимоги до професійної підготовки та етики службовців.

Сучасні системи управління людськими ресурсами базуються на принципах прозорості, компетентності та професійного розвитку службовців, що є ключовим фактором підвищення ефективності надання публічних послуг.

В Україні реформування публічної служби є актуальним питанням, яке отримує дедалі більшу увагу як на державному, так і на місцевому рівнях. Зокрема, впроваджуються практики:

1. Децентралізація кадрової політики: внаслідок реформи децентралізації підвищується автономія місцевих органів влади у питаннях кадрового управління, що дозволяє швидше реагувати на локальні потреби.

2. Впровадження системи електронного врядування, що дозволяє автоматизувати процеси публічного управління, сприяє їхній прозорості, а також мінімізує корупційні ризики. Цей підхід також вимагає підвищення цифрових навичок службовців.

3. Оцінювання персоналу та навчання: в Україні активно розвиваються програми підвищення кваліфікації публічних службовців через систему онлайн-навчання, що є зручним інструментом, наприклад, у контексті військового стану в країні.

4. Формування етичних стандартів: важливою складовою реформ є дотримання службовцями етичних стандартів. Створення кодексів етики, зокрема, на місцевому рівні, сприяє підвищенню довіри суспільства до публічних службовців.

В умовах війни в Україні управління персоналом у системі публічної служби набуває особливого значення, адже порушення ефективності державного апарату веде за собою нездатність країни оперативно реагувати на кризу та підтримувати функціонування критичних секторів. Світовий досвід управління у надзвичайних ситуаціях підкреслює важливість гнучкості, швидкої перепідготовки кадрів та впровадження інновацій для забезпечення стійкості державних інституцій. Для України надзвичайно актуальними є стратегії адаптації службовців до роботи в кризових умовах, а також зміцнення їхньої мотивації та психологічної підтримки. Використання таких підходів сприяє підвищенню готовності публічної служби до викликів і забезпечує надійність адміністративної підтримки.

Таким чином управління персоналом у системі публічної служби України потребує подальшого реформування з орієнтацією на міжнародні стандарти, адаптовані до національних реалій. Вивчення успішного досвіду інших країн, зокрема у сфері прозорості, оцінки роботи службовців та дотримання етичних стандартів, дозволяє Україні будувати ефективну систему публічної служби. Інтеграція інноваційних підходів до управління персоналом сприятиме підвищенню якості надання публічних послуг, що є важливою умовою для підвищення довіри громадян до держави.

Список використаних джерел:

1. Управління персоналом в органах публічної влади : навч. посіб. / С. М. Серьогін, Є. І. Бородін, К. В. Комарова, Н. А. Липовська, Т. М. Тарасенко. Дніпро : ДРІДУ НАДУ, 2019. 200 с.
2. Офіційний сайт Національного агентства України з питань державної служби. URL: https://nads.gov.ua (дата звернення: 05.10.2024).

Монастирьова-Михайлова К. О., студентка
Національного технічного університету “Дніпровська політехніка”
(науковий керівник – Галь Б. О., к.і.н., доц.,
доцент кафедри історії та археології
Мелітопольського державного педагогічного університету
імені Богдана Хмельницького)

ОСНОВИ МОЛОДІЖНОЇ ТА ДИТЯЧОЇ ПОЛІТИКИ ЛЕЙБОРИСТСЬКОГО УРЯДУ КІРА СТАРМЕРА (2024)

04 липня 2024 року у Сполученому Королівстві Великої Британії та Північної Ірландії відбулися чергові парламентські вибори, у результаті яких до влади прийшла лейбористська партія на чолі з сером Кіром Стармером. На передвиборчі перегони партія йшла із своєю програмою «Маніфест лейбористської партії 2024», у якій між основними напрямами роботи уряду (стабілізація економіки, реформи в галузі охорони здоров’я, розвиток енергетики, викорінення асоціальної поведінки) були окреслені плани на реформу середньої, професійно-технічної освіти та створення нової мережі молодіжних центрів. Це означає, що у партії лейбористів сформовано план молодіжної та дитячої політики на дану каденцію, хоч цей план і не є консолідованим.

Найбільшу увагу в програмі лейбористів приділено зміні догляду за дітьми й оновленню системи освіти [1, с. 13]. До змін у догляді за дітьми належить, по-перше, впровадження безкоштовних клубів сніданків у початкових школах [1, с. 79], які мають покращити поведінку дітей, частоту їхньої відвідуваності навчальних закладів і рівень залученості до навчання [1, с. 84]. Також серед планів партії є перегляд системи відпусток по догляду за дитиною для підтримки родин, де обоє з батьків є працевлаштованими, і покращення обміну даними між публічними службами з метою полегшення доступу родин із дітьми до публічних послуг [1, с. 81].

Щодо зміну у навчальному процесі, то тут серед амбіцій лейбористів є реформи як базової середньої, так і вищої освіти. У шкільній освіті лейбористами заплановано наступні зміни: підвищити освітні стандарти, зокрема шляхом приділення у молодшій школі більшої уваги арифметиці, фінансування корекції дитячої вимови за потреби; реструктуризувати та сприяти підтримці кадрів через створення 6,500 додаткових робочих місць

для вчителів, нової системи тренінгів із підвищення професійної кваліфікації для освітян [1, с. 82]; інспектувати роботу шкіл, замінити систему оцінювання балами (літерами, які відповідають певним освітнім рівням) на картки з детальним описом успішності учнів, які зможуть надавати батькам більш повну картину результативності навчання їхніх дітей [1, с. 83]; зменшити вартість навчання, аби надати більшій кількості дітей доступ до освіти [1, с. 84]. У галузі професійно-технічної та вищої освіти партія декларує нову стратегію навчання після 16 років (англ. strategy for post-16 education) [1, с. 64–65, с. 86]. Перш за все мова йде про гарантію для молоді на тренування за професією та «apprenticeship» – можливість навчатися, будучи вже працевлаштованим, за кошти роботодавця [1, с. 43]. У цьому питанні лейбористський уряд обіцяє корекцію законодавства: реформування правил і вимог отримання «apprenticeship» (англ. Apprenticeships Levy), створення видатків на розвиток і навички (англ. Growth and Skills Levy) [1, с. 86]. Серед інших ініціатив лейбористів є впровадження програми із забезпечення двотижневим досвідом роботи молоді і перегляд діяльності місцевих центрів зайнятості [1, с. 44]. Лейбористи обіцяють підтримку всієї молоді 18–21 років у пошуку роботи [1, с. 43], – таким чином партія ставить за ціль зменшити кількість молодих людей, які одночасно не працевлаштовані та не здобувають освіту [1, с. 43–44]. Окремим пунктом реформ у галузі молодіжної та дитячої політики лейбористів є надання доступу дітей і молоді до мистецтв, музики та спорту [1, с. 86]. У рамках цієї ініціативи заплановано підтримку дітей віком до 16 років у вивченні креативних і додаткових дисциплін, ведення обліку та відтворення їхніх успіхів [1, с. 86], а також створення нової Національної мережі музичної освіти [1, с. 87].

Також у програмі партії приділено увагу крокам із протидії криміналізації молоді: забороні вільного носіння цілого ряду ріжуче-колючих предметів [1, с. 65–66], роботі з ідентифікації молодих людей, що перебувають під ризиком криміналізації (у першу чергу дітей, чиї батьки перебувають у місцях позбавлення волі [1, с. 71]), і заходів із попередження скоєння ними злочинів, новій системі покарань за експлуатацію дитячої праці [1, с. 66] і протидії мізогинії та жорстокості щодо жінок і дівчат як складової молодіжної політики [1, с. 68]. Щоб надати молоді змогу вивільняти їхню енергію, надавати можливості для розвитку та самовираження й, таким чином, попереджати вірогідність їхньої криміналізації, лейбористами заплановано створити систему «Хабів майбутнього для молоді» (англ. «Young Futures Hubs») [1, с. 61, 66]. Другим важливим завданням, вкладеним у концепцію цих хабів, є надання професійної допомоги дітям і молоді в галузі ментального здоров'я [1, с. 84, 101]. Взагалі, питання охорони здоров'я зазначених категорій населення теж привернуло увагу лейбористів, – серед запланованих партією змін є надання ширшого доступу до вакцинації новонароджених

[1, с. 98], створення додаткових робочих місць у галузі дитячої стоматології для усунення існуючої проблемами з чергами на прийом пацієнтів-дітей зі стоматологічними проблемами [1, с. 99], заборона продажу тютюнових виробів і вейпів, рекламування шкідливої їжі для дітей і продажу енергетичних напоїв для осіб молодше 16 років [1, с. 102].

Особливістю молодіжної політики лейбористів є плани надати 16–17-річним підданим Корони можливість голосувати в усіх видах виборів [1, с. 108–109].

Наразі молодіжною та дитячою політикою Сполученого Королівства опікується такий урядовий орган, як Департамент культури, медіа та спорту. Його очільницею є державний секретар у галузі культури, медіа та спорту Ліза Ненді, а питаннями молоді опікується заступник секретаря, міністр спорту, медіа, громадянського суспільства та молоді Стефані Пікок. Даною урядовою структурою та, зокрема, пані Пікок не було поки зроблено значних заяв і кроків щодо імплементації задекларованої в програмі лейбористської партії молодіжної та дитячої політики. Можливо, апатичність департаменту є тимчасовою, – перехідним етапом прийняття всіх справ із огляду на те, що чинний уряд Великої Британії знаходиться при владі всього чотири місяці. Найбільш активною є діяльність департаменту щодо втілення в життя плану з пропаганди здорового способу життя шляхом підтримки жінок у спорті [2] і висвітлення зустрічей із британськими паралімпійцями [3], а також через заохочення молоді до опанування мистецтв шляхом популяризації історії дівчини-майстрині гончарства Кларис Кліфф [4, 5, 6, 7], музичної освіти та роботи в галузі телебачення [8, 9], висвітлення діяльності молодіжного культурного форуму в Бредфорді [10].

Отже, у програмі лейбористської партії виокремлено такі напрями діяльності в сфері молодіжної та дитячої політики, як зміни в галузі догляду за дітьми, освіти та охорони здоров’я дітей і молоді, протидія криміналізації молоді, створення нової мережі молодіжних центрів і надання права голосу на виборах населенню Сполученого Королівства віком від 16 років. Найбільша робота уряду зараз проводиться щодо популяризації спорту та мистецтв серед дітей і молоді держави.

Список використаних джерел:

1. Labour Party Manifesto 2024. 2024. 136 p. URL: https://labour.org.uk/wp-content/uploads/2024/06/Labour-MANIFESTO-UK-2024.pdf (дата звернення: 27.10.2024).

2. Government pledges to make UK ‘top destination for women’s sport investment’ following record-breaking summit. *GOV.UK*. URL: https://www.gov.uk/government/news/government-pledges-to-make-uk-top-destination-for-womens-sport-investment-following-record-breaking-summit (дата звернення: 27.10.2024).

3. Department for Culture Media and Sport. This year's Paralympics Games are the biggest and most inclusive yet! *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_this-years-paralympics-games-are-the-biggest-activity-7236417769490059264-FWzT?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

4. Department for Culture Media and Sport. «Well, she just broke the mould, didn't she?» Today, Stoke-on-Trent pottery icon Clarice Cliff is receiving a blue plaque... *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_well-she-just-broke-the-mould-didnt-she-activity-7189552017399275521-egEd?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

5. Department for Culture Media and Sport. «I believe that if not for Clarice, her female contemporaries and those who followed, I would not have been able…» *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_i-believe-that-if-not-for-clarice-her-female-activity-7189678911067234304-L2oq?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

6. Department for Culture Media and Sport. Last week we celebrated Clarice Cliff's life and contribution to ceramic art by unveiling a blue plaque in her name. *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_what-is-a-blue-plaque-activity-7191104398020739072-9Le3?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (Дата звернення: 03.11.2024).

7. Department for Culture Media and Sport. Inspiring people not just to learn about historic figures of the past... *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_inspiring-people-not-just-to-learn-about-activity-7191370232651776000-ovYw?utm_source=share& utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

8. Department for Culture Media and Sport. «We believe that every child, regardless of their background, deserves the opportunity to explore their musical talents and have access». *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_we-believe-that-every-child-regardless-activity-7219363214696873984-pA6H?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

9. Department for Culture Media and Sport. Our creative industries bring in £126 billion a year to help fund our public services and support over 2 million. *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_our-creative-industries-bring-in-126-billion-activity-7161353563418300416-6UXN?utm_source=share&utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

10. Department for Culture Media and Sport. Bradford's buzzing with culture, and who better to show it than the Bradford Youth Panel? They tell us what. *LinkedIn*. URL: https://www.linkedin.com/posts/dcmsgovuk_bradford2025-ukcityofculture-activity-7239991712729763841-xzYn?utm_source=share& utm_medium=member_desktop (дата звернення: 03.11.2024).

Москвичова Д. А.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
керівник навчально-наукового центру
Університету митної справи та фінансів)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Ефективність державного управління є одним із найважливіших чинників, що впливає на розвиток країни, її стабільність і ефективність у вирішенні нагальних суспільних проблем. В умовах сучасного державотворення України, особливо на тлі викликів, таких як війна, економічна нестабільність та необхідність адаптації до європейських стандартів, питання покращення якості управління набуває особливого значення. Ефективне державне управління передбачає прозорість, підзвітність, цифровізацію процесів, а також активну взаємодію з громадянським суспільством. Лише через інтеграцію цих елементів можна забезпечити стале управління державою та задоволення потреб її громадян.

Невід'ємною рисою сучасної демократії, яка ґрунтується на засадах активної участі громадян та їх об'єднань у вирішенні державних і суспільних справ, є реалізація принципів відкритості та прозорості в діяльності органів державної влади [1].

Принцип прозорості та відкритості в державному управлінні є ключовим елементом демократичного процесу, що забезпечує довіру громадян до органів влади. Він передбачає доступність інформації про діяльність державних установ, що сприяє підвищенню підзвітності і зменшенню корупційних ризиків. Завдяки відкритості громадяни можуть активніше брати участь у прийнятті рішень, контролювати їх виконання та впливати на формування політики. Отже, реалізація цього принципу сприяє створенню більш ефективної, відповідальної та чутливої до потреб суспільства держави.

Можливість притягнення державних посадовців до відповідальності лежить в основі демократії. Принцип підзвітності дає громадянам та їх представникам механізми для висловлення занепокоєння та вимагання пояснень відносно ефективності роботи виборних та призначуваних посадових осіб, а в разі необхідності – накладання на них санкцій [2]. Принцип передбачає, що органи державної влади, їх посадові особи та інші публічні служби зобов'язані звітувати про свою діяльність перед громадськістю, а також відповідати за свої дії та рішення.

Цифровізація процесів державного управління – це впровадження сучасних інформаційних технологій у всі сфери управління, що сприяє покращенню ефективності, прозорості та доступності державних послуг. Інструменти для реалізації процесів цифровізації державного управління та

їхньої подальшої трансформації вже досить чітко визначені. Вони охоплюють окремі складові цифрового забезпечення. До інструментів електронного урядування належать: вебсайти органів публічної влади, спеціалізовані платформи громадських організацій, портали для доступу до публічної інформації, портали відкритих даних, портали адміністративних послуг, системи електронних звернень громадян (петиції), електронне голосування тощо. Також систематично розвивається інструментарій цифрового суспільства, який включає широкосмуговий доступ до інтернету, комп'ютеризацію, електронні державні послуги та їх надання, відкриті дані, хмарні сервіси та інше [3].

Активна взаємодія державного управління з громадянським суспільством є важливим чинником для забезпечення ефективності, прозорості та підзвітності управлінських процесів. Залучення громадян до ухвалення рішень, відкритість інформації та співпраця з неурядовими організаціями сприяють врахуванню потреб суспільства та покращенню якості державних послуг. Розвиток механізмів громадського контролю та партнерства між державними інституціями і громадськими ініціативами забезпечує більш гнучке і адаптивне управління. Таким чином, ця взаємодія є ключем до створення сучасного, демократичного суспільства, в якому кожен громадянин має можливість впливати на процеси, що стосуються його життя.

Таким чином, ефективне державне управління базується на принципах прозорості та підзвітності, що забезпечують довіру громадян до органів влади. Цифровізація процесів сприяє оптимізації адміністративних процедур і покращенню доступу до державних послуг. Активна взаємодія з громадянським суспільством дозволяє враховувати інтереси населення та забезпечувати їх участь у процесах ухвалення рішень. Разом ці елементи формують сучасну модель управління, спрямовану на підвищення якості життя громадян.

Список використаних джерел:

1. Нестерович В. Ф. Принципи відкритості та прозорості в діяльності органів державної влади як передумова утвердження демократії участі. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2016. № 2. С. 67–77. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Fmpp_2016_2_7 (дата звернення 15.0.2024).

2. Демократична підзвітність при наданні державних послуг: практичний посібник для пошуку можливостей вдосконалення за допомогою оцінювання / Г. Бюремальм, А. Фернандес, Г. Хорхе, В. Мольєда. URL: https://www.idea.int/sites/default/files/publications/democratic-accountability-in-service-delivery-UK.pdf (дата звернення 15.0.2024).

3. Бобровський О. І. Цифровізація державного управління: еволюційних шлях і подальші можливості. *Таврійський науковий вісник. Серія: Публічне управління та адміністрування*. 2024. № 1. С. 3–15.

Павленко Я. В.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Борисенко О. П., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПРИМУСОВОГО ВИКОНАННЯ РІШЕНЬ СУДУ В УКРАЇНІ

Примусове виконання рішень суду є одним з наріжних каменів правової держави, адже лише його наявність і ефективне функціонування гарантують реальну дієвість судової системи та забезпечення прав і свобод громадян. У сфері примусового виконання рішень суду державне регулювання стає засобом не лише контролю, але й створення умов для реалізації правосуддя. В умовах сучасної України, яка перебуває в процесі глибинних правових і соціально-економічних реформ, необхідність ефективного та прозорого регулювання цієї сфери набуває особливого значення. Водночас, об'єктивні фактори – від історичного розвитку до рівня правової культури громадян – створюють унікальні виклики, з якими держава зобов'язана впоратися. Отже, питання державного регулювання примусового виконання рішень суду в Україні потребує комплексного і ґрунтовного аналізу, що є важливою передумовою для стабільності і ефективності правової системи.

Законодавство України, що регулює процес примусового виконання судових рішень, формується довкола основоположного Закону України «Про виконавче провадження», а також низки підзаконних актів, розроблених Міністерством юстиції України. Суттєве значення мають і норми цивільного та адміністративного процесуального законодавства, які встановлюють процедурні вимоги до виконавчих проваджень.

Міністерство юстиції України та Державна виконавча служба є основними державними інституціями, що здійснюють регулювання й забезпечення примусового виконання судових рішень. Однак в останні роки у систему інтегровано й приватних виконавців, метою яких є підвищення конкуренції і якості надання виконавчих послуг. Попри позитивні зрушення, цей інститут досі стикається з критикою через недоліки у контролі та недостатню інтеграцію в існуючу державну структуру.

Крім національних нормативно-правових актів, систему виконання рішень суду в Україні суттєво впливають міжнародні стандарти, зокрема положення Європейської конвенції з прав людини. Стаття 6 Конвенції передбачає право на справедливий судовий розгляд, що охоплює й стадію виконання судових рішень. Україна як держава-учасниця зобов'язана забезпечувати дотримання цих вимог, що потребує відповідності як на рівні законодавства, так і в практичному виконанні рішень суду.

Сучасна система примусового виконання судових рішень в Україні стикається з багатьма проблемами, серед яких варто виділити наступні:

- недоліки законодавства: законодавство у сфері виконавчого провадження в Україні є нестабільним та нерідко надто деталізованим, що створює правову невизначеність і ускладнює роботу виконавців;
- низька ефективність виконання судових рішень: однією з ключових проблем залишається низький відсоток фактично виконаних рішень, що значною мірою зумовлено організаційними й фінансовими труднощами державних виконавців, відсутністю матеріальної зацікавленості в успішному завершенні справ;
- корупційні ризики: виконавча служба та окремі приватні виконавці досі стикаються з проблемами корупційних ризиків, які викликані недостатнім контролем і непрозорістю процесу;
- бюрократичні перешкоди: надмірна зарегульованість процесів, тривалі строки виконання рішень і необхідність проходження багатьох процедур знижують ефективність виконавчих проваджень;
- низький рівень технологічної інтеграції: недостатній рівень розвитку і впровадження сучасних електронних реєстрів, баз даних і засобів автоматизації значно ускладнює взаємодію між учасниками виконавчих проваджень.

Отже, на основі вищезазначеного пропонуються такі рекомендації для вдосконалення державного регулювання:

1. Реформа законодавства: необхідно вдосконалити законодавчі норми шляхом спрощення процедур виконання та підвищення відповідальності виконавців за порушення прав учасників провадження. Додатково, необхідно врегулювати питання контролю за приватними виконавцями, аби забезпечити відповідність їх діяльності державним стандартам.

2. Запровадження автоматизації процесів: необхідно прискорити створення єдиної електронної бази виконавчих проваджень, що дозволить забезпечити прозорість, полегшити доступ до інформації та зменшити бюрократичні бар'єри. Це також сприятиме підвищенню ефективності, адже процес виконання зможе здійснюватися швидше і з меншими затратами.

3. Посилення професійної підготовки виконавців: важливим елементом є підвищення кваліфікації виконавців, що включає розробку програм навчання з урахуванням міжнародного досвіду. Це дозволить уникнути помилок у процесі виконання та підвищить якість роботи в цілому.

4. Підвищення рівня контролю та прозорості: посилення контролю за роботою виконавців та створення механізмів громадського нагляду за діяльністю виконавчих органів зменшить ризики корупції та забезпечить вищу довіру до системи.

Таким чином, підвищення ефективності системи державного регулювання у сфері примусового виконання рішень суду є важливим компонентом для забезпечення правопорядку та реалізації верховенства права в Україні. Дослідження показало, що вдосконалення системи потребує комплексного підходу, що включає реформу законодавства, впровадження нових технологій, підвищення рівня підготовки виконавців, а також створення прозорих механізмів контролю.

Науково обґрунтовані рекомендації покликані стати основою для подальших реформ, які сприятимуть зміцненню правової системи, підвищенню довіри громадян до судових органів та покращенню правової культури в суспільстві. Тільки за умов прозорої і ефективної системи примусового виконання рішень суду можна забезпечити належний рівень правопорядку та стійкий розвиток правової держави в Україні.

Прокопчук І. П.,
аспірант Херсонського національного технічного університету
(науковий керівник – Губа М. І., к.е.н.,
доцент кафедри державного управління
Херсонського національного технічного університету)

ДІДЖИТАЛІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ШЛЯХ ДО ПІДВИЩЕННЯ ПРОЗОРОСТІ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНИХ ПОСЛУГ

Сьогодні діджиталізація стає ключовим фактором розвитку публічного управління, дозволяючи державним органам працювати прозоріше, ефективніше та ближче до потреб громадян. Перехід до цифрових технологій сприяє зниженню адміністративних бар'єрів, прискоренню процесів прийняття рішень, підвищенню якості державних послуг та залученню громадян до управління [1].

Одним з головних переваг діджиталізації є підвищення прозорості діяльності державних органів. Завдяки відкритим даним та цифровим сервісам громадяни мають можливість отримати доступ до інформації про бюджет, витрати, державні закупівлі та інші важливі державні процеси. Це сприяє зміцненню довіри до державних інституцій, оскільки громадяни можуть самостійно контролювати виконання державних програм. Прозорість забезпечується за допомогою таких інструментів, як електронні сервіси та портали відкритих даних. Наприклад, портали на зразок ProZorro дозволяють відстежувати публічні закупівлі в реальному часі, що мінімізує корупційні ризики та забезпечує рівний доступ до інформації для всіх учасників ринку [2].

Підвищення ефективності державних послуг є другою важливою метою діджиталізації. Перехід до електронного врядування значно скорочує час обробки запитів громадян, автоматизує процеси та зменшує кількість людських помилок. Наприклад, системи електронної черги, цифрова реєстрація бізнесу та онлайн-сплата податків знижують потребу у фізичній присутності в органах влади, що особливо важливо під час пандемії. Автоматизація також допомагає скоротити витрати на адміністрування. Замість великих кількостей паперової роботи, державні службовці можуть зосередитись на аналітичних та стратегічних завданнях, тоді як рутинні процеси виконуються автоматизованими системами [3].

Діджиталізація державних послуг включає в себе низку інноваційних рішень. Одним із прикладів є впровадження блокчейн-технологій у публічне управління, що гарантує безпеку та незмінність даних, особливо у сфері реєстрації власності та електронного голосування. Штучний інтелект (ШІ) може використовуватись для аналізу великих обсягів даних та покращення прийняття рішень у реальному часі. Впровадження електронної ідентифікації та цифрового підпису дозволяє громадянам взаємодіяти з державними органами дистанційно, що значно спрощує процес отримання послуг. Одним з успішних прикладів є український портал «Дія», який об'єднує основні державні сервіси в одну платформу, доступну через смартфон [4].

Попри численні переваги, процес діджиталізації публічного управління стикається з низкою викликів. Серед них нестабільний доступ до інтернету у віддалених регіонах країни, недостатній рівень цифрової грамотності серед населення, а також ризики кіберзлочинності. Без належної кібербезпеки та захисту персональних даних, впровадження цифрових рішень може супроводжуватися вразливістю до зловживань та кібератак. Іншою проблемою є координація процесу діджиталізації між різними органами державної влади. Часто цифрові проекти впроваджуються фрагментарно, що призводить до дублювання зусиль і витрат. Для того, щоб діджиталізація стала дійсно ефективною, необхідний системний підхід та централізоване управління процесами трансформації.

Для того, щоб досягти максимального ефекту від діджиталізації публічного управління, необхідно вжити низку заходів:

- інвестиції у цифрову інфраструктуру. Забезпечення швидкісного інтернету у всіх регіонах країни та розширення технічних можливостей державних органів є основою для успішної діджиталізації;
- підвищення рівня цифрової грамотності. Проводити навчальні програми для державних службовців та населення щодо використання цифрових технологій у повсякденній роботі та для отримання державних послуг;
- зміцнення кібербезпеки. Розробка національної стратегії кібербезпеки, яка забезпечить захист державних і персональних даних від несанкціонованого доступу та кібератак.

Діджиталізація публічного управління – це невідворотний процес, який відкриває нові можливості для підвищення ефективності та прозорості державних послуг. Впровадження цифрових технологій дозволяє державі швидше реагувати на потреби громадян, скорочувати витрати на адміністрування та боротися з корупцією. Однак для того, щоб цей процес був успішним, необхідні системні зусилля з боку держави, бізнесу та громадянського суспільства.

Список використаних джерел:

1. Дубов Д. В., Карташева Г. С. Діджиталізація в державному управлінні: основні виклики та перспективи для України. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України*. 2020. № 2. С. 55–62.

2. Кравченко А. В. Трансформація публічного управління в умовах діджиталізації. *Публічне управління: теорія і практика*. 2021. № 1 (21). С. 10–15.

3. Шевчук О. В. Діджиталізація та ефективність публічного управління: зарубіжний досвід і українські реалії. *Публічне управління і адміністрування в Україні.* 2022. № 30. С. 24–29.

4. Шульга І. С. Прозорість та ефективність державних послуг у контексті цифрової трансформації. *Економіка та управління національним господарством.* 2023. № 12. С. 45–50.

Разумей М. М.,
к.держ.упр., старший викладач кафедри
публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів
Казанцев С. А.,
аспірант Університету митної справи та фінансів

ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ПРОГРАМНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ОБРОБКИ ТЕКСТУ В КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ МИТНИМИ РИЗИКАМИ

Використання програмних інструментів обробки тексту стає критично важливим для ефективного управління митними ризиками в умовах сучасного розвитку інформаційних технологій. Усвідомлення відповідних об’єктивних реалій знайшло своє відображення і на нормативно-правовому рівні. Так, відповідно до останніх законодавчих змін, під час здійснення аналізу та оцінки ризиків в митних органах України допускається використання технологій, методів, програмних засобів та інструментів, зокрема таких, як інструменти обробки тексту [1]. У даному контексті слід зробити акцент на застосуванні методів машинного навчання та обробки природної мови (Natural Language Processing, NLP) для автоматичного аналізу та генерації тексту для виконання різних завдань в митній сфері.

У митних органах інструменти обробки тексту на основі штучного інтелекту можуть значно підвищити ефективність аналізу та управління ризиками шляхом автоматизації рутинних завдань та виявлення потенційних порушень митних правил та контрабанди. У цілому, NLP сприятиме оперативному отриманню необхідних даних з великого масиву митних декларацій та інших товаросупровідних документів, що подаються до митного оформлення. Це зменшить ручну роботу посадових осіб митниць та прискорить прийняття більш ефективних управлінських рішень. Інтелектуальні системи NLP мають потенційну спроможність перевіряти відомості, вказані у митних деклараціях та інших документах (зовнішньоекономічні договори, інвойси, сертифікати тощо), на предмет наявності певних розбіжностей.

Крім цього, NLP може бути застосована для забезпечення робити відомчих чат-ботів з метою підтримки як самих працівників митниць, так і учасників зовнішньоекономічної діяльності, автоматизуючи відповіді на типові запитання. Список завдань для можливостей інструментів обробки тексту, які застосовують технологій штучного інтелекту, безумовно, буде розширюватись, у тому числі і в митній сфері.

Проте на сьогоднішній день найбільш успішною практикою у цьому контексті слід вважати підхід щодо класифікації товарів згідно з Гармонізованою системою опису та кодування товарів. Ідея полягає у тому, що на основі опису товару та історичного масиву даних митного оформлення товарів з подібним описом за попередні роки автоматично формується перелік рекомендованих кодів товарної номенклатури для конкретного товару.

Так, ще у квітні 2022 року Всесвітня митна організація надала відкритий доступ для дослідної експлуатації платформи AI HS Code Recommendation Platform [2]. Даний ресурс забезпечує формування рекомендацій кодів товарів від 1 до 10 цифр за комерційним описом товару, супроводжуючи це поясненнями у зручному текстовому форматі з 2D та 3D візуалізацією. Платформу було створено за підтримки Фонду митного співробітництва Кореї у співпраці з митною службою Нігерії, яка надала статистичні дані своєї зовнішньоекономічної діяльності на англійській мові для розробки та тренування відповідної мовної моделі [3].

Наведений приклад застосування алгоритмів штучного інтелекту свідчить про перспективи розвитку інструментів обробки тексту в митній справі на національному рівні. Але слідування такій практиці в митних органах України зіштовхнеться із низкою обмежень, пов’язаних, зокрема, із недостатньою підтримкою великих мовних моделей української мови. Локальна мовна модель передбачає донавчання, що потребуватиме значних обчислювальних потужностей та коректного перекладу на англійську мову величезних обсягів інформації. Залишається невизначеною кінцева точність майбутньої мовної моделі та її реальна спроможність вирішувати визначені завдання, а також дотримуватись необхідних вимог щодо конфіденційності даних, адже використання готових моделей несе власні ризики безпеки [4, с. 626].

Розробка україномовної лінгвістичної моделі та її подальше навчання на даних опису товарів з графи 31 митних декларацій є теоретично можливим, але видається не менш простим завданням, аніж донавчання готових англомовних моделей. Наявні дані в інформаційних базах митних органів України потребуватимуть точної розмітки (виправлення помилок в описах товарів, уніфікація термінології та інша технічна обробка). Крім того, знадобиться підготовка сотень тисяч прикладів для тренування моделі.

Разом із тим, інтеграція мовних моделей високої точності до електронних профілів ризику, спрямованих на контроль правильності класифікації товарів, відкриває надзвичайні можливості для управління митними ризиками. Такий підхід може стати ефективним інструментом для забезпечення митної безпеки України вже у найближчому майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Порядку здійснення аналізу та оцінки ризиків, розроблення і реалізації заходів з управління ризиками для визначення форм та обсягів митного контролю : наказ Міністерства фінансів України від 24.06.2024 № 305. URL: https://cutt.ly/peFrPxWu
2. AI HS Code Recommendation Platform. URL: http://49.50.165.5:19090.
3. Штучний інтелект допомагає у класифікації товарів згідно з УКТ ЗЕД / Департамент спеціалізованої підготовки та кінологічного забезпечення : офіційний сайт. URL: https://cutt.ly/HeFjwWry
4. Омельчук О. М., Войцещук А. Д., Гуцул І. А. Штучний інтелект у митній системі України: безпека та правове регулювання. *Наукові інновації та передові технології*. 2024. № 8 (36). С. 618–629. URL: https://cutt.ly/0eFrPakp

Романенко К. М.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ В УКРАЇНІ: ІНСТРУМЕНТИ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

Основні напрями цифровізації визначаються потребами та вимогами сучасного світу, а також впливом міжнародних стандартів і рекомендацій. Для успіху в цьому напрямку необхідно забезпечити фінансову й організаційну підтримку з боку державних і міжнародних організацій, залучення експертів з країн-членів ЄС та обмін досвідом з іншими країнами.

Процес цифровізації в Україні не оминув і систему освіти, яка перебуває у стані постійного розвитку та змін. Особливо це актуально в умовах сьогодення, коли повномасштабне вторгнення росії в Україну поставило нові виклики перед освітньою системою, змусивши оперативно адаптуватися до умов невизначеності, переміщення населення та руйнування інфраструктури. Цифрові інструменти відіграли ключову роль у забезпеченні безперервності навчання та підтримці всіх учасників освітнього процесу в умовах воєнного стану.

Загалом цифровізація в системі освіти передбачає впровадження сучасних інструментів, що полегшують навчальний процес, забезпечують доступ до якісних матеріалів і сприяють ефективному управлінню освітою. Основні інструменти та їх роль у забезпеченні сучасної освіти:

1. Електронні платформи. Вони забезпечують доступ до відеоуроків, цифрових підручників та інших навчальних матеріалів, необхідних для дистанційного навчання. Наприклад, Всеукраїнська школа онлайн (ВШО) надає учням можливість навчатися з будь-якої локації за допомогою відеоуроків, а Національна освітня електронна платформа містить підручники та інші ресурси для самостійного опрацювання матеріалів.

2. Цифрові щоденники та журнали. Такі інструменти спрощують облік успішності учнів і полегшують адміністративну роботу закладів освіти. «Єдина школа» та «NZ.UA» дозволяють вести електронні журнали та щоденники, що допомагає ефективніше організовувати навчальний процес та комунікацію з батьками. Використання цифрових журналів та платформ для комунікації дозволило викладачам перевіряти завдання та підтримувати контакт із дітьми навіть у нестабільних умовах.

3. Системи управління навчанням. Платформи для управління навчанням забезпечують організацію онлайн-уроків, управління курсами та спілкування між учасниками навчального процесу. Приклади таких систем – Google Classroom, Microsoft Teams та Moodle. Вони дозволяють викладачам створювати віртуальні класи, надавати доступ до завдань і спілкуватися з учнями в режимі реального часу. Стало реальним продовжувати навчальний процес навіть за умов евакуації чи пошкодження шкіл. Учні, що перебувають за кордоном або в інших регіонах, змогли навчатися дистанційно за українськими програмами.

4. Віртуальна та доповнена реальність. Ці технології роблять навчання більш наочним і захопливим. Їх активно застосовують для викладання природничих предметів (наприклад, біології та фізики) і історії, щоб учні могли взаємодіяти з віртуальними моделями та об'єктами, що підвищує рівень засвоєння матеріалу.

5. Цифрові інструменти для оцінювання. Інтерактивні платформи, такі як Kahoot! та Quizizz, дозволяють швидко й цікаво перевіряти знання учнів у реальному часі [1]. Викладачі можуть створювати тести та вікторини, що підвищують мотивацію учнів завдяки елементам гейміфікації. Цифрові щоденники та журнали спростили контроль над навчальним процесом, навіть коли діти знаходяться в різних куточках країни чи за кордоном. Це допомагає оцінювати успішність та вчасно виявляти проблеми в навчанні.

Діти з особливими освітніми потребами також отримали можливість продовжувати навчання через індивідуальні програми та дистанційні заняття з підтримкою асистентів учителів. Інклюзивно-ресурсні центри адаптували свою роботу під онлайн-формат, продовжуючи надавати консультації для батьків та педагогів.

Освітні онлайн-платформи стали не лише місцем для навчання, а й простором для підтримки морального духу учнів [2]. Вчителі проводять онлайн-заняття та зустрічі, де діти можуть поспілкуватися та отримати підтримку в колективі. Деякі школи організували психологічні консультації та тренінги з подолання стресу для дітей.

Однак для повної інтеграції цифрових рішень важливо забезпечити належне технічне оснащення та підтримку педагогів у їх використанні. Так у 2024 році Український освітній кластер зафіксував, що близько 330 000 дітей і 68 000 педагогів потребують цифрових пристроїв для дистанційного навчання, оскільки не мають можливості регулярно відвідувати офлайн-заняття [3]. Одним із пріоритетних завдань стає впровадження цифрової освіти в школах віддалених та прифронтових регіонів, де навчання в аудиторіях ускладнене через постійні загрози авіанальотів.

Список використаних джерел:

1. 10 найкращих LMS для освітніх закладів. URL: https://www.oksim.ua/2023/12/08/10-najkrashhih-lms-dlya-osvitnih-zakladiv (дата звернення: 15.10.24).
2. Карпенко Н.В, Іваннікова М.М., Іванніков Р.В. *Використання цифрових технологій в освітньому процесі* : тези доп. всеукр. наук.-практ. конф. (м. Полтава, 23–24 лист. 2023 р.) Полтава, 2023. С. 224–225.
3. Education Cluster, UNICEF. *Ukraine Education Cluster Strategy 2023–2025*. 2023. P. 5.

Тихонов Є. В.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В РОЗВИТКУ НАФТОГАЗОВОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ ЯК СФЕРИ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Початок XXI сторіччя став епохою цифровізації усіх сфер сучасного суспільства – від банківської сфери до промислових підприємств. Не стала виключенням і нафтогазова галузь (НГК – далі) України – сфера критично важливого сектору економіки, енергетичної безпеки та міжнародної співпраці. Цифрові технології дозволяють зберігати колосальний масив інформації, надають можливість зростання швидкості видобутку сирої нафти з існуючих свердловин, забезпечують додаткові засоби для виявлення нових свердловин, підвищують рівень безпеки та зменшують собівартість робіт.

До базових цифрових технологій, які вже активно використовуються в енергетичних галузях та практичне впровадження яких у формі окремих цифрових додатків уже реально вплинуло на ефективність виробництва, наковці відносять: Big Data, або «великі дані», включно з системою Data Mining; нейротехнології та штучний інтелект; системи розподіленого реєстру, або Blokchain; квантові технології надшвидких обчислень; 3D або адитивні технології виробництва; Промисловий Інтернет або IIoT, що функціонує у середовищі 5G; робототехніка і сенсорні компоненти, смарт-датчики та смартлічильники; бездротові технології ідентифікації, або RFID-системи; технологія віртуальної та розширеної реальності; технології хмарних обчислень та хмарного зберігання даних [1, с. 100].

Наразі нафтогазові підприємства запроваджують різні види діджиталізації – оперативне та стратегічне. Оперативна діджиталізація орієнтована на дії та забезпечує безпосередню вигоду; «омолоджує» старе обладнання, підвищує його продуктивність та забезпечує високі результати роботи протягом кожного бюджетного циклу; полегшує прийняття оперативних управлінських рішень через покращене бачення

загальної картини ширшим колом управлінців. Тоді, як стратегічна цифровізація зосереджена на зміні способу проектування, будівництва та експлуатації свердловин та родовища загалом; спирається на спільні галузеві стандарти; процеси розгортаються в масштабах всієї компанії, мають значний вплив на її роботу. Однак слід відзначити і мінуси другого підходу. Зокрема вони потребують певного часу використання, щоб отримати статус стандарту галузі, а окупність проектів сягає три і більше років.

Виділяють три елементи цифрових інновацій: цифрові основи управління організацій з можливістю застосування більшого спектру цифрових інструментів, сумісних із хмарними обчисленнями та повсюдною мережею; автоматизація процесів з використанням лише кілька вибраних можливостей, таких як великі дані, збір і категоризація інформації, Інтернет речей (IoT), штучний інтелект і робототехніка (як приклад автономні можливості Tesla); способи та форми роботи, де вимоги представлені залежно від специфіки виробництва (наприклад, метод водоспаду в незвичайний спосіб) [2].

У якості прикладу впровадження інноваційних технологій у промислове виробництво, дослідники наводять SCADA-технології для видобутку нафти, які з використанням послуг супутникових телекомунікаційних провайдерів дозволяють пов’язувати нафтові родовища та керувати ними з центрального розташування. Таким чином, SCADA активно використовуються і у видобувних середовищах, і у стрімко зростаючих сланцевих родовищах, не лише відіграючи вагому роль в управлінні процесами та координації операцій, а виступаючи потужним платформенним рішенням для упорядкованих операцій на різних етапах поставки нафти та газу [3, с. 81]. Разом із тим, через уразливість аутентифікації вузлів та слабкого захисту стандартних інженерних паролів, встановлених виробниками на приладах промислової автоматики, існує суттєвий недолік цієї технології. Йдеться про низький рівень захисту інформацій при можливих кібератаках, що особливо актуалізується під час збільшення ризиків терористичних та військових загроз.

Говорячи про кіберпроблеми часто виділяють такі типи кіберпроблем, як: навмисні кіберзбої, за яких свідомо намагаються завдати шкоди, і тоді хакерів важко відстежити, оскільки їхні мотиви можуть бути будь-якими: від заробітку грошей до спричинення хаосу, подібні кібератаки є однією з головних проблем для бізнесу сьогодні; ненавмисні кіберзбої – набагато більший виклик у цифровому світі, коли кіберпроблеми створюються несвідомо. Звідси виникає проблема – чим більше оцифровується світ, тим більша площина для кібератак виникає.

Використання сучасних ІТ-технологій у сфері НГК дозволяють зберігати та оперувати різними рівнями даних про закупівлю та доставку сирої нафти, переробку і розподіл кінцевих продуктів. Використання таких систем на нафтопереробних заводах сприяє збільшенню виходу нафтопродуктів з мінімізацією шкідливих викидів. При транспортуванні й

розподілі ІТ запобігають втратам і допомагають оптимізувати зберігання та остаточну доставку нафтопродуктів кінцевим споживачам. У нафтогазовому комплексі України цифрові технології використовують «Нафтогаз», ПАТ «Укрнафта» та ПрАТ «Нафтогазвидобування».

Кількість проектів інтелектуальних нафтогазових родовищ, що впроваджують нафтогазові компанії світу, щороку зростає, а їхня вартість і масштаби впровадження постійно збільшується. Активно запроваджуються «розумні свердловини», які, безперервно збираючи й аналізуючи інформацію про об'єкт та довкілля, регулюють режими роботи. За експертними оцінками, розумні свердловини можуть знизити витрати на експлуатацію родовищ приблизно на 20%. Кембриджська асоціація енергетичних досліджень (CERA) оцінює потенціал для цифровізації покладів у 125 000 000 000 барелів – на стільки в середньостроковій перспективі можна збільшити віддачу вже виявлених родовищ тільки за рахунок поліпшення організації робіт із використанням цифрових технологій. Використання цифрових технологій на трубопровідному транспорті також підвищує безпеку, оптимізує логістику та знижує експлуатаційні витрати. Цифровізація дозволяє компаніям НГК виходити на якісно новий рівень ефективності роботи, зменшувати непродуктивні втрати часу, скорочувати простої обладнання, збільшувати ефективність управлінської діяльності, дбати про екологію тощо.

Окрім підвищення ефективності та рівня безпеки експлуатації наявних родовищ та систем, також важливою складовою є покращення комунікації з інвесторами та партнерами з наданням їм доступу до актуальної інформації про діяльність компанії, її плани. Тим самим зміцнюється довіра інвесторів, що може призвести до залучення нових інвестицій та розширення бізнесу. У результаті цифровізація стає невід'ємною частиною стратегії розвитку компаній у сфері нафтогазової промисловості [4, с. 13].

Доведена ефективність впровадження спеціальної цифрової платформи для НГК дозволяє збирати й аналізувати дані, отримані під час геологорозвідки, візуалізувати їх у 2D- і 3D-моделях у режимі реального часу. Також платформа може робити автоматичний моніторинг і сповіщати користувача про триґери, що спрацювали, наприклад, про вихід за межі норми певних показників. Географія використання проєкту передбачає застосування на нафтових родовищах Північної та Південної Америки, Австралії, Європи й Азії в основному для моніторингу та повідомлення операторів про стан буріння [5].

Завершуючи цифрову вертикаль НГК України слід зупинися на електронних послугах для споживачів. Зокрема, на офіційному сайті «Нафтогазу», у терміналах платіжних систем та банків України клієнти можуть отримати акт звірки, довідку про відсутність заборгованості та сплатити рахунок на оплату за спожитий газ. В особисті кабінети можна зайти за допомогою соціальних мереж, зокрема месенджерів Facebook, e-mail, Viber, Telegram [6].

Хоча нафтогазова галузь є джерелом традиційних енергоносіїв, вона також відіграє роль у переході до відновлюваних джерел енергії. Компанії інвестують у нові технології, включаючи водневу енергетику, що сприятиме поступовій декарбонізації економіки. Серед подальших викликів, яким має протистояти НЗК, це виснаження родовищ (багато з них перебувають на пізніх стадіях розробки, що потребує впровадження інновацій для збільшення коефіцієнта вилучення); екологічні ризики (видобуток і транспортування нафти та газу пов'язані з потенційними негативними впливами на довкілля); політична нестабільність (російська агресія створює загрози для енергетичної інфраструктури хронічного характеру). З огляду на ці фактори, нафтогазова галузь залишається основою енергетичного сектору України, впливаючи на її внутрішню стабільність і роль у міжнародних енергетичних відносинах.

Список використаних джерел:

1. Цифрові технології в інноваційній трансформації економіки України : колективна монографія / Єгоров І.Ю., Никифорук О.І. та ін. ; за ред.: чл.-кор. НАН України Єгорова І.Ю., д.е.н. Никифорук О.І., к.е.н. Ліра В.Е.; НАН України, ДУ «Ін-т. екон. та прогнозув. НАН України». Київ, 2020. 308 с. URL: http://ief.org.ua/docs/mg/321.pdf
2. Гнучка розробка продуктів, кібербезпека та ризики в нафтовій, газовій та енергетичній промисловості. 13.12.2022. URL: https:// visuresolutions.com/uk
3. Кугір А., Хрустальов К. Застосування інформаційних технологій в нафтогазовій промисловості. *M&MS.* 24-25.10.2019. Харків. С. 78–81. URL: https://openarchive.nure.ua/server/api/core/bitstreams/3adb99f8-31e8-43b0-b1c0-0cbceb878594/content
4. Гузь О.Б. Елементи діджиталізації в підвищенні інвестиційної привабливості підприємств у нафтогазовій галузі. *Modern tools and methods of scientific investigations* : III International Scientific and Theoretical Conference. Antwerp, Kingdom of Belgium. June 7. 2024. Collection of scientific papers «SCIENTIA». С. 13–15. URL: https://doi.org/10.36074/ scientia-07.06.2024
5. Підгайна Є. Цифрові помічники: які інновації запускають для нафтогазу, енергетики, хімічної промисловості та будівництва. 12.05.2021. *Reactor.ua.* URL: https://mind.ua/publications/20225863-cifrovi-pomichniki-yaki-innovaciyi-zapuskayut-dlya-naftogazu-energetiki-himichnoyi-promislovosti-ta-bud
6. Послуги ГК «Нафтогаз України» у терміналах city24. URL: https://gas.ua/uk/home/news/servisi-gk-naftogaz-ukrayini-stayut-shche-dostupnishimi

Тороп К. С.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СПЕЦІАЛЬНІЙ ОСВІТІ ДІТЕЙ: ПУБЛІЧНО-УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ СУЧАСНОГО ІНКЛЮЗИВНОГО ПРОСТОРУ

Створення інклюзивних і дружніх просторів для дітей з особливими потребами є важливим кроком до побудови суспільства, що ґрунтується на рівності, повазі та турботі. Ці простори дозволяють забезпечити фізичний, емоційний і соціальний комфорт для дітей, сприяючи їхньому гармонійному розвитку та інтеграції у спільноту. Відповідно до Конвенції ООН про права дитини, кожна дитина має право на повноцінний розвиток і доступ до освіти та дозвілля [5]. Інклюзивні простори реалізують ці права, забезпечуючи рівні можливості для всіх дітей, незалежно від їхніх фізичних, інтелектуальних чи сенсорних особливостей. Це сприяє формуванню суспільства, де толерантність і взаєморозуміння стають ключовими цінностями.

Інклюзивні простори у школах, бібліотеках чи культурних центрах дозволяють дітям з особливими потребами брати участь у навчальному процесі разом з однолітками. Ці середовища адаптують навчальні матеріали, використовують інтерактивні технології, наприклад, тактильні дошки або пристрої для альтернативної комунікації, що робить навчання доступним для кожного. Освіта у таких умовах стимулює когнітивний розвиток і зменшує ізоляцію дітей.

Інноваційні технології у спеціальній освіті стають незамінними інструментами для забезпечення рівних можливостей у навчанні для дітей з особливими потребами. Вони здатні значно поліпшити процес навчання та розвитку учнів, допомогти їм досягти максимального потенціалу в умовах доступу до сучасних технологій. Інноваційні технології в освіті можна охарактеризувати як нові методи, засоби та підходи, які сприяють підвищенню ефективності навчального процесу. Вони охоплюють такі сфери, як цифрові технології, програмне забезпечення, адаптивні навчальні матеріали, а також нові методи інтерактивного навчання. Вони не тільки роблять навчання доступним для дітей з особливими освітніми потребами, але й надають можливість кожній дитині розвиватися відповідно до її індивідуальних можливостей.

Беручи за основу вищезазначене, можна виділити основні функції інноваційних технологій в інклюзивній освіті: компенсаторна (технічна підтримка з метою полегшення читацької та письмової діяльності);

дидактична (педагогічна підтримка в застосуванні інноваційних технологій з метою створення відповідної освітньої сфери та освітніх ресурсів); комунікаційна (комунікативна підтримка для участі в системах мережевої взаємодії) [4].

Однією з перспективних інновацій у спеціальній освіті є використання комп'ютерних програм та цифрових пристроїв для адаптації навчання. Зокрема, цифрові планшети, ноутбуки та спеціалізоване програмне забезпечення надають можливість дітям з особливими потребами візуалізувати інформацію, що значно полегшує сприйняття матеріалу. Завдяки інноваційним технологіям, дітям з порушеннями зору, слуху, моторики або інтелектуальними розладами можуть бути надані спеціалізовані пристрої та програми для полегшення сприйняття навчальних матеріалів. Вони можуть отримувати навчальні посібники у форматах, які відповідають їх фізіологічним можливостям (наприклад, аудіо-книги, програми з синтезом мовлення, спеціальні пристрої для дітей з обмеженими можливостями слуху).

Технології для навчання дітей з порушеннями зору можуть включати в себе спеціалізоване програмне забезпечення для екранних читалок, яке перетворює текст на мовні повідомлення. Це дає можливість дітям з вадами зору слухати текстову інформацію, що допомагає їм активно долучатися до навчального процесу. Навчання дітей з порушенням зору також вимагає наявності в освітній організації спеціального обладнання: відеозбільшувачів, електронних луп, брайлівської комп'ютерної техніки, програм-синтезаторів мови та інших, що не вимагають використання зорової функції. Особливість цих технічних засобів полягає в перетворенні комп'ютерної інформації в доступні для учнів з порушенням зору форми, тобто в посиленні залишкового зору або перетворенні візуальної інформації в аудіо- й тактильні сигнали [4; 3].

Використання комп'ютерної техніки сприяє більш вираженому індивідуальному підходу до кожного учня, особливо до того, у якого неповністю сформовані навчальні навички, тому, що він тоді має змогу включитися в загальну дискусію. Завдяки використанню комп'ютерної техніки на заняттях учні тренують логічне мислення, у них формується вміння самостійно виражати думки, підвищується емоційний рівень уроку. Використання комп'ютерних мультимедійних програм, як елемента сучасного уроку, підвищує його ефективність, враховує індивідуальні особливості учнів [2].

Особливістю навчання дітей з особливими потребами є необхідність враховувати специфічні потреби і можливості учнів. Для учнів з аутизмом таким особливостями є необхідність підтримки та корекції комунікаційних та соціальних навичок. Розроблення та застосування інформаційних та комунікаційних технологій для потреб навчання осіб з аутизмом має відбуватись з урахуванням таких особливостей [1].

Дружні простори сприяють соціалізації дітей з особливими потребами, допомагаючи їм взаємодіяти з іншими. Відкриті ігрові майданчики, центри дозвілля чи інтегративні класи сприяють встановленню дружніх зв'язків, розвитку комунікативних навичок і формуванню відчуття належності. Одночасно це збагачує досвід дітей без особливих потреб, формуючи у них емпатію та повагу. Фізично доступне середовище, де дитина не відчуває бар'єрів, сприяє зниженню рівня стресу та розвитку впевненості. Наприклад, спеціально облаштовані сенсорні кімнати допомагають дітям з розладами аутистичного спектра чи сенсорними порушеннями регулювати емоційний стан, знижуючи напругу та стимулюючи позитивну поведінку.

Інвестиції у розвиток інклюзивної інфраструктури приносять довгострокові економічні вигоди. Вони дозволяють дітям з особливими потребами отримати освіту і професійні навички, що збільшує їхні шанси стати незалежними членами суспільства. Водночас батьки таких дітей отримують можливість працювати, а не лише виконувати роль доглядачів. Країни, які активно впроваджують інклюзивні простори, демонструють позитивні результати. Наприклад, у Фінляндії кожна школа має адаптовані аудиторії та ігрові зони. У Канаді інклюзивні дитячі центри використовують спеціальні програми для забезпечення участі дітей із різними потребами.

Попри переваги, існують виклики, зокрема фінансові витрати на адаптацію інфраструктури та підготовку персоналу. Однак міжнародний досвід свідчить, що інвестиції в інклюзію окупаються завдяки підвищенню соціальної згуртованості та зменшенню витрат на довготривалий догляд. Важливим аспектом впровадження інноваційних технологій є підготовка вчителів та педагогів. Для ефективного використання сучасних технологій у спеціальній освіті необхідно, щоб вчителі мали відповідні навички та знання. Це включає в себе здатність працювати з різними цифровими інструментами, адаптувати їх до потреб учнів та створювати інклюзивне навчальне середовище.

Розвиток інклюзивних просторів є необхідним кроком для забезпечення рівних можливостей для дітей з особливими потребами. Такі простори сприяють їхньому розвитку, інтеграції у суспільство та створенню більш гуманного світу, де кожна дитина може реалізувати свій потенціал. Інклюзивність – це інвестиція у майбутнє, яке базується на рівності та повазі до кожного.

Список використаних джерел:

1. Андруник В.А. Інформаційні технології навчання учнів з аутизмом / В.А. Андруник, Т.В. Шестакевич, В.В. Пасічник, Н.Е. Кунанець. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія: Інформаційні системи та мережі.* 2018. № 901. С.76–88.

2. Гарнюк Л. Використання інноваційних технологій на уроках у школі для дітей з вадами слуху. *Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови.* 2021. № 1 (13). С. 89–99. URL: https://doi.org/10.33189/epsn.v1i13.83

3. Купрас В. Корекційно-розвиткові технології в системі роботи тифлопедагога. *Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови*. 2021. № 1 (14). С. 96–103. URL: https://doi.org/10.33189/epsn.v1i14.43

4. Манукян О., Мирошниченко О. Інноваційні технології в роботі з дітьми з особливими потребами в інклюзивному просторі. *Освіта на Луганщині*. 2021. № 4 (65).

5. UNICEF (2024). How the Convention on the Rights of the Child works. Joining, implementing and monitoring the world's most widely ratified human rights treaty. URL: https://www.unicef.org/child-rights-convention/how-convention-works

Шамова Д. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Борисенко О. П., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНИХ МЕХАНІЗМІВ СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Соціальний захист населення є однією з найважливіших складових державної політики в Україні, оскільки він безпосередньо впливає на рівень життя громадян, соціальну справедливість і стабільність суспільства в цілому. Проте в умовах швидко змінюваного економічного середовища, глобалізації, соціально-економічних криз та політичної нестабільності, проблеми в цій сфері стають дедалі актуальнішими. Удосконалення державних механізмів соціального захисту населення є важливим завданням, яке потребує термінового вирішення.

По-перше, важливість даної проблематики зумовлена високим рівнем бідності в Україні. За даними різних досліджень, значна частина населення живе на межі бідності, а соціальні виплати не завжди відповідають потребам населення. Наявність численних соціальних програм, які покликані підтримувати вразливі верстви населення, часто не дозволяють забезпечити належний рівень життя, оскільки виплати є недостатніми, а процес їх отримання ускладнений бюрократичними перешкодами. Це свідчить про необхідність удосконалення механізмів соціального захисту для забезпечення більшої ефективності в наданні соціальних послуг.

По-друге, необхідність адаптації механізмів соціального захисту до сучасних викликів є ще однією важливою проблемою. Зміни в соціально-економічному середовищі, розвиток нових технологій, зростання безробіття через автоматизацію та цифровізацію потребують перегляду традиційних підходів до соціального захисту. Системи, що були розроблені в умовах стабільного економічного зростання, вже не можуть адекватно реагувати на нові виклики, такі, наприклад, як глобальна пандемія COVID-19, яка продемонструвала слабкі місця існуючих механізмів соціальної підтримки.

По-третє, нерівномірність соціальних виплат і доступу до соціальних послуг також викликає занепокоєння. У країні існує значна різниця в рівні соціального захисту для різних категорій населення, що може призводити до соціальної несправедливості. Наприклад, соціальний захист людей з інвалідністю, пенсіонерів, одиноких матерів і багатодітних сімей потребує особливої уваги, адже саме ці групи стикаються з найбільшими труднощами. Недостатня підтримка цих вразливих верств населення може призвести до соціальної напруги та нестабільності в суспільстві.

Таким чином, актуальність проблеми удосконалення державних механізмів соціального захисту населення в Україні є незаперечною. Вона зумовлена не лише економічними викликами, а й соціальними, політичними та технологічними змінами. Впровадження нових підходів, вдосконалення механізмів, а також належне фінансування системи соціального захисту можуть суттєво покращити ситуацію з соціальним захистом в Україні та забезпечити гідний рівень життя для всіх громадян. Підтримка вразливих верств населення та створення рівних умов доступу до соціальних послуг – це не лише обов’язок держави, а й ключ до стабільності та розвитку суспільства в цілому.

Удосконалення державних механізмів соціального захисту населення в Україні призведе до низки позитивних результатів, які вплинуть на рівень життя громадян, соціальну справедливість та економічну стабільність країни.

Один з найголовніших результатів удосконалення механізмів соціального захисту – зменшення рівня бідності серед населення. Підвищення розміру соціальних виплат, запровадження нових програм підтримки вразливих груп населення, а також спрощення доступу до соціальних послуг сприятиме поліпшенню матеріального становища багатьох сімей. Це, в свою чергу, позитивно вплине на соціальну стабільність та зменшить соціальну напругу в суспільстві [2, с. 153–157].

Удосконалення механізмів соціального захисту сприятиме зменшенню нерівності в суспільстві. Забезпечення справедливого розподілу ресурсів та підтримка вразливих груп населення допоможе знизити соціальну напругу і поліпшити міжлюдські стосунки. Це також сприятиме формуванню більш згуртованого суспільства, в якому люди відчувають підтримку держави та мають рівні можливості для розвитку.

Необхідність адаптації державних механізмів соціального захисту до сучасних соціально-економічних викликів, таких як зміни в структурі зайнятості, автоматизація, цифровізація та глобальні економічні кризи, є ключовою. Гнучка та адаптивна система соціального захисту буде здатна реагувати на нові потреби населення і забезпечити належний рівень підтримки у випадках економічної нестабільності.

Забезпечення ефективної роботи системи соціального захисту також сприятиме підвищенню довіри населення до державних інститутів. Громадяни, які отримують необхідну допомогу у важкі часи, мають більше впевненості в тому, що держава піклується про їхні потреби. Це може сприяти активізації участі населення в процесах ухвалення рішень та формуванню політики соціального захисту [1, с. 302–309].

Стабільна соціальна ситуація в країні може також підвищити інтерес інвесторів до України. Якщо населення відчуває соціальний захист і має можливість для розвитку, це створює сприятливе середовище для бізнесу. Інвестори більше довірятимуть країні, в якій соціальні механізми працюють ефективно, а ризики соціальних заворушень зменшуються.

Удосконалення механізмів соціального захисту також матиме позитивний вплив на розвиток місцевих громад. Децентралізація та активне залучення місцевих органів влади до процесів соціального захисту дозволять більш ефективно враховувати специфіку та потреби кожної громади. Це сприятиме розвитку місцевих ініціатив, соціального підприємництва та співпраці між громадою та бізнесом.

Таким чином, результати удосконалення державних механізмів соціального захисту населення в Україні можуть бути надзвичайно позитивними, створюючи умови для соціальної стабільності, економічного зростання та підвищення якості життя громадян. Для досягнення цих результатів важливо вжити комплексних заходів, які включають адаптацію існуючих механізмів до сучасних вимог, залучення нових технологій та активну участь усіх зацікавлених сторін.

Список використаних джерел:

1. Балтачеєва Н.А. Стратегія розвитку системи соціального захисту населення в Україні. *Економіка промисловості*. 2012. № 1–2. С. 302–309.

2. Березовська-Чміль О.Б. Теоретико-методологічні основи дослідження соціального захисту. *Панорама політологічних студій*. 2016. Вип. 9. С. 153–157

3. Вольська О. Підвищення рівня соціального захисту та підтримки населення України. *Актуальні проблеми державного управління* : зб. наук. пр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України ; Одес. регіон. ін-т держ. упр. Одеса, 2018. Вип. 1 (53). С. 54–57.

Швайко А. Ю.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Антонова О. В., д.держ.упр., проф.,
завідувач кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПУБЛІЧНО-УПРАВЛІНСЬКИХ ПРОЦЕСІВ У МІСТОБУДІВЕЛЬНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Будівельна сфера стала першою для команди Міністерства цифровізації України, де вдалося реалізувати справжню цифрову трансформацію. На зміну реєстру, сформованого в приватному секторі економіки, прийшла Єдина державна електронна система у сфері будівництва (ЄДЕССБ).

Кожен етап будівництва проходить через електронну систему Єдину державну електронну систему у сфері будівництва (ЄДЕСБ). Завдяки цьому всі процеси можна відслідковувати в режимі реального часу, кожен крок фіксується, а можливі спроби шахрайства відразу відображаються у системі. Це знижує ризики корупції в галузі та робить процеси більш прозорими та зрозумілими для всіх учасників ринку.

Системою користуються архітектори, дизайнери, працівники архітектурно-будівельних інспекцій та інші представники будівельної галузі. Дані на порталі також доступні іншим користувачам, що дозволяє громадськості мати більший контроль. Це також важливо з позиції реконструкції, тому що процес реконструкції має бути прозорим і відповідальним.

У ЄДЕССБ також створюють та зберігають документи щодо характеристики та стану об'єктів на різних етапах будівництва. Так, за перший квартал 2024 року зареєстровано:

- 180,4 тисячі відомостей про технічну інвентаризацію (160,3 тисячі за аналогічний період 2023 року). Завдяки чому користувач може розуміти поточні характеристики об’єкта, що є обов’язковим кроком перед введенням в експлуатацію;
- 33,84 тисячі дозвільних документів (26,9 тисячі за аналогічний період 2023 року), реєстрація чи видача яких дає змогу розпочати будівельні роботи та в подальшому ввести об’єкт в експлуатацію;
- 6,8 тисячі проектної документації (5,2 тисячі за аналогічний період 2023 року). Наявність такого документа фіксує всю інформацію про об’єкт і забезпечує старт його будівництва.

Наразі у системі зареєстровано більше 8,1 тисячі будівельних паспортів (6,1 тисячі у першому кварталі 2023 року). Цей документ використовується при будівництві індивідуальних житлових будинків площею до 500 кв. метрів, та не вище двох поверхів, без урахування мансарди.

Електронний уряд також сприяє залученню громадян до управлінських процесів. Завдяки відкритим даним та електронним платформам для обговорення публічних питань, громадяни можуть більше дізнатися про діяльність держави та мають можливість вносити свої пропозиції та зауваження. Це сприяє більшій прозорості та відкритості управління.

У ЄДЕССБ доступна автоматична первинна реєстрація спеціальних майнових прав. Тим самим забезпечується автоматична передача електронних заяв до державного реєстру прав на нерухоме майно для первинної реєстрації особливих прав власності на дільний, незавершений об'єкт будівництва (будинок) та його складові – майбутню нерухомість: квартири, автостоянки. площі, нежитлові приміщення для подальшої реєстрації прав власності та обтяжень на такі об’єкти без участі державного реєстратора. Минулого місяця в автоматичному режимі зареєстровано 19 об’єктів та 3,5 тисячі майбутніх об'єктів нерухомості.

Очікується, що робота містобудівного кадастру на державному рівні сприятиме підвищенню прозорості у містобудуванні, розвитку цифрової економіки та покращенню умов для інвесторів.

Таким чином, завдяки цифровізації мінімізується людський фактор, спрощується документообіг, система і публічноуправлінські процедури прозорі, спрощені, зрозумілі, контрольовані.

Список використаних джерел:

1. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. URL: https://www.kmu.gov.ua/news/tsyfrovizatsiia-budivelnoi-haluzi-popyt-na-elektronni-posluhy-zrostaie (дата звернення 04.11.2024).

2. Головний будівельний портал України. URL: https://budport.com.ua/news/28076-cifrovizaciya-sferi-budivnictva-zahischaye-investoriv-u-nove-zhitlo (дата звернення 04.11.2024).

3. Дніпровська міська рада. URL: https://dniprorada.gov.ua/uk/articles/item/61725/cifrovizaciya-dnipra-yaki-innovacijni-proekti-vprovadili-dlya-mistyan-u-2023-roci (дата звернення 03.11.2024).

Яценко С. В.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Марценюк О. О., к.держ.упр.,
доцент кафедри публічного управління та митного адміністрування
Університету митної справи та фінансів)

ПРОФЕСІЙНЕ НАВЧАННЯ ПУБЛІЧНИХ СЛУЖБОВЦІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Проведення структурних реформ, зокрема реформування публічного управління, вимагає високого рівня професійної компетентності та професійного розвитку публічних службовців. Також Законом України «Про державну службу» [5] встановлено принцип професіоналізму. Його змістом є компетентне, об’єктивне і неупереджене виконання посадових обов’язків, постійне підвищення державним службовцем рівня своєї професійної компетентності, вільне володіння державною мовою і, за потреби, англійською мовою. Стосовно професійного розвитку публічних службовців, що визначається як безперервний, свідомий, цілеспрямований процес особистісного та професійного зростання, який базується на

інтеграції знань, умінь і компетентностей [1], він може здійснюватися під впливом системно організованого професійного навчання та здійснення професійної діяльності. Серед шляхів розвитку системи професійного навчання визначаються такі: створення належних умов для забезпечення професійного розвитку публічних службовців; створення ефективної системи визначення потреб публічних службовців у професійному навчанні; забезпечення безперервності, обов'язковості, плановості професійного навчання публічних службовців; розвиток ринку освітніх послуг у сфері професійного навчання публічних службовців на засадах прозорої та доброчесної конкуренції із створенням відповідної системи моніторингу та оцінки якості освітніх послуг; запровадження механізму співпраці державних органів, органів місцевого самоврядування, інститутів громадянського суспільства, програм міжнародної технічної допомоги, всеукраїнських асоціацій органів місцевого самоврядування, установ, закладів різних форм власності, що надають освітні послуги [1].

В умовах активного технологічного розвитку, зміни процесів здійснення органами публічної влади своїх повноважень одним з ефективних інструментів професійного навчання публічних службовців є портал управління знаннями Національного агентства України з питань державної служби [2] (ділі – Портал). Ця державна спеціалізована інформаційно-комунікаційна система забезпечує розвиток ринку освітніх послуг у сфері професійного навчання та є своєрідним інструментом забезпечення професійного розвитку публічних службовців [4]. Також завдяки Порталу служби управління персоналом реалізують свої функції щодо відстеження запитів на участь у навчанні, моніторингу досягнутих результатів виконання індивідуальних програм професійного розвитку, а також відстеження потреб у професійному навчанні, створення адресних рекомендацій на участь у навчанні, створення групових запитів до провайдерів на проведення навчання, погодження запитів на участь у навчанні за програмами [2].

Серед провайдерів Порталу, наприклад Дніпропетровської області, є Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Криворізький національний університет, Університет імені Альфреда Нобеля, Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Університет митної справи та фінансів [2].

Загалом цифровізація професійного навчання публічних службовців має багато переваг: передбачається диференціація та індивідуалізація навчання відповідно до потреб та індивідуальних характеристик публічних службовців. Також використання цифрових технологій у процесі навчання, особливо в умовах глобальної пандемії та повномасштабної війни, робить освітній процес доступним, мобільним і більш гнучким, а також виступає у якості інноваційного інструменту професіоналізації публічних службовців.

Уважаємо що цифровізація професійного навчання публічних службовців має здійснюватися шляхом удосконалення нормативно-правового регулювання зазначеного процесу. Крім того, запровадження

стратегічного планування та управління професійним навчанням публічних службовців має стати одним із основних напрямів діяльності в системі публічного управління. Також важливим фактором є утворення дієвої мотиваційної системи, що ґрунтується на прямому кореляційному зв'язку між результатами професійного навчання та кар'єрним просуванням публічного службовця.

Список використаних джерел:

1. Концепція реформування системи професійного навчання державних службовців, голів місцевих держадміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад : схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 1 грудня 2017 р. № 974-р. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/974-2017-%D1%80#Text (дата звернення: 22.10.2024).
2. Портал управління знаннями : офіційний веб-сайт. URL: https://pdp.nacs.gov.ua (дата звернення: 22.10.2024).
3. Положення про систему професійного навчання державних службовців, голів місцевих державних адміністрацій, їх перших заступників та заступників, посадових осіб місцевого самоврядування та депутатів місцевих рад : затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 6 лютого 2019 р. № 106. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/106-2019-%D0%BF#n14 (дата звернення: 22.10.2024).
4. Положення про вебпортал управління знаннями у сфері професійного навчання «Портал управління знаннями» : затверджено наказом Національного агентства України з питань державної служби 26 листопада 2019 р. № 209-19. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1234-19#Text (дата звернення: 22.10.2024).
5. Про державну службу : Закон України від 10 грудня 2015 р. №889-VII. URL : https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text (дата звернення: 22.10.2024).

Boiko Kateryna,
student of Alexandru Ioan Cuza University (Romania)

PROBLEMS OF THE EFFECTIVENESS OF THE MODERN INTERNATIONAL SECURITY SYSTEM

The modern international security system faces a number of serious challenges that call its effectiveness into question. A key problem in the effectiveness of the system of international relations lies in the insufficient legitimacy of international institutions, which arises from differences in approaches and interests among countries. Major powers with significant global influence do not support international processes that do not align with their national interests. Given the veto power in the UN Security Council, security-related decisions are often blocked by its permanent members, reducing the effectiveness of the organization [1].

Countries dissatisfied with the decisions of international institutions seek alternative paths by creating their own international structures or forming alliances with other nations, which leads to fragmentation and disintegration of the international security system and increases geopolitical risks. As a result, the lack of legitimacy of international institutions complicates the resolution of global issues, such as armed conflicts, terrorism, climate change, and undermines global stability.

Another issue is the lack of political will for cooperation. In the field of international security, this problem is particularly relevant in today's world, where global challenges and threats require united efforts from all countries. The refusal to cooperate often arises from differences in political views, national interests, and priorities. As a result, countries may act in isolation or pursue their own goals without considering the common needs and security of the international community. For example, in areas such as arms control, counter-terrorism, or climate change, cooperation among all nations is essential to achieve common objectives and minimize threats to the world at large. A deeper understanding and recognition of shared challenges will help countries overcome political disagreements and find common solutions to international security problems. Such an approach will promote stability and peaceful coexistence among nations, ensuring security and prosperity for all peoples.

Geopolitical contradictions and conflicts of interest among states are serious factors that influence the state of international security. These conflicts arise from the desire of each state to protect its territorial, economic, and political interests. Frequently, these contradictions between major powers become the basis for complex situations in which political positions and strategies may conflict with international norms and principles. Conflicts of

interest can take various forms – ranging from efforts by countries to gain strategic advantages in certain regions to controlling key resources, such as energy sources or maritime routes [2]. These contradictions can lead to tense situations where states act solely in pursuit of their narrow national interests, disregarding overall stability and security.

For example, conflicts of interest between countries may result in an arms race, as nations seek to enhance their military capabilities either to protect their own interests or to undermine those of others. This, in turn, can escalate tensions and increase the risk of conflict, posing a threat to international peace and security.

Solving the serious problems of the international security system requires a comprehensive approach and joint efforts from all countries. One of the key directions for addressing these issues is strengthening the legitimacy of international institutions, such as the United Nations (UN) and the UN Security Council. This requires reform aimed at ensuring greater representation and transparency within these organizations, which will foster increased trust among member states [3]. An important step is the creation of new international institutions capable of effectively responding to emerging challenges and threats. These new structures must be flexible and adaptive to changes in the geopolitical environment to effectively counter modern security threats.

Additionally, it is essential to ensure that countries comply with international law. This includes not only the adoption of international norms and standards but also their practical implementation. Adherence to international law will enhance the legitimacy of international institutions and strengthen their ability to resolve conflicts and ensure international security and stability.

Enhancing cooperation and coordination is a crucial aspect of ensuring international security and stability. It is necessary to increase the exchange of information between countries concerning international security threats. This includes improving mechanisms for sharing intelligence and analytical data about potential threats, such as terrorist activities, the proliferation of weapons of mass destruction, and cyberattacks. Fast and effective information exchange will enable countries to respond to threats jointly and in a coordinated manner.

An essential step is the development of cooperation mechanisms between various state and non-state actors. This involves creating platforms for dialogue and collaboration between governments, international organizations, civil society, and the private sector. Such mechanisms can help address a wide range of international security issues, from conflict prevention to combating transnational threats.

References:

1. Mingst Karen A., Karns Margaret P., Lyon Alynna J. The United Nations in the 21st century. Routledge, 2022.

2. Jones Alun. Towards an emotional geography of diplomacy: Insights from the United Nations Security Council. Transactions of the Institute of British Geographers, 2020. P. 649–663.

3. Єремєєва І. А. Проблеми миротворчості ООН в умовах трансформації міжнародних безпекових інститутів. *Politicus.* 2016. № 1. С. 204–209.

Chushkin Arsenii,
Technical University of Košice (Slovakia)

PROBLEMS IN COUNTERING INTERNATIONAL TERRORISM

The relevance of examining the challenges in countering international terrorism is profound, as terrorism remains one of the most pressing global security threats today. Despite numerous efforts by states to counter terrorism, terrorist organizations continue to adapt, increase their influence, and develop new tactics. This underscores the ongoing struggle of the international community to effectively address and mitigate the evolving methods of terrorism.

Counterterrorism efforts face complications when state actors indirectly support or benefit from the persistence of terrorism, often due to economic or political interests. In some instances, elements within government structures may have ties to influential financial sectors, promoting forceful responses or seeking compromises that compromise the fight against terrorism.

This dynamic, wherein state officials advocate peaceful conflict resolution yet leverage terrorism for political gain, illustrates the complex dualities that hinder effective counterterrorism strategies.

International terrorism remains one of the key security threats. Although states actively implement necessary measures to prevent and combat terrorism, terrorist organizations continue to increase their influence in international relations, using new methods to achieve their objectives. This highlights the low effectiveness of the international community's fight against terrorism.

Combating terrorism is complicated by the fact that some state actors have vested interests in its persistence. There are individuals within governmental structures linked to financial circles who lobby for certain interests, support military solutions, or advocate for compromises.

The complexity of combating terrorism lies in the fact that, while state officials may publicly endorse peaceful conflict resolution methods without military intervention, some leaders in crisis situations see halting counterterrorism efforts as beneficial for various objectives, such as consolidating the nation against an external enemy. This can lead to shifts from counterterrorist operations to overt military interventions, which often involve national capital expansion and strengthened state control, as populations frightened by terror tend to support political forces that can end these threats, thereby allowing for further consolidation of power and preservation of international influence.

An essential factor in countering terrorism is the economic one. In areas where terrorist attacks occur, security forces are primarily focused on stopping these attacks, while these zones are often exploited for illegal money laundering. Additionally, arms-producing countries secure profitable contracts to supply weapons to these areas. When large-scale terrorist attacks occur within a state, neighboring countries may send in troops under the pretext of fighting terrorism, thereby establishing control.

Global politics faces the challenge of double standards in assessing terrorism, both in the past and today. For instance, the conflict between Israel and Hamas in Gaza is interpreted differently by various political forces and states. All these issues hinder the effective resolution of the problem of terrorist threats in the modern world.

Since 2014, Ukraine has been at war with the Russian Federation, bringing attention to the issue of recognizing the aggressor state as a terrorist state with subsequent sanctions. After restoring independence in 1991, Ukraine was repeatedly targeted by Russia's attempts to regain control over it using political, economic, and information-propaganda methods until 2014. Following the victory of democratic forces in the 2014 Revolution of Dignity, Russia shifted to military means to establish control over Ukraine, beginning with the annexation of Crimea, armed conflicts in Eastern Ukraine, and, on February 22, 2022, a full-scale invasion across the entire country.

Throughout this period, Russian aggression has caused Ukraine significant human, economic, and territorial losses. Russia uses a full range of military tactics against Ukraine's civilian population and infrastructure. A distinctive feature of this war is the conduct of military operations under the guise of illegal armed formations, along with the use of propaganda. Strategically, Russian aggression aims to dismantle Ukrainian statehood through both conventional military tactics and those employed by terrorist groups.

Given the nature of Russia's military actions in Ukraine and the numerous documented war crimes, Ukraine's government has initiated steps to designate Russia as a terrorist state. To date, Russia has been recognized as a terrorist state by the parliaments of Ukraine and Lithuania. However, this designation is political rather than international-legal, as there are currently no norms in international law defining such a status or outlining consequences for states that receive it.

The conditions fostering international terrorism have political, economic, and ideological roots, and terrorist actions are a form of social conflict. International terrorism actions target both states and societies. A key issue in the weakness of traditional legal methods lies in the undefined concept of terrorism and its components. An urgent task for global politics is establishing criteria for the designation of a "terrorist state" to strengthen sanction measures against aggressor states that violate peaceful coexistence norms on the international stage.

References:

1. Martini Alice. The UN and counter-terrorism: Global hegemonies, power and identities. Routledge, 2021.

2. Bove Vincenzo, Rivera Mauricio, Ruffa Chiara. Beyond coups: terrorism and military involvement in politics. *European Journal of International Relations.* 2020. № 26. P. 263–288.

3. Schmid Alex P. Defining terrorism. International Centre for Counter-Terrorism, 2022.

4. Combs Cynthia C. Terrorism in the twenty-first century. Routledge, 2022.

Андрієвський Д. О., магістр
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування маркетингової стратегії розвитку підприємства – це процес розробки й реалізації комплексу дій та рішень, спрямованих на досягнення довгострокових цілей підприємства на основі його позицій на ринку, конкурентних переваг, потреб споживачів та економічних умов. Така стратегія дозволяє ефективно використовувати ресурси, адаптуватися до змін ринку й підвищити конкурентоспроможність.

Основні етапи формування маркетингової стратегії

1. Аналіз ринкової ситуації. Один із ключових етапів розробки маркетингової стратегії, що дозволяє зрозуміти поточний стан ринку, його тенденції, а також виявити можливості та загрози для підприємства. Він включає аналіз зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на підприємство, і допомагає прийняти стратегічні рішення. Основні етапи аналізу ринкової ситуації:

1. **Аналіз зовнішнього середовища (макроаналіз).** Дослідження глобальних чинників, які не контролюються безпосередньо підприємством, але впливають на його діяльність. Основний інструмент для цього етапу – **pest-аналіз** (аналіз політичних, економічних, соціальних і технологічних факторів):

- **політичні фактори:** податкова політика, законодавство, регулювання, державна підтримка бізнесу (наприклад, зміни в податкових ставках можуть впливати на витрати підприємства);
- **економічні фактори:** рівень інфляції, купівельна спроможність, рівень безробіття, кредитні ставки (ці показники визначають споживчий попит і можливості зростання);
- **соціальні фактори:** демографічні зміни, рівень освіти, культурні особливості, модні тенденції (наприклад, зростання популярності здорового способу життя може стимулювати попит на екопродукти);
- **технологічні фактори:** нові технології, автоматизація, інновації, розвиток інтернету та цифрових платформ (технології впливають на ефективність процесів і відкривають нові канали для взаємодії зі споживачами).

2. **Аналіз галузевого середовища (мікроаналіз).** Вивчення конкурентного середовища, попиту і пропозиції, а також впливових гравців у галузі, де працює підприємство. Тут застосовується **модель п’яти сил портера:**

- **конкуренція в галузі:** оцінка основних конкурентів, їхньої частки на ринку, цінової політики, сильних і слабких сторін;

- **загроза нових конкурентів:** бар'єри для входу на ринок, такі як капіталовкладення, патентні обмеження, доступ до каналів розподілу;
- **загроза замінників:** можливість появи продуктів або послуг, що можуть замінити існуючу пропозицію;
- **сила покупців:** наскільки покупці можуть впливати на ціни або вимагати кращих умов, якщо споживачі мають великий вибір, вони можуть тиснути на підприємство з метою зниження цін;
- **сила постачальників:** важливість постачальників та їхній вплив на собівартість товару, якщо постачальник – єдиний, він має більший контроль над цінами та умовами.

3. **Внутрішній аналіз підприємства.** Оцінка внутрішніх можливостей, сильних і слабких сторін підприємства. Основні інструменти – **swot-аналіз** та **ресурсний аналіз**. **Сильні сторони:** ресурси підприємства, які можуть надати йому конкурентну перевагу. Наприклад, високий рівень якості продукції, сильний бренд або інноваційні технології. **Слабкі сторони:** обмеження, які можуть стримувати розвиток. Наприклад, висока собівартість, обмежений бюджет на маркетинг. **Можливості:** зовнішні фактори, які можна використати для зростання. Наприклад, новий сегмент споживачів або тенденція до екологічності. **Загрози:** зовнішні ризики, які можуть негативно вплинути на підприємство. Наприклад, поява сильного конкурента, зниження попиту.

4. **Аналіз споживачів.** Вивчення поведінки, уподобань і потреб цільової аудиторії. Це допомагає сегментувати ринок і виділити пріоритетні сегменти. Основні аспекти:

- **Сегментація:** розподіл споживачів на групи за віком, статтю, доходом, місцем проживання тощо.
- **Потреби та мотивація:** аналіз того, що саме спонукає клієнтів купувати продукт, які проблеми вони хочуть вирішити.
- **Ціннісні переваги:** що є важливим для споживачів у продукті – якість, ціна, екологічність, зручність.
- **Тренди в поведінці:** сучасні тренди (наприклад, онлайн-покупки, увага до екології) та очікування, які можуть впливати на попит.

5. **Аналіз ринкових тенденцій.** Дослідження актуальних тенденцій на ринку, таких як:

- **технологічні інновації:** наприклад, зростання популярності електронної комерції або використання штучного інтелекту;
- **зміни в законодавстві:** нові регуляції або обмеження, що можуть впливати на бізнес;
- **соціальні та культурні зміни:** зміни у стилі життя, що можуть сприяти або знижувати попит на певні продукти.

Комплексний аналіз ринкової ситуації надає підприємству розуміння своєї позиції на ринку, конкурентного середовища та споживчих очікувань. Він є основою для формування ефективної маркетингової стратегії, що враховує всі зовнішні та внутрішні фактори, які можуть вплинути на успіх бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Даценко В., Дронова Т., Хурдей В., Міщенко Д., Семенова Л. Маркетингова діагностика товарного асортименту рітейла в конкурентному середовищі. *Економічні горизонти*. 2022. № 3 (21).

Андрієвський О. В., магістр
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ

Формування конкурентних переваг підприємства на засадах стратегічного маркетингу – це процес створення унікальних і стійких характеристик, які виділяють підприємство серед конкурентів і дозволяють досягти довгострокового успіху на ринку. Конкурентні переваги – це ті якості продукту, сервісу або самої компанії, які є привабливими для споживачів і важко копіюються конкурентами.

Основні засади формування конкурентних переваг на основі стратегічного маркетингу:

1. Аналіз ринку та вибір стратегічного напрямку. На початковому етапі важливо глибоко вивчити ринок, конкурентів і потреби цільової аудиторії. Це дозволяє визначити, які ринкові можливості можуть перетворитися в конкурентну перевагу для підприємства. Використання таких інструментів, як SWOT-аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози) і аналіз конкурентного середовища (модель Портера), допомагає виділити напрями, які мають найвищий потенціал. Вибір стратегії диференціації. Продуктова диференціація: створення унікальних характеристик продукту, таких як якість, дизайн, додаткові функції, які роблять його привабливішим для певного сегмента. Цінова диференціація: гнучкість у ціноутворенні, що дозволяє залучати клієнтів, які шукають або преміальні, або економні варіанти. Сервісна диференціація: надання унікальних послуг або кращого рівня обслуговування. Наприклад, швидка доставка, якісне післяпродажне обслуговування, гарантія повернення. Іміджева диференціація: формування бренду з чітким та позитивним іміджем, який асоціюється з певними цінностями або статусом (наприклад, екологічність, соціальна відповідальність).

2. Інноваційність та технологічні переваги. Впровадження інновацій є важливою складовою конкурентних переваг, оскільки нові продукти, технології або методи обслуговування дозволяють задовольнити унікальні потреби споживачів. Використання сучасних цифрових технологій, автоматизації, штучного інтелекту й аналітики даних допомагає поліпшити як продуктивність, так і якість обслуговування.

3. Адаптивність і стратегічна гнучкість. Сьогодні ринкове середовище швидко змінюється, і важливим конкурентним фактором стає здатність адаптуватися. Стратегічна гнучкість дозволяє оперативно реагувати на зміни в уподобаннях клієнтів, нові технологічні тенденції та активність конкурентів. Маркетингова стратегія повинна включати механізми постійного моніторингу ринку й зворотного зв'язку від клієнтів для швидкого коригування дій.

4. Фокусування на споживачі та ціннісна орієнтація. Одна з головних засад конкурентних переваг — це створення цінності для споживача. В основі стратегії лежить глибоке розуміння потреб клієнтів і формування продуктів або послуг, що відповідають їхнім очікуванням і навіть перевищують їх. Використання інструментів CRM (системи управління відносинами з клієнтами) допомагає не тільки збирати та аналізувати інформацію про клієнтів, а й формувати індивідуальні пропозиції, що підвищує лояльність.

5. Репутація та довіра. Добра репутація підприємства є однією з найважливіших конкурентних переваг, яку важко копіювати. Чесність, відповідальність перед клієнтами, якісний сервіс та соціальна відповідальність сприяють формуванню довіри. Використання стратегій корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) може допомогти виділитися на ринку, оскільки сучасні споживачі дедалі більше цінують компанії, що роблять внесок у добробут суспільства та екологію.

Основні стратегії формування конкурентних переваг на основі маркетингу:

1. Стратегія лідерства у витратах: передбачає оптимізацію внутрішніх процесів та скорочення витрат з метою зниження ціни. Це дозволяє конкурувати за рахунок нижчої ціни, залучаючи споживачів, для яких ціна є визначальним фактором.

2. Стратегія диференціації: фокус на створенні унікальної пропозиції, що виділяє підприємство серед інших за рахунок якості, інновацій, дизайну або інших цінних для споживача характеристик.

3. Стратегія фокусування (нішування): зосередження на обслуговуванні певного сегмента ринку. Такий підхід дозволяє краще розуміти потреби обраної групи клієнтів і задовольняти їх на найвищому рівні.

До прикладів конкурентних переваг, створених завдяки стратегічному маркетингу доцільно віднести:

- Apple: диференціація через інноваційний дизайн, зручність, екосистему продуктів і сильний бренд.
- IKEA: лідерство у витратах і стандартизація процесів дозволяють підтримувати низькі ціни при високій якості продукції.
- Tesla: поєднання інноваційної технології та соціальної відповідальності створило лояльну базу клієнтів, які підтримують екологічний підхід.

Таким чином, формування конкурентних переваг на засадах стратегічного маркетингу є комплексним процесом, що включає аналіз ринку, визначення цільових сегментів, створення унікальної ціннісної пропозиції та постійне вдосконалення продукту. Ефективна маркетингова стратегія забезпечує підприємству можливість не тільки виділятися на ринку, а й формувати довготривалу лояльність клієнтів і утримувати свої позиції навіть у висококонкурентних умовах.

Список використаних джерел:

1. Даценко В.В., Міщенко Д.А., Хурдей В.Д., Павловська І.Г., Семенова Л.Ю., Дронова Т.С. Маркетинг: Модель 7Р: навч. посіб. Дніпро : УМСФ. 2023. 142 с.

Батрак Т. С., Єцкова Д., студентки
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Дронова Т. С., к.е.н., доцент кафедри
маркетингу Університету митної справи та фінансів)

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ДОВІРИ ДО ДЕРЖАВНИХ ОРГАНІВ

Цифрова трансформація суспільства змінила способи взаємодії держави з громадянами. У контексті зростання недовіри до державних установ, особливо в умовах кризових ситуацій, важливо використовувати сучасні інструменти цифрового маркетингу для відновлення та підвищення довіри громадян до органів влади. Маркетингові стратегії дозволяють державним установам доносити важливу інформацію, стимулювати участь у соціальних проєктах та забезпечувати прозорість дій урядові інструменти цифрового маркетингу [1].

Для підвищення ефективності роботи каналів комунікації маркетинг-відділи державних органів можуть використовуватися наведені наступні інструменти:

1. Активне ведення соціальних медіа платформ, наприклад Facebook, Twitter, та Instagram, дозволяють державним установам комунікувати з громадянами в режимі реального часу, інформувати про актуальні події, відповідати на питання громадян, що підвищує їхню лояльність та довіру.

2. Створення якісного актуального контенту – публікація статей, відео, інфографіки про досягнення та ініціативи уряду підвищує обізнаність громадян, роз’яснює складні процеси та створює позитивне сприйняття державних інститутів.

3. Електронні сегментовані розсилки, орієнтовані на конкретні групи населення, дозволяють ефективно доносити важливі новини та рішення, що сприяє підвищенню інформованості й довіри.

4. Онлайн платформи для забезпечення змістовного зворотного зв’язку шляхом впровадження інструментів збору відгуків (наприклад, через онлайн-опитування) дозволяє громадянам брати активну участь у формуванні політики та ухваленні рішень .

5. SEO та пошукова реклама сприятиме оптимізації сайтів державних установ і використання пошукової реклами забезпечують доступність і прозорість інформації .

Спостерігаючи постійний ріст аудиторії соціальних мереж та користувачів мережі інтернет, не дивно, що все більше українських лідерів суспільних думок, державних діячів та органів державної влади інтегровані та представлені в соціальних мережах [4]. Свої сторінки в більшості соціальних мереж мають всі міністерства, міські ради, міністри, президент, керівники різнорідних установ, народні депутати, та інші суб’єкти пов’язані з публічним управлінням та адмініструванням.

Визнаючи комплексний вплив цифрових технологій на всі сфери суспільного життя, варто розглянути найважливіші фактори впливу в контексті дослідження. Це радикальні зміни зовнішнього середовища, зміни концептуальних засад функціонування компанії та цифрових технологій, які сьогодні використовують маркетологи [2]. До переваг цифрового маркетингу слід віднести краще охоплення аудиторії, можливість збирати чіткі та деталізовані дані, гнучкий підхід, інтерактивність, відсутність територіальних обмежень при реалізації маркетингових ідей, легкість доступу до ресурсу, управління маркетинговими заходами в режимі реального часу [3]. Ефективне використання цифрових маркетингових інструментів сприяє прозорості та відкритості діяльності державних органів. Постійна комунікація, чесність і надання актуальної інформації через зручні цифрові канали зміцнюють довіру громадян до влади. Важливо також забезпечити інтерактивність, що дозволяє відчувати залученість громадян у процеси управління, що позитивно впливає на їхню лояльність .

Цифровий маркетинг надає державним органам можливість впровадження ефективних інструменти для підвищення довіри громадян. Використання соціальних медіа, контент-маркетингу, електронних розсилок і платформ для зворотного зв'язку дозволяє забезпечити прозорість, інформованість та інтерактивність у відносинах між владою та суспільством . Впровадження таких стратегій у публічне управління сприяє зміцненню демократичних процесів та ефективності уряду.

В Україні використання цифрового маркетингу в державному управлінні набуває дедалі більшого значення, особливо в умовах цифровізації суспільства та зростаючого попиту громадян на прозорість і швидку комунікацію з органами влади. Водночас існують виклики, пов’язані з низькою цифровою грамотністю населення та нерівномірним доступом до інтернету в різних регіонах. Для подолання цих бар'єрів необхідно запроваджувати освітні ініціативи та покращувати інфраструктуру. Окрім цього, уряду слід приділяти увагу кібербезпеці, щоб уникнути витоків персональних даних, які можуть низити довіру

громадян. Важливим є також адаптація кращих світових практик до національних умов. Використання електронних розсилок, вебінарів та інтерактивних платформ може допомогти громадянам отримувати інформацію швидше й ефективніше. Успішне впровадження цифрових інструментів маркетингу на державному рівні здатне суттєво покращити взаємодію між громадянами та урядом, що є важливим кроком на шляху до побудови відкритого, демократичного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Кам'янецька Н. М. Цифровий маркетинг у публічному управлінні.
2. Марченко С. М. Маркетинговий менеджмент в умовах цифровізації: основні аспекти сучасних змін. URL: https://puet.edu.ua/wp-content/uploads/2024/09/zt_marketyng-v-umovah-didzhytalizacziyi_2023.pdf
3. Мангушев Д. В., Пихтін А. В. Застосування інструментів цифрового маркетингу для підвищення ефективності підприємницької діяльності. URL: https://modecon.mnau.edu.ua/application-of-digital-marketing-tools
4. Шкарпова О. М. Соціальні мережі як інструмент підвищення довіри до державних установ.
5. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в державному управлінні. URL: https://economicscience.com.ua/en
6. Citizens' Use of Social Media in Government and Its Impact on Trust URL: https://academic.oup.com/jpart/article-abstract/24/3/741/897577?redirectedFrom=fulltext&login=false
7. Assessing Digital Transformation Acceptance in Public Organizations' Marketing. URL: https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/265

Берелет В. В., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ЦІЛІ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ТУРЕЧЧИНИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

З нагоди сторіччя Турецької Республіки президент Р.Т. Ердоган, оголосив про новий погляд на зовнішню політику на друге століття Туреччини. На церемонії відкриття програми *«Століття Туреччини»* 28 жовтня 2022 р. він виклав довгострокове зовнішньополітичне бачення «Століття Туреччини» і заявив про свою рішучість побудувати *«Вісь Туреччини»*. Бачення «Століття Туреччини» визначає довгострокові цілі Турецької Республіки і окреслює майбутній курс турецької зовнішньої політики. Ердоган підтвердив свої наміри зробити Туреччину однією з десяти провідних країн світу в політиці, економіці, технологіях, військовій справі і дипломатії [1, с. 74].

Виступаючи на 78-й Генеральній Асамблеї ООН президент Ердоган визначив глобальні та регіональні пріоритети, якими керується турецька зовнішня політика й зазначив, що Туреччина стоїть перед необхідністю переосмислити свою зовнішню політику в епоху, позначену ескалацією глобального і регіонального суперництва за владу, зростанням глобальної невизначеності і зміною регіонального геополітичного ландшафту, де переважають виклики безпеці. В основі зовнішньополітичного бачення Ердогана лежить консолідація *стратегічної автономії Туреччини*. Ця амбітна мета передбачає перетворення Туреччини на потужного економічного, військового і дипломатичного гравця [2].

Влітку 2023 р. Хакан Фідан – новий міністр закордонних справ Туреччини, призначений після перемоги Р.Т. Ердогана на президентських виборах, опублікував статтю, в якій виклав основні пріоритети зовнішньої політики Туреччини відповідно до нового зовнішньополітичного бачення [3]. Він зазначив, що «Туреччина вступає у «Століття Туреччини» у час швидкозмінної геополітичної динаміки у поєднанні з постійно зростаючими глобальними викликами, кульмінацією яких є складна епоха, що характеризується численними кризами. На цьому тлі Туреччина виділяється як регіональний конструктивний актор, який прагне зробити свій внесок у створення більш інклюзивної та ефективної міжнародної системи, здатної протистояти сучасним глобальним і регіональним викликам [3, с. 11].

У своїй статті Хакан Фідан визначив 4 основні цілі зовнішньої політики Туреччини:

1. *Сприяння миру і безпеці в регіоні та створення нових моделей співпраці*. Сприяння миру та безпеці в регіоні має подвійну мету, що складається із зусиль щодо усунення загроз і подолання викликів, а також вивчення можливостей для розвитку моделей регіональної економічної та політичної співпраці. Акцент при цьому робиться на боротьбі з тероризмом як найбільш значною загрозою регіональному миру і безпеці (передусім маються на увазі ворожі до уряду Туреччини групи: ІДІЛ, PKK/YPG, FETÖ). Туреччина наполягає на тому, що боротьба з тероризмом – справа не однієї країни, а всього світу [3, с. 15]. Крім того зазначається про необхідність подолання конфліктів і забезпечення миру та стабільгості в Іраку, Лівії, Сирії, Афганістані, на Балканах, нормалізації стосунків з Вірменією, припинення російсько-української війни та вирішення кіпрського питання [3, с. 15–20].

2. *Подальша інституціоналізація зовнішніх відносин* Туреччини на структурній основі, а саме зміцнення існуючих стратегічних відносин і встановлення нових. Декларується «зміцнення співпраці з США в широкому діапазоні сфер і на основі спільних інтересів, оскільки це має вирішальне значення для підтримання миру і безпеки в нашому регіоні та за його межами». Підкреслюється вирішальна роль НАТО для безпеки і процвітання Європи, роль Туреччини як провідного члена НАТО. Вказується на необхідність просування процесу вступу Туреччини до ЄС. Декларується необхідність поглиблення співпраці в рамках Організації тюркських держав і Організації ісламського співробітництва [3, с. 20–21].

3. *Розвиток середовища процвітання*. «Сильна і самодостатня турецька економіка з доступом до глобальних можливостей сприятиме економічному процвітанню не лише турецького народу, а й його сусідів, друзів і партнерів у всьому світі». Тому економічному компоненту зовнішньої політики буде приділятися особлива увага. Відповідно до своєї мети стати однією з десяти найбільших економік світу, Туреччина буде диверсифікувати та поглиблювати комерційні та економічні відносини з усіма частинами світу. Пріоритетними напрямками в цьому процесі поглиблення та диверсифікації стануть високі та критичні технології, у тому числі оборонна промисловість. Чотири основні свободи, а саме вільний рух товарів, людей, послуг і капіталу, стануть ще одним пріоритетним напрямком [3, с. 21–22].

4. *Просування глобальних цілей*. Четверта мета полягає у подальшому просуванні турецької політики в різних географічних регіонах, пропонуючи рішення глобальних проблем. При цьому підкреслюється роль гуманітарної складової турецької зовнішньої політики. Країни світу закликаються «продемонструвати сильну волю до реалізації Цілей сталого розвитку» ООН. Декларується необхідність звернути увагу з «новою епідемією расизму, ксенофобії та ісламофобії, особливо в західних країнах» [3, с. 22–23].

Список використаних джерел:

1. Ataman M. The Century of Türkiye: A New Foreign Policy Vision for Building the Türkiye Axis. *Insight Turkey.* Summer 2023. Vol. 25. № 3. P. 73–96.

2. Yeşiltaş M. Erdoğan's road map in Turkish foreign policy. *SETA Foundation for Political, Economic and Social Research: website.* URL: https://www.setav.org/en/opinion/erdogans-road-map-in-turkish-foreign-policy (last accessed 31.10.2024).

3. Fidan H. Turkish Foreign Policy at the Turn of the "Century of Türkiye": Challenges, Vision, Objectives, and Transformation. *Insight Turkey*. Summer 2023. Vol. 25. № 3. P. 11–25.

Білоус В. В., аспірант ЗВО "Університет Короля Данила"
(науковий керівник – Гавадзин Н. О., к.е.н., доц.,
професор кафедри управління та адміністрування
ЗВО "Університет Короля Данила")

ВПЛИВ ЦИФРОВИХ ІННОВАЦІЙ НА СЕКТОРИ ЕКОНОМІКИ

Впровадження цифрових інновацій має глибокий вплив на розвиток секторів економіки, сприяючи підвищенню ефективності та продуктивності. Важливо дослідити, як новітні технології трансформують традиційні бізнес-моделі та створюють нові можливості для економічного зростання. Аналіз впливу цифрових інновацій дозволить адаптуватися до швидкоплинних змін у глобальному економічному середовищі.

Фінансовий сектор зазнає значних змін завдяки впровадженню цифрових технологій, таких як блокчейн і криптовалюти. Блокчейн є розподіленою базою даних, яка забезпечує прозорість і безпеку фінансових

операцій. Кожна транзакція реєструється у блоках, які пов'язуються між собою, утворюючи неперервний ланцюг. Це дозволяє запобігти шахрайству, оскільки будь-які зміни у записах можуть бути легко відстежені і підтверджені всіма учасниками мережі. Також, блокчейн забезпечує децентралізацію, знижуючи залежність від традиційних фінансових посередників, таких як банки. Криптовалюти, відкривають нові можливості для фінансових операцій, забезпечуючи швидкі і дешеві міжнародні перекази без участі традиційних банків. Використання криптовалют дозволяє уникнути високих комісій і затримок, які часто зустрічаються при використанні традиційних методів. Крім того, криптовалюти забезпечують високий рівень конфіденційності, оскільки транзакції можуть бути проведені без розкриття особистої інформації. Завдяки цим технологіям фінансові процеси стають більш ефективними та безпечними, відкриваючи нові можливості для бізнесу і споживачів. Це сприяє розвитку нових фінансових продуктів і послуг, таких як смарт-контракти, які автоматизують виконання угод на основі визначених умов [1].

Онлайн-навчання та електронні навчальні ресурси суттєво розширюють можливості для отримання освіти, роблячи її більш доступною для широкого кола людей. Завдяки платформам на зразок Coursera, студенти з будь-якої точки світу можуть отримати доступ до курсів від провідних університетів та закладів освіти. Це особливо важливо для тих, хто не має можливості відвідувати традиційні заняття через політичні, географічні чи фінансові обмеження. Інтерактивність є ще одним ключовим аспектом онлайн-навчання. Використання відеолекцій, інтерактивних завдань, обговорень на форумах та віртуальних лабораторій дозволяє глибше засвоювати матеріал. Цифрові освітні ресурси дають можливість персоналізувати навчання. Студенти можуть вивчати матеріал у своєму власному темпі, приділяти більше часу складним темам і повторювати матеріал стільки разів, скільки потрібно.

Цифрові інновації революціонізують медичні послуги, роблячи їх більш доступними та ефективними. Телемедицина дозволяє пацієнтам отримувати консультації лікарів та діагностичні послуги через відеозв'язок, що особливо корисно в умовах пандемії або для жителів віддалених районів. Це знижує необхідність особистих відвідувань, зменшуючи навантаження на медичні установи та економлячи час пацієнтів.

Автономні транспортні засоби (АТЗ) та системи управління міським транспортом значно змінюють спосіб пересування в містах. АТЗ використовують сенсори, камери та алгоритми штучного інтелекту для автономного керування, що дозволяє знижувати кількість дорожньо-транспортних пригод за рахунок усунення людського фактора. Завдяки цьому підвищується безпека на дорогах. Системи управління міським транспортом використовують дані в режимі реального часу для оптимізації руху транспорту, зменшуючи затори та покращуючи ефективність пересування. Наприклад, інтелектуальні системи керування світлофорами можуть адаптувати час зміни сигналів в залежності від інтенсивності трафіку, що знижує час очікування та підвищує пропускну здатність вулиць.

Цифрові технології радикально змінюють спосіб споживання контенту. Стрімінгові сервіси, такі як Netflix, Spotify, та youtube, дозволяють користувачам миттєво отримувати доступ до великої кількості фільмів, серіалів, музики та інших медіа. Відсутність необхідності зберігати файли на своїх пристроях робить процес споживання контенту зручнішим та швидшим, а також відкриває нові можливості для творців контенту, що можуть досягти ширшої аудиторії. Зростаючий попит на віртуальні реальності (VR) також змінює досвід споживачів. VR-технології дозволяють користувачам занурюватися у віртуальні світи для розваг, навчання або роботи. Це створює нові можливості для ігрової індустрії, освітніх програм та професійного тренінгу. Наприклад, VR-ігри надають гравцям більше інтерактивності та реалістичності, ніж традиційні відеоігри [2]. Таким чином, цифрові технології не лише змінюють спосіб доступу до контенту, але й кардинально змінюють сам досвід споживання, роблячи його більш динамічним та інтерактивним.

Цифрові технології стали невід'ємною частиною сучасної економіки, кардинально змінюючи різні сектори. Вони забезпечують підвищення ефективності, безпеки та інновацій у фінансовій сфері, освіті, охороні здоров'я, транспорті та розвагах. Дослідження та адаптація до цих змін є ключем до успішного розвитку національних економік в умовах глобальної цифрової трансформації.

Список використаних джерел:

1. Шевчук І.Б., Депутат Б.Я., Тарасенко О.Є. Цифровізація та її вплив на економіку україни: переваги, виклики, загрози й ризики. URL: http:// bses.in.ua/journals/2019/47_2_2019/34.pdf

2. Огляд інструментів цифрової трансформації економіки України. URL: https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/ohlyad-instrumentiv-tsyfrovoyi-transformatsiyi-ekonomiky-ukrayiny-lyutyy

Бірюкова О. В., аспірантка
кафедри права, національної безпеки та європейської інтеграції
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
(науковий керівник – Мирна Н. В., к.держ.упр., доцент
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна
Навчально-наукового інституту "Інститут державного управління"

ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО ЯК ЧИННИК РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОЛОГІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Природоохоронна діяльність громадянського суспільства відіграє особливу роль у реалізації державної політики в забезпеченні екологічної безпеки шляхом суб'єктивної оцінки громадян, яка надає можливість побачити й відчути весь спектр проблем, які найбільш турбують людину та пов'язані зі станом навколишнього природного середовища там, де вона знаходиться. Останні роки спостерігається, що українське громадянське

суспільство вміє самоорганізовуватися для захисту національних інтересів і стає більш зрілим, накопичує власний досвід та переймає закордонний, проте одночасно загострюється необхідність у становленні та розвитку індивідуальної та колективної відповідальності за наслідки власних дій у природоохоронній сфері. В Україні на сьогодні сформувалися значна кількість реально дієвих інститутів громадянського суспільства екологічного спрямування (громадянські об'єднання, волонтери), до складу яких належать експерти та спеціалісти в цій сфері [1; 2].

Аналіз взаємовідносин громадянського суспільства та органів державної влади в природоохоронній сфері засвідчує, що в Україні сформовано нормативно-правове регулювання взаємодії органів влади з інститутами громадянського суспільства в забезпеченні екологічної безпеки та визначено способи їх участі у формуванні та реалізації державної екологічної політики. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування поки що не визнають громадське суспільство як рівноцінних партнерів у формуванні та реалізації державної екологічної політики, а залучають їх у разі, коли необхідно заручитися підтримкою громадськості.

Одним із ключових пріоритетів є забезпечення ефективної взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування з інститутами громадянського суспільства на всіх рівнях. Саме ця успішна взаємодія сприятиме встановленню діалогу між державою, суспільством і бізнесом та допоможе зміцнити довіру громадян до влади.

Серед наявних сучасних практик участі громадянського суспільства у формуванні та реалізації державної екологічної політики в забезпеченні екологічної безпеки можемо назвати ті громадські організації, які діють у форматі безпосереднього спілкування, а саме: беруть участь у розробленні та обговоренні проєктів нормативно-правових актів, входять до складу консультативно-дорадчих органів, громадських рад, експертно-аналітичних структур, юридичних відділів, громадських комісій з контролю за діяльністю влади тощо.

Важливе значення в системі природоохоронної діяльності мають громадські організації, які займаються правозахисною діяльністю в екологічній сфері, зокрема: у разі порушення прав громадян на безпечне довкілля надають юридичні послуги суб'єктам господарювання щодо захисту їх прав з боку органів контролю під час планових і позапланових перевірок відповідно до вимог природоохоронного законодавства.

Крім того, останнім часом спостерігається участь громадянського суспільства в забезпеченні екологічної безпеки шляхом створення ініціативних груп при обласних, районних радах і територіальних громадах. За їх участю проводяться заходи, пов'язані зі збереженням природи, серед яких: формування екологічної культури, активізація природоохоронної діяльності громадян, запровадження волонтерського руху, висвітлення та обговорення проблем довкілля через сучасні медіаресурси.

Але, на жаль, сьогодні в Україні ще рано говорити про завершення формування дієвої інституційної системи громадянського суспільства, яка б була здатна забезпечити ефективну взаємодію влади та суспільства і бізнесу з чітким встановленими правилами та нормами взаємоузгоджених дій у забезпеченні екологічної безпеки. Це пов'язано з цілим комплексом невирішених проблем як у нормативно-правовому, інституційному, так і структурно-організаційному забезпеченні, а найголовніше – у фінансовому.

Напрямок розвитку суспільних відносин у сфері захисту довкілля та раціонального природокористування із залучення громадянського суспільства в забезпечення екологічної безпеки повинен розглядатись у площині системи національної безпеки. Також доцільно зосередити увагу на пошуку реальних інструментів залучення громадян до реалізації державної екологічної політики, а не формальних, які представлені в тих чи інших нормативно-правових актах.

Список використаних джерел:

1. Бірюков В. В. Соціальна відповідальність держави і суспільства щодо охорони довкілля. *Теорія та практика державного управління.* 2018. Вип. 3 (62). С. 118–126.

2. Бульба В., Радченко О., Задорожний С. Роль громадянського суспільства в протидії та запобіганні корупції в Україні. *Сучасні проблеми державного управління в умовах системних змін. Серія «Державне управління».* 2018. Т. XIX. Вип. 305. С. 106–118.

Бойко К. В., студентка
Дніпровського державного університету внутрішніх справ
(науковий керівник – Левін О. Л., к.і.н., доц., завідувач кафедри
соціально-економічних дисциплін
Дніпровського державного університету внутрішніх справ)

ПРОБЛЕМИ ЕФЕКТИВНОСТІ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ

Сучасна система міжнародної безпеки стикається з низкою серйозних викликів, що ставлять під сумнів її ефективність. Ключовою проблемою ефективності системи міжнародних відносин є недостатня легітимність міжнародних інституцій, яка виникає через різницю в підходах та інтересах між країнами. Великі держави, що мають значний вплив у світі, не підтримують міжнародні процеси, які не відповідають їхнім національним інтересам. Зважаючи на вето у Раді Безпеки ООН, безпекові рішення блокуються країнами, які є її постійними членами, що зменшує ефективність організації [1].

Країни, що незадоволені рішеннями міжнародних інституцій, шукати альтернативні шляхи та створюють власні міжнародні структури або формують альянси з іншими країнами, що є причиною фрагментації та

дезінтеграції міжнародної системи безпеки та спричиняє збільшення геополітичних ризиків. У результаті, недостатня легітимність міжнародних інституцій ускладнює вирішення глобальних проблем, таких як збройні конфлікти, тероризм, зміна клімату, і порушують стабільність у світі. Наступною є проблема відсутності політичної волі для співпраці. У сфері міжнародної безпеки ця проблема стає особливо актуальною у сучасному світі, де глобальні виклики та загрози вимагають об'єднаних зусиль всіх країн. Відмова від співпраці часто виникає через різницю в політичних поглядах, національних інтересах та пріоритетах. Це може призвести до того, що країни виступають ізольовано або переслідують власні цілі, не враховуючи загальні потреби та безпеку міжнародного співтовариства. Наприклад, у сфері контролю над зброєю, боротьби з тероризмом чи зміни клімату, важлива є співпраця всіх країн для досягнення спільних цілей та мінімізації загроз для всього світу. Більш глибоке розуміння і визнання загальних викликів допоможе країнам подолати політичні розбіжності і знайти спільні шляхи для вирішення проблем міжнародної безпеки. Такий підхід сприятиме стабільності та мирному співіснуванню країн у світі, забезпечуючи безпеку та процвітання всім народам.

Геополітичні протиріччя та конфлікти інтересів між державами є серйозними факторами, які впливають на стан міжнародної безпеки. Вони виникають через бажання кожної держави захищати свої територіальні, економічні та політичні інтереси. Нерідко ці протиріччя між великими державами стають основою для складних ситуацій, де політичні позиції та стратегії можуть суперечити міжнародним нормам та принципам. Конфлікти інтересів можуть мати різні прояви – можуть відбиватися у спробах країн здобути стратегічну перевагу в певних регіонах чи контролювати важливі ресурси, такі як енергетичні джерела або морські шляхи. Ці протиріччя можуть призвести до напружених ситуацій, коли держави діють у своїх вузьких національних інтересах, не враховуючи загальну стабільність та безпеку. Наприклад, конфлікт інтересів між державами здатен призвести до гонки озброєнь, коли країни намагаються підвищити свій військовий потенціал для захисту власних інтересів або псування інтересів інших. Це може спричинити зростання напруги та ризику ескалації конфлікту, що загрожує міжнародному миру та безпеці. Вирішення серйозних проблем системи міжнародної безпеки вимагає впровадження комплексного підходу та спільних зусиль всіх країн світу. Одним із ключових напрямків вирішення є зміцнення легітимності міжнародних інституцій, таких як Організація Об’єднаних Націй (ООН) та Рада Безпеки ООН. Для цього необхідно провести реформу, спрямовану на забезпечення більшого представництва та прозорості цих організацій, що сприятиме підвищенню довіри до них з боку країн-членів [2]. Важливим кроком є створення нових міжнародних інституцій, які зможуть ефективно відповідати на нові виклики та загрози. Ці нові структури повинні бути гнучкими та адаптивними до змін у геополітичному середовищі, щоб ефективно протидіяти сучасним загрозам безпеці. Додатково, важливо забезпечити дотримання міжнародного права країнами. Це включає не

лише прийняття міжнародних норм та стандартів, але й їх реалізацію в дії. Дотримання міжнародного права сприятиме підвищенню легітимності міжнародних інституцій та зміцнить їхню здатність до вирішення конфліктів та забезпечення міжнародної безпеки та стабільності.

Підвищення рівня співпраці та координації дій є важливим аспектом забезпечення міжнародної безпеки та стабільності. Необхідно збільшити обмін інформацією між країнами стосовно загроз міжнародній безпеці. Це означає покращення механізмів обміну розвідувальною та аналітичною інформацією про можливі загрози, включаючи терористичні дії, розповсюдження зброї масового знищення та кібератаки. Швидкий та ефективний обмін інформацією дозволить країнам реагувати на загрози спільно та координаційно. Важливим кроком є розвиток механізмів співпраці між різними державними та недержавними акторами. Це включає створення платформ для діалогу та співпраці між урядами, міжнародними організаціями, громадськими організаціями та приватним сектором. Такі механізми можуть допомогти у вирішенні широкого спектру проблем міжнародної безпеки, від попередження конфліктів до боротьби з транснаціональними загрозами.

Список використаних джерел:

1. Воронюк Є. В., Ярмош О. В., Айорінде М. Б. Вплив міжнародних організацій на економічну політику країн світу. *Ефективна економіка.* 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8357 (дата звернення 20.10.2024).

2. Єремєєва І. А. Проблеми миротворчості ООН в умовах трансформації міжнародних безпекових інститутів. *Politicus.* 2016. № 1. С. 204–209.

Бондаревська К. В., д.е.н., проф., професор
кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів
Вострікова Ю., здобувач освіти
Університету митної справи та фінансів

ПЕРСПЕКТИВИ РЕІНТЕГРАЦІЇ ВПО В УКРАЇНІ

Проблема реінтеграції внутрішньо переміщених осіб (ВПО) в Україні набула критичного значення через масштабні переміщення населення внаслідок російської агресії. Основні перспективи реінтеграції ВПО можна розглядати через призму соціально-економічних, культурних та політичних процесів.

По-перше, для успішної реінтеграції необхідне формування стабільної економічної бази, що включає працевлаштування, доступ до житла та підтримку малого бізнесу. Належні державні та міжнародні інвестиції в інфраструктуру та освітні програми допоможуть ВПО адаптуватися та зробити внесок в економіку регіонів, до яких вони були переселені.

Першочергового значення набуває проблема забезпечення внутрішньо переміщених осіб житлом. У багатьох мирних містах та селах через значне збільшення населення та вимушене переселення великої кількості людей орендна плата на житло суттєво зросла. Це призвело до того, що деякі ВПО були змушені повернутися до небезпечних районів свого попереднього проживання.

Таким чином, на даний момент зберігаються такі проблеми:

1. У багатьох місцях, де ВПО знайшли тимчасовий притулок, умови проживання залишаються незадовільними.

2. Обмежені можливості для розміщення ВПО, попри те, що є випадки, коли люди проживають у спортивних залах шкіл, де кількість мешканців перевищує 100 осіб.

3. Відсутність актуальної інформації про наявність житлового фонду, що перебуває у державній або комунальній власності, та об'єктів, які можуть бути використані для житлових потреб ВПО.

Таким чином, необхідно у найближчий термін розробити ефективну державну політику на місцевому рівні для забезпечення житлових потреб ВПО. Особливо важливим є проведення місцевими органами влади аналізу та збирання актуальних даних щодо потенційних місць для розміщення переселенців. В умовах воєнного стану придбання або будівництво нового житла є довготривалим і складним процесом. Тому одним із перспективних підходів до вирішення житлових проблем є реновація існуючого житлового фонду в конкретних населених пунктах [1].

По-друге, важливим фактором є культурна інтеграція. Необхідно створювати умови для збереження культурної ідентичності ВПО та їх взаємодії з місцевими громадами, що може включати підтримку культурних ініціатив, освітніх заходів та програм громадянської участі.

Культурна реінтеграція внутрішньо переміщених осіб (ВПО) в Україні є важливим процесом, що спрямований на забезпечення їхньої адаптації та включення в нові громади, де вони тимчасово чи постійно проживають. Цей процес охоплює як збереження власної ідентичності, так і інтеграцію в нові культурні середовища.

Багато ВПО прагнуть зберегти свої традиції, мову та культурні особливості, навіть після переміщення. Це важливо для підтримки їхнього емоційного та психологічного стану. Тому організація культурних подій, спрямованих на популяризацію місцевих традицій та звичаїв, є одним із способів збереження ідентичності.

Важливо, щоб ВПО відчували себе частиною громади, в яку вони переселилися. Для цього організовуються культурні заходи, де нові та старі жителі можуть взаємодіяти, обмінюватися досвідом та пізнавати культурні традиції одне одного. Це допомагає зміцнювати зв'язки та сприяє соціальній згуртованості.

Програми з освіти, які включають вивчення місцевої культури та історії, відіграють важливу роль у реінтеграції. Такі ініціативи можуть бути спрямовані на різні вікові групи, починаючи з дітей і закінчуючи дорослими.

Важливу роль відіграють проєкти та програми, що підтримуються урядом та громадськими організаціями, спрямовані на полегшення адаптації ВПО. Це може включати майстер-класи, фестивалі, виставки, що підкреслюють різноманітність та єдність культур.

Культура може слугувати терапевтичним засобом для ВПО. Арт-терапія, театральні постановки, виставки та інші форми мистецтва допомагають людям виразити свої почуття, пережити травматичний досвід і знайти нові соціальні контакти.

Важливо, щоб культурна реінтеграція була комплексною та враховувала потреби як самих ВПО, так і громад, які їх приймають, що дозволяє досягати гармонійного співіснування та взаємного збагачення культур [2].

По-третє, політична підтримка є ключовою. Потрібні комплексні державні політики, що забезпечують доступ ВПО до правосуддя, медичних послуг та соціальної допомоги. Розробка довгострокових стратегій реінтеграції, яка враховує потреби ВПО та підвищує їхню соціальну включеність, є важливою умовою стабільності країни.

Важливо розробити та імплементувати законодавство, яке чітко захищає права ВПО на житло, роботу, медичну допомогу та освіту. Наприклад, в Україні є закон, що визначає статус і права ВПО, але його виконання вимагає постійного удосконалення. Розробка стратегій реінтеграції з акцентом на довгострокові рішення для ВПО, включаючи інтеграцію у місцеві громади або повернення до місць проживання.

Важливо забезпечити, щоб діти внутрішньо переміщених осіб мали доступ до якісної освіти в нових місцях проживання. Важливі також програми підтримки для молоді і дорослих, що дозволять їм отримати нові знання та навички. Програми психологічної реабілітації та інтеграції є ключовими для подолання наслідків травм, які зазнали ВПО під час переселення або війни.

Наявність урядових організацій, відповідальних за питання реінтеграції ВПО, забезпечить системний підхід до вирішення проблем. Громадські організації та міжнародні донори: Важливо підтримувати співпрацю з міжнародними організаціями, такими як ООН, Червоний Хрест, які часто надають фінансову та технічну допомогу для реалізації проєктів реінтеграції.

Серед ключових питань – забезпечення діалогу між ВПО та місцевими громадами для уникнення конфліктів та сприяння інтеграції, проведення освітніх кампаній та ініціатив щодо підвищення обізнаності місцевих громад про потреби ВПО та важливість їхнього залучення [3, 4].

Таким чином, реінтеграція внутрішньо переміщених осіб в Україні є складним та багатогранним процесом, який вимагає координації на державному, регіональному та міжнародному рівнях. Ситуація з ВПО внаслідок збройної агресії Росії створила нові виклики для соціальної та економічної стабільності країни, але водночас відкриває можливості для її подальшого розвитку.

Економічна інтеграція є ключовим аспектом даного процесу. Забезпечення ВПО можливістю знайти роботу або розпочати власну підприємницьку діяльність є основою їх успішного повернення до суспільного життя. Держава має зосередити свої зусилля на створенні сприятливого середовища для економічної активності ВПО, що може включати програми перекваліфікації, створення нових робочих місць та підтримку малого бізнесу. Підвищення економічної спроможності цих людей сприятиме не лише їхньому добробуту, але й загальному розвитку місцевих економік та відновленню регіонів, що постраждали від війни.

Соціально-культурна адаптація є ще одним важливим чинником реінтеграції. Важливо, щоб ВПО не тільки зберігали свою культурну ідентичність, але й інтегрувалися в нові громади. Це вимагає розробки програм, які сприяють налагодженню діалогу між ВПО та місцевими жителями, зменшуючи ризики соціальної напруги та конфліктів. Інвестиції в освіту, громадянське суспільство та культурні ініціативи допоможуть створити міцні зв'язки між різними соціальними групами та забезпечать гармонійне співіснування.

Політична воля та підтримка уряду є ключовими умовами успішної реінтеграції. Розробка комплексних стратегій, спрямованих на забезпечення доступу ВПО до соціальних, медичних та правових послуг, є необхідною умовою для побудови справедливого суспільства. Важливо також забезпечити юридичні гарантії, що захищають права ВПО та їхні інтереси, особливо у питаннях власності та правового статусу.

Таким чином, перспективи реінтеграції ВПО в Україні залежать від синергії кількох факторів: економічної стабільності, соціальної інтеграції, політичної підтримки та забезпечення прав і свобод ВПО. Цей процес вимагатиме часу та значних ресурсів, але він є ключовим для відновлення соціальної єдності, демократичних інститутів та сталого розвитку держави після війни. Реінтеграція ВПО не лише сприятиме стабілізації внутрішньої ситуації в країні, але й може стати потужним фактором її відбудови та модернізації у післявоєнний період.

Список використаних джерел:

1. Коваленко О. Дослідження реінтеграції внутрішньо переміщених осіб як соціокультурна проблема. *Актуальні проблеми сучасної філософії та науки: виклики сьогодення. Збірник наукових праць.* 2023. С. 43–44.

2. Ганущак-Єфіменко Л.М., Гончаренко І.М. Реінтеграція вимушених переселенців та демобілізованих військовослужбовців із зони ООС (АТО). *Вісник КНУТД.* 2018. № 3 (123). С. 22–36.

3. Свінціцький Д.В. Внутрішньо переміщені особи в Україні: проблеми, потреби та перспективи. Перспективи вирішення проблем внутрішньо переміщених осіб. 2024. С. 51–61.

4. Філиппова С.В., Фокс Л., Свінарьова Г.Б., Дієвість стратегії реінтеграції внутрішньо переміщених осіб: бачення та усвідомлення її інструментарію стратегічними лідерами. *Economic journal.* 2023. № 3 (25). С. 102–112.

Бородіно В. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

КУРДСЬКЕ ПИТАННЯ В ТУРЕЦЬКІЙ ПОЛІТИЦІ

Курдська проблема є потужним фактором близькосхідної політики. Числене курдське населення у таких країнах як Туреччина, Ірак, Сирія та Іран, тривалий час виборює свої національні права у протистоянні з урядами цих держав. При цьому провідні політичні сили, що очолюють цю боротьбу активно застосовують і методи збройної боротьби. В умовах хронічної політичної нестабільності у цьому перенасиченому конфліктами регіоні, збройна активність курдських політичних угруповань, що виборюють право на незалежність чи розширення автономії, створює додаткові безпекові виклики для відповідних держав. Туреччина є прикладом держави де курдське питання набуло особливої гостроти. У Туреччині курдське питання традиційно розглядається крізь призму національної безпеки. Робітнича партія Курдистану (РПК) з 1984 р. веде збройну боротьбу проти уряду. Цей конфлікт призвів до значних жертв, зокрема й серед цивільного населення. Науковці вказують, що до 2000-х рр. курдську ідентичність у Туреччині переважно заперечували, а РПК скористалася помилками у політиці уряду для посилення свого впливу. Хоча деякі турецькі лідери, зокрема Т. Озал і Н. Ербакан, намагалися обговорювати проблему, до 2000-х рр. ніяких суттєвих змін не сталося [1, с. 77].

Важливим фактором, що спонукав до вирішення курдського питання стало прагнення Туреччини вступити до ЄС, адже це вимагало політичної демократизації країни, зокрема й забезпечення прав національних меншин.

Перші кроки для вирішення курдського питання почали здійснюватися після приходу до влади, у 2002 р., Партії справедливості та розвитку (ПСР) на чолі з Р.Т. Ердоганом. Було вжито значних заходів щодо зменшення дискримінації курдської мови та культури [2, с. 44]. Однією з перешкод для використання курдської мови була заборона давати новонародженим курдські імена, закріплена в законі № 1587. ПСР частково зняла цю заборону у 2003 р. У 2009 р. було дозволено приватні радіо- і телетрансляції на мовах і діалектах, які використовуються громадянами в повсякденному житті. Державному телеканалу TRT було дозволено трансляції курдською мовою. З 25 грудня 2008 р. почались тестові трансляції каналом TRT 6 (сьогодні TRT Kurdi), який офіційно запущено 1 січня 2009 р. [1, с. 79–81].

Курдське питання в Туреччині також має і економічний аспект, оскільки східні регіони, населені переважно курдами, історично відставали в розвитку від західних. Економічна політика ПСР включає два напрямки:

1) розвиток інфраструктури та збільшення зайнятості в регіоні, 2) компенсація матеріальних збитків від тероризму. ПСР використовувала парламентську більшість для розширення політичної участі курдської спільноти, змінюючи закони про мітинги та асоціації в 2004–2014 рр. Консультації розпочалися у 2013 р., коли РПК погодилася на перемир'я. Цей період, відомий як Процес урегулювання, був спрямований на пошук мирного рішення курдського питання та включав правові й соціально-економічні заходи, однак зміни в конституції для місцевого самоврядування не обговорювалися [1, с. 81–84].

Громадянська війна в Сирії призвела до краху політики примирення з курдами. З одного боку, РПК у липні 2015 р. відновила збройну боротьбу з турецьким урядом. З іншого – перебіг сирійського конфлікту призвів до зростання суб'єктності сирійських курдів, збройні загони яких (YPG) закріпилися на півночі Сирії уздовж сирійсько-турецького кордону. Виникла загроза об'єднання в один масив курдських анклавів на кордоні з Туреччиною, що створило б матеріальну базу для створення курдського державного утворення, що у Туреччині розглядається як пряма загроза власній територіальній цілісності через тісні партнерські стосунки турецьких і сирійських курдів. Дана ситуація стала однією з головних причин прямої збройної інтервенції Туреччини у сирійську війну в серпні 2016 р. [3, с. 407].

Різке зростання рівня терористичної загрози через дифузію сирійського конфлікту на територію Туреччини, призвело до подальшої сек'юритизації курдського питання у турецькій політиці. Уряд схильний розглядати політичну активність курдів як в Туреччині, так і у сусідніх країнах як потенційну загрозу національній безпеці. Курди не мають рівного доступу до політичного представництва, економічних ресурсів і культурних свобод у порівнянні з турецькою більшістю. Курдські партії закривають, а курдські політики зазнають переслідувань. Яскравим прикладом є С. Демірташ – колишній кандидат у президенти, який був заарештований у 2016 р. за звинуваченням у тероризмі (тобто у зв'язках з РПК) й досі перебуває у в'язниці [4].

Підхід Туреччини до курдського конфлікту, з акцентом на силове придушення курдського політичного руху, не залишає можливостей для його демократичного вирішення та імітує зрештою невдалі історичні приклади. Отже суттєвих позитивних змін у найближчому майбутньому очікувати не слід.

Список використаних джерел:

1. Alptekin H., Kose T. The AK party's Kurdish policy. In: K.B. Kanat, B. Duran eds. *AK patry years in Turkey: domestic and foreign policy.* Ankara: SETA, 2022. P. 77–100.

2. Червінка І. Курдська проблема в Туреччині та перспективи її врегулювання. *Міжнародні відносини і туризм: сучасність та ретроспектива*. 2013. № 3. С. 43–46.

3. Шуляк С.В. Від «zero problems» до «Оливкової гілки»: політика Туреччини щодо громадянської війни в Сирії. *Вісник Львівського університету. Сер. філос.-політолог. студії*. 2018. Вип 18. С. 404–411.

4. Onursal P. Turkey's suppression of the Kurdish political movement continues to fuel a deadly armed conflict. *The Conversation: website*. April 23, 2024. URL: https://theconversation.com/turkeys-suppression-of-the-kurdish-political-movement-continues-to-fuel-a-deadly-armed-conflict-227602 (last accessed: 29.10.2024).

Вишнівський М. В.,
аспірант Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського
(науковий керівник – Климчук О. В., д.е.н., проф.,
професор кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського)

СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ БУДІВНИЦТВА

Будівельна галузь в умовах XXI століття відіграє інтегруючу роль у забезпеченні економічного зростання та розвитку критично важливої інфраструктури кожної демократичної країни. Стратегічними аспектами функціонування будівельної галузі виступають інноваційний розвиток, екологізація виробництва та інтеграція в міжнародні ринки.

Сучасні виклики постіндустріального суспільства (процеси глобалізації, світові зміни клімату, стратегічна модернізація паливно-енергетичного комплексу на основі переходу на нові та відновлювані джерела енергії, дотримання цілей сталого розвитку, тотальна цифровізація, соціально-економічні трансформації тощо) зумовлюють формування стратегічних напрямів розвитку національних економік, зокрема будівельної галузі, що постає важливим завданням у процесі діяльності урядів та бізнесових структур [1, 2].

Встановлення стратегічних орієнтирів, що органічно поєднують національні інтереси із сучасними тенденціями глобалізації, виступає основним підґрунтям для забезпечення інноваційного розвитку та конкурентоспроможності будівельної галузі в середньо- та довгостроковій перспективі [2]. При цьому першочерговими аспектами інноваційного розвитку виступають ринкова економіка та вільна торгівля [3], а подальше зростання рівня конкурентоспроможності галузі стає ключовим аспектом процесів розширеного відтворення за рахунок оптимального поєднання та використання в управлінні організаційних, економічних та правових механізмів державного впливу [4].

Потреба у розробці та реалізації стратегічних пріоритетів розвитку державної політики у будівельній галузі України зумовлена такими аспектами: 1) необхідність модернізації виробництва, внаслідок значної енергоємності та матеріалоємності галузі; 2) відсутність обґрунтованої та ефективної державної програми розвитку галузі на середньо- та довгостроковий періоди; 3) складні взаємовідносин між виробниками будматеріалів та будівельними організаціями; 4) нагальність пошуку нових форм взаємодії державних органів влади на різних рівнях управління та підприємств будівельного комплексу для будівництва доступного і якісного житла; 5) переважання імпорту будівельних матеріалів за наявності доступних місцевих сировинних ресурсів [5].

Успішний процес розв'язання окреслених проблемних аспектів вимагає на інституційному рівні здійснення реформування регуляторного середовища, що дозволить спростити дозвільні процедури, зменшити бюрократичні бар'єри та підвищить прозорість діяльності у галузі будівництва. Профільні органи державної влади мають забезпечити ефективну боротьбу з корупцією, забезпечити умови ринкової конкуренції та рівного і прозорого доступу до державних контрактів, а також посилити контроль за дотриманням будівельних норм і стандартів, що підвищить якість та безпеку будівельних об'єктів [6].

Загалом потрібно відзначити, що в сучасних реаліях будівельна галузь України зіштовхується із численними загрозами та можливостями, які обумовлені глобальними трендами, соціально-економічними і політичними змінами та внутрішніми проблемами різного характеру. Світовий контекст характеризується високою динамічністю під впливом глобалізаційних процесів та реалізації цілей сталого розвитку, що вимагають від держави у сфері будівництва адаптації до нових викликів і прийняття стратегічних управлінських рішень. Для післявоєнного відновлення України потрібно забезпечити активну державну підтримку щодо розширення міжнародного партнерства для залучення зовнішніх інвестицій і передових інноваційних технологій, що зумовить інтеграцію у глобальні ринки та посилення процесів міжнародної співпраці.

Отож, реалізація стратегічних пріоритетів державної політики щодо розвитку будівельної галузі України має здійснюватися на основі комплексного підходу, що охоплює формування державної політики на різних рівнях державного управління. Тісна співпраця між органами влади, бізнесом і громадськістю на основі дієвої державної підтримки, інституційних змін та регуляторних ініціатив здатна забезпечити стійкий розвиток будівельної галузі та підвищення її конкурентоспроможності в умовах міжнародних викликів.

Список використаних джерел:

1. Климчук О.В. Пріоритети розвитку енергетичної політики в світі та Україні. *Збірник наукових праць ВНАУ. Серія: Економічні науки.* 2012. Вип. 1 (56). Т 1. С. 129–134.

2. Яковенко О.С. Особливості формування стратегічних пріоритетів розвитку будівельної галузі. *Бізнес Інформ.* 2024. № 6. С. 376–381. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-376-381

3. Климчук О.В. Регуляторні процеси у формуванні сталого соціально-економічного розвитку України. *Сучасні тенденції розвитку фінансових та інноваційно-інвестиційних процесів в Україні : матеріали VI Міжн. наук.-практ. конференції [Електронний ресурс]*. Вінниця : ВНТУ, 2023. С. 55–57.

4. Климчук О.В. Принципи формування енергетичної політики України на засадах конкурентоспроможності в умовах економічного розвитку. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2016. Вип. № 7 (11). С. 64–73.

5. Андрусів С.В. Стратегічні пріоритети розвитку будівельної галузі держави. *Наук. вісн. Ужгородського нац. ун-ту. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2017. Вип. 16 (1). С. 10–13.

6. Osei-Kyei R., Chan A. P. C. Review of the Management of Construction Projects in Developing Countries. *International Journal of Project Management.* 2017. Vol. 35. Iss. 7. P. 1274–1285.

Вострикова О. О., студентка
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц., доцент кафедри міжнародних відносин Університету митної справи та фінансів)

НЕГАТИВНІ НАСЛІДКИ BREXIT ДЛЯ ОБ'ЄДНАНОГО КОРОЛІВСТВА

Через декілька років після виходу Великої Британії з ЄС серед британців все ще ведуться суперечки щодо правильності цього рішення. Адже наслідки виходу стають усе більш очевидними, особливо ті з них, які можна визначити як негативні. Дані опитування, проведеного Інститутом дослідження громадської думки Opinium через рік після Brexit засвідчили, що переважна більшість британців негативно сприймає його наслідки (42% з тих хто у 2016 р. проголосували «за» Brexit, мали негативну думку про його хід; 26% прихильників Brexit сказали, що все пройшло гірше, ніж очікувалося, а 16% підтримавших Brexit, сказали, що вони очікували, що все піде погано. З тих, хто у 2016 р. проголосував за членство у ЄС, 86% сказали, що все було навіть гірше, ніж вони очікували [1]).

Отже, з якими проблемами, що є наслідками Brexit, стикається сьогодні Велика Британія?

1. *Дефіцит робочої сили*. Громадяни ЄС більше не можуть користуватися спрощеною системою працевлаштування, натомість уряд планує ввести нову систему, засновану на балах, для залучення кваліфікованих працівників [2, с. 427]. Вільного пересування, яке існувало раніше більше немає. Через це велика кількість європейських працівників покинула Велику Британію без подальшого повернення, тим самим звільнивши робочі місця.

2. *Торговельне питання*. Через вихід з Європейського Союзу, Велика Британія втратила переваги зони вільної торгівлі, які надавало членство у ЄС і змушена заново налагоджувати торгівельні контакти і укладати нові угоди, які можуть не бути настільки вигідними, як раніше. З 1 січня 2021 р. почала діяти «Угода про торгівлю та співробітництво ЄС і Великої Британії». Ця угода дозволяє вільну торгівлю. Але у перший же місяць обсяг експорту товарів з Великої Британії знизився на 68% за даними Асоціації автоперевізників (хоча уряд не підтвердив ці дані). В асоціації вважають, що бюрократична тяганина та запровадження процедури контролю товарів стали більш вагомим фактором падіння, ніж пандемія коронавірусу [3]. Поромні кампанії теж відчули на собі наслідки Brexit і вже почали тестувати нові маршрути для перевезення між Францією та Ірландією [4]. Кампанії кажуть, що путь через Велику Британію є дуже швидкою та зручною, але через довгі перевірки та митні контролі затримує роботу.

У відповідь на всі ці проблемні питання Велика Британія представляє світові у 2024 році новий документ – Border Target Operating Model (BTOM). Цей документ є новим кроком в питанні імпорту до Великої Британії. Він запроваджує спрощені митні заходи щодо контролю безпеки, санітарних і фітосанітарних правил (які встановлюють стандарти харчових продуктів, рослин і тварин), а також описує, як вони будуть оцифровані через запровадження Єдиного торгового вікна [5]. Завдяки Єдиному торговому вікну (STW), процедури митного оформлення стануть більш ефективними, оскільки всі необхідні документи та інформація будуть подаватися в електронному вигляді в одному місці. Загалом, британський уряд оцінив витрати на реалізацію прикордонних заходів у 4,7 млрд фунтів стерлінгів [6].

3. *Шотландське питання*. На перших після Brexit виборах парламенту Шотландії (у травні 2021 р.) більшість здобули партії, що виступають за відділення від Великої Британії. Дві партії «сепаратистів», правляча Шотландська національна партія (ШНП) і «зелені», виступили гірше, ніж їм прогнозували опитування, але все ж спільно отримали більшість у 72 мандати (64 і 8) з 129. Вони хочуть оголосити референдум про незалежність і судитися з Лондоном про його законність [7].

4. *Північно-ірландське питання*. Brexit встановлює, що кордон між Північною Ірландією (частина Великої Британії) та Республікою Ірландія (частина ЄС) стає єдиною сухопутною переправою між Європейським Союзом і Великою Британією [2, с.427]. Більшість ірландців, а саме 60% було проти виходу Великої Британії з ЄС. Вихід з Європейського Союзу означає відновлення кордонів та знищення підґрунтя для врегулювання конфлікту в 1990-ті рр. У прихильників об'єднання Північної Ірландії з республікою Ірландія (передусім ІРА) з'являються мотиви до відновлення боротьби. У березні 2019 р. ІРА розсилала конверти з вибуховими пристроями (такі були виявлені в аеропортах Лондона – Сіті, Хітроу, на вокзалі Ватерлоо та в університет Глазго) [8].

Отже, можна підсумувати, що Brexit не виправдав повною мірою очікувань його прихильників, оскільки разом із зобов'язаннями були втрачені і переваги членства в ЄС, що спричинило низку гострих проблем, передусім в

економічній сфері, які ще доведеться вирішувати. Однак слід також констатувати, що при виході вдалося уникнути найбільш негативних сценаріїв, що передбачали початок торгівельної війни та розірвання всіх угод.

Список використаних джерел:

1. Понад 60% британців негативно сприймають результат Brexit. *Європейська правда: веб-сайт.* 26 грудня 2021. URL: https://www.eurointegration.com.ua/news/2021/12/26/7132032 (дата звернення 25.10.2024).
2. Маланчук Т.В., Ніколенко А.О. «Брексіт»: як змінилися Великобританія та Європейський Союз після шести років не разом. *Аналітичне-порівняльне правознавство.* 2022. № 5. С. 425–428.
3. Експорт з Британії до ЄС обвалився на 68% у перший місяць після Brexit. *Українська правда*: *веб-сайт.* 8 лютого 2021. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/8/7282654 (дата звернення 25.10.2024).
4. Brexit: Франція та Ірландія відкривають нові рейси поромів в обхід Британії. *Українська правда*: *веб-сайт.* 14 лютого 2021. URL: https://www.pravda.com.ua/news/2021/02/14/7283413 (дата звернення 25.10.2024).
5. Rowland E. What is the Border Target Operating Model? *Institute of Directors*: *website.* 30 January 2024. URL: https://www.iod.com/resources/eu-and-trade/what-is-the-border-target-operating-model (дата звернення 25.10.2024).
6. Костіна І. Облаштування кордону Британії після Brexit коштуватиме $6 млрд. *Європейська правда: веб-сайт.* 20 травня 2024. URL: https://www.eurointegration.com.ua/news/2024/05/20/7186295 (дата звернення 25.10.2024).
7. Вендік Ю. Сепаратисти виграли у Шотландії і хочуть референдум за незалежність. *BBC NEWS Україна: веб-сайт*. 9 травня 2021. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/features-57048088 (дата звернення 25.10.2024).
8. ІРА взяла на себе відповідальність за розсилання бомб у Великобританії. *Lb.ua: веб-сайт.* 12 березня 2019. URL: https://lb.ua/world/2019/03/12/421812_ira_vzyala_otvetstvennost.html (дата звернення 25.10.2024).

Гармаш О. В., аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Жадько К. С., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕСУ РЕЛОКАЦІЇ БІЗНЕСУ

Вибір місця для розташування та ведення бізнесу для кожного власника є одним з важливих питань, яке виникає в момент започаткування конкретного виду підприємницької діяльності або під час розвитку, а також і в тих випадках, коли суб’єкт підприємницької діяльності вирішує, з тих чи інших причин, змінити характер чи локацію свого підприємства (виробництва). Сьогодні, в умовах повномасштабного вторгнення росії надзвичайно гостро постала проблема, пов’язана з необхідністю збереження свого бізнесу, який потрапив або потенційно

може потрапити в зону проведення військових операцій, бути зруйнованим чи депортованим або просто відібраний окупаційною владою. Перед власниками бізнесу виникає питання: чифізично вижити, залишитися без своїх активів, призвичаївшись до умов окупації, чи здійснити релокацію бізнесу, розпочавши його в іншій, безпечніший місцевості в межах України чи за кордоном. Крім того для українських підприємств в умовах воєнного стану постає ще ряд проблем, серед них є: втрата ринків збуту, дорогі кредити, мобілізація працівників, дефіцит енергоресурсів.

З метою вирішення даної проблеми Міністерством економіки України було розроблено Програму релокації підприємств, яка передбачає відновлення економіки держави за рахунок переміщення підприємств з територій, що наближені або знаходяться у зоні бойових дій, в безпечні регіони Західної України. За умовами програми до неї може бути долучене будь-яке підприємство, шляхом повної або часткової релокації власних потужностей [1].

Питання державного регулювання та формування стратегії релокованих підприємств висвітлено в дослідженнях багатьох вчених, зокрема: І. Корчинського, М. Щадила, Г. Кундєєва, Л. Мартинюк, Г. Омельчак та ін. Однак, виклики сьогодення потребують постійного аналізу динамічних змін зовнішнього середовища та вироблення нових підходів та алгоритмів щодо процесів державного регулювання переміщення бізнесу та його адаптації до нових умов діяльності.

Політичні конфлікти, військові загрози та нестабільність можуть створювати серйозні виклики для підприємств, змушуючи їх змінювати місцезнаходження з метою збереження безпеки персоналу та ефективної роботи. В Україні від початку війни 800 підприємств було релоковано з небезпечних регіонів за підтримки держави. На сьогодні 623 підприємства вже працюють на новому місці, 239 здійснюється пошук підходящої локації або способу транспортування. Понад 650 підприємств, які планували релокувати власні виробничі потужності, відмовились від переміщення у зв’язку з деокупацією територій, на яких вони розташовані. Окрім того, наразі деякі підприємства повертаються на попередні місця роботи у зв’язку з покращенням там безпекової ситуації, зокрема, 44 підприємства повернулись в Харківську, Чернігівську та Сумську область. Найбільше підприємств релокувались до Львівської (24%), Закарпатської (14,5%), Чернівецької (9,8%), Івано-Франківської (8,3%), Хмельницької (7,3%), Тернопільської (6,3%) областей [2].

Основними передумовами прийняття рішення щодо релокації бізнесу є аналіз ризиків і загроз, пов’язаних з військовими діями. Це може включати такі аспекти, як зони конфлікту, можливість атак та їх наслідки для підприємства. Крім того власникам бізнесу варто переконатися, що на підприємстві є всі необхідні дозволи та ліцензії для здійснення діяльності.

В рамках Програми релокації підприємств [1], що передбачає відновлення економіки держави за рахунок переміщення підприємств з територій, що наближені або знаходяться у зоні бойових дій, в безпечні

регіони Західної України, будь-яке підприємство може здійснити повну або часткову релокацію потужностей. Для того, щоб стати учасником програми підприємцям потрібно подати заявку на переміщення вказавши спеціалізацію підприємства, кількість працівників, можливості виробництва, потреби у виробничому приміщенні, сировині, розміщенні співробітників, а також спосіб транспортування. Управління робочою силою передбачає планування потенційних кадрових зміни, включаючи найм місцевих працівників, переведення наявного персоналу та можливі звільнення. На даному етапі варто враховувати, що частина співробітників підприємства може не підтримувати ідею переїзду. Тому також важливо підготувати план адаптації для нових та існуючих співробітників, провести інструктаж та навчання для персоналу з метою швидкої адаптації.

Окремі інфраструктурні аспекти, що впливають на результативність процесу релокації бізнесу, зокрема – доступність кваліфікованої робочої сили, забезпеченість електроенергією, іншими енергоносіями, водою, зв'язком, транспортними мережами. Особливою умовою може бути такий інфраструктурний чинник, як лояльність органів місцевого самоврядування в питаннях доступності релокованого бізнесу до різних видів ресурсів, у тому числі фінансових, а також виважена податкова політика. Останній чинник особливо актуальний під час релокації виробництва в країни з низьким податковим та митним навантаженням. Підприємства, які планують релокацію, мають дуже ретельно зважити всі аспекти цього процесу, перед усім з точки зору впливу на бізнес не тільки в реальному масштабі часу, а й на перспективу. Такий підхід дозволить уникнути прикрих несподіванок та оптимізувати процес релокації.

Повномасштабна війна росії на українській території змусила мільйони громадян і тисячі суб'єктів бізнесу залишили місце свого перебування з метою уникнення фізичного знищення, або депортації. Вимушена система релокації стала, практично, єдиним дієвим способом продовжити функціонування бізнесу на підконтрольних Україні територіях. Механізм релокації є досить складним і нелінійним. Він вимагає від бізнесу спеціальних знань і навиків, а від законотворців та органів державної влади та місцевого самоврядування – виваженого підходу у формуванні такої системи сприяння релокованому бізнесу, щоб він зміг на нових локаціях запустити процес виробництва та надання послуг, забезпечити робочими місцями громадян, а бюджети всіх рівнів наповнювати податками. В цьому контексті інфраструктурне та логістичне забезпечення процесів релокації є одним із найважливіших компонентів для успішного відновлення бізнесу та збереження конкурентоспроможності української економіки після перемоги України у війні.

Список використаних джерел:

1. Міністерство економіки України. Програма релокації підприємств. URL: https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=3e766cf9-f3ca-4121-8679-e4853640a99a&title=ProgramaRelokatsiiPidprimstv

2. Міністерство економіки України. За рік війни в більш безпечні регіони релоковано 800 підприємств. 2023. URL: https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=a700c206-722a-4752-b5bb-78a1063ae9db&title=ZaRikViiniVBilsh

Гірман А. П., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів

КІБЕРБЕЗПЕКА ЯК ОСНОВНИЙ ЧИННИК НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА МІЖНАРОДНОЇ БЕЗПЕКИ

Проблеми кібербезпеки в українському інформаційному просторі стають дедалі більш актуальними, оскільки сучасні тенденції зростання ролі та кількості інформації розвиваються з небувалою швидкістю. Особливий акцент на ці проблеми роблять кризові ситуації, серед яких пандемія COVID-19 та, особливо, російська агресія проти України. Остання не лише поставила питання захисту демократичних засад українського суспільства, але й загострила питання існування незалежної української держави в цілому. Інформаційний простір кожної держави є відображенням її перспектив та рівня демократичного розвитку. Тому інформаційний простір України як середовище для формування, збору, збереження та поширення інформації регулюється правовими засадами, що зафіксовані в актах інформаційного законодавства країни.

Натомість механізми і засоби ворожого впливу на цю сферу з кожним роком вдосконалюються і стають усе агресивнішими. Хакерські угруповання, особливо ті, що підтримуються державами, стають дедалі серйознішою загрозою, оскільки все частіше атакують об'єкти критичної інфраструктури. Зі зростанням рівня кіберзахисту та переходом все більшої кількості організацій до проактивної стратегії запобігання атакам, зловмисники адаптують свої тактики [2].

Ситуація значно ускладнюється під час війни, коли державні кібервійська противника здійснюють дедалі складніші кібератаки, намагаючись залишатися непоміченими і досягати стратегічних цілей. Кіберзлочинці почали активно використовувати нові можливості автоматизації та хмарні технології. Відомо, що Microsoft видалила понад 10 000 доменів, які використовувалися для кіберзлочинної діяльності [3].

У зв’язку з цим важливо відзначити, що забезпечення високого рівня кіберстійкості вимагає комплексного, адаптивного підходу для протидії постійним загрозам, спрямованим на критичні служби та інфраструктуру. Більшість успішних кібератак можна було б попередити, дотримуючись базових правил кібергігієни. Тому модернізація систем і архітектури є ключовою для ефективного управління загрозами у тісно взаємопов’язаному світі.

Пандемія, у поєднанні зі стрімким розвитком різноманітних пристроїв, підключених до Інтернету, прискорила цифрову трансформацію, але одночасно значно збільшила обсяг атак у цифровому просторі. Зростає кількість нападів на пристрої віддаленого керування.

Хоча рівень безпеки апаратного та програмного забезпечення зріс за останні роки, безпека пристроїв Інтернету речей та операційних технологій відстає. Зловмисники використовують ці пристрої для отримання доступу до мереж та латерального руху, щоб влаштувати пастку в ланцюжку поставок або підірвати цільову організацію операційних технологій.

Найкраще, що можна зробити у таких випадках, це дотримуватись базових правил та розгорнути сучасні рішення безпеки від будь-якого провідного постачальника.

Нині, щоб посилити вплив пропаганди, підірвати довіру, впливати на громадську думку та посилювати поляризацію – як усередині країни, так і на глобальному рівні хакери – використовують високоефективні методи.

Саме тому основними чинниками запобігання кібератакам є співпраця та спільні зусилля. Лише так можна досягти успіху завдяки цілісному, системному підходу до захисту основних служб та інфраструктури держави.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про основні засади забезпечення кібербезпеки України». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2163-19#Text

2. Кіберексперти про головні тенденції кібербезпеки 2023, до яких варто підготуватися. 2023. URL: https://10guards.com/ua/articles/cisos-top-cybersecurity-trends-2023-to-prepare-for

3. Технології захисту інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах : навч. посіб. / А. В. Жилін, О. М. Шаповал, О. А. Успенський ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 213 с.

4. NATO cyber command to be fully operational in 2023. 2023. *REUTERS.* URL: https://www.reuters.com/article/us-nato-cyber-idUSKCN1MQ1Z9

5. A Strategic Compass for Security and Defence, EEAS. 2022. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/documents/strategic_compass_en3_web.pdf

Голуб В. В., аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Nekhay O., D.Sc. (Economics),
Professor of the Departament
of Economics University Loyola Andalusia (Sevilla, Spain)

СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОСУВАННЯ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

Поширення інформаційних технологій вплинуло на різні сфери людської діяльності, включно з традиційною торгівлею. Використання сучасних технологій в ІТ має безліч переваг для компаній: поліпшення обслуговування клієнтів, збільшення обсягу продажів, підвищення гнучкості споживчих послуг, конкурентоспроможність і доступ до нових ринків. В електронній комерції ці переваги включають збільшення розміру

ринку, швидке реагування на зміни на ринку та роль у постачанні продуктів великим організаціям. Сучасні інструменти інтернет-маркетингу полегшують створення рекламних стратегій, які залежать від типу бізнесу електронної комерції. Однак кожен вид бізнесу має свої унікальні особливості, і розроблені стратегії не можуть бути застосовні до інших видів взаємодій у загальному сенсі. Однією з головних переваг електронної комерції є те, що вона дозволяє підприємствам залучати нових клієнтів із різних країн, що розширює ринки збуту їх продукції [1, ст. 6]. Дослідження типів підприємств електронної комерції залежить від багатьох факторів: методу монетизації, цільової аудиторії, взаємодії між користувачами, предмета продажу та інших відповідних факторів. На даний момент не існує єдиної класифікації бізнес-моделей в електронній комерції, яка піддається визначенню. Однак ми можемо визначити основні характеристики цієї галузі: аудиторію, яку прагнуть охопити компанії в цій галузі, модель монетизації, що використовується, і інфраструктуру обслуговування, що надається. Цільові клієнти визначають стиль бізнесу, параметри його обслуговування і способи його просування. Що стосується цільової аудиторії, ми можемо розділити 4 основні типи інтернет-діяльності:

1. Формат (бізнес – споживач). Традиційні інтернет-магазини – одна з найпоширеніших форм взаємодії. У цій формі економічні відносини організовуються між підприємствами та фізичними особами. У цьому разі йдеться переважно про роздрібну торгівлю і невеликі поставки кінцевому споживачеві. Нині ринок інтернет-торгівлі в цьому секторі насичений величезною кількістю попиту на електронні товари, мобільні телефони, побутову техніку, одяг, меблі, автозапчастини тощо;

2. Формат (бізнес – бізнес). Сьогодні використання сучасних маркетплейсів і тендерних майданчиків для підрядників дає змогу значно спростити закупівлі та інші необхідні комерційні завдання. У результаті процес комерційних угод проходить швидше і прозоріше;

3. Формат (споживач – споживач). У цій моделі маркетплейси та цифрові платформи, які заробляють на рекламі на сайті за певний відсоток, є контролером і гарантом, вони забезпечують прозорість й справедливість умов угоди. Обсяг попиту і пропозиції настільки великий, що ця система насамперед вигідна, оскільки часто допускає гнучкість цін і потенційну доступність єдиного продукту;

4. Формат (бізнес – держава). Цей формат використовується для опису взаємодій у конкретних випадках, тому він не такий популярний, як попередні формати. У процесі економічних зв’язків із державою підприємство може швидко та легко виконувати безліч функцій: більш чітко здійснювати регуляторний нагляд, сплачувати податки, сплачувати штрафи, створювати необхідну документацію. Держава також може подавати заявки, розміщувати замовлення на проекти, повідомляти про заплановані візити тощо.

Ефективне управління електронною комерцією включає створення безперешкодного досвіду онлайн-покупок: від інтуїтивно зрозумілого дизайну веб-сайту до безпечної обробки платежів і надійних служб доставки [2, ст. 489]. Нині ринок насичений, і сектор розвивається повільно. Великі

компанії приймають стратегічні рішення, щоб збільшити свою частку на ринку і заощадити на обслуговуванні клієнтів. Малі та середні підприємства менш конкурентоспроможні, вони змушені працювати у вузьких галузях або відкривати нові ринки за допомогою інноваційних продуктів і послуг. Другий критерій, який використовується для класифікації компаній електронної комерції – модель монетизації. Вона залежить від характеру продукту, інфраструктури та бізнес-процесів, а також визначає стратегію підприємства. Існують три основні типи монетизації в електронній комерції: перший – масові платежі, які є найбільш відомою та поширеною формою монетизації. Користувач платить тільки один раз за товар або послугу; другий – повторювані платежі, коли користувач регулярно сплачує певну суму за послугу, підписку або право на використання послуги. Додатки з підпискою та оренда програмного забезпечення це яскраві приклади повторюваних платежів; третій – брокерська комісія, під час якої використовується відсоток від угоди або продажу місця для отримання пропозиції від користувача.

Таким чином, маркетинг сьогодні пропонує значні можливості завдяки появі різних бізнес-моделей та використанню інфраструктури інтернет-продажів. Аналітичне визначення різних типологій бізнесу за основними ознаками класифікації дає можливість сформулювати різні стратегії просування товарів. Нині маркетингова діяльність в онлайн-сфері вийшла на вищий рівень завдяки накопиченню практичного досвіду та розвитку технологій інтернет-реклами.

Список використаних джерел:

1. Декалюк О. Проблеми електронної комерції в управлінні підприємницькою діяльністю. *Сталий розвиток економіки.* 2024. № 1 (48). С. 5–9. URL: https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-48-1 (дата звернення: 26.09.2024).

2. Яремик М., Черненко А. Управління підприємствами електронної торгівлі: виклики внаслідок впровадження воєнного стану. *Наукові інновації та передові технології.* 2024. № 3 (31). С. 486–493. URL: https://doi.org/10.52058/2786-5274-2024-3(31)-486-493 (дата звернення: 03.10.2024).

Горяна А. К., магістерка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Удосконалення маркетингової комунікаційної діяльності закладу вищої освіти (ЗВО) – це процес оптимізації та розвитку комунікаційних стратегій, спрямованих на підвищення привабливості закладу для абітурієнтів, студентів, викладачів і суспільства загалом. Конкуренція між університетами зростає, і саме грамотна маркетингова комунікація допомагає ЗВО формувати позитивний імідж, залучати нових студентів та зміцнювати зв’язки з партнерами.

Ключові напрями удосконалення маркетингової комунікації ЗВО:

1. Аналіз цільової аудиторії та сегментація. Цільова аудиторія – це групи: потенційні студенти (як школярі, так і працюючі дорослі, які прагнуть додаткової освіти), батьки абітурієнтів, випускники, роботодавці, академічна спільнота, міжнародні партнери. Сегментація: розподіл аудиторії на сегменти за інтересами, віком, місцем проживання, кар'єрними планами. Це дозволяє більш точно адаптувати повідомлення для кожної групи, підвищуючи його релевантність і ефективність.

2. Розробка привабливого бренду закладу. Формування унікального бренду закладу: його місії, цінностей, цілей, сильних сторін. Це може включати акцент на спеціалізацію ЗВО, наукові досягнення, сучасні освітні методики або міжнародну співпрацю. Візуальний стиль і айдентика (логотип, кольорова гама, слоган): єдність і запам'ятовуваність візуального стилю допомагає закріпити імідж закладу у свідомості цільової аудиторії. Позиціонування бренду як сучасного та конкурентного, що відображає цінності нового покоління студентів (інноваційність, практична орієнтованість, інтернаціональність).

3. Цифрові комунікації та соціальні мережі. Соціальні мережі (SMM): активна присутність у соцмережах (Instagram, Facebook, TikTok, YouTube) дозволяє ЗВО підтримувати контакт з молоддю, інформувати про новини, заходи, досягнення студентів та викладачів. Сайт ЗВО: зручний, сучасний веб-сайт, адаптований для мобільних пристроїв, який містить інформацію про спеціальності, умови вступу, студентське життя, наукову діяльність, історії успіху випускників. Інтерактивні елементи (віртуальні тури, чат-боти, онлайн-консультації) підвищують залученість. Контент-маркетинг: створення цінного контенту, як-от статті, відео-інтерв'ю, блоги з порадами щодо вибору спеціальності, наукових досліджень. Це допомагає формувати авторитет закладу як освітнього та наукового центру.

4. Паблік рилейшнз (PR) та корпоративні зв'язки. ЗМІ та прес-релізи: публікація новин про діяльність закладу, його досягнення, освітні заходи, наукові відкриття у місцевих та національних медіа. Це підвищує обізнаність про ЗВО у широкої аудиторії. Зв'язки з випускниками: створення мережі випускників, проведення зустрічей, залучення випускників до викладання, спільних проєктів, кар'єрних консультацій для студентів. Розвиток партнерства з бізнесом: співпраця з компаніями для проведення практики, стажування, спільних дослідницьких проєктів. Це підвищує практичну цінність освіти для студентів і сприяє працевлаштуванню випускників.

5. Стимулювання залучення абітурієнтів. Відкриті дні: організація днів відкритих дверей, вебінарів, віртуальних турів, під час яких абітурієнти можуть ознайомитися з умовами навчання, викладачами,

навчальними лабораторіями та особливостями студентського життя. Персоналізований підхід до абітурієнтів: надання індивідуальних консультацій щодо вибору спеціальності, допомога в підготовці до вступу. Освітні програми для шкіл: залучення старшокласників через проведення наукових лекцій, конкурсів, інтерактивних заходів у школах. Це допомагає залучати перспективних абітурієнтів ще на етапі навчання у школі.

6. Оцінка ефективності комунікаційних заходів. Аналіз KPI: відстеження ключових показників ефективності, як-от охоплення аудиторії, залученість у соціальних мережах, кількість запитів на консультацію, відвідуваність сайту, кількість заяв на вступ. Опитування студентів та абітурієнтів: отримання зворотного зв'язку щодо комунікаційних заходів, іміджу закладу. Це дозволяє дізнатися, що саме приваблює або, навпаки, відштовхує потенційних студентів. Аналіз конкурентів: вивчення підходів до комунікацій провідних ЗВО, щоб запозичити кращі практики і вдосконалювати власну стратегію.

Сучасні інструменти маркетингових комунікацій для ЗВО:

1. CRM-системи: автоматизовані системи для управління взаємодією з абітурієнтами та студентами, що дозволяють відстежувати їхній шлях, надсилати персоналізовані повідомлення, обробляти запити на вступ.

2. SEO та контент-маркетинг: оптимізація веб-контенту для пошукових систем, створення статей, блогів, досліджень, які підвищують органічну видимість сайту в інтернеті.

3. Відеомаркетинг: створення роликів про студентське життя, навчальні програми, досягнення випускників. Відео можна публікувати на YouTube, TikTok, в соціальних мережах для підвищення інтересу.

4. Онлайн-консультації та вебінари: проведення вебінарів і онлайн-консультацій з представниками факультетів, що дозволяє абітурієнтам отримати відповіді на запитання, не виходячи з дому.

Удосконалення маркетингової комунікаційної діяльності ЗВО дозволяє підвищити його привабливість на ринку освітніх послуг, сформувати позитивний імідж, залучити більше талановитих абітурієнтів і покращити взаємодію з усіма учасниками освітнього процесу. Використання сучасних технологій, персоналізованого підходу та активної присутності в цифрових каналах стає важливими складовими успіху в досягненні цілей ЗВО.

Список використаних джерел:

1. Семенова Л. Ю., Даценко В. В., Хурдей В. Д. Маркетинг 4.0. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11.

Гура Д. Д.,
магістр Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

УПРАВЛІННЯ КОМПЛЕКСОМ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Управління комплексом маркетингових комунікацій підприємства – це процес планування, реалізації та контролю різноманітних каналів і інструментів комунікації, які підприємство використовує для взаємодії з клієнтами, підвищення обізнаності про продукт, формування лояльності та стимулювання продажів.

Комплекс маркетингових комунікацій, або маркетинговий мікс комунікацій (англ. Integrated Marketing Communications, IMC), охоплює різні інструменти, які працюють синхронно для створення єдиного бренду і чіткого повідомлення на ринку.

Основні елементи комплексу маркетингових комунікацій:

1. Реклама. Включає всі форми платних повідомлень (ТБ, радіо, друковані видання, інтернет-реклама, зовнішня реклама). Завдання реклами – привернути увагу до продукту, підвищити обізнаність про бренд, вплинути на сприйняття клієнтів. Ефективність реклами залежить від чітко сформульованого меседжу, вибору правильної аудиторії та використання відповідного медіаканалу.

2. Особисті продажі. Включають безпосередню взаємодію з клієнтами, найчастіше через торгових представників. Важливі у випадках, коли продукт складний і потребує пояснення, або коли рішення про покупку приймається безпосередньо при взаємодії з продавцем. Вимагає висококваліфікованого персоналу та розвитку відносин із клієнтами для довготривалого співробітництва.

3. Паблік рилейшнз (PR). Спрямований на формування позитивного іміджу компанії через публікації, прес-релізи, благодійні заходи, соціальні проекти. Створює довіру до бренду, підвищує репутацію, сприяє довготривалій лояльності клієнтів. Акцентується на непрямій комунікації, часто через медіа та соціальні платформи.

4. Стимулювання продажів (Sales Promotion). Короткострокові заходи, спрямовані на стимулювання продажів, як-от знижки, купони, акції, програми лояльності, подарункові сертифікати. Створює додаткові стимули для швидкої покупки, заохочує пробні продажі, збільшує обсяги замовлень. Ефективно працює на ринку з високою конкуренцією, допомагаючи виділитися серед інших компаній.

5. Діджитал-маркетинг (Digital Marketing). Включає інструменти інтернет-маркетингу, такі як SEO, SMM, контент-маркетинг, email-маркетинг, платна реклама в соцмережах. Забезпечує цільову комунікацію

через веб-сайти, блоги, соціальні мережі, платформи відеоконтенту. Діджитал-маркетинг дозволяє персоналізувати повідомлення, отримувати зворотній зв'язок і аналізувати поведінку клієнтів для точного налаштування кампаній.

6. Події та спонсорство. Включає організацію заходів, спонсорство, участь у виставках, форумах, конференціях. Допомагає безпосередньо взаємодіяти з аудиторією, демонструвати продукцію, встановлювати контакти. Створює емоційний зв'язок із брендом, дає можливість отримати зворотній зв'язок і розширити коло потенційних клієнтів.

Етапи управління комплексом маркетингових комунікацій

1. Аналіз цільової аудиторії та ринку. Включає вивчення потреб, очікувань і поведінки цільової аудиторії. Важливо визначити, де і як споживачі шукають інформацію, які канали вони використовують. Проводиться сегментація клієнтів для налаштування індивідуальних повідомлень.

2. Формулювання комунікаційних цілей. Визначення цілей, які має досягти комунікаційна стратегія: збільшення обізнаності, покращення іміджу, підвищення лояльності, стимулювання продажів. Цілі повинні відповідати принципу SMART.

3. Розробка креативної концепції та ключових повідомлень. Формулюється головна ідея, яка привертатиме увагу та відображатиме унікальність бренду. Повідомлення повинні бути простими, переконливими, зрозумілими для цільової аудиторії і нести цінність.

4. Вибір каналів комунікації. На основі аналізу ринку і аудиторії обираються найбільш релевантні канали (соціальні мережі, ТБ, радіо, зовнішня реклама тощо). Комунікації у різних каналах мають бути узгоджені, створювати цілісне враження про бренд і відповідати єдиній концепції.

5. Реалізація комунікаційної програми. Включає розподіл бюджету, розробку графіка запуску комунікаційних заходів, координацію дій між підрозділами (реклама, PR, продажі тощо). Контроль над виконанням плану, забезпечення узгодженості дій і своєчасного виходу повідомлень.

6. Моніторинг і оцінка ефективності. Оцінка досягнення поставлених цілей через ключові показники ефективності (KPI), як-от обізнаність, частота згадок бренду, рівень продажів, коефіцієнт конверсії. Аналіз зворотного зв'язку від клієнтів і коригування комунікаційної стратегії за потреби.

Ключові фактори успішного управління комплексом маркетингових комунікацій передбачають єдність повідомлень: усі елементи комунікаційного міксу повинні передавати однакову ідею, формуючи цілісний імідж бренду; адаптивність: гнучкість у підходах до комунікації, можливість швидко змінювати стратегії відповідно до ринкових умов; сегментація та персоналізація: чітке розуміння цільової аудиторії, використання індивідуальних повідомлень для різних сегментів клієнтів; використання цифрових інструментів: застосування аналітичних платформ, CRM-систем для точного відстеження ефективності комунікацій і персоналізації повідомлень.

Список використаних джерел:

1. Семенова Л. Ю., Даценко В. В., Хурдей В. Д. Маркетинг 4.0. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11.

Демченко Д. А., аспірант
кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів

ПОШУК НОВИХ РИНКІВ І ЗБУТОВИХ КАНАЛІВ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ЧАС ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

В умовах економічної кризи підприємства стикаються з численними викликами, що впливають на їхнє функціонування та конкурентоспроможність. Одним із ключових завдань для виживання та стабільного розвитку компаній у такій ситуації є пошук нових ринків і збутових каналів. Розширення географії присутності, диверсифікація збутових стратегій та адаптація продукту до вимог різних регіонів дозволяють зменшити залежність від локальних ризиків і забезпечити стійкість у змінному економічному середовищі. Ефективний підхід до пошуку нових ринків може не лише компенсувати втрати на старих ринках, але й стати основою для подальшого розвитку підприємства [6, с. 143].

Економічна криза має значний вплив на всі рівні економічного життя: зменшується виробництво, падають доходи домогосподарств, знижується купівельна спроможність, а отже, і загальний добробут суспільства.

Питання пошуку нових ринків і каналів збуту набуває особливої актуальності під час економічної кризи, коли звичні ринки можуть зазнати значного скорочення через зниження купівельної спроможності, нестабільність попиту та інші кризові явища.

Пошук нових ринків передбачає, по-перше, аналіз існуючих та потенційних ринкових сегментів, де попит на продукти або послуги підприємства може бути стабільнішим чи навіть зростати. Наприклад, якщо локальний ринок зазнає значного скорочення, підприємство може звернути увагу на міжнародні ринки, де вплив економічної кризи не такий відчутний. При цьому важливо враховувати такі фактори, як платоспроможність нових ринків, наявність конкурентів, бар’єри входу та витрати на адаптацію продукту до нового середовища.

Крім того, під час кризи змінюються і самі канали збуту. Якщо раніше підприємство орієнтувалося на офлайн-продажі, у кризових умовах все більш актуальними стають цифрові канали, зокрема електронна комерція та онлайн-платформи. Це дозволяє підприємству оперативно реагувати на зміни у поведінці споживачів, які під час кризи все частіше віддають перевагу зручним і безпечним онлайн-купівлям. Розширення присутності на онлайн-ринках дозволяє не лише досягти нової аудиторії, але й значно скоротити витрати на логістику та оренду, які пов’язані з офлайн-діяльністю [9, с. 76].

Пошук нових ринків і каналів збуту в Україні під час економічної кризи вимагає активного використання міжнародних ринків, розвитку цифрових збутових платформ та ефективної маркетингової стратегії. Ці кроки дозволяють українським підприємствам підвищити гнучкість, адаптуватися до глобальних змін і створити стабільну основу для майбутнього розвитку. Криза, попри свої негативні наслідки, стала каталізатором для розвитку нових збутових стратегій, що дає підприємствам можливість оптимізувати діяльність та підвищити свою конкурентоспроможність на світовій арені.

Таким чином, пошук нових ринків і збутових каналів у період економічної кризи вимагає комплексного підходу та гнучкості. Він включає аналіз потенційних ринків, активне впровадження цифрових технологій, адаптацію асортименту та розвиток партнерських відносин. Такий підхід дозволяє не тільки мінімізувати ризики, але й використати кризу як можливість для подальшого розвитку та зміцнення позицій підприємства на ринку.

Список використаних джерел:

1. Левченко Ю.Г. Економіка та організація інноваційної діяльності: навчальний посібник В5 . Київ : Кондор, 2018. 448 с

2. Підприємництво і торгівля: навчальний посібник /під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. Київ : Кондор, 2018. 620 с.

Євсеєнко Т. В., Шипко М. Д., здобувачі
Комунального закладу освіти “Фінансово-економічний ліцей
наукового спрямування при Університеті митної справи та фінансів”
(науковий керівник – Черба В. М., к.держ.упр., доц.,
доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

КРИПТОВАЛЮТНІ ПЛАТЕЖІ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ: ПЕРЕШКОДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ

Блокчейн – технологія, на меті якої стоїть децентралізація та вирішення проблем фінансової системи завдяки впровадженню криптовалюти. Назарі ця тема є актуальною, так як люди перестають довіряти фінансовим установам через крахи ринків, неспинній інфляції та кризам, які впливають на активи суспільства. А блокчейн, в свою чергу, забезпечує безпеку, відкритість та доступність. Метою цього дослідження є визначення основних бар’єрів та перспектив для впровадження криптовалютних платежів у роздрібній торгівлі, а також можливостей розвитку цього напрямку.

Впровадження криптовалютних платежів у роздрібну торгівлю має низку перешкод як перед державою, так і перед громадянами:

•Технологія блокчейну не є легкою для сприйняття, тож інтеграція буде доволі повільною. Це є основною проблемою для користувачів. Вирішення якої потребує побудову довіри до нового методу оплати, що є поступовим та повільним процесом [2]. Або ж зробити інтерфейс додатків більш зрозумілим для непідготовлених користувачів.

•Волатильність (значна нестабільність вартості криптовалют). Це також є не менш важливою проблемою, так як роздрібні продавці, особливо ті, що працюють на низькій нормі прибутку, будуть вагатися щодо форми оплати, яка може відчувати значні коливання вартості протягом короткого періоду часу [2]. Але вирішенням цієї проблеми може стати оплата крипто-доларом (USDT), його вартість повністю прив'язана до звичайного долара, але транзакції над ним відбуваються децентралізовано завдяки технології блокчейну;

•Регуляторна невизначеність. Відсутність чітких і послідовних нормативних актів щодо криптовалют є основною перешкодою для держави. Роздрібні торговці повинні орієнтуватися в складному правовому ландшафті, де різні юрисдикції встановлюють різні правила та обмеження, якщо вони є. Криптовалюти не сприймаються як об'єкт цивільних прав. Це зумовлює той факт, що криптовалюти не мають належного закріплення на законодавчому рівні[3]. Єдиним шляхом вирішення цієї проблеми є офіційне впровадження криптовалютних платежів;

•Проблеми інфраструктури. Інтеграція платіжних систем криптовалюти потребує значного оновлення технологічної інфраструктури. Багатьом роздрібним торговцям впровадження необхідних систем для безпечної та швидкої обробки транзакцій криптовалюти може бути дорогим і складним.

Незважаючи на усі перешкоди перед криптовалютними платежами, багато великих компаній вже мають можливість купувати товари використовуючи технологію блокчейну. Так, наприклад, однією з перших компаній в сфері роздрібної торгівлі, які почали приймати до оплати біткоїни, став американський магазин Overstock, який продає товари для дому та електроніку.

У 2014 році він дозволив користувачам розплачуватись криптовалютою за деякі товари. Ціни в BTC у магазині прив'язані до долара – під час оплати з гаманця клієнта знімають монети за поточним курсом. У Венесуелі тепер можливо розплатитися за їжу в Burger King біткоїнами. Можна купити розкішну Lamborgini у каліфорнійському Ньюпорт-Біч або Tesla за біткоїни. Starbucks ввів спеціальну дебетову карту, з допомогою якої можна оплатити собі каву деякими криптовалютами [4].

Розглядаючи криптовалютні платежі зі сторони роздрібного бізнесу, можна вказати деякі значні конкурентні переваги підприємств з вбудованою технологією блокчейну:

•Спрощення глобалізації на іноземні ринки. Криптоплатежі не беруть комісії за конвертацію валюти. Тобто компанії можуть побудувати фінансову екосистему без кордонів з різними країнами. Це дозволить залучити нових покупців та поширитися на іноземні ринки;

•Зниження транзакційних витрат. Коли платформи, як-от PayPal, Visa або Stripe, часто стягують комісію у розмірі від 1,4% до 3,6%, комісія за криптовалютні платежі зазвичай становить від 0,5% до 1% [5]. Підприємництва зможуть економити кошти, скоротивши операційні витрати, що допоможе їм підвищити рентабельність;

•Підвищення безпеки. Блокчейн – децентралізована і прозора система обліку, яка працює у великій мережі серверів. Подібна структура забезпечує високий рівень захисту та мінімізує ризик шахрайства. Надійність блокчейну гарантує, що після фіксації транзакція не може бути змінена;

•Збільшення фінансового охоплення. За даними Світового банку, близько 1,4 мільярда дорослих людей у всьому світі не мають доступу до основних фінансових послуг, таких як банківські рахунки, кредитні картки та позики. Традиційні платіжні системи можуть бути недоступні для багатьох людей [1].

Однак криптоплатежі можуть забезпечити більшу фінансову доступність, дозволяючи будь-кому, хто має підключення до Інтернету, брати участь у світовій економіці.

Таким чином, у роботі розглянули бар’єри та перспективи впровадження криптовалютних платежів у роздрібній торгівлі. Проаналізували ключові перешкоди, зокрема: складність технології, волатильність криптовалют, регуляторну невизначеність та проблеми інфраструктури, а також визначили способи їх подолання.

Впровадження криптовалютних платежів відкриває нові можливості для роздрібного бізнесу, створюючи конкурентні переваги й забезпечуючи інноваційний розвиток сфери. У перспективі це може змінити традиційні моделі платежів, пропонуючи більш безпечний, доступний та фінансово вигідний інструмент для глобальної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. B2binpay. Benefits of Using Crypto Payments for Business in 2024. URL: https://b2binpay.com/en/benefits-of-using-crypto-payments-for-business-in-2024

2. Sherwen. Will Retail ever truly embrace Cryptocurrency payments. URL: https://www.sherwen.com/insights/retail/will-retail-ever-truly-embrace-cryptocurrency-payments

3. Букіна В.О., Рафальська А. М. Перспективи розвитку криптовалют в Україні. URL: http://journal-app.uzhnu.edu.ua/article/view/270873

4. Коровніченко В. О. Економічна сутність криптовалюти, її форми і роль в сучасній грошово-кредитній політиці. URL: https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f23605f3-b2cc-44db-b46f-54fe22f3f141/content

5. Сергієнко А. Оплата криптовалютою: перспективи розвитку платіжного методу. URL: https://speka.media/n16724-pk4zd1

Жаглюк В. Є.,
студент Національного університету “Запорізька політехніка”
(науковий керівник – Біленко О. В., к.е.н., доц.,
доцент кафедри управління персоналом та економіки праці
Національного університету “Запорізька політехніка”)

ВПЛИВ МІГРАЦІЇ НА УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК ПРАЦІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Міграція має неоднозначний вплив на ринок праці. З одного боку вона сприяє балансу попиту та пропозиції робочої сили на ринку, а з іншого боку може призвести до його дефіциту або надлишку.

Будь – які збройні конфлікти за участю держав провокують міграцію населення, яка стає причиною тих, чи інших змін на ринку праці.

В Україні, російсько – українська війна, яка розпочалася у 2014 році насамперед негативно вплинула на демографічний стан, спричинивши зростання кількості внутрішньо – переміщених осіб (ВПО). За даними Національної соціальної сервісної служби України, станом на листопад 2014 року в країні налічувалось майже 450 тис. ВПО, які переважно були переселенцями з Донбасу та АР Криму. Майже за 8 років війни поліпшити становище переселенців не вдалося й станом на січень 2022 року в країні налічувалось 1,5 млн. ВПО [1]. Частина ВПО – це працездатне населення, яке втратило роботу через наслідки війни й вважається безробітним. Тому на ринку праці спостерігається високий рівень безробіття через низький попит на їхню працю.

У лютому 2022 року почалося повномасштабне вторгнення РФ в Україну, яке ще більше похитнуло й без того нестабільний демографічний стан країни. Регулярні обстріли всієї території країни, наслідком яких стало руйнування інфраструктури та населених пунктів, спричинило зростання кількості ВПО і викликало масштабну вимушену міграцію населення за кордон. За даними Анетства ООН у справах біженців, у 2022 році кількість біженців, що виїхали з України через повномасштабну війну становило 5,6 – 5,7 млн осіб [2]. В результаті міграція робочої сили до країн Європи спричинила дефіцит кадрів на ринку праці.

На теперішній час українців активно мігрують до інших країн з метою безпечного працевлаштування. За даними інфляційного звіту Національного банку України, робоча сила на початок 2024 року скоротилася більш ніж на чверть порівняно з 2021 роком. Майже половина цього скорочення – вибулі з робочої сили зовнішні мігранти, серед яких лише 8–10% працювали дистанційно в Україні [3].

Незважаючи на зростання трудової міграції населення з моменту повномасштабного вторгнення, в Україні спостерігається зменшення чисельності ВПО та біженців за кордоном. За даними Міжнародної організації з міграції, станом на 25 вересня 2024 року чисельність ВПО

скоротилася до 3,5 млн осіб, а чисельність біженців – до 6 млн (у 2023 році за аналогічний період, чисельність ВПО становила 3,7 млн осіб, а чисельність біженців – 6,2–6,3 млн) [4].

Хоч частина населення й повернулася до України, але цього недостатньо, щоб задовільнити попит на робочу силу. За даними Міністерства економіки України дефіцит кадрів на ринку праці становить більше 29% [5].

Дефіцит кадрів на ринку праці також спричинений мобілізацією, яка викликала нестачу спеціалістів серед чоловіків. У зв'язку з цим, роботодавці вимушені залучати жінок до перекваліфікації та опановування професій, які раніше вважалися суто чоловічими, зокрема: тілоохоронці, водії вантажівок, автобусів або тракторів, мішиністи тощо.

Для вирішення проблеми дефіциту кадрів на ринку праці, потрібно розробити стратегію повернення, підготовки та працевлаштування українців, які були вимушені виїхати за кордон або змінити своє місце проживання. Сама стратегія має бути спрямована на досягнення чотирьох основних цілей:

1) забезпечити житлом українців, які втратили житло внаслідок бойових дій або окупації;

2) забезпечити ВПО та мігрантів, які виїхали за кордон через війну робочими місцями, з безпечними умовами праці та життя;

3) створити сприятливі умови для працевлаштування жінок з дітьми, особливо дошкільного віку;

4) створити умови для навчання та розвитку населення в умовах війни,у першу чергу для мешканців, які проживають у зоні бойових дій або окупації.

Отже, необхідно створити такі умови, щоб українці, які перебувають в країні або за її межами були впевнені в тому, що у разі потреби зможуть безперешкодно отримати житло, отримати доступ до якісних медичних та освітніх послуг, знайти роботу, працювати у безпечних умовах, отримувати конкурентну заробітну плату, самостійно задовільняти свої потреби та саморозвиватися.

Список використаних джерел:

1. Національна соціальна сервісна служба України. URL: https://nssu.gov.ua (дата звернення: 28.10.2024).

2. Агентство ООН у справах біженців. URL: https://www.unhcr.org/ua (дата звернення: 28.10. 2024).

3. Інфляційний звіт. Квітень 2024 року. Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/ua/monetary/report (дата звернення: 21.10.2024).

4. Міжнародна організація з міграції. URL: https://ukraine.iom.int/uk/mom-v-ukrayini (дата звернення: 24.10.2024).

5. Профспілка працівників освіти та науки України. Дослідження Work.ua: Добробут у компанії та дефіцит кадрів. URL: https://pon.org.ua/novyny/11233-doslidzhennia-workua-dobrobut-u-kompanii-ta-deficyt-kadriv.html (дата звернення: 25.10.2024).

Заїченко А. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єремєєва І. А. к.і.н., доц.,
завідувач кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

СТРАТЕГІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ ПІВДЕННОЇ КОРЕЇ ТА ІНСТРУМЕНТИ ЇЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Безпекова ситуація Південної Кореї на сучасному етапі є напруженою через заморожений конфлікт із Північною Кореєю, яка представляє найбільшу загрозу національній безпеці країни. Саме тому Південна Корея зосереджена на розробці та реалізації стратегій національної безпеки, що базуються на залученні міжнародної підтримки та на формуванні самодостатнього військово-промислового комплексу для зміцнення своїх оборонних можливостей.

Стратегія національної безпеки Республіки Корея 1923 року має на меті підвищити геополітичний статус держави та розширити зовнішньополітичні пріоритети за межі Східної Азії. У коротко- та середньостроковій перспективі Південна Корея планує активно зміцнювати власний оборонний потенціал. Ключове завдання – скоротити залежність від двостороннього альянсу зі США, досягнувши більшої військової автономії, та створити модернізовану, ефективну армію, здатну реагувати на сучасні виклики [1].

У квітні 2023 року президент США Джо Байден і президент Республіки Корея Юн Сок Йоль підписали Вашингтонську декларацію, що передбачає посилення безпекових зв'язків між країнами. Згідно з домовленостями, буде створено Консультативну групу з ядерних питань (NCG), яка проводитиме регулярні двосторонні консультації щодо ядерного та стратегічного планування. США зобов’язалися вперше за 40 років направляти до південнокорейських портів підводні човни з ядерними ракетами.

Розвиток відносин з Японією та зміцнення тристороннього союзу США – Республіка Корея – Японія набуває дедалі більшого значення. Спостерігається поступ у нормалізації двосторонніх відносин між Сеулом та Токіо. Південна Корея повертається до японського «білого списку» країн, що спрощує процедури експортного контролю. Водночас відновлюється дія GSOMIA – Угоди про обмін військовою інформацією. Ця угода є важливою з огляду на зростаючу загрозу з боку КНДР: вона дозволяє Південній Кореї та Японії оперативно обмінюватися розвідувальною інформацією про ракетні запуски та інші оборонні питання, що стосуються Північної Кореї. Однак подальший розвиток двосторонніх відносин залишається складним через невирішені історичні суперечності, пов'язані з різним трактуванням подій Другої світової війни, а також через територіальний конфлікт навколо островів Ліанкур.

Сеул офіційно проголошує кінцевою метою реінтеграцію Півночі та встановлення демократичного режиму на всьому Корейському півострові. Для вирішення проблеми ядерної загрози Південна Корея готова до пошуку нових форматів переговорів, але відходить від попередніх підходів. Посилення співпраці між росією та Північною Кореєю викликає занепокоєння у Південній Кореї, яка уважно стежить за зміцненням свого давнього противника.

В сучасних геополітичних умовах військова промисловість Південної Кореї демонструє наступні тенденції: K-Bangsan є одним із найпотужніших ВПК у світі; Сеул має давні та міцні військово-промислові зв'язки зі Сполученими Штатами.

Корейський ВПК («K-Bangsan») стрімко розвивається та користується великою популярністю як у країні, так і за її межами. За останні 20 років експорт військової продукції зріс у 10 разів: з $2 млрд у 2000 р. до $20 млрд у 2024 році (без урахування інфляції). Лише протягом 2023 року корейський оборонний сектор створив близько 130 000 нових робочих місць.

Номенклатура виробів корейського ВПК має практично усі важливі на сьогодні елементи озброєння: бойові літаки покоління 4+; новітні танки та бойові машини піхоти; самохідні гаубиці й мультикаліберні ракетні системи; артилерійські гармати та системи ППО; крилаті та балістичні ракети; стрілецьку зброю та боєприпаси, включно з 155-мм снарядами. Такий рівень розвитку є результатом більш ніж п'ятдесятирічної наполегливої праці. Проте амбіції Південної Кореї на цьому не завершуються: до 2030 року країна планує увійти до топ-5 світових експортерів зброї.

Попри високий потенціал, корейський ВПК залишається орієнтованим на мирний час. Щороку заводи виробляють близько 200 000 снарядів калібру 155 мм – це приблизно 60% від річного виробництва США, але значно менше, ніж використовує російська армія в Україні за один місяць. Війна в Україні дала Сеулу важливі уроки: наявних запасів може бути недостатньо для повноцінної війни з Північною Кореєю. Аналітики прогнозують, що у випадку повномасштабного конфлікту з Пхеньяном запаси 155-мм снарядів можуть вичерпатися вже за тиждень. Через це більшість вироблених боєприпасів зараз накопичуються на складах, аби забезпечити готовність до можливих майбутніх загроз.

Сучасна Стратегія національної безпеки Республіки Корея є комплексним підходом до забезпечення захисту національних інтересів на Корейському півострові. Вона спрямована не лише на стримування військових загроз з боку Північної Кореї, а й на подолання глобальних загроз. ВПК Південної Кореї демонструє значний розвиток завдяки інвестиціям. Сеул активно прагне стати самодостатнім у сфері озброєнь і технологій, зменшуючи залежність від імпорту військової техніки. Це не посилює обороноздатність та зміцнює її роль на глобальній арені, сприяючи процвітанню регіону і власної економіки.

Список використаних джерел:

1. National Security Strategy: Global Pivotal State for Freedom, Peace, and Prosperity. URL: https://overseas.mofa.go.kr/viewer/skin/doc.html?fn=20230621040037933.pdf&rs=/viewer/result/202410 (дата звернення: 20.10.2024).
2. Іващук А. Південна Корея в зовнішньополітичній стратегії США. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини.* 2023. С. 145–147.

Ісаченко В. Г.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

РОСІЙСЬКЕ ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ ЯК ПРИЧИНА ЗМІН У БЕЗПЕКОВІЙ СИТУАЦІЇ ЯПОНІЇ

Через повномасштабне російське вторгнення в Україну у 2022 році загострюється безпекова ситуація в Азії – оформлюється трикутник загроз (КНР, рф, КНДР), який спонукає Японію переглянути власні усталені підходи до питань національної та регіональної безпеки. У рамках свого виступу на безпековому форумі «Діалог Шанглі-Ла» в Сінгапурі 10 червня 2022 року Фуміо Кісіда заявив «Сьогодні Україна, завтра може бути Східна Азія». В продовження цієї тези уряд Японії 16 грудня 2022 року затвердив три оновлених документи, які визначають безпековий курс японської держави: «Стратегія національної безпеки», «Стратегія національної оборони» (замінила «Керівні принципи програми національної оборони»), «Програма укріплення оборони» (замінила «Середньострокову програму оборони 2018 року») [1].

І хоча в рамках оновленої стратегії пріоритетні формати забезпечення безпеки збереглися (укріплення національної оборони, співпраця в рамках американо-японського союзу, співробітництво з країнами-однодумцями), однак передбачалася їх більш активна реалізація. Перш за все, це стосувалося пункту щодо національної оборони. В умовах активізації ракетної загрози в регіоні, особливо балістичної, до стратегії національної безпеки було додано пункт про можливість застосування контратаки по території агресора, а не лише традиційне використання систем протиракетної та протиповітряної оборони для захисту японської території. Тобто у разі нападу на Японію із застосуванням балістичних ракет, Сили самооборони мають право організувати контратаку, якщо наявні наступні три умови: напад або здійснено, або він є неминучим; немає іншого способу зупинити цей напад; застосування сили має бути обмежене необхідним мінімумом [2].

Внесення принципу контрудару до стратегії національної безпеки передбачає модернізацію технічної складової Сил самооборони. В «Програмі укріплення оборони» передбачено, що з метою створення умов для контратаки та здійснення превентивного удару передбачено оздоблення Японії гіперзвуковими ракетами великої дальності до 2 тисяч кілометрів (а до 2030 року – до 3 тисяч кілометрів), які зможуть досягнути Північної Кореї та східних районів Китаю. Також заплановано розширення радіуса дії ракет «Type 12» (наразі він становить лише 200 км) та придбання американських крилатих ракет «Томагавк» радіусом дії до 1,6 тисячі кілометрів. Серед переліку військових закупівель на 2023–2027 роки позначено ракетиперехоплювачі для протиракетної оборони, ударні й розвідувальні безпілотні апарати, обладнання супутникового зв'язку, малопомітні винищувачібомбардувальники, гвинтокрили, підводні човни, військові кораблі та транспортні літаки тощо [3].

Подібний курс передбачає значне збільшення видатків на оборону. В оновлених стратегічних документах було зафіксовано, що до 2027 року ці видатки мають зрости майже на 60% – до 2% ВПП. Також в контексті реалізації заходів з укріплення оборони було зосереджено увагу на розвитку досліджень та розробок, розвитку державної інфраструктури, розбудові кібербезпеці та співпраці з країнами-союзниками [1].

Також обговорюється питання щодо внесення змін до «Трьох принципів передачі оборонної техніки», які забороняють передачу летальної зброї третім країнам. Зокрема це стосується і тієї зброї, яка розробляється Японією за участі інших країн (в контексті війни в Україні мова йде, зокрема, про винищувачі, які є спільною розробкою Японії, Великобританії та Італії).

Отже, можемо сказати, що повномасштабне російське вторгнення в Україну вплинуло на безпекову ситуацію у всіх регіонах світу, збільшивши загальний рівень нестабільності. Японія ж, в свою чергу, взяла курс на розбудову власної оборонної сфери. Внесення до Стратегії національної безпеки пункту про можливість контрудару робить японські Сили самооборони ще на один крок ближче до перетворення на повноцінну армію.

Список використаних джерел:

1. 西川 佳秀. 安全保障関連3文書改定と防衛政策の大転換. 一般社団法人・平和政策研究所. 2023. № 259. URL: https://ippjapan.org/pdf/Opinion259_YNishikawa.pdf

2. 防衛省・自衛隊. National Security Strategy of Japan. 2022. URL: https://www.mod.go.jp/j/policy/agenda/ guideline/pdf/security_strategy_en.pdf

3. Хома Н. Зміни в політиці безпеки та оборони Японії 2022–2023 рр: аналіз змісту та чинників. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії.* 2023. № 1 (15). С. 44–61. DOI 10.29038/2524-2679-2023-01-44-60

Калмиков Д. В.,
аспірант 2-го року навчання Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ІСНУЮЧОЇ СТРАТЕГІЇ ВІДТВОРЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Категорія «людський капітал» є однією з визначальних у теоретичних та прикладних дослідженнях, актуальність яких пояснюється важливою сутністно функціональною роллю у процесах суспільного розвитку, пов'язаного із використанням людиноорієнтованої парадигми управління соціально-економічною динамікою. Вивченням категорії «людський капітал» економічна наука займається відносно недавно, але на сьогодні сформовано значний науковий масив теоретико-методологічного характеру, що безпосередньо або побічно стосуються даного питання. Очевидно, що подальше вивчення цієї економічної категорії в ретроспективно гносеологічному напрямі дасть змогу систематизувати еволюційні процеси зародження й розвитку категоріального апарату, поглядів, позицій та концепцій, а також визначити неузгодженості, які виникають внаслідок несвоєчасного науково-методологічного відгуку на появу нових факторів та умов, що впливають на сутність і специфіку розвитку цієї економічної категорії.

Економічна категорія «людський капітал» формувалася поступово як результат визначення місця людини в системі економічних відносин. Зазначимо, що поняття «робоча сила», «трудові ресурси», «трудовий потенціал» часто співвідставляють із поняттям «людський капітал». Очевидно, що вони тісно взаємопов'язані, однак мають ряд відмінностей, пов'язаних із динамічним розвитком людини, суспільства, виробництва, держави та визначенням місця особистості в цій системі.

У вітчизняній науковій літературі активно дискутується питання визначення перспективних шляхів сталого розвитку ринку праці. Сучасні ринкові умови зумовлюють суттєвий вплив зайнятості населення на результати національної економіки, тому дослідження заходів удосконалення функціонування ринку праці є завданням актуальним та вкрай необхідним. Розвиток ринку праці залежить, з одного боку, від заходів активної і пасивної політики держави в сфері зайнятості, а з другого, від зусиль працездатного населення.

Переважно, дослідники спрямовують свої розробки у напрямку державного регулювання зайнятості, пропонуючи удосконалити державну політику зайнятості, відповідно сучасних умов розвитку національної економіки, ґрунтовно визначаючи пріоритет поширення зайнятості за державою. Але, враховуючи бурхливий розвиток НТП, ускладнення

впливу геополітичних та природних чинників, збільшення кількості інформації, посилення процесів глобалізації, зростання швидкості руху транспортних засобів, удосконалення комунікацій, стає очевидним прояв тенденції ускладнення вимог кінцевих споживачів до продукту праці суб'єктів господарювання, які насамперед і є головним джерелом розвитку ринку праці. У свою чергу наявність цієї тенденції зумовлює посилення конкуренції, необхідність удосконалення механізму господарювання та постійного професійного розвитку трудових ресурсів, збільшення вимог роботодавців до найманих працівників, що викликає необхідність посилення уваги до саморозвитку населення. Під впливом змін продуктивних сил і виробничих відносин у країнах спостерігається формування національних ринків праці.

Удосконалення існуючих і розвиток нових технологій, автоматизація праці, неминуче призводить до полегшення і у той же час до скорочення праці людини. Але задля адекватного дослідження перспектив розвитку ринку праці в країнах слід враховувати не тільки сучасний стан державної економіки, а й національні особливості поведінки економічно активної частини населення та фактично існуючі проблеми у сфері зайнятості.

В умовах посилення конкуренції, ускладнення механізму господарювання суб'єктів економіки та необхідності постійного професійного розвитку трудових ресурсів, важливою умовою зростання економіки України є використання існуючих вітчизняних позитивних переваг у різних галузях народного господарства. Тому для покращення стану функціонування національного ринку праці вкрай необхідне виконання наступних заходів: здійснення контролю за дотриманням законодавства у сфері зайнятості; забезпечення відповідності мінімальної заробітної плати та пенсії прожитковому мінімуму та узгодженість пропорційності їх змін; забезпечення відповідності цін на теплоносії, паливно-мастильні матеріали, сировинні ресурси, напівфабрикати, товари і прибутки як виробників, так і кінцевих споживачів та узгодженість пропорційності їх змін; ліквідування практики заборгованості у виплатах заробітної плати; створення державних інформаційних центрів з питань здобуття інформації для населення щодо працевлаштування, умов праці, здобуття освіти, підвищення кваліфікації; завершення приватизації державного майна і землі. Впровадження цих заходів у комплексі з дією концепції саморозвитку населення забезпечить можливість сталого розвитку усіх галузей народного господарства національної економіки та поліпшення добробуту пересічних громадян. Враховуючи особливості розвитку вітчизняної економіки, поведінки економічно активної частини населення та фактично існуючих проблем у сфері зайнятості, слід визначити, що при приділенні уваги до заходів державного регулювання зайнятості необхідно одночасно посилити увагу до розробки та впровадження заходів поширення використання інструментів саморозвитку населення, що призведе до динаміки зростання ринку праці, удосконалення механізму господарювання ринкових суб'єктів та покращення рівня життя населення.

Список використаних джерел:

1. Бондаревська К.В. Соціальна безпека у контексті формування поведінки суб'єктів ринку праці. Поведінкова економіка: від теорії до практики : міждисциплінарний навчальний посібник / за науковою ред. к.е.н., доц. Татомир І.Л., к.е.н., доц. Квасній Л.Г. Трускавець : ПОСВІТ, 2022. С. 265–278.

Караянц А. А.,
аспірант 2-го року навчання Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕГУЛЮВАННЯ ПОВЕДІНКОВИХ МОДЕЛЕЙ ОРГАНІЗАЦІЙ У НОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Однією з найважливіших тенденцій соціально-економічного розвитку є зростання значущості сфери послуг, що спостерігається, передусім в промислово розвинених країнах. Ступінь розвитку сфери послуг виступає основною ознакою розвиненості суспільства. Нині країна не може бути віднесена до розвинених, якщо в її сфері послуг створюється менше 65% ВВП.

Багато галузей сфери послуг набули ключового значення для функціонування національної економіки в довгостроковій перспективі, стали основою науково-технічного і соціально-економічного розвитку країни. Йдеться в першу чергу про науку і наукове обслуговування, освіту, охорону здоров'я, зв'язок, інформаційне обслуговування. Хоча як і раніше важливу роль в економіці грають і досить традиційні галузі сфери послуг - фінанси, торгівля, особисті послуги і тому подібне. Специфіка початку XXI ст. полягає в тому, що зростаюче значення як для економіки, так і для суспільства набуває група нових галузей. «Це свідчить про те, що настав принципово новий етап в міжнародному розподілі праці. Стрімкий розвиток сфери послуг є, на думку ряду вчених, неодмінною умовою успішного завершення сучасної структурної перебудови економіки» [1].

В той же час соціально-економічні процеси, що відбуваються останніми роками в Україні виявили ряд важливих закономірностей, що характеризують взаємозв'язок і взаємообумовленість матеріального виробництва і сфери послуг, серед яких можна назвати наступні. По-перше, зберігається роль матеріального виробництва, що виступає основою економіки, у тому числі в сучасних умовах, подібно до того, як певна ступінь фізичного здоров'я людини є щонайпершою умовою всієї її життєдіяльності. В той же час, чим стійкіше, досконаліше і ефективніше сфера матеріального виробництва, чим багатіше суспільство і людина, тим більше стають роль і значущість сфери послуг, її збалансованого поєднання з матеріальним виробництвом. По-друге, розвинена і динамічно

розширена сфера послуг – атрибут суспільства, досить високого рівня багатства, добробуту більшої частини свого населення. По-третє, при характеристиці взаємозв'язку двох сфер суспільного виробництва необхідно враховувати чинник часу: в поточному масштабі часу невиробнича сфера залежить від функціонування матеріального виробництва, у тому числі в силу вторинності доходів, а в довготривалому масштабі – розвиток матеріального виробництва, його структура, ефективність багато в чому детерміновані масштабами і якістю функціонування сфери послуг: станом науки, освіти, охорони здоров'я і так далі. По-четверте, з одного боку, зміна структури самого матеріального виробництва пов'язана зі збільшенням долі послуг, з іншого боку, розвиток матеріального виробництва, ускладнення його результатів вимагає розвитку широкого спектру на перший погляд абсолютно невиробничих послуг, наприклад, тих, які в реальності формують сучасну якість економічного зростання. Динамічний розвиток сфери послуг, вдосконалення її структури можливо при досить високому рівні розвитку суспільства, розвинених потребах і в цілому пов'язано з таким явищем, як якість життя, оскільки процес задоволення різноманітних потреб створює певний стандарт якості життя.

Сучасна економіка, що характеризується високою динамічністю, глобалізацією всіх процесів, орієнтацією на споживача, зростаючою конкуренцією, безперервною імплементацією інновацій, вимагає застосування адекватних методів і засобів оптимального управління підприємствами. Ключовим питанням ефективного застосування цих методів та засобів є організація та обробка знань про інтелектуальний потенціал підприємства.

Концепція управління знаннями підприємства передбачає використання сучасних інформаційних технологій та цифрових платформ, які базуються на досягненнях за науковим напрямом штучний інтелект. Якщо про інформаційні технології, які базуються на штучному інтелекті, є достатньо інформації, то цифровим платформам з використанням штучного інтелекту приділяється недостатньо уваги. У світі зростає роль інтерактивних платформ, за допомогою яких ефективно реалізуються економічна та управлінська діяльність компанії. В цілому, цифрова платформа представляє собою простір, екосистему, яка забезпечує формування взаємозв'язків між учасниками платформи.

Цифрові платформи мають три головні характеристики: вони технологічно опосередковані, забезпечують взаємодію між групами користувачів і дозволяють цим групам користувачів виконувати визначені завдання. До найбільш затребуваних цифрових платформ належать Microsoft, Apple, TaskRabbit, Linkedin, UpWork і Amazon, Mechanical Turk. Дані, що генеруються цими платформами, стають важливими для розуміння специфіки ведення бізнесу та прийняття рішень в рамках цифрової економіки. Цифрові платформи позиціонують себе як посередники між попитом і пропозицією, керівництвом та персоналом та встановлюють між ними контакт та взаємодію.

Клієнти – як фізичні особи, так і компанії – можуть виставляти на платформу завдання, а працівники можуть знаходити серед них ті завдання, які найкраще відповідають їхнім вмінням і можливостям виконувати роботу. Оскільки в Інтернеті немає кордонів, цифрові платформи дозволяють клієнтам користуватися послугами глобальної робочої сили і таким чином суттєво збільшують кількість доступних підходящих кандидатів.

Список використаних джерел:

1. Машлій Г. Б. Дослідження управлінських аспектів використання штучного інтелекту / Галина Машлій, Ольга Мосій, Мар'яна Пельчер. *Галицький економічний вісник.* Т. : ТНТУ, 2019. Том 57. № 2. С. 80–89. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu

Катренко З. О., Петриченко Б. І.,
студенти Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єремєєва І. А., к.і.н., доц.,
завідувач кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ВІЙНИ ЦИВІЛІЗАЦІЙ: ВИВЧЕННЯ СУЧАСНИХ КОНФЛІКТІВ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КОНЦЕПЦІЇ ГАНТІНГТОНА

Концепція "зіткнення цивілізацій" американського політолога Семюеля Гантінгтона зберігає практичне значення в аналізі та прогнозуванні шляхів сучасних міжнародних конфліктів світової системи.

Свої концепції викладені у монографії Гантінгтона "Зіткнення цивілізацій" (1996 р.), в якій розвинена ідея про те, що всі подальші конфлікти між цивілізаціями будуть мати своїми причинами не ідеологічні, а релігійні, культурні та цивілізаційні протиріччя. Дослідник поділив світ на кілька основних цивілізацій: Західна, Ісламська, Православна, Індуська, Конфуціанська, Латиноамериканська, Іудейська. У причинах ізраїльсько-арабського конфлікту можна побачити зіткнення між Іудейською та Ісламською цивілізаціями, де важливу роль має боротьба за територію та релігійні переконання. Це є прикладом міжцивілізаційного конфлікту, який важко вирішити через існування глибоких культурних та релігійних відмінностей євреїв та арабів.

Російсько-українська війна ілюструє конфлікт між Західною та Православною цивілізаціями, а Україна, на думку Гантінгтона, знаходиться на так званій "лінії зламу", де дві різні цивілізації стикаються, що часто призводить до конфліктів. РФ, яка позиціонує себе, як носій цінностей Православної цивілізації, намагається зберегти свій вплив у регіоні, тоді як цивілізаційний вибір Україна – інтеграція із країнами Заходу через вступ до ЄС і НАТО. Анексія Криму в 2014 році та конфлікт на Донбасі підтверджують цю тезу, адже тут не лише політичний чи військовий конфлікт, а й культурне зіткнення між двома світоглядами.

Україна, як частина “лінії зламу”, виявилася важливим місцем зіткнення двох світоглядів: європейських демократичних цінностей та авторитарного православного світогляду, який росія прагне зберегти.

Теорія “зіткнення цивілізацій” Семюела Гантінгтона підтверджується конфліктом між китайською державою та уйгурською мусульманською меншиною у Сіньцзяні. Китай, згідно з Гантінгтоном, є частиною конфуціанської цивілізації, яка надає великого значення колективізму, стабільності та гармонії. У той час, мусульмани-уйгури в Сіньцзяні, яких китайська держава розглядає як частину ісламської цивілізації, мають свої релігійні та культурні цінності, що є унікальними та протиставляються загальновизнаним нормам китайської нації. Це призводить до тертя, особливо у питаннях релігійної свободи, етнічної ідентичності та націоналізму.

Репресії китайського уряду проти уйгурів – табори перевиховання, обмеження релігійних практик, примусоваа асиміляція – спроба “упорядкувати” культурну різноманітність країни шляхом нав’язування домінуючої національної ідентичності та придушення відмінностей. У цьому контексті, конфлікт у Сіньцзяні можна розглядати як прояв більш широкого культурного протистояння між конфуціанською і ісламською цивілізаціями.

Конфлікт між Індією та Пакистаном також є прикладом цивілізаційного зіткнення через протистояння індуїстського та ісламського світів. Початок конфлікту сягає 1947 року, коли після поділу Британської Індії утворилися Індія (переважно індуїстська) і Пакистан (переважно мусульманський). Одразу після цього почалася Перша індо-пакистанська війна за Кашмір (1947–1948), територію, населення якої було переважно мусульманським, але влада вирішила приєднатися до Індії. Це призвело до розділення Кашміру та збереження напруженості між двома країнами. Друга індо-пакистанська війна відбулася в 1965 році через ту ж територію, проте обидві сторони не змогли досягти значних змін. У 1971 році сталася війна, яка завершилася відділенням Східного Пакистану та утворенням незалежної держави Бангладеш, що поглибило конфлікт між Індією та Пакистаном. У 1998 році обидві країни стали ядерними державами, що підвищило глобальну загрозу їх протистояння. У 1999 році відбувся Каргільський конфлікт, під час якого Пакистан намагався захопити частину Кашміру, але був відбитий Індією. Напруженість зросла після терактів у Мумбаї 2008 року, коли терористи, пов’язані з пакистанськими угрупованнями, атакували цивільні об’єкти в Індії. Конфлікт за Кашмір продовжується, як і прикордонні зіткнення, зокрема серйозна ескалація сталася в 2019 році.

Теорія Гантінгтона про “зіткнення цивілізацій” доводить, що основні сучасні конфлікти виникають через культурні та релігійні відмінності між цивілізаціями, а не через політичні чи економічні причини. Сучасні конфлікти, такі як ізраїльсько-арабський, індо-пакистанський та російсько-український, підтверджують цю теорію. Вони демонструють, що релігійні й культурні розбіжності часто є глибшими й стійкішими, ніж інші фактори, і стають основою тривалих протистоянь між країнами та народами.

Список використаних джерел:

1. Безрук О. О. Російсько-українська війна як виклик сучасним демократіям в умовах кризи світового порядку. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2024. № 1 (26). С. 15–26.

2. Гантінгтон С. Протистояння цивілізацій та зміна світового порядку. Львів : Кальварія, 2006. 472 с.

3. Корнієнко Л., Єремєєва І. Проблеми міжцивілізаційних відносин в теорії Семюеля Гантінгтона. Соціально-гуманітарні виміри правової держави : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Дніпро, 30 квітня 2021 р.). Дніпро : Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ, 2021. С. 137–138.

Кафідова П. О., студентка
гр. 6.0724-фдпс Інженерного навчально-наукового інституту
ім. Ю. М. Потебні Запорізького національного університету
(науковий керівник – Паршин Ю. І., д.е.н., проф., професор кафедри
інформаційної економіки, підприємництва та фінансів економіки
Запорізького національного університету)

КОНЦЕПТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНКУРЕНТНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Конкурентоспроможність підприємств у значній мірі залежить від системи корпоративного управління, що існує на підприємстві або в іншій організації. Про це свідчить і те, наскільки приділяється цьому питанню в західних країнах, де конкурентоспроможність підприємств і виробленої продукції вища порівняно з вітчизняною. У зв’язку з цим можна зазначити, що ця проблематика, а саме вибір рівня та моделі корпоративного управління, є актуальною та має бути досліджена.

Одним із аспектів конкурентоспроможності є конкурентоспроможність на фінансових ринках, що означає здатність компанії (підприємств, організацій тощо) залучати інвестиції в широких масштабах за найменшою ціною. Практика деяких компаній показує, що високий рівень корпоративного управління в даний час є неодмінною умовою для залучення інвестицій, і розглядається як важливий ресурс підвищення їх конкурентоспроможності. Отже, професійне корпоративне управління стає вирішальним чинником зниження ризиків у діяльності компанії та підвищує її капіталізацію [1].

У широкому значенні корпоративне управління – це процес, відповідно до якого корпорація представляє та обслуговує інтереси інвесторів. Ефективне корпоративне управління встановлює баланс між економічними та соціальними цілями, а також між індивідуальними та суспільними інтересами. Зазначимо, що на систему державного регулювання впливає низка політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів, у

межах яких формується система державного регулювання діяльності акціонерних товариств. У свою чергу, наявність факторів виробництва та ринкових умов діяльності компаній, а також ділова культура підприємництва визначають основні напрямки діяльності корпорації.

Розглядаючи сутність корпоративного управління, можна назвати дві складові цієї концепції: контроль визначається власністю, а ступінь контролю визначається обсягом інвестицій у акції підприємства. Вважається, що концепція корпоративного управління відображає акціонерне право. Акціонер виступає вищим керуючим цієї організації, і акціонерне товариство не може існувати без управління ним з боку своїх акціонерів (загальних зборів акціонерів). Керівництво корпорацією здійснюється через Раду директорів, яка обирається акціонерами та підзвітна їм. Вищий менеджмент корпорації здійснює свою діяльність у рамках прийнятого акціонерного законодавства та соціальної відповідальності перед суспільством. Акціонери мають право розглядати компанію як інструмент максимізації доходу від своїх інвестицій. Проте чим більшим стає акціонерне товариство, і чим більша кількість акціонерів воно приваблює, тим актуальніше є проблеми контролю та прийняття рішення в компанії. Ефективне корпоративне управління покликане вирішити ці проблеми [2].

Управління та контроль у компанії здійснюється багаторівневою ієрархією менеджерів, які також можуть входити і до числа власників. Менеджери виконують підприємницьку функцію, а власники виконують лише функцію постачальників капіталу. Компанія фактично контролюється менеджерами. Якщо в структурі акціонерного капіталу підприємства переважають дрібні інвестори, що безпосередньо не приймають участь у процесі управління корпорацією, виникає певна загроза, оскільки менеджери підприємства не відчувають контроль із боку акціонерів і можуть використовувати ресурси підприємства у своїх цілях.

Існує декілька відмінних одна від одної теорій корпоративного управління, що акцентують різні інтереси всіх зацікавлених сторін. Однак ядром усіх визначень є відносини між основними групами, серед яких зазначимо, це: акціонери, Рада директорів, менеджери та інші зацікавлені особи. Основними учасниками корпоративних відносин є власники корпорації та її менеджери.

Серед основних інтересів кожної з цих груп можна назвати.

Акціонери: висока капіталізація; висока прибутковість компанії та дивіденди; контролюють діяльність менеджменту при проведенні зборів акціонерів (обрання ради директорів та прийняття звіту менеджменту), а також шляхом продажу акцій, що належать їм, створюючи можливості поглинання компанії при незадовільному управлінні; з усіх учасників корпоративних відносин несуть найвищі ризики: неотримання дивідендів, банкрутство тощо.

Менеджери: сталість корпорації; високий рівень оплати праці; висока прибутковість (оскільки розмір змінної частини винагороди зазвичай «прив'язаний» до прибутку підприємства); залежить від акціонерів, представлених Радою директорів; пов'язані та взаємодіють з усіма зацікавленими у діяльності корпорації групами (персонал, кредитори, клієнти, постачальники, місцева влада тощо) та повинні брати до уваги їхні інтереси [2].

Також серед таких груп зазначимо так звані «інші зацікавлені групи», і до них слід віднести: кредитори, персонал, партнери (клієнти, постачальники), регіональні та місцеві органи влади, органи державної влади та громадянське суспільство.

Корпоративне управління є своєрідним куполом, який поєднує відносини всіх цих груп учасників. Слід зазначити, що інтереси різних груп учасників корпоративних відносин збігаються в одних сферах (питаннях), але можуть розходитися в інших. Спільність інтересів у тому, що у звичайній ситуації всі учасники корпоративних відносин зацікавлені у стабільності існування та прибутковості діяльності компанії, з якою вони пов'язані. У той же час, узагальнюючи інтереси основних груп учасників корпоративних відносин, можна виділити основну різницю між ними: хто з учасників виграє, і хто має вигравати при ухваленні рішення в корпорації у кожному конкретному випадку. Врегулювання цих питань вирішується у межах системи корпоративного управління кожної компанії.

Організаційна модель, яка покликана, з одного боку, регулювати взаємини між менеджерами компанії та їх власниками, з іншого – узгодити цілі різних зацікавлених сторін, забезпечуючи тим самим ефективне функціонування компаній та отримала назву системи корпоративного управління.

Слід зазначити, що залучення акціонерного капіталу є необхідною умовою розширення діяльності підприємства, але також необхідно враховувати й всі витрати та ризики. Наразі попередньою умовою успішного розміщення акцій є впровадження належного корпоративного управління. У зв'язку з цим значення питань корпоративного управління для залучення інвестицій та забезпечення ефективності компаній, які активно розширюють масштаби своєї діяльності, набуває все більшого значення.

Практика корпоративного управління впливає на залучення зовнішніх інвестицій в економіку країни. Без формування ефективної системи корпоративного управління неможливо забезпечити надходження інвестицій. Саме тому проблема корпоративного управління та корпоративного керівництва має виключно важливе значення для країн із перехідною економікою. Високий інтерес до проблем корпоративного управління пояснюється необхідністю забезпечення успішного довгострокового розвитку економіки, залучення інвестицій та підвищення довіри інвесторів.

Конкурентоспроможність та ефективність діяльності компанії є результатом спільної роботи та зусиль осіб, які представляють різноманітні ресурси, включаючи акціонерів, інвесторів, кредиторів, працівників, постачальників. Вклад кожного суб'єкта є необхідним ресурсом підвищення конкурентоспроможності і рентабельності бізнесу. Все це представляє особливий інтерес для вітчизняних та зарубіжних інвесторів та визначає можливість корпорації залучати необхідні інвестиції на фінансових ринках.

Практика провідних великих та середніх компаній показує, що поліпшення корпоративного управління починає розглядатися ними як важливий ресурс підвищення їх конкурентоспроможності, що свідчить про те, що корпоративне управління є однією з актуальних проблем у сучасному діловому світі.

Список використаних джерел:

1. Хілуха О.А. Сутнісні характеристики корпоративного управління. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/5104/1/Khilukha_O.pdf

2. Романюк В.М. Концептуальний аналіз теоретичних підходів до сутності корпоративного управління. *Ефективна економіка*. 2015. № 7. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4195

Клименко С. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.п.н., доц., доцент кафедри
міжнародних економічних відносин, регіональних студій
Університету митної справи та фінансів)

ЗЕЛЕНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК РУШІЙ ЕКОНОМІКИ МАЙБУТНЬОГО

Зелені технології є ключовим елементом у досягненні сталого розвитку, спрямованого на збереження природних ресурсів та скорочення шкідливого впливу на довкілля. Сучасні глобальні виклики, такі як зміна клімату, забруднення та виснаження ресурсів, вимагають нових рішень.

Зелені технології охоплюють широке коло напрямків, зокрема відновлювану енергетику, енергоощадження, управління відходами та екологічне будівництво. Основна мета цих технологій – скоротити використання невідновлюваних ресурсів та мінімізувати викиди парникових газів. Наприклад, успішне використання сонячної та вітрової енергії дозволяє значно скоротити викиди CO_2 та забезпечити сталий енергетичний баланс у країнах Європейського Союзу. Важливим є і розвиток технологій з управління відходами, що дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля та забезпечує більш ефективне використання ресурсів.

Інновації в зелених технологіях створюють нові можливості для економіки. У звіті ЮНЕП про зелену економіку за 2011 рік стверджується, що «щоб бути зеленою, економіка має бути не тільки ефективною, але й справедливою. Справедливість передбачає визнання глобальних і національних аспектів справедливості, зокрема у забезпеченні справедливого переходу до економіки яка є низьковуглецевою, ресурсоефективною та соціально-інклюзивною» [1]. Крім того, нові технології зберігання енергії та смартмережі підвищують ефективність її використання. Ці технології стимулюють розвиток «зелених» стартапів і сприяють виникненню нових бізнес-моделей. Впровадження таких інноваційних рішень дозволяє промисловим підприємствам підвищити свою екологічну ефективність, зменшуючи викиди та витрати на енергію, інтеграція зелених рішень у виробничі процеси дозволяє підприємствам знизити витрати на енергію та підвищити екологічну відповідальність, що робить бізнеси більш стійкими до змін клімату та економічних криз.

«Зелена» економіка базується на наступних принципах [2]:

- Принцип добробуту: зелена економіка дозволяє всім людям створювати та насолоджуватися процвітанням.
- Принцип справедливості: зелена економіка сприяє рівності всередині та між поколіннями.
- Принцип планетарних меж: зелена економіка охороняє, відновлює та інвестує в природу.
- Принцип ефективності та достатності: зелена економіка спрямована на підтримку сталого споживання та виробництва.
- Принцип належного управління: зелена економіка керується інтегрованими, підзвітними та стійкими інституціями.

Зелені технології мають великий потенціал для економічного розвитку в майбутньому. Вони сприяють створенню нових робочих місць у галузі відновлюваної енергетики та екологічного будівництва, залученню інвестицій у новітні проєкти. Глобальні тенденції свідчать про перехід до кругової економіки, де зелені технології відіграють центральну роль. Це дає можливість скорочувати використання сировини та зменшувати кількість відходів. Прогнози свідчать, що такі технології допоможуть перейти до кругової економіки, в якій мінімізується використання сировини та відходів, що сприяє довгостроковому економічному зростанню.

Попри значний потенціал, існують суттєві бар’єри для впровадження зелених технологій. Серед них – високі початкові витрати, технологічна складність та опір з боку традиційних галузей. Важливою умовою успіху є співпраця між державами, бізнесом і науковцями для створення сприятливого середовища. Для подолання цих викликів важливим є державна підтримка через фінансові стимули, зміни у законодавстві, а також міжнародна співпраця для обміну досвідом та ресурсами. Координація зусиль держав, бізнесу та наукових установ здатна забезпечити успіх у впровадженні зелених технологій.

Зелені технології мають вирішальне значення для переходу до сталого економічного розвитку. Їхній інноваційний потенціал здатний трансформувати економічні моделі, сприяючи сталому зростанню і збереженню природних ресурсів для майбутніх поколінь. Для реалізації цього потенціалу необхідно активізувати інвестиції в інновації, співпрацю між різними секторами суспільства та подолати наявні виклики на шляху впровадження зелених технологій. Це дозволить забезпечити не лише економічну стабільність, але й створити умови для екологічної рівноваги та збереження ресурсів для майбутніх поколінь.

Таким чином, зелені технології стануть рушієм глобальних змін, які необхідні для досягнення сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Боровик Ю. Т., Єлагін Ю. В., Полякова О. М. «Зелена економіка»: сутність, принципи, перспективи для України. *Вісник економіки транспорту і промисловості.* 2020. № 69.

2. Зварич Р., Масна О., Рівіліс І. Методологічні засади формування концепції зеленої економіки. *Вісник економіки.* 2022.

Клімов Д. І.,
аспірант 2-го року навчання Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

МОНІТОРИНГ МЕТОДІВ ОЦІНКИ СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Огляд сучасної економічної літератури свідчить про існування достатньої кількості методів оцінки рівня економічної безпеки підприємств – ресурсно-функціональний, індикаторний, експертний, матричний, економіко-математичного моделювання тощо. Зазначені методи є різними за алгоритмами, математичною складністю та достовірністю отриманих результатів. Як зазначають Г.В. Козаченко та Ю.С. Погорєлов [1], «… кожен з наявних підходів базується на використанні відповідного інструментарію, має свої достоїнства і обмеження, але жоден з них не визнаний досконалішим порівняно з іншими. Внаслідок абсолютно різної інструментальної бази наявні підходи до оцінювання економічної безпеки підприємства не конкурують між собою, мають різний ступінь розробленості та поширення».

Слід зазначити, що доволі проблемним аспектом вибору конкретного методичного підходу є наявність вихідної інформаційної бази, оскільки дані для обчислення більшості економічних і фінансових показників можна отримати з типової або спеціалізованої статистичної звітності, але

залишається група показників, для обчислення яких потрібна додаткова інформація. Часто опрацьована інформація носить суперечливий характер або дублюється, оскільки базується на використанні різних джерел. Окрім того, деякі методи оцінки економічної безпеки підприємства не можна застосовувати в умовах закритості інформації про конкурентів та партнерів, що вимагає поглиблених досліджень альтернативних методів оцінки.

У цьому зв'язку, з позиції ефективності практичного застосування, вважаємо, що найбільш оптимальним варіантом є використання методу, який синтезує одразу декілька підходів, що дозволить отримати максимально точні результати з мінімальними відхиленнями від реального стану щодо рівня економічної безпеки підприємства.

Отже, необхідною умовою є формування переліку вимог щодо вибору методичного підходу оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку, до яких варто віднести: галузеву приналежність підприємства (врахування галузевої специфіки функціонування підприємства та основних функціональних складових у структурі його економічної безпеки); інформаційну доступність (використання офіційних статистичних даних, звітності підприємства та публічних експертних оцінок); репрезентативність (вибір та відображення найбільш суттєвих показників за кожною функціональною підсистемою, що впливають на рівень економічної безпеки підприємства); динамічність (врахування фактора циклічності у функціонуванні підприємств та його впливу на зовнішні та внутрішні умови господарювання); інтегральну декомпозицію (можливість вирішення одного складного завдання шляхом його розподілу на необхідну кількість більш простих та взаємопов'язаних завдань).

На основі вивчення методу аналізу ієрархій, представимо алгоритм інтегральної оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку, що складається з декількох послідовних етапів:

– перший етап – побудова ієрархічної структури інтегральної оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку;

– другий етап – побудова матриць переваг індикаторів оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку для визначення їх пріоритетності;

– третій етап – визначення вагових значень індикаторів оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку;

– четвертий етап – визначення показників рівня інформаційної, фінансової, кадрової та інвестиційно інноваційної безпеки підприємств зв'язку;

– п'ятий етап – визначення вагових значень за кожною функціональною складовою економічної безпеки підприємств зв'язку;

– шостий етап – розрахунок інтегрального показника оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку.

Побудова ієрархічної структури інтегральної оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв'язку базується на розробці ефективної системи її індикаторів, що є складною методологічною проблемою, оскільки їх кількість та якість має бути спрямована на отримання збалансованої інформації про стан безпеки кожної функціональної складової. У цьому

зв’язку, вибір індикаторів оцінки рівня економічної безпеки підприємств зв’язку має відповідати принципам комплексності (набір індикаторів має достатньо повно характеризувати всі складові економічної безпеки підприємства), вимірюваності (індикатори мають бути реальними до розрахунку та забезпечувати можливість отримання достовірної інформації), інформаційної простоти (розрахунок індикаторів має базуватися на існуючих офіційних документах та звітності підприємства, результатах експертних оцінок), унікальності (індикатори не повинні відображати однакові характеристики підсистем економічної безпеки та функціонально залежати один від одного), нормалізації (можливість приведення обраних індикаторів до ізоморфного вигляду, тобто до однакової спрямованості та одиниць вимірювання).

Базуючись на зазначених принципах та обраних функціональних підсистемах підприємств зв’язку, вважаємо доцільним представити індикатори оцінки рівня безпеки їх інформаційної, фінансової, кадрової та інноваційно-інвестиційної безпеки

Список використаних джерел:

1. Козаченко Г. В., Погорєлов Ю. С. Оцінювання економічної безпеки підприємств: аналіз основних підходів. Менеджмент безпеки держави, регіону, підприємства: проблеми і виклики сьогодення : монографія / за заг. ред. З. Б. Живко, І. Г. Бабець. Львів : Ліга-Прес, 2015. С. 238–251.

Книш О. А., Куций Р. В.,
аспіранти кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горященко Ю. Г., д.е.н., проф.,
професор кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

ЕКОНОМІЧНЕ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ У СВІТОВОМУ ВИМІРІ

Світова практика показала, що врахування комплексу загроз економічній безпеці, таких як небезпечні події, процеси і явища в усіх сферах і галузях економіки, розуміння логіки їх розвитку та взаємовпливу в умовах кризи дає змогу більш якісно формувати уявлення про принципи національної стабільності, що, у свою чергу, спрощує забезпечення заходів та коригування економічної політики держави, спрямованої на забезпечення кращого стану захищеності від різного ступеня зовнішніх загроз.

Формування якісної системи контролю та оцінки ризиків зовнішньоекономічної безпеки національних економік на основі врахування майбутніх загроз, особливо під час глобальних кризових явищ, дозволить створити та реалізувати ефективні механізми їх зниження в теперішньому часі, щоб стабілізувати майбутні негативні тенденції [4].

Варто звернути увагу, що однією з основних вимог зміцнення економічної складової держави є гарантування безпеки країни, виключення можливості відновлення військових конфліктів на її території. Відсутність цього суспільного блага призведе до скорочення приватних інвестицій до мінімуму, гальмування економічної діяльності та тягаря витрат на безпеку компаній, що призведе до збільшення витрат на економічну діяльність [1].

Крім того, проблема боротьби з тіньовою економікою, відмиванням грошей та ухиленням від сплати податків при імпорті чи експорті товарів є дуже актуальною для більшості країн світу. Як розвинені країни, так і країни, що розвиваються, стикаються з численними випадками шахрайства, які дестабілізують економічну ситуацію, призводять до викривлення національних і глобальних ринків, зменшують податкові зобов'язання та доходи, спричиняють значні бюджетні втрати та значно перешкоджають законній торгівлі [2].

Варто зазначити, що корупція має значний вплив на економічне зростання та рівень економічної безпеки країни. Сьогодні виявлено та встановлено залежність між рівнем корупції в країні та ступенем відкритості та розвитку її економіки. Таким чином, низький рівень корупції характерний для країн з розвиненою та відкритою економічною системою, функціонування якої базується на демократичних засадах та дієвій інституційній базі, без якої створюється середовище, сприятливе для корупційної діяльності, що спричиняє перманентні кризи та загрози до економічної безпеки. Це свідчить про негативний вплив корупції на економіку країни, що підтверджується як теоретичними, так і емпіричними дослідженнями. Серед основних, які сприяють загальному зростанню економічної небезпеки країни, є:

– уповільнення темпів економічного зростання через скорочення інвестицій;

– зменшення податкових надходжень;

– збільшення дефіциту бюджету;

– зростання соціальної нерівності та розшарування населення;

– неефективне використання людських ресурсів [3].

Безумовно, одним із головних гарантів зовнішньоекономічної безпеки будь-якої національної економіки є підвищення експортного потенціалу, оскільки це збільшує національний дохід. Імпорт також є важливою складовою, оскільки його відсутність шкодить світовій економічній системі. Тому для ефективного розвитку національної економіки необхідно, щоб темпи зростання експорту були вищими за темпи зростання імпорту.

Таким чином, зовнішньоекономічна безпека держави залежить від ефективного управління ризиками, що включає контроль потенційних загроз, економічну та політичну стабільність, боротьбу з тіньовою економічною практикою та боротьбу з корупцією. Забезпечення належних умов внутрішньої економічної стабільності, включаючи захист від військових конфліктів та зниження інвестиційних ризиків, стає ключовим фактором залучення капіталу та стабільного економічного розвитку.

Важливу роль відіграють також заходи, спрямовані на підвищення експортного потенціалу та збалансоване зростання імпорту, що сприяє збільшенню національного доходу та покращенню економічної взаємодії з іншими країнами. Лише комплексний підхід до розвитку інституційної бази та захисту національних інтересів на міжнародній арені дозволить державі підвищити стійкість до зовнішніх загроз та забезпечити довгострокову економічну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Данкевич В. Є. та ін. Економічна, продовольча та екологічна безпека в умовах післявоєнної відбудови: світовий досвід. *Modern economics*. 2023. № 41. С. 45–53.

2. Жучков А. С. Способи гарантування економічної безпеки держави з використанням практичного досвіду митних служб деяких країн світу. *Modern Economics*. 2021. № 25 (2021). С. 64–72.

3. Самійленко Г. Забезпечення економічної безпеки країни на основі реалізації світових антикорупційних моделей та детермінант їх функціонування. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2021. № 3. С. 37–45.

4. Шабельник Т. В., Марена Т.В., Шабельник М.М. Модель контролю та оцінки ризику зовнішньоекономічної безпеки національних економік в умовах світових криз. *Бізнес Інформ*. 2023. № 1. С. 40–47.

Коваленко О. М., магістр Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ОБҐРУНТУВАННЯ НАПРЯМІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Складові маркетингу наразі являються основними засобами продовження життя підприємства у силу зростання жорсткої конкуренції і підвищення надійності та якості менеджменту всіх сфер національної економіки. Зараз вітчизняний та зарубіжний досвід підтверджують, що чим вище рівень конкуренції, тим міцніше побудований маркетинг на підприємствах, через те що рівень економічного розвитку маркетингу цілісно пов'язаний з рівнем конкуренції. Можна зробити висновок, що ефективність маркетингу буде зростати пропорційно рівню конкуренції. З адміністративної точки зору економіки, вкрай необхідний управлінський досвід роботи та взаємодії з людьми, управління виробництвом та їх запасами, інноваційними процесами тощо. Для українських підприємств, маркетингова діяльність є порівняно новим видом економічної діяльності, який потребує освоєння і ретельного вивчення та призводить до того, що на підприємстві постійно відбуваються якісь зміни в відділах маркетингу, маркетингових службах, організації маркетингової діяльності на підприємстві.

Найчастіше зазначений процес відбувається неконтрольовано, тобто через кризу, помилки підприємства, які несуть втрати. Із всього вищесказаного можна зробити висновок, що для того щоб уникнути втрат підприємство повинно шукати різноманітні методи самовдосконалення маркетингової діяльності. Можна зазначити, що цей шлях є достатньо довгим і дуже витратним.

Маркетинг відіграє таку ж саму роль, як і будь-яка інша функція, будучи функцією менеджменту. Вона пов’язана з управлінням робіт підприємства: виробничим управлінням, фінансовим управлінням, керівництвом персоналом, управління різноманітними інноваціями, тощо [1].

Найефективніше використання маркетингу і впровадження на підприємствах України потребує вірного розуміння його сутності та визначень. Це річ дуже складна та важлива, тому що навіть за приблизними відмітками економічних визначень маркетингу західна література й сучасна вітчизняна пропонує декілька тисяч цих визначень. Вони уточнюються тим, що існує безліч різних методологічних підходів маркетингу вчених до економічної характеристики маркетингу підприємства.

Однак більшість фахівців маркетологів сходяться в тому, що «маркетинг» – це явище, пов’язане з ринком та торгівлею, безліччю ринкових та економічних процесів та ринковою діяльністю. «Дуже відомий фахівець з маркетингу професор Ф. Котлер, вважає, що маркетинг є видом діяльності, направленої на задоволення потреб людини за допомогою обміну». «Маркетинг – це вид специфічної діяльності, яка є обов'язковим для функціонування підприємства в ринковому середовищі». Відомий вчений-економіст сучасного світу П. Дракер доводить, що мета маркетингу – реалізувати зусилля по збуту продукції непотрібними. Його ціль – розуміти і пізнати споживачів, щоб товар або послуга стали з підвищеним попитом та в самий підходили останньому і продавали самі собі з першого погляду.

Вважаємо, що найбільш вдалою, що розкриває сутність, є така логічна категорія: маркетинг – це сучасне управління, яке дозволяє досягти поставлену мету підприємства, враховуючи потреби своїх споживачів, передбачає виконання певних дій та здійснення елементів маркетингового комплексу, аналізом проведеного спостереження, за виконанням діяльності підприємства і зовнішнім загальним середовищем.

Зі змісту та сенсу складових маркетингу, випливає зміст і сенс твердження маркетингова сучасна діяльність. Маркетингова сучасна діяльність – це прояв якості та керування удосконаленням маркетингового відділу або служби та обов’язкового використання необхідного інструментарію, що відбулися через вирішення задач по просування товару на ринкове середовище. Щоб забезпечити ефективну систему маркетингової діяльності, її потрібно завжди удосконалювати, відповідно за правилами ринку, які часто змінюються, а ще виникаючих оновлених завдань і цілей в роботі підприємства.

Удосконалення маркетингової діяльності передбачає цілеспрямоване управління, задля доведення її до відповідності через вимоги ринку, що змінюються. Щоб вміти правильно керувати маркетинговою діяльністю треба зрозуміти і вивчити в чому її особливість.

Маркетингова діяльність визначається, як частина питань, що використовують при управлінні підприємством. При визначенні маркетингової сучасної діяльності, є важливим завдання керування та сучасне удосконалення маркетингової основної діяльності на підприємствах. До них можна віднести: забезпечення можливостей відповідності маркетингу вимогам ринку; зростання маркетингового потенціалу служби підприємств; збільшення змісту та якості деталей, які забезпечують маркетингову діяльність.

Задля досягнення цієї цілі керування удосконаленням маркетинговою діяльністю потрібно ставити як відокремлену підсистему на фірмі, для якої мають бути свої ресурси, суб'єкти, центри відповідальності, щоб процес був плановим і відповідав удосконаленню фірми, а ще обставини зміни маркетингового середовища.

Список використаних джерел:

1. Даценко В., Дронова Т., Хурдей В., Міщенко Д., Семенова Л. Маркетингова діагностика товарного асортименту рітейла в конкурентному середовищі. *Економічні горизонти*. 2022. № 3 (21).

Копаничук Б. Д.,
аспірант 1-го року навчання Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бикова А. Л., к.е.н., доц.,
завідувачка кафедри економіки та економічної безпеки
Університету митної справи та фінансів)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВІДНОВЛЕННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Сьогодні забезпечення економічної безпеки в Україні є визначальним чинником реалізації системи економічних інтересів держави, здатності держави захищати державні економічні інтереси від зовнішніх і внутрішніх загроз, спроможності національної економіки підтримувати та відновлювати процеси суспільного відтворення. Існує прямий зв'язок між рівнем економічної безпеки та рівнем суспільної безпеки, обороноздатністю, а отже, і життєздатністю сучасної держави. Зокрема, агресія проти України призвела до необхідності термінового перегляду стратегічних засад, на яких ґрунтуються як національний, так і європейський режими безпеки. З огляду на це, Україна має запропонувати невідкладні заходи щодо забезпечення енергетичної, економічної та інформаційної безпеки в контексті ситуації, що склалася.

Економічна безпека держави є інтегральною характеристикою стану економічної системи і являє собою стан багатьох підсистем, які є взаємопов'язаними структурними елементами: макроекономічної, інвестиційної, інноваційної, фінансової, соціальної, зовнішньоекономічної, енергетичної, продовольчої та демографічної безпеки. Водночас економічна безпека є складовою системи більш високого рівня – державної безпеки [1]. Складна соціально-політична та військова ситуація в Україні супроводжується зростанням загроз економічній безпеці.

Остання визначена у статті 7 Закону України «Про основи національної безпеки України»: суттєве зниження обсягів валового внутрішнього продукту, інвестиційної та інноваційної діяльності, науково-технічного потенціалу, послаблення системи державного регулювання та контролю в економічній сфері, у тому числі державної грошово-кредитної (фіскальної) політики щодо Нестабільність нормативно-правової бази, відсутність ефективних програм запобігання фінансовим кризам, зростання кредитних ризиків, кризовий стан провідних країн світу.

Розвиток провідних економік світу та пошук нових факторів конкурентоспроможності призвів до формування нової категорії «економіка знань». Це економіка знань, інновацій, інформаційних систем та новітніх технологій. Основою економіки знань є людський капітал, який є головною рушійною силою соціально-економічного розвитку в сучасних суспільствах. Зміна ролі людського капіталу та його перетворення з вартісної категорії на головний виробничий і соціальний фактор розвитку зумовили необхідність формування нової парадигми розвитку. В рамках нової парадигми розвитку країн і міжнародного співтовариства людський капітал займає провідне місце в національному багатстві (до 80% в розвинених країнах).

Термін «людський капітал» часто використовується у вузькому сенсі для позначення вроджених талантів, здібностей, навичок і набутих знань людини. Іноді його розширюють, включаючи в нього всі інтелектуальні, фізичні та психологічні здібності людини. Його часто відрізняють від інституційного та культурного потенціалу соціальних груп, який називають соціальним або культурним капіталом. Хоча таке розмежування полегшує вимірювання внеску різних факторів в економічне зростання, воно, як правило, приховує той факт, що індивідуальні, соціальні та культурні фактори є невіддільними і часто нерозрізнюваними. Індивідуальні цінності та навички визначаються культурними факторами, які, в свою чергу, визначають функціонування соціальних інститутів.

Соціальний розвиток є продуктом індивідуального розвитку і навпаки. Соціальний прогрес починається зі створення нових ідей, вищих цінностей і прогресивніших мотивів, які призводять до інноваційних ініціатив окремих осіб, які потім переймаються іншими, імітуються, організовуються, примножуються і, врешті-решт, асимілюються соціальною групою. Зрештою, різні аспекти організованої соціальної структури перетворюються на неформальні соціальні інститути та стійкі культурні цінності.

Таким чином, індивідуальний розвиток є продуктом соціальної організації, інституцій та культурної атмосфери, які передають знання, навички та цінності, роблять групові досягнення доступними для кожного члена і забезпечують свободу та можливість для розвитку унікальних індивідуальних характеристик.

Враховуючи надзвичайну важливість державної політики відновлення людського капіталу після війни для соціально-економічного розвитку країни в контексті російської військової агресії в Україні, зазначена тематика потребує поглибленого наукового дослідження та формування підходів до окреслення напрямів відновлення людського капіталу.

Зважаючи на важливість у нинішніх умовах продукування інновацій, демонстрації високого рівня інтелектуальності, вагомою характеристикою вважається наявність високого рівня інноваційного розвитку. Згідно з Глобальним інноваційним індексом, Україна у 2022 р. посіла 57-му позицію серед 132 країн світу (в Європейському регіоні – 34-те місце). Причому серед груп країн із економікою з доходом, нижчим від середнього, вона на 4-й сходинці серед 36 країн [1]. Результатом значних змін в економічному середовищі, підходах до формування відповідного показника людського капіталу в сучасних умовах стає характеристика рівня цифрової конкурентоспроможності, що демонструє сучасну технологічну спроможність країни, упровадження інформаційно-комунікативних технологій.

Список використаних джерел:

1. Агафонова М. В. Розвиток людського капіталу в рамках візії національної економічної стратегії на період до 2030 року. Освітня аналітика України. 2022. № 3 (19). С. 15–25. DOI: https://doi.org/10.32987/2617-8532-2022-3-15-25

Копаничук К. О.,
аспірант 1-го року навчання Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Саричев В. І., д.е.н., професор кафедри
економіки та економічної безпеки Університету митної справи та фінансів)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СТІЙКОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ЛЮДСЬКИЙ РОЗВИТОК: МЕТОДОЛОГІЯ ТА ПРАКТИКА

Поняття індексу людського розвитку було введено такими вченими, як Мегнад Десаї та Амартья Сен. Вони ввели основні виміри людського розвитку, які до сьогоднішнього дня лише доповнюються і коригуються: з 1990 року ПРООН (Програма розвитку Організації Об’єднаних Націй) використовує Індекс людського розвитку у своїх щорічних звітах.

Таким чином, Індекс людського розвитку є незамінним комплексним показником, який відображає порівняльний потенціал людей в різних країнах світу. Індекс людського розвитку включає три найважливіші елементи: матеріальний рівень життя (ВВП на душу населення), рівень освіти та очікувану тривалість життя.

Матеріальний рівень життя – це рівень доступу людей до певних товарів і ресурсів, необхідних для їхнього існування. Однак люди не завжди користуються цією можливістю. Тому матеріальний рівень життя при розрахунку Індексу людського розвитку характеризується скоригованим реальним валовим внутрішнім продуктом (ВВП) на душу населення, що є дуже корисним, оскільки ВВП конвертується на міжнародному рівні в долари США. Рівень освіти – це насамперед здатність людей брати повноцінну участь у житті сучасного суспільства в різних формах, а також здобувати знання та навички для того, щоб робити значний індивідуальний внесок у це життя.

Сьогодні цей показник набуває все більшої цінності. Це пов’язано з тим, що в умовах постійної індустріалізації та науково-технічного розвитку духовний розвиток населення відіграє дуже важливу роль. Індикатор складається з двох частин. Рівень грамотності дорослого населення та відсоток студентів у загальній чисельності населення кожної вікової групи. Третя складова Індексу людського розвитку – очікувана тривалість життя. Це очікувана тривалість життя людини. Очікувана тривалість життя - це очікувана тривалість життя при народженні.

Очікувана тривалість життя при народженні являє собою очікувану тривалість життя новонародженого в даному році, якщо він проживе все своє життя за певних умов смертності. Оскільки всі три показники взаємопов'язані, їх необхідно агрегувати, тобто звести разом, щоб побудувати загальний індекс людського розвитку. Загалом, індекс людського розвитку (ІЛР) розраховується як середнє арифметичне індексу очікуваної тривалості життя, індексу освіти та скоригованого індексу реального ВВП на душу населення.

Система числових показників, що використовується Програмою розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) для вимірювання людського розвитку в більшості країн, далека від досконалості і тому не тільки постійно вдосконалюється, але й постійно відкрита для критики. Однак вона чітко підкріплена теорією і ґрунтується на наявності порівнянних статистичних даних майже для кожної країни світу. Продумана, виважена та зрозуміла методологія розрахунку Індексу людського розвитку та його складових дозволяє, окрім ранжування та групування, оцінити відповідність поточної ситуації певному еталону, представленому оптимальним значенням Індексу людського розвитку, та його зміну за певний період часу.

Порівнюючи показники тривалості життя, освіти та рівня життя, можна визначити пріоритети відповідних програм людського розвитку та обсяги необхідного для них фінансування. Водночас, Індекс людського розвитку не враховує багато параметрів, які надають цінний вибір для людей. Наразі ведеться робота над удосконаленням методології розрахунку в цьому напрямку та доповненням його іншими комплексними показниками. Однак зміна способу розрахунку Індексу людського

розвитку не применшує його значення як принципово нового інструменту дослідження суспільного прогресу. Водночас, методологія розрахунку Індексу людського розвитку ПРООН має бути розширена та вдосконалена для використання на національному рівні.

Добробут, як і Індекс людського розвитку, є одним з індикаторів якості життя населення. В економічній літературі існує загальноприйняте визначення добробуту: «Щастя – це позитивний фізичний, соціальний і психічний стан, який є результатом не лише індивідуальної діяльності, а й доступності благ та стосунків з іншими людьми. Це результат задоволення базових потреб». Дослідження методологічних засад вимірювання добробуту в економічній науці проводились у кількох контекстах: вимірювання суспільного добробуту. Це завдання вирішується в рамках таких наукових дисциплін, як економіка добробуту, переважно шляхом аналізу поточного стану та динаміки ВВП і нерівності доходів.

Вимірювання якості розвитку. Цей підхід розробляє методи оцінки якості життя, вимірюючи результати надання благ для людського або соціального капіталу. Вимірювання якості рівня життя. Вимірюється шляхом визначення кількості благ, доступних населенню, з використанням факторів, що визначають доступність благ. Найпоширенішим методом вимірювання якості життя є методика американської організації International Living, яка включає дев'ять показників: вартість життя, культура і дозвілля, економічні стандарти, стан навколишнього середовища, громадянські свободи, здоров'я, розвиток інфраструктури, особиста безпека і кліматичні умови.

Найважливішими з них є вартість життя та економічні стандарти. Слід також зазначити, що всі ці показники є індивідуальними і варіюються від країни до країни.

Список використаних джерел:

1. Грішнова О.А. Людський розвиток : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2006.

Коробська А. В., студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Черба В. М., к.держ.упр., доцент
кафедри соціального забезпечення та податкової політики)
Університету митної справи та фінансів

ЗАРУБІЖНА ПОЛІТИКА ЗАЙНЯТОСТІ СЕРЕД МОЛОДІ ЯК ПЕРЕДУМОВА НАСТАННЯ СОЦІАЛЬНОГО РИЗИКУ

Політика зайнятості, особливо у період воєнного стану, є дуже актуальною не лише для середньовікового населення, але й, зокрема для молоді. Зазвичай, саме молодим людям важче працевлаштуватися, причиною чого є:

1. Відсутність попереднього досвіду роботи, після випуску з ВНЗ чи технікуму.
2. Невідповідна освіта запитам роботодавця.
3. Проблематика якості профорієнтації.
4. Диспропорція попиту та пропозиції тощо.

Звісно, що з початком війни обмежилася і кількість трудових ресурсів, причиною чого стало:

- Висока смертність, через бойові дії.
- Часта інвалідизація громадян.
- Мільйонні втрати робочих рук, зокрема через руйнацію домівок.
- Зменшення трудових ресурсів як у окремих регіонах, так і по країні загалом, причиною чого є внутрішнє переміщення.
- Вимушена еміграція населення за кордон.

Такі чинники, вимагають від населення певної «гнучкості» у процесі реалізації свого трудового потенціалу, чому має сприяти система освіти для профільних спеціальностей, які мають більше приділяти часу та досвіду практичним знанням.

У контексті ефективного залучення молоді до працевлаштування та створення необхідних для цього умов, варто звернутися до зарубіжного досвіду.

Зокрема, варто розглянути французьку політику зайнятості, яка говорить про те, що стимуляція працевлаштування молоді за допомогою певних пільг компаніям – є хорошою передумовою до реалізації зайнятості молодого населення. Франція, також дає можливість молоді, віком від 16 до 21 року, яка покинула навчання, проходити стажування за рахунок працевлаштуючої компанії, з метою компенсації освіти. Крім уже вказаних можливостей участі у програмах професійної підготовки, молодь має невід'ємне право на ті робочі місця, які субсидіюються. Роль держави, у процесах зайнятості молоді значно полегшує підприємствам суми витрат на страхування від безробіття і хвороби, строком до 1 року, молодих людей, які не мають спеціальності або ж кваліфікації, беручи оплату страхування на себе, що зменшує витрати підприємства за таких працівників на 20–25%.

Швеція, також не відстає і покриває майже 80% витрат на працевлаштування молоді у віці 16–18 років, яка немає середньої освіти. Державою також фінансуються програми для створення нових робочих місць, зокрема для молоді. Цифровізація інформації допомагає з єдиного електронного банку даних отримати інформацію про наявні вакансії та умови роботи, у межах усієї країни.

Що ж до Німеччини, то підприємству за кожного некваліфікованого працівника, прийнятого на роботу, виплачується одноразова дотація, а у разі прийняття на роботу, молодої особи у віці від 16 до 26 років, підприємству надаються податкові пільги. Окрім того, державою здійснюється пряме інвестування фірм, які займаються профпідготовкою кадрів, що компенсується Федеральним відомством з праці.

Тож, відповідно до проведеного аналізу виникає можливість імплементації в Україні досвіду країн ЄС – Франції, Швеції, Німеччини, щодо державної політики зайнятості молоді, зокрема: зменшення податків для того підприємства, що працевлаштувало молодого спеціаліста;

стимулювання, гнучких форм зайнятості, зокрема неповної зайнятості молоді, яка б надавала можливість молодому спеціалісту без досвіду роботи отримати перший досвід роботи; впровадження ефективного механізму перекваліфікації кадрів; покриття 20–40% витрат на працівника для підприємств та організацій, що проводять навчання з подальшим отриманням фахового свідоцтва (зазначимо, що таке навчання повинно бути оплачуване); сприяння розвитку молодіжних центрів в Україні, зокрема: забезпечення діяльності державної установи «Всеукраїнський молодіжний центр»; залучення у сферу зайнятості молоді, жінок, громадян пенсійного віку через відповідні зміни законодавства; створення електронного банку даних про вакансії та умови пропонованої роботи на території всієї країни; створення сприятливих умов для осіб старших вікових груп у сфері зайнятості[1].

Багато європейських країн намагаються створити умови для якомога м'якшої та ефективної адаптації молоді при входженні на ринок праці після здобуття освіти за допомогою поєднання, так званих, стратегій попиту та пропозиції. Такі заходи включають наступне [2].

- Роботодавцям, які працевлаштовують молодих безробітних або забезпечують їх першим робочим місцем, надаються субсидії (Греція, Норвегія, Португалія, Великобританія).
- Створення на базі державного сектору нових робочих місць для молоді (Німеччина, Норвегія).
- Спрощена процедура найму працівників (Німеччина, Великобританія).
- Закріплення мінімальних обмежень заробітної плати або введення нижньої межі мінімальної заробітної плати для молоді.

Отже, аналізуючи досвід та практику зарубіжних країн, з питань працевлаштування молоді, варто звернути увагу на перехід особи від освітнього процесу до процесів працевлаштування. Від так, багато європейських країн можуть відзначитися ефективною політикою зайнятості молоді на національному рівні, враховуючи національну специфіку, економічну і суспільну ситуацію. Саме тому, для України досвід зарубіжних держав – є важливим та має бути впровадженим в українське суспільство, з урахуванням наявних аспектів та коригувань.

Список використаних джерел:

1. Кулініч О., Новаченко Т. Зарубіжний досвід державної політики щодозайнятості молоді та його адаптація в Україні. *Публічне управління та адміністрування: актуальні проблеми теорії та практики :* тези доповідей І Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (м. Київ, 22.12.2022 р.). Київ : ДУТ, 2022. С. 155–158.

2. Нестерович О. С. Досвід зарубіжних країн у правовому регулюванні працевлаштування випускників закладів освіти. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія право.* 2022. № 71. С. 186–190.

Кочергін Я. І., здобувач
Комунального закладу освіти “Фінансово-економічний ліцей
наукового спрямування при Університеті митної справи та фінансів”
(науковий керівник – Черба В. М., к.держ.упр., доц.,
доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

ДИНАМІКА РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ ТА ІНФЛЯЦІЇ В ЛЮКСЕМБУРЗІ (2019–2023 рр.)

На сьогоднішній день рівень безробіття в Люксембурзі відносно стабільний, супроводжується невеликими періодами зростання та падіння. Люксембург все ще відчуває наслідки економічного потрясіння кризи Covid і триваючої війни в Україні більше, ніж у сусідніх країнах, адже більшу частину його економіки складає фінансовий сектор, який особливо чутливий до міжнародного становища. Наразі рівень безробіття становить 5,5%, а прогнози вказують на зростання до 5,9% до кінця року [1].

Цікавою ситуацією є невідповідність між цифрами безробіття та вакансіями, явище, яке важко зрозуміти. Тобто, незважаючи на те, що вакансій багато, багато з них залишаються незаповненими через невідповідність навичок, особливо через проблеми зі знання мови. Це викликано тим, що власного населення недуже багато, а за статистикою близько 70% трудового населення Люксембургу – це іммігранти або транс-кордонні працівники[2].

Транс-кордонні працівники – це люди, які працевлаштовані або шукають роботу на території герцогства, але проживають за його кордонами. Така обстановка пов’язана з знаходженням держави в Шенгенській зоні й привабливістю країни як для місця роботи.

Станом на 30.11.2022 ситуація з працевлаштуванням виглядала так:

● загальна внутрішня зайнятість: 516 304, включаючи 227 799 транс-кордонних працівників [3];

● працівники в приватному секторі: 450 877, включаючи 219 509 транс-кордонних працівників[3];

● державні службовці: 36 044, включаючи 2 324 транскордонних працівників [3];

● самозайняті: 29 383, у тому числі 5 966 транскордонних працівників[3].

Що стосується демографії, відзначимо тенденцію до зростання тривалого безробіття серед осіб віком від 45 років. Вони складають понад 40% від загальної кількості шукачів роботи, що становить приблизно 7500 осіб. 51% цієї групи перебувають на обліку як безробітні більше року [1]. Рівень безробіття серед молоді становив 18,80% у грудні 2023 року, згідно з даними Євростату[4].

2019 рік продовжував тенденції стабільності відсотку безробіття попередніх 2017–1028 років на рівні 5,5–5,6% [5], навіть не зважаючи на загальноєвропейські зменшення темпів економічного росту в той час.У 2020 році в зв'язку з пандемією Коронавірусу відсоток безробітних різко виріс досягнувши свого максимум в 7,1% в червні 2020 року [6], після чого почав поступово знижуватись завдяки грамотній політиці уряду Люксембургу.

.

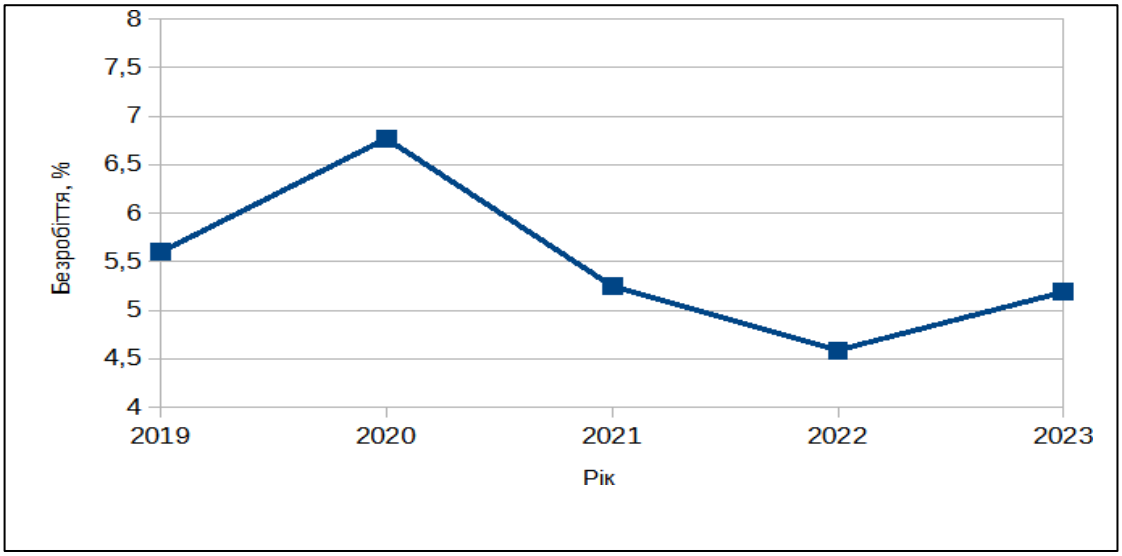

Рис. 1. Динаміка рівня безробіття в Люксембургу протягом 2019–2023 рр., % [5–6]

При цьому люди, що тимчасово втратили роботу були забезпечені за рахунок держави. Від червня 2020 і до 2022 років безробіття знижувалось, опустившись до 4,7% в травні 2022 [6], що було забезпечено зокрема відновлювальним ефектом після пандемії. Однак надалі почали відігравати роль довгострокові наслідки складного міжнародного становища, що було викликане війною в Україні, до якого економіка герцогства дуже чуйна. Таким чином безробіття продовжує зростати і на момент вересня 2024 складає 5,8%.

Інфляція – це загальне зростання загального рівня цін на товари та послуги, які зазвичай купують домогосподарства (громадяни). Вона вимірюється як середня зміна цін за певний період часу на кошик товарів і послуг, які зазвичай купуються в економіці. В єврозоні він вимірюється як зміна гармонізованого індексу споживчих цін (HICP) порівняно з аналогічним періодом минулого року (зміни «рік до року»). HICP розбивається відповідно до європейської класифікації індивідуального споживання за цілями (ECOICOP) та похідних від неї агрегатів товарів і послуг [7]. Впродовж 2019 року інфляція продовжувала коливатись в діапазоні 1,5–3% як і в минулих 2017 та 2018 роках, продовжувала стабільне існування[9].

Проте в 2020 році інфляція різко падає доходячи навіть до мінусових значень у лютому 2021 (–0,2%), це зумовлено початком пандемії коронавіруса, а саме надзусиллями держав Євросоюзу з боротьби з її наслідками. Саме завдяки неймовірним вкладенням з боку держави інфляція була настільки низькою. Пізніше таке стримування інфляції призвело до її швидкого росту в 2021, коли держава переставала її стримувати. А з початком збройної агресії росії на початку 2022 року інфляція в Люксембурзі зростає вдвічі, доходячи до найвищого значення в 7,4% в липні 2022, адже, як ми пам'ятаємо, економіка герцогства дуже сильно пов'язана з міжнародним становищем. До 2023 року шок почав спадати і інфляція стала повертатись до звичних значень, а пізніше, уже в 2024 році почала спадати навіть більше очікуваного за рахунок зниження цін на нафту. Зокрема, порівняно з серпнем 2023 року дизпаливо подешевшало на 8,62%, бензин – на 7,75%.

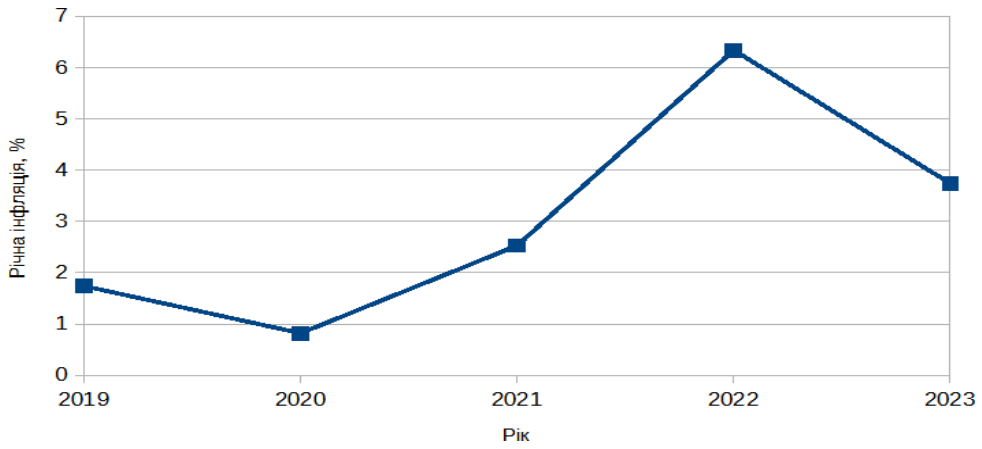

Рис. 2. Динаміка рівня інфляції Люксембургу протягом 2019–2023 рр, % [9–8]

Таким чином Річний рівень інфляції в Люксембурзі знизився до 1,73% у серпні 2024 року, ставши найнижчим рівнем з березня 2021 року [10]. У 2025 році очікується значний стрибок інфляції, пов'язаний із закінченням дії так званих тарифних щитів, які захищали люксембурзьких споживачів від підвищення цін на газ та електроенергію після того, як країни ЄС обмежили імпорт російської нафти та газу після її вторгнення в Україну. Ціни на газ та електроенергію у Великому Герцогстві можуть злетіти на 17% та 60% відповідно наступного року, коли щити будуть скасовані [11].

Список використаних джерел:

1. National Employment Agency. Luxembourg unemployment expected to rise further in 2024. URL: https://today.rtl.lu/news/luxembourg/a/2172486.html

2. Visit World. Як знайти роботу в Люксембурзі: детальний посібник для експатів. UPD: https://visitworld.today/uk/blog/1693/how-to-find-a-job-in-luxembourg-a-detailed-guide-for- foreigners#rinok-praci-v-lyuksemburzi

3. EURES (EURopean Employment Services). Labour market information: Luxembourg. URL: https://eures.europa.eu/living-and-working/labour-market-information/labour-market- information-luxembourg_en

4. Trading Economics. Luxembourg – Youth unemployment rate. URL: https://tradingeconomics.com/luxembourg/youth-unemployment-rate-eurostat-data.html

5. Macrotrends. Luxembourg Unemployment Rate 1991–2024. URL: https://www.macrotrends.net/global-metrics/countries/LUX/luxembourg/unemployment-rate

6. Trading Economics. Luxembourg Unemployment Rate. URL: https://tradingeconomics.com/luxembourg/unemployment-rate

7. European Central Bank Eurosystem. HICP – Overall index, Luxembourg, Monthly. URL: https://data.ecb.europa.eu/data/datasets/ICP/ICP.M.LU.N.000000.4.ANR

8. Macrotrends. Luxembourg Inflation Rate 1960–2024. URL: https://www.macrotrends.net/global- metrics/countries/LUX/luxembourg/inflation-rate-cpi

9. Trading Economics. Luxembourg Inflation Rate. URL: https://tradingeconomics.com/luxembourg/inflation-cpi

10. Delano. Luxembourg's inflation hits 42-month low of 1.7% in August. URL: https://delano.lu/article/luxembourg-s-inflation-hits-42

11. Luxembourg Times. Inflation at three-year low still expected to trigger pay rises. URL: https://www.luxtimes.lu/luxembourg/inflation-at-three-year-low-still-expected-to-trigger-pay- rises/12673819.html

Крайнік О. М.,
к.е.н., доцент кафедри бізнесу та управління
Національного університету "Запорізька політехніка"

РОЛЬ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИВЕРСИФІКАІЇ, СТВОРЕННЯ СТАБІЛІЗАЦІЙНИХ ФОНДІВ ТА ЗМЕНШЕННЯ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД ІМПОРТУ

В умовах глобальної економічної нестабільності та зростання геополітичних ризиків питання забезпечення економічної безпеки держави стає пріоритетним. Однією з ключових стратегій зміцнення національної економічної стійкості є диверсифікація економіки, яка дозволяє зменшити залежність від одного або кількох секторів і знизити вразливість перед зовнішніми шоками, такими як коливання цін на ресурси або торговельні обмеження. У сучасних реаліях створення стабілізаційних фондів також є необхідним інструментом, який надає державі фінансові ресурси для підтримки економіки під час кризових ситуацій. Це особливо актуально для країн, економіка яких сильно залежить від експорту природних ресурсів або імпорту ключових товарів і технологій [1].

Зменшення залежності від імпорту стратегічних товарів стає критичним питанням для забезпечення автономності держави, особливо в умовах посилення санкційних режимів та перебоїв у глобальних ланцюгах постачання. Таким чином, диверсифікація, стабілізаційні фонди та імпортозаміщення не лише підвищують економічну стійкість, але й сприяють створенню нових робочих місць, стимулюють розвиток внутрішніх ринків та знижують ризики, пов'язані з міжнародною економічною нестабільністю.

Диверсифікація економіки – це один з найважливіших кроків для зниження вразливості національної економіки перед зовнішніми шоками, такими як коливання цін на енергоресурси або глобальні фінансові кризи. Спрямовуючи ресурси на розвиток різних секторів, таких як інформаційні технології, туризм, зелена енергетика або виробництво, країна може зменшити свою залежність від одного сектору. Наприклад, у країнах, які традиційно залежали від експорту нафти, дедалі більше інвестицій направляються на розвиток альтернативних галузей, що створює нові робочі місця та підтримує економіку у випадку падіння цін на нафту [2].

Стабілізаційні фонди відіграють критичну роль у підтримці макроекономічної стабільності в умовах кризи. Завдяки накопиченим коштам уряд може підтримувати фінансову стабільність, зберігати обмінний курс та підтримувати ключові соціальні програми, коли виникає потреба в додаткових ресурсах. Наприклад, Норвегія створила свій національний фонд, який дозволяє вкладати кошти, отримані від видобутку нафти, у різні інвестиційні інструменти. Це не лише допомагає країні у випадку кризи, але й створює основу для фінансування майбутніх поколінь.

Залежність від імпорту особливо уразлива під час глобальних криз, коли поставки товарів можуть порушуватися, а ціни зростати. Розвиток внутрішнього виробництва дозволяє не тільки знизити витрати на імпорт, але й сприяє створенню нових робочих місць та зростанню ВВП. Одним із прикладів є розвиток аграрного сектору та виробництво продуктів харчування, що зменшує необхідність імпортувати товари першої необхідності та підтримує національну продовольчу безпеку. Інвестиції в інноваційні технології є важливим елементом для зниження залежності від імпорту, оскільки вони дозволяють виробляти продукцію, яка раніше була доступною лише з-за кордону.

Ефективна стратегія зміцнення економічної безпеки включає інтеграцію цих трьох елементів. Диверсифікація зменшує ризик від зовнішніх шоків, стабілізаційні фонди підтримують фінансову стійкість, а зниження залежності від імпорту підвищує самостійність економіки. Разом вони створюють надійну основу для довгострокової стабільності та забезпечують економічну незалежність [3]. Детальний опис стратегій та їх переваги представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Стратегії економічної стійкості: диверсифікація, стабілізаційні фонди та зниження імпортозалежності

Стратегія	Зміст	Приклади/Переваги
Економічна диверсифікація	Розподіл ресурсів на розвиток різних секторів економіки для зменшення залежності від одного сектору	Розвиток ІТ, туризму, зеленої енергетики. Зменшення залежності від нафтового сектору, створення нових робочих місць, підвищення стабільності економіки під час кризи, наприклад, при падінні цін на нафту
Стабілізаційні фонди	Накопичення коштів у спеціальних фондах для забезпечення макроекономічної стабільності під час кризових періодів	Норвезький національний фонд, який вкладає кошти з видобутку нафти в інвестиції. Допомагає зберегти валютний курс, підтримувати соціальні програми і забезпечити ресурси для майбутніх поколінь
Зменшення залежності від імпорту	Розвиток внутрішнього виробництва для зниження залежності від зовнішніх постачань та забезпечення економічної самодостатності	Розвиток аграрного сектору, виробництво продуктів харчування. Зменшення імпорту товарів першої необхідності, створення робочих місць, зростання ВВП, підвищення продовольчої безпеки
Інвестиції в інновації та високі технології	Вкладення в новітні технології для забезпечення виробництва продукції, яка раніше була імпортована	Розвиток високотехнологічних галузей, таких як електроніка, фармацевтика, автомобілебудування. Зниження витрат на імпорт, підвищення доданої вартості, зміцнення конкурентоспроможності на світових ринках
Інтеграція трьох елементів	Комплексний підхід, що включає диверсифікацію економіки, створення стабілізаційних фондів і зниження імпортозалежності для забезпечення довгострокової стабільності та економічної незалежності	Диверсифікація зменшує ризики від зовнішніх шоків, стабілізаційні фонди підтримують фінансову стійкість, а розвиток внутрішнього виробництва підвищує самостійність економіки

Отже, в умовах глобальної економічної невизначеності для багатьох країн важливим завданням є побудова стійкої економічної системи, яка дозволить знизити залежність від зовнішніх факторів та створити стабільне фінансове підґрунтя для розвитку. Диверсифікація, стабілізаційні фонди та підтримка внутрішнього виробництва – це основні компоненти, які допомагають країнам долати кризові ситуації та забезпечувати економічну безпеку.

Список використаних джерел:

1. Цифрова трансформація промислового менеджменту: теорія і практика: колективна монографія / за ред.: В. Г. Воронкової, Н. Г. Метеленко. Львів – Торунь : Liha-Pres, 2023. 816 с.
2. Сергієнко Т.І. Роль міжнародних організацій, держав та громадських організацій у впровадженні та підтримці сталого економічного розвитку на міжнародному рівні // Science and Practice: Topical and Perspectives : tarptautinės mokslinės – praktinės konferencijos tezių rinkinys. Išleido Lietuvos sporto universitetas. Kaunas, 2023. С. 102.
3. Сергієнко Т.І., Крайнік О.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності промислових підприємств на мегарівні : монографія / Т. І. Сергієнко, О.М. Крайнік // Промисловий потенціал складних соціально- економічних систем цифрового суспільства: макро-, мезо- та макрорівень. 2022. С. 195–240.

Кремньов Д. О.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бикова А. Л., к.е.н., доц.,
завідувачка кафедри економіки та економічної безпеки
Університету митної справи та фінансів)

ПРОБЛЕМАТИКА ФІНАНСУВАННЯ ОСВІТИ ЯК СКЛАДОВОЇ ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ

Результати спільного дослідження відомої консалтингово-аудиторської компанії Deloitte та дослідницької компанії Gradus Research Plus, проведені у вересні 2024 показали, що Україна вже відчуває дефіцит фахівців. Це підтвердило дослідження ринку праці України навесні 2024 [1]. Дані Європейської Бізнес Асоціації у квітні 2024 засвідчили: 74% українських роботодавців відчувають дефіцит кадрів, що на 19% більше ніж восени 2023 [2].

На сьогодні при значному дефіциті фахівців, внаслідок військових дій, міграції, мобілізації, на перше місце серед головних чинників розвитку людського капіталу виходить підготовка нових кадрів. Україна завжди була серед лідерів у якості середньої, вищої та інших видів освіти. Але складний час вносить свої корективи, коли державні освітні заклади не спроможні виплачувати заробітну плату своїм працівникам, це не просто проблема – це сигнал тривоги для всієї економіки [4].

Проблема фінансування видатків на заробітну плату є гострою та такою, що викликає занепокоєння міністра освіти й науки України Оксена Лісового, адже видатки на зарплати освітянам фінансуються за рахунок коштів донорів і партнерів нашої держави [3]. Наразі передбачене підняття заробітної плати для всіх працівників освіти відповідно до ст. 61 прикінцевих положень закону "Про освіту", неможливе, адже для цього необхідно 270 млн. грн., яких немає [3].

Так, Проект Закону про Державний бюджет України на 2025 рік, схвалений у вересні 2024 демонструє призупинення зростання майже всіх соціальних виплат: мінімальна заробітна плата, прожитковий мінімум, від яких залежать показники інших соціальних стандартів [6].

Таблиця 1

Динаміка видатків на освіту, млрд грн

Роки	Фінансування Міністерства освіти і науки України за даними Центру Разумкова	Відносні зміни до попереднього періоду, %
2023	142,13	–
2024 (план, без змін до бюджету)	174,77	122,96
2025 (проект бюджету)	167,07	93,98

Джерело: [4].

Як видно з табл. 1 закладені на 2025 р. видатки на освіту будуть меншими, ніж у 2024 р. – 167 млрд грн проти майже 175 млрд грн. Більша частина з них – понад 103 млрд грн – оплата праці педагогічним працівникам; 2,9 млрд грн – на харчування учнів початкових класів, 305 млн грн – на здобуття освіти учнями з особливими освітніми потребами (на рівні 2024 р.) [4].

Враховуючи, що мінімальна заробітна плата у 2025 році залишається на чинному рівні, а навантаження на педагогічні колективи зростає, вчителям вигідніше переходити з офіційного працевлаштування в репетиторство, що призведе до масового дефіциту працівників у навчальних закладах. Так, середня заробітна плата вчителя за даними міністра освіти і науки України становить 12 тис. грн, а посадові оклади у дошкільних закладах освіти подекуди нижче мінімальної заробітної плати – на рівні 6 тис. грн [7]. Тоді як середня заробітна плата в Україні, у ІІ кварталі 2024 р. склала 20 964 грн.

Зауважимо, держава очікує додаткові надходження у розмірі 58 млрд грн цього року та 137 млрд грн наступного року, що пов'язано з підвищенням військового збору з 1,5% до 5%, у новому Проекті Закону Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану [5; 9]. Але необхідно враховувати, що підвищення військового збору стане вагомим навантаженням на реальну заробітну плату громадян, враховуючи зростаючий рівень інфляції.

Підсумовуючи проведене дослідження вважаємо, що в умовах значного дефіциту фахівців, спричиненого воєнними діями, міграцією, мобілізацією, тощо, Україна зіштовхується з критичною ситуацією у сфері освіти. Неможливість держави забезпечити оплату праці освітян принаймні на ринковому рівні створює серйозні ризики надання якісних освітніх послуг, що є основою формування та розвитку людського капіталу. Дефіцит педагогів, низька заробітна плата та зростаючий податковий тягар поглиблюють проблему, сприяючи масовому вивільненню педагогів. Отже, для забезпечення розвитку освіти, збереження кваліфікованих кадрів та якісного формування людського капіталу державі необхідно: внести зміни до проекту Державного бюджету України на 2025 рік – переглянути у бік збільшення видатки для сфери освіти та внести зміни до Єдиної тарифної сітки, а саме встановити посадовий оклад 1 тарифного розряду на рівні мінімальної заробітної плати.

Список використаних джерел:

1. Криза людського капіталу: чи врятує Україну перекваліфікація жінок і людей старшого віку? URL: https://gradus.app/uk/open-reports/will-retraining-women-and-older-people-help-ukraine (дата звернення 18.10.2024).
2. Три чверті роботодавців відчувають дефіцит кадрів в Україні. URL: https://eba.com.ua/try-chverti-robotodavtsiv-vidchuvayut-defitsyt-kadriv-v-ukrayini (дата звернення 18.10.2024).
3. Interfax-Україна інформаційне агентство. URL: https://interfax.com.ua/news/economic/1019898.html (дата звернення 18.10.2024).
4. Разумков центр // Щорічні та щомісячні аналітичні підсумки і прогнози УКРАЇНА: ВІД ВІЙНИ ДО МИРУ ТА ВІДНОВЛЕННЯ. URL: https://www.fg.gov.ua/articles/59150-na-1-veresnya-suma-vkladiv-fizosib-u-bankah-ukrani-peretnula-poznachku-v-1-3-trln-grn.htmlhttps://www.fg.gov.ua/articles/59150-na-1-veresnya-suma-vkladiv-fizosib-u-bankah-ukrani-peretnula-poznachku-v-1-3-trln-grn.html (дата звернення 18.10.2024).
5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо особливостей оподаткування у період дії воєнного стану : Проект Закону від 03.09.2024 № 3939-IX. URL: https://itd.rada.gov.ua/billinfo/Bills/Card/44809 (дата звернення 18.10.2024).
6. Про Державний бюджет України на 2025 рік : Проект Закону від 14.09.2024 № 12000. URL: https://www.kmu.gov.ua/bills/proekt-zakonu-pro-derzhavniy-byudzhet-ukraini-na-2025-rik (дата звернення 18.10.2024).
7. У МОН розповіли, чи підвищать учителям зарплату у 2025 році. URL: https://konkurent.ua/publication/144985/u-mon-rozpovili-chi-pidvischat-uchitelyam-zarplatu-u-2025-rotsi (дата звернення 18.10.2024).
8. UKR.NET. В Україні відтік учителів зі шкіл. URL: https://360ua.news/v-ukrayini-vidtik-uchyteliv-zi-shkil/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=v-ukrayini-vidtik-uchyteliv-zi-shkil (дата звернення 18.10.2024).

9. Рада підтримала збільшення видатків на оборону на 500 млрд. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2024/09/18/719467/#:~:text=%D0%9D%D0%B0%202024%20%D1%80%D1%96%D0%BA%20%D1%82%D0%B0%D0%BA%D1%96%20%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D1%96,%D0%BC%D0%BB%D1%80%D0%B4%20%D0%B3%D1%80%D0%BD%20%D0%BD%D0%B0%D1%81%D1%82%D1%83%D0%BF%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D0%BE%202025%20%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83 (дата звернення 18.10.2024).

Кущ В. А.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Тополь Н. В.,
аспірантка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Жадько К. С., д.е.н.,
професор кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

СУТНІСТЬ РОБОТИ CRM-СИСТЕМ ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток підприємництва сьогодні є одним із ключових етапів становлення надійної та ефективної економіки будь-якої капіталістичної держави. Застосування різних економічних механізмів та розрахунків вимагає використовувати програмні застосунки, які спрощують бухгалтерський, податковий чи складський обліки. Крім того, зараз для клієнтів стає важливим не лише якість придбаного товару, а й якість послуг, що були надані при купівлі – продавці змушені робити все, аби залучити і вберегти покупця. Впровадження інформаційних новацій і технологій, а саме застосування CRM-систем у діяльності підприємства є кроком для вирішення цих ситуацій і етапом до створення клієнтоорієнтованого бізнесу, що підтримує постійний зв’язок із клієнтами.

Початок впровадження CRM-систем став ковтком свіжого повітря для малих та середніх бізнесів. Програми для автоматизації ведення продаж, взаємодії із клієнтами, формування кінцевих звітів для аналізу активності, контроль менеджерів – усе це поєднують у собі CRM-системи, яких існує зараз безліч під різні розміри та запити підприємств.

CRM-система – це найчастіше набір основних елементів, що допоможуть менеджерам при роботі з клієнтами, а власникам компаній вести моніторинг діяльності своїх працівників. До цього набору входять облік лідів, клієнтів і постачальників, виставлення комерційних пропозицій і рахунків, ведення складу та товарних позицій, формування воронки продажів, телефонія, чати як всередині компанії, так і з покупцями тощо. В основному, базовий набір є стандартизованим, а розширені функції та модулі можна придбати за певну додаткову плату [1].

В останні роки на різноманітних ринках підприємства приділяють велику увагу створенню якісного продукту, працюючи над деталями, що будуть виділяти їхній продукт від загальних мас, однак, часто забуваючи, що сучасними клієнтами високо цінується якість обслуговування та наданий сервіс – прихильне ставлення від конкретної компанії. Найвищою цінністю в таких системах виноситься саме клієнт – збір, збереження і опрацювання інформації про нього, а також робота із постачальниками та партнерами Якісне обслуговування в продажах можна досягнути за допомогою значної частки інформації, яку компанія знає про клієнта. Робота із готовою клієнтською базою, для якої вже визначені певні потреби в рази легша та цінніша, ніж взаємодія із клієнтами, про вимоги яких ще не відомо.

Ціль впровадження CRM-систем є різною для кожного бізнесу, це може бути збільшення прибутку від реалізації товарів чи послуг, залучення більшої частки покупців, систематизація роботи відділу продажів, контроль за роботою менеджерів, покращення маркетингової діяльності тощо. Автоматизована система допомагає із найменшими втратами та мінімальною кількістю прорахунків задовольняти усі бізнес-потреби і ефективно пропрацювати клієнтські запити, а в разі потреби виявити потенційні загрози та ризики.

Загалом, усі CRM-системи є стандартним набором певних функцій, однак налаштовуються під кожну фірму-клієнта індивідуально із врахуванням усіх вимог. Інколи малі підприємства можуть потребувати лише вкладки із переліком даних про клієнтів, в той час як середні та більші підприємства хочуть бачити усю інформацію від дзвінків та переписок до складу та виробництва. Через це підприємства часто звертаються до сторонніх організацій, які допомагають із налаштуванням CRM-систем, інколи навіть разом із навчанням менеджерів щодо подальшої роботи. Варто чітко виявити складові системи, які є важливими для певного підприємства, наприклад телефонія або інтеграція із маркетплейсами, і точно взагалі є в наявності у програмі ті чи інші функції та додатки, а вже після цього робити вибір системи, орієнтуючись на це [2].

Головна складова, на якому тримається суть CRM-систем – це бізнес-процеси. Узагальнюючи, це взаємопов’язані етапи, йдучи якими, підприємство виробляє певний продукт чи послугу для клієнтів, тим самим створюючи свій основний дохід. На основі бізнес-процесів формується воронка продажів, яку застосовують менеджери при роботі із лідами та клієнтами. Визначення бізнес-процесів є однією із першочергових дій для впровадження системи в діяльність. Варто визначити усі особливості бізнес-процесів, чинники, що впливають на них, ключові аспекти тощо.

На перший погляд, може здаватись, що навчитись роботі в CRM-системі не важко. Однак в більшості випадків, підприємству все таки доведеться користуватись послугами людей, які не тільки впровадять систему в діяльність фірми, а ще й видають рекомендації щодо роботи та

запропонують додаткове навчання менеджерів. Значна частина систем мають базовий функціонал та зрозумілий інтерфейс, однак співробітникам потрібен час на вивчення та знаходження певних нюансів роботи.

Отже, CRM-система – це автоматизований механізм, що допомагає компаніям різного розміру взаємодіяти із їхніми клієнтами згідно воронки продажів, налаштовувати бізнес-процеси, керувати та аналізувати їх. Загальна роль CRM-систем підвищувати рівень ефективності роботи відділу продажів виконується не лише завдяки усій інформації про клієнтів, яка у ній зберігається, а й через контроль показників та формування звітів щодо роботи менеджерів та цілого відділу, що допоможе запобігти ризику спаду продажів.

Список використаних джерел:

1. Perfectum CRM+ERP. URL: https://perfectum.ua/ua

2. Що таке CRM-система: види, завдання, сервіси. SendPulse: веб-сайт. URL: https://sendpulse.ua/support/glossary/crm

Макаринська Ю. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Маргулов А. Х., д.і.н., проф.,
професор кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ГЕНДЕРНЕ ПИТАННЯ У ЗБРОЙНИХ СИЛАХ УКРАЇНИ

В умовах воєнного стану, спричиненого повномасштабним вторгнення російської федерації, питання мобілізації стали особливо актуальними. Українські Збройні Сили успадкували радянську систему мобілізації, яка переважно орієнтована на чоловіків. Саме за цією моделлю було сформовано сили опору на початку агресії. Проте у ході бойових дій постала необхідність переглянути та адаптувати підходи до мобілізації з урахуванням сучасних викликів.

Роль жінок у Збройних Силах України значно змінилася за останні роки, особливо з 2014 року, коли почалася збройна агресія проти України. Жінки стали активними учасницями оборонних операцій, відіграючи важливу роль у захисті країни.

Поява жінок у Збройних Силах України обумовлена кількома ключовими факторами. Перший фактор – це зрушення гендерних стереотипів у суспільстві та орієнтація на європейські стандарти формування збройних сил. Інший важливий фактор – це криза наявного мобілізаційного ресурсу в Україні, яка потребує залучення нових кадрів. Варто відзначити високий рівень патріотизму серед громадян України, незалежно від статі, що стимулює їх до активної участі в обороні країни.

Сьогодні жінки в Збройних Силах України займають бойові та керівні посади, включаючи ролі снайперів, гранатометників, водіїв бойових машин, командирів та ремонтників. Вони активно залучені в різних військових структурах, зокрема у Сухопутні, Повітряні, Військово-морські сили, Десантно-штурмові війська та Сили територіальної оборони. Багато жінок-медиків стали справжніми героїнями, надаючи допомогу пораненим у найважчих умовах. Вони часто працюють під обстрілами, ризикуючи своїм життям. З кожним роком все більше жінок обіймають керівні посади в ЗСУ, включаючи штабні офіцерські звання.

Інформаційна війна: Жінки також активно працюють у сфері інформаційної безпеки, де займаються кіберзахистом та іншими критично важливими аспектами.

У 2014 році серед жінок у Збройних Силах України 16 500 були військовослужбовицями, зосередженими на допоміжних посадах. До 2023 року кількість жінок у ЗСУ зросла до 62 000, із яких 43 400 – військовослужбовиці, що становить 7,3% загальної чисельності армії. У 2023 році 5 000 жінок брали участь у бойових діях, а 13 487 мали статус учасниць бойових дій. Визначений нами статистичний вектор показує суттєве збільшення кількості жінок-військовослужбовиць, що утворює критичну масу для їх сприйняття та визнання.

Незважаючи на покращення умов служби для жінок, існують певні випадки дискримінації або недооцінки їхнього внеску. Інколи жінкам важче здобути довіру та повагу від чоловіків-колег. Фізичне та психологічне навантаження на жінок у ЗСУ є надзвичайно великим, особливо у зонах активних бойових дій. Часто є проблеми з організацією відповідних умов для гігієни та безпеки. Відомі випадки, коли жінки не отримували відповідної допомоги чи підтримки через певні законодавчі прогалини або бюрократичні складнощі. Як і чоловіки, жінки-військові також потребують доступу до якісної психологічної підтримки. У воєнних умовах це особливо важливо, але таких ресурсів часто не вистачає.

Попри ці виклики, жінки в ЗСУ демонструють неабияку мужність і силу духу. Їхня роль стає все більш важливою для оборони країни та формування нового підходу до гендерної рівності у військовій сфері.

Інтеграція жінок у бойові підрозділи вимагає адаптації військової інфраструктури та забезпечення рівних умов для кар’єрного зростання. Аналіз досвіду таких країн, як Ізраїль та США, може бути корисним для покращення гендерної рівності в українській армії. Жінки стали невід’ємною частиною Збройних Сил України, активно беручи участь у бойових підрозділах і посилюючи їхню боєздатність.

Така активна позиція жінок «знизу» призведе до зміни української мобілізаційної доктрини та, зрештою, приведе до формування спеціальних підрозділів і досягнення гендерного паритету в Збройних Силах України.

Це, своєю чергою, може позначитися на ресурсному забезпеченні цих підрозділів, включаючи озброєння, амуніцію та інші необхідні матеріали.

Список використаних джерел:

1. Жінки в українській армії. Що ми знаємо про рівність? W2U. URL: https://w2u.world/pro-zhinok-v-armii/zhinky-v-ukrainskii-armii-shcho-my-znaiemo-pro-rivnist (дата звернення: 28.10.2024).
2. Єремєєва І. А. Актуальні проблеми визначення сутнісних характеристик міжнародного конфлікту. 2017.
3. Свобода Р., Високолян О. Жінки на війні: як долати «скляну стелю». *Радіо Свобода*. URL: https://www.radiosvoboda.org/a/zhinky-na-viyni-henderna-rivnist/32853881.html (дата звернення: 28.10.2024).
4. У Збройних силах України служать 68 тисяч жінок. *The Village Україна*. URL: https://www.village.com.ua/village/city/city-news/355321-u-zbroynih-silah-ukrayini-sluzhat-68-tisyach-zhinok (дата звернення: 28.10.2024).
5. Чисельність жінок в ЗСУ збільшується: скільки саме служить (фото) – УСІ Online. URL: https://usionline.com/chyselnist-zhinok-v-zsu-zbilshuietsia-skilky-same-sluzhyt-foto (дата звернення: 28.10.2024).

Малютова С. В.,
студентка Запорізького національного університету
(науковий керівник – Калініченко З. Д., к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародної економіки
Запорізького національного університету)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ УКРАЇНИ

У сучасних ринкових умовах розвитку економіки України з урахуванням посилення конкурентної боротьби особливого значення набуває проблема побудови механізму стратегічного управління економічною безпекою.

Використання витратної економічної моделі, відсутність умов для інноваційних процесів і динамічного розвитку нових технологічних укладів обумовлюють неконкурентоспроможність української економіки, унеможливлюють кардинальне підвищення рівня та якості життя населення, провокують посилення соціальної напруги, поширення міграції [1].

Важливою передумовою запобігання даним негативним явищам в економіці країни є формулювання та реалізація стратегії національної безпеки України. Сучасний світ вимагає оновлення технологій та промислових інновацій, які створюються із використанням результатів науково-технічної діяльності і є основою соціально-економічного добробуту та умови забезпечення національної безпеки держави.

Залучення результатів науково-технічної діяльності у бізнес-процеси та підприємництво розглядається як головний напрямок добробуту української економіки. Тому державна політика залучення в господарський обіг результатів інноваційної діяльності, передбачає передусім збалансування цих

результатів між державою і бізнесом, на основі підвищення їх цінності. Саме таким напрямком наукових економічних досліджень має стати ефективне використання ресурсів, які має у своєму розпорядженні суспільство [2].

Щодо проблем недостатньої конкурентоспроможності національної економіки на сьогодні, необхідно відзначити, що технологічна складова макроекономічного середовища України ще не відповідає вимогам часу, породжуючи проблеми, які, у свою чергу, створюють перепони для підвищення конкурентних переваг країни, а саме:

– проблема стриманого інноваційного розвитку, що спричиняє недостатній рівень споживання, якості життя за вимогами нового інформаційного суспільства;

– проблема недостатнього розвитку та підтримки науково-технічного прогресу, використання його досягнень;

– сировинна направленість експортно орієнтованих виробничих галузей країни робить економіку в цілому залежною від кон'юнктури зовнішнього ринку, стримує розвиток внутрішнього ринку, призводить до недостатньої державної підтримки розвитку високотехнологічних сервісних галузей, до яких відноситься інформаційна, нераціонального розподілу структури зовнішньої торгівлі взагалі;

– недостатньо активна участь України в міжнародному русі капіталів, що стає характерною ознакою не тільки сучасних міжнародних інтеграційних процесів, але й матеріальною основою розвитку інформаційної індустрії;

– недостатня ефективність політики інформатизації, що призводить до невизначеності основних завдань розвитку інформаційної індустрії, розриву у рівнях інформатизації окремих регіонів;

– недосконаліть системної державної політики відносно протекціоністських заходів для підтримки вітчизняного виробництва;

– низький рівень та подальше поглиблення нерівності умов доступу до технологічних ресурсів для міського та сільського населення;

– відсутність системи індикаторів рівня конкурентоспроможності української індустрії, участі України на міжнародних ринках, що призводить до несистемності заходів з розвитку технологічного та інформаційного суспільства в Україні, неможливості співставлення результатів розвитку вітчизняної індустрії з іншими кранами світу.

Політика імпортозаміщення, як важлива складова економічної безпеки, спирається на теорію господарського суверенітету[2]. Дослідники проблеми імпортозаміщення вважають, що заміщення імпорту має бути поетапним: на першому етапі – витіснення зарубіжних товарів невисокої якості, надалі – заміна високоякісних товарів. В процесі вибору проектів з імпортозаміщення локальними критеріями мають бути: використання місцевих ресурсів, опанування внутрішнього ринку, створення робочих місць, ефект в суміжних галузях. Більшість країн починали імпортозаміщення зі складання продукції з імпортних комплектуючих, проте дійсний успіх мали ті країни, які поступово створили власне виробництво комплектуючих і готових товарів[3].

Реалізація політики імпортозаміщення в Україні вимагає поліпшення ділового середовища в цілому за рахунок комплексного запровадження інституційних, регуляторних, преференційних, податкових, митних та інвестиційних заходів. Інституційні заходи мають передбачати раціоналізацію організаційно-правових форм господарювання, формування замкнених виробничих циклів, концентрацію капіталів і прав на інтелектуальну власність.

Серед регуляторних заходів заслуговують на увагу зниження транзакційних витрат за рахунок спрощення процедури надання дозволів, відведення ділянок та підключення до інфраструктури. Активним учасникам реалізації політики імпортозаміщення необхідно надавати наступні преференції: компенсація відсоткових ставок за кредитами; забезпечення дольової участі держави у реалізації імпортозаміщення на етапі запуску піонерних проектів. Заходи в податковій сфері мають передбачати запровадження пільгового оподаткування прибутку, що реінвестується в модернізацію основних засобів; запровадження інвестиційних податкових кредитів через відтермінування сплати податку з нарахуванням складних відсотків за користування цими коштами; вдосконалення спеціальних правових режимів економічної діяльності. Заходи в митній сфері мають передбачати: запровадження електронного декларування імпорту товарів; запобігання контрабанді; захист вітчизняного ринку від недобросовісної конкуренції імпортних товарів відповідно до міжнародних договорів, угод і правил СОТ; запровадження пільг для проектів з імпортозаміщення щодо сплати ввізного мита на обладнання, яке не виробляється в Україні[4].

Основний зміст інноваційної складової національної безпеки складається в тому, що вона має змогу впливати на інші складові та підвищувати рівень економічної безпеки через впровадження інновацій у виробництво та сферу управління.

Інвестиційний потенціал може бути збільшений за рахунок накопичувальних форм пенсійного забезпечення, дієвого небанківського інвестування, залучення стратегічних інвесторів до проектів імпортозаміщення, залучення іноземних інвестицій на засадах передачі технологій (саме такого підходу дотримується КНР в процесі технологічної модернізації промисловості) [4]. Слід у повній мірі використовувати протекціоністські заходи, передбачені нормами СОТ для захисту внутрішніх ринків, зокрема: застосування антидемпінгових та компенсаційних заходів у разі недотримання правил СОТ партнером; захист внутрішнього ринку від нерівноправної конкуренції; захист внутрішнього ринку від товарів, що загрожують здоров'ю та безпеці суспільства; надання субсидій у природоохоронній і науковій сферах та для регіонального вирівнювання; введення тимчасових обмежень імпорту для вирівнювання платіжного балансу [4].

Таким чином, розвиток конкурентоспроможності української економіки та участі України на міжнародних ринках можливий лише за умови систематизації означених проблем та розробки дієвого загальнодержавного програмно-цільового механізму для їх вирішення.

Список використаних джерел:

1. Указ Президента України «Про Стратегію національної безпеки України». URL: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/105/2007.
2. Партнерство з метою підвищення конкурентоспроможності економіки України. Американська торговельна палата в Україні. URL: http://www.chamber.ua/files/documents/updoc//ACC-Partnership-2011-ukr.pdf
3. Карінцева О. І. Стратегічне управління економічною безпекою підприємства. *Економічні проблеми сталого розвитку :* тези доповідей науково-технічної конференції 18–22 квітня 2021 року / відп. за вип. А.Ю. Жулавський. Суми : СумДУ, 2021. Ч. 2. С. 111–112.
4. Сухоруков А.І. Напрями забезпечення зовнішньоторговельної безпеки України. *Економічна безпека держави і науково-технологічні аспекти її реалізації :* праці IV міжнар. наук.-практ. сем., 23–26 жовтня 2022 р. / відпов. ред. Є.М. Письменний, В.М. Шаповал. Дніпро : Національний гірничий університет, 2022. 205 с.
5. Столяренко О.О. Аналіз етапів процесу стратегічного управління економічною безпекою підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2022. Вип. 22.8. С. 320–325.

Мешкова К. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н, доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

БЕЗПЕКА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: СПІВПРАЦЯ ТА КОНФЛІКТИ

Глобалізація докорінно змінила підходи до питань безпеки, розширивши їх за межі традиційного військового виміру. У сучасному світі безпека охоплює економічні, кібернетичні, екологічні та соціальні аспекти. Економічна взаємозалежність між країнами, спричинена глобалізацією, знижує ймовірність збройних конфліктів, адже такі конфлікти можуть мати значні економічні наслідки для всіх учасників. Однак одночасно це робить держави вразливими до фінансових криз та економічних суперечок, таких як торгові війни.

Міжнародні інституції, такі як ООН, НАТО та Світова організація торгівлі, відіграють дедалі важливішу роль у підтримці безпеки. Глобальні виклики, як-от тероризм, міграція, кліматичні зміни, вимагають колективних зусиль, однак такі ініціативи іноді викликають суперечки щодо суверенітету держав.

Глобалізація також сприяла виникненню нових транскордонних загроз, таких як тероризм, кіберзлочинність та екологічні катастрофи. Кібербезпека стала ключовим викликом у сучасному світі: як держави, так і недержавні актори використовують кіберпростір для атак на інфраструктури та викрадення інформації.

Хоча глобалізація сприяє інтеграції та співпраці, вона також стимулює деякі країни до посилення контролю за власною національною безпекою. Це особливо помітно в контексті боротьби з нелегальною міграцією, тероризмом та економічною нерівністю. Багато держав коригують свої стратегії безпеки, зосереджуючи увагу на міжнародній співпраці у сферах кіберзахисту, протидії тероризму та контролю за кліматичними змінами.

Конфлікти в умовах глобалізації набули гібридного характеру, поєднуючи традиційні військові дії з кібероперaціями, економічними санкціями та інформаційними атаками. Це ускладнює їх вирішення та вимагає нових підходів до безпеки. Недержавні актори, такі як терористичні групи та транснаціональні корпорації, набувають дедалі більшого впливу на міжнародну безпеку.

Зрештою, глобалізація також спричиняє загострення конкуренції за природні ресурси, що може стати джерелом майбутніх конфліктів. Держави розробляють стратегії для захисту своїх інтересів, що включає як дипломатичні заходи, так і потенційне військове втручання. Таким чином, глобалізація одночасно стимулює співпрацю та породжує нові загрози, на які держави змушені швидко реагувати.

Ці нові виклики вимагають не лише адаптації існуючих безпекових стратегій, але й розробки нових моделей співпраці на міжнародному рівні. Оскільки традиційні підходи до безпеки більше не можуть адекватно вирішувати сучасні загрози, важливим стає переосмислення концепцій безпеки у світлі глобалізації. Сьогодні дедалі більше уваги приділяється взаємодії між державами та недержавними акторами, такими як міжнародні компанії, НУО та громадські ініціативи. Ці організації можуть мати значний вплив на формування політики безпеки, оскільки вони часто стають важливими партнерами в боротьбі з такими загрозами, як тероризм і зміни клімату. Наприклад, внаслідок природних катастроф або економічних криз, НУО можуть активно залучатися до гуманітарних місій, надаючи допомогу у кризових ситуаціях, що знижує навантаження на державні структури.

Технологічні інновації, зокрема в сферах штучного інтелекту та великих даних, стають важливими інструментами для посилення безпеки. Вони дозволяють державам швидше виявляти загрози, аналізувати дані про потенційні атаки та підвищувати ефективність системи захисту критичної інфраструктури. Проте, разом із цими перевагами виникають нові виклики, пов’язані з етикою використання технологій, приватністю даних та можливістю зловживань.

Глобалізація спонукає до зміни парадигми безпеки, де акцент переміщується від військових загроз до економічних, екологічних і соціальних. Зокрема, безпека довкілля стає невід’ємною частиною національної та міжнародної безпеки, оскільки зміни клімату можуть

призвести до ресурсних конфліктів, міграції населення та соціальної нестабільності. У відповідь на це, держави все частіше інтегрують екологічні аспекти у свої стратегії безпеки, розробляючи програми з боротьби зі змінами клімату та збереження природних ресурсів.

В умовах глобалізації важливо усвідомлювати, що безпека – це спільна відповідальність. Країни повинні працювати разом, обмінюючись інформацією та ресурсами, щоб впоратися з транснаціональними загрозами. Колективні зусилля через міжнародні організації можуть стати основою для ефективної співпраці у сферах кібербезпеки, боротьби з тероризмом та реагування на природні катастрофи.

У сучасному глобалізованому світі безпека також вимагає активної участі громадськості. Освіта та інформування населення про глобальні загрози, такі як зміни клімату, тероризм та кібербезпека, стають важливими складовими безпекової стратегії. Громадяни, які усвідомлюють потенційні ризики, можуть стати активними учасниками у вирішенні цих проблем, починаючи від місцевих ініціатив до глобальних кампаній. Наприклад, знання про принципи кібербезпеки допомагає індивідам захищати свої дані та приватність, що, в свою чергу, знижує загальний рівень уразливості суспільства до кіберзагроз.

Список використаних джерел:

1. Горбулін В. П. Безпекові виклики глобалізації: Україна в новому світовому порядку. НІСД. 2010. 144 с. URL: https://niss.gov.ua (дата звернення: 20.10.2024).

2. Fuchs J. International Security in the Age of Digital Globalization. *Journal of International Studies.* 2021. № 15 (4). P. 78–92.

3. Bauman Z. *Globalization: The Human Consequences*. Cambridge : Polity Press. 1998. 184 p.

4. Friedman T. L. The World is Flat: A Brief History of the Twenty-First Century. Farrar, Straus and Giroux, 2005. 488 p.

Михайльо А. Р., здобувачка
Комунального закладу освіти “Фінансово-економічний ліцей
наукового спрямування при Університеті митної справи та фінансів”
(науковий керівник – Черба В. М, к.держ.упр., доц.,
доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

ОЦІНКА ІНДИКАТОРІВ ДОБРОБУТУ НАСЕЛЕННЯ В НІМЕЧЧИНІ

Добробут населення – це основний показник оцінки ефективності впровадження соціально-економічної політики держави. Зростання суспільного добробуту населення залежить від задоволення потреб людей, рівень яких стрімко зростає та якісно змінюється. Саме сукупність матеріальних, соціальних та духовних умов відображає рівень та якість життя населення. Процес задоволення потреб суспільства матеріальними і духовними благами є кінцевою метою функціонування будь-якої економічної системи [1].

Оскільки найактуальнішим сьогодні є врахування економічних змін, їхніх наслідків та ризиків під час відтворення капіталу в умовах збалансованого, гармонійного розвитку фінансових, екологічних та соціальних напрямів діяльності, аналіз наявних індикаторів дасть змогу охарактеризувати можливості їх застосування. Наведені індекси/індикатори розглядаються з позиції економічної, екологічної та соціальної складових частин, які є основою сталого розвитку та добробуту [3].

Всесвітній індекс благодійності (The World Giving Index, WGI) – це комбінований показник, що вимірює ставлення населення до благодійної допомоги, заснований на результатах серії опитувань громадської думки міського населення і враховує не тільки грошові пожертвування, але й інші форми допомоги нужденним [3]. Згідно з даними 2022 року, всесвітній індекс благодійності Німеччини становив 55 [4].

Індекс соціального прогресу (Social Progress Index, SPI) характеризує досягнення країн світу з погляду суспільного добробуту і базується на комбінації даних з опитувань громадської думки (12%), оцінок експертів у сфері розвитку (25%) і статистичної інформації міжнародних організацій (61%) [3]. Згідно з даними 2022 року, індекс соціального прогресу Німеччини становив 88,72 [5].

Індекс людського розвитку (Human Development Index, HDI) – це комбінований показник, який характеризує розвиток людини в країнах та регіонах світу, розрахунок здійснюється через індикатори рівня життя, грамотності, освіченості, стану здоров'я, але індекс не враховує екологічного складника [3]. Згідно з даними 2022 року, індекс соціального прогресу Німеччини становив 0,950 [6].

Людський розвиток можуть демонструвати й інші індикатори: *індекс якості життя (The Quality of Life Index, EIU)* – 1.687 за 2023 р. [7], *індекс кращого життя (Better Life Index, BLI), індекс процвітання (Legatum Prosperity Index, LPI)* – 80.81 за 2023 р. [8], *глобальний індекс миролюбності (Global Peace Index, GPI)* – 1.542 за 2024 р. [9], *показник «валового національного щастя» (Gross National Happiness, GNH), міжнародний (всесвітній) індекс щастя (Happy Planet Index, HPI).*

Процес екологізації суспільства в межах сталого розвитку привів до активного розроблення і використання для оцінки добробуту населення низки екологічних індексів, *індексу екологічної ефективності (Environmental Performance Index, EPI), індексу живої планети (Living Planet Index, LPI), екологічного сліду (Ecological Footprint, EF) Всесвітнього фонду дикої природи, індексу скоригованих чистих/істинних накопичення/заощаджень (Adjusted Net Savings, ANS)*, що характеризує швидкість накопичення національних заощаджень за вирахуванням виснаження природних ресурсів і шкоди від забруднення навколишнього середовища [3].

Економічний складник сталого розвитку країни може бути оціненою за за наступними індексами.

Індекс конкурентоспроможного розвитку (Global Competitiveness Index, GCI) складається з 113 індикаторів [3].

Таблиця 1

Індекс добробуту країн-представників різних моделей соціально-трудових відносин [2]

Країна	Модель СТВ	2018	2019	2020
Данія	Скандинавська	2	1	1
Норвегія	Скандинавська	1	2	2
Швеція	Скандинавська	4	4	4
Німеччина	Континентальна	9	8	8
Австрія	Континентальна	15	13	10
Великобританія	Англосаксонська	10	11	13
США	Англосаксонська	18	18	18
Японія	Японська	19	19	19
Франція	Континентальна	23	23	22
Китай	Китайська	60	57	54
Україна	Континентальна	86	96	92

Індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom, IEF) складається з індикаторів: торгової політики країни; фіскального навантаження з боку уряду; урядової інтервенції в економіку; монетарної політики; потоків капіталів та іноземних інвестицій тощо[3]. Згідно з даними 2023 року, індекс економічної свободи Німеччини становив 73.7 [10].

Глобальний індекс продовольчої безпеки (Global Food Security Index, GFSI) включає оцінку продовольчої безпеки за показниками: цінової, фізичної доступності продовольства, якості та безпеки, природних ресурсів та стійкості [3]. Згідно з даними 2022 року, глобальний індекс продовольчої безпеки Німеччини становив 77.0 [11].

Аналіз індикаторів оцінки добробуту населення в Німеччині підкреслює необхідність створення єдиного індексу, який би враховував екологічний, економічний та соціальний вплив на розвиток суспільства та благополуччя громадян. На рівні підприємств доцільно впровадити періодичну оцінку рівня задоволеності та щастя працівників, що сприятиме підвищенню їхньої мотивації, зниженню плинності кадрів, виявленню основних проблем і потреб співробітників. Для компаній соціально відповідальна політика є важливим елементом сталого розвитку, а надання інформації про сукупне щастя працівників в інтегрованих звітах дозволяє розкрити соціальні фактори, що впливають на формування цінності компанії. Подальші дослідження мають зосереджуватися на деталізації екологічних, економічних та соціальних чинників, які впливають на добробут населення, для розробки ефективних інструментів його підвищення.

Список використаних джерел:

1. Дружиніна В.В., Макаров А.І. Результативність оцінки добробуту населення на місцевому рівні. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4946

2. Бондаревська К.В. Оцінка соціальної безпеки: міжнародний та національний досвід. *Економіка і організація управління*. 2022. № 4 (48). С. 4–18.

3. Зайцева Л.О. Класифікація індикаторів оцінки сталого розвитку. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_4/31_70_4_2/15.pdf

4. World Giving Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/World_Giving_Index

5. Social Progress Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Social_Progress_Index

6. Human_Development_Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Human_Development_Index

7. Life_Quality_Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Life_Quality_Index

8. Legatum_Prosperity_Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Legatum_Prosperity_Index

9. Global_Peace_Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Peace_Index

10. Index_of_Economic_Freedom. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Index_of_Economic_Freedom

11. Global_Food_Security_Index. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Global_Food_Security_Index

Міщенко Д. А., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів
Крайнова А. Д.,
студентка Університету митної справи та фінансів

УПРАВЛІННЯ СОЦІАЛЬНИМИ МЕРЕЖАМИ ПІДПРИЄМСТВА

На сьогодні соціальні мережі є майданчиком для створення, розвитку та розквіту бізнес-проектів та стартапів. Соціальною мережею вважається програмне забезпечення в Інтернеті, що надає змогу користувачам створювати власні профілі та зв’язуватися з учасниками у віртуальному просторі. Виділяють неспеціалізовані та спеціалізовані соціальні мережі. До неспеціалізованих мереж чи мереж загального профілю відносять віртуальні співтовариства, що не мають тематичної спеціалізації. До спеціалізованих співтовариств відносяться віртуальні об’єднання, які зацікавлені у придбанні та розвитку знань у певній сфері.

Наведемо характеристики основних світових соціальних мереж.

Мережа Facebook. Ця соціальна мережа дозволяє створити профіль користувача з фотографією та інформацією про себе, запрошувати друзів, обмінюватися з ними повідомленнями, змінювати свій статус, залишати повідомлення на своїй і чужій «стінах», завантажувати фотографії і

відеозаписи, створювати групи (співтовариства за інтересами). Поширена серед коледжів і університетів більшості англомовних країн. Є першою за популярністю соціальною мережею у світі.

X (Twitter) – система, що дозволяє користувачам відправляти короткі текстові замітки (до 140 символів), використовуючи веб-інтерфейс, SMS, засоби миттєвого обміну повідомленнями або сторонні програми-клієнти. Характерною рисою X є публічна доступність розміщених повідомлень; це називається мікроблогінгом.

Instagram – безкоштовний додаток обміну фотографіями та відео, який дозволяє користувачам робити фотографії та відео, застосовувати до них фільтри, а також поширювати їх через свій сервіс і ряд інших соціальних мереж. Є одним з самих популярних додатків у мистецтві айфонографії.

LinkedIn – відповідно до опитувань, найбільш популярна бізнес мережа, мета LinkedIn – об'єднати колег і партнерів по бізнесу, допомогти знайти нових. З кількістю відвідувань у 220,4 млн. на місяць LinkedIn залишається популярним серед бізнес аудиторії.

Отже, можливості використання соціальних мереж є різноманітними з точки зору їхніх властивостей та можливостей створювати групи, розміщувати контент та поширювати його. Також вагоме значення мають професійні соціальні мережі з точки зору властивостей сторінок та груп, які в них створюються.

Слід зазначити, що у кожній соціальній мережі є низка можливостей:

– швидкий пошук однодумців;

– спілкування з друзями, родичами, знайомими, які знаходяться на відстані;

– можливість самовираження, реалізації творчого потенціалу;

– читання новин і їх коментування;

– обговорення різноманітних тем;

– допомога в організації професійної діяльності;

– розміщення реклами;

– розміщення й отримання потрібних відомостей щодо різноманітних подій;

–можливість надання соціальних послуг через мережу (збирання коштів, речей, матеріалів для соціальної допомоги хворим, малозабезпеченим, соціально незахищеним людям тощо).

Також існують можливості створення безкоштовної персональної сторінки, наявність зареєстрованих користувачів, значна кількість додаткових сервісів, використовуючи які користувач має можливість урізноманітнювати власний віртуальний простір.

Маркетингова діяльність в умовах Інтернет середовища, потребує від підприємств гнучкості та мобільності, здатності до пристосування у високо динамічному середовищі. Маркетингові інструменти мають бути спрямовані не лише на традиційного споживача, а й на нового споживача в

динамічному Інтернет-середовищі. Змінюється характер взаємовідносин за рахунок часу спілкування, поглиблення індивідуалізації потреб і попиту, характер спілкування між замовником (споживач) і виконавцем (виробник товарів і послуг) стає віртуальним, Прискорюється виконання замовлення, прискорюється також реакція виконавця замовлення на можливі вимоги споживача до якості, кількості, змісту/програми замовлення.

Список використаних джерел:

1. Дронова Т.С., Міщенко Д.А., Хурдей В.Д. Соціальна мережа як інструмент маркетингової інтернет-комунікації в дистанційному навчанні. *Економічні горизонти*. № 3 (25). С. 47–56. URL: http://eh.udpu.edu.ua/article/view/286656

2. Пилипчук В.П. Сойіальні мережи в процесі просування послуг підприємства. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*, 2018. Випуск 2 (10). С. 60–65. DOI:10.31339/2313-8114-2018-2(10)-60-65

3. Похилько С.В., Єременко А.Ю. Соціальні мережі як майданчик для створення та розвитку бізнес-проектів. *Вісник СумДУ*. 2020.

4. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2013. 220 с.

Міщенко Д. А., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів
Наконечний Д. С.,
студент Університету митної справи та фінансів

УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Логістика – це процес ефективного переміщення товарів з пункту А в пункт Б. Ефективність логістичної діяльності вимагає особливої уваги до деталей, від упаковки до складування та транспортування.

У кращому випадку погана логістика негативно позначиться на прибутках компанії. У гіршому випадку це може завдати шкоди, тому що логістика – це фізичний прояв транзакції – без неї не буде руху готівки від покупця до продавця.

Передові методи логістики розрізняються залежно від характеру бізнесу і рішень, пов’язаних з продуктом, але процес завжди складний. Автоматизація – ключ до ефективності.

Ефективність логістичної системи визначається наявністю запасів, продуктивністю і якістю діяльності. Загальна вартість логістики безпосередньо пов’язана з бажаним рівнем продуктивності. Як правило, чим вище цей рівень, тим більше загальні витрати на логістику.

Запорукою створення ефективної логістичної системи на підприємстві є вміння підтримувати баланс між рівнем логістичних послуг і загальними витратами. З точки зору споживача ефективність логістичної системи визначається рівнем якості обслуговування його замовлення. Витрати на логістику виступають в якості інструменту управління підприємством. Визначення складу витрат та впровадження нових інноваційних технологій у логістику сприяє прийняттю економічно обґрунтованих управлінських рішень та ефективному здійсненню поставлених цілей.

Сутність логістичної концепції маркетингу підприємства полягає в формуванні управлінської діяльності, яка спрямована на розвиток ринку товарів, послуг і робочої сили з формуванням та оцінкою потреб споживачів, а також у здійсненні практичних заходів для задоволення цих потреб. З допомогою такої роботи стає можливим ефективна координація можливостей виробництва та розподіл послуг і товарів, а також виокремлюються напрямки роботи з приводу того, як ефективно реалізувати послугу споживачеві. Від правильної організації маркетингової діяльності підприємства залежить успіх та його прибутковість. Розроблення та запровадження маркетингових рішень формується на основі обліку розходжень і спільності понять маркетингу, способу організації роботи підприємства та відповідних інструментів, які впливають на процес обміну.

Під управлінням маркетинговою логістикою підприємства розглядається сукупність суб’єктів, об’єктів, методів та інструментів управління, що у процесі взаємодії спрямовані на здійснення ефективного управління. При цьому головне завдання управління маркетинговою діяльністю підприємства полягає у синхронізації процесу управління елементами комплексу маркетингу так, щоб кожен із них, здійснюючи своє функціональне призначення сприяв зростанню ефективності решти елементів. Воно розглядається з позиції наступних концепцій: вдосконалення виробництва, вдосконалення товару, інтенсифікації комерційних зусиль, концепції маркетингу та концепції соціально-етичного маркетингу. Для того, щоб управління маркетинговою логістикою підприємства було ефективне та збалансоване має бути сформована стратегія, оскільки саме завдяки їй можна визначити цілі та порівняти їх з фактичними можливостями, враховуючи при цьому вимоги зовнішнього середовища.

Удосконалення механізмів впровадження функціональних стратегій у механізмі управління товарними потоками в дистрибутивній мережі, зокрема стратегії «освоєння ринку», «прямого продажу», «довготривалої присутності на ринку», «нарощування масштабів», «гарантованого збуту», дає можливість оптимізувати різні канали збуту з врахуванням їх функціональних вимог, окреслити моделі їх структурного розвитку, поліпшити механізм посередницьких відносин, а також форми реалізації товарів, при необхідності інтенсифікувати загальний розвиток каналів та

призупинити функціонування інших. Збільшити загальну ефективність діяльності бізнесу можна за рахунок впровадження організаційно-економічних заходів, які стосуються стратегічного управління товарними потоками, зокрема ефективними напрямками боротьби з можливими ризиками та підвищення продуктивності праці персоналу.

Список використаних джерел:

1. Mischenko D. Shevchenko I., Babinin D., Vdovichen A. & Verstiak O. Standardisation of data in logistics and business operations. *Multidisciplinary Reviews*. 7, 2024spe006. URL: https://doi.org/10.31893/multirev.2024spe006

2. Буркинський Б. В., Нікішина О. В., Лисюк В. М. Методологічні засади формування ефективної логістики товарних ринків : монографія / за ред. Буркинського Б. В., Нікішиної О.В. Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2020. 200 с.

3. Михаліцька Н.Я., Верескля М.Р. Логістичний менеджмент: навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2020. 440 с.

4. Трушкіна Н.В., Кітріш К.Ю. Управління ланцюгами постачань у контексті концепції індустрія 4.0. Ефективна економіка. 2020. № 12. URL: 10.32702/2307-2105-2020.12.74 (дата звернення: 30.10.2022).

Міщенко Д. А., д.держ.упр., проф.,
професор кафедри маркетингу
Університету митної справи та фінансів
Поршнєва А. М.,
студентка Університету митної справи та фінансів

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ

В умовах постійного розвитку ринкового середовища та окремих його компонентів, появи нових ринків товарів і сегментів споживачів, нових потреб і запитів, при крайньому загостренні конкуренції, в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища господарських суб'єктів важливою проблемою є формування оптимальної товарно-асортиментної політики.

Центральним поняттям всієї товарної політики підприємства є поняття «товар». А основними властивостями товару є: споживна вартість та здатність обміну одного товару на інший. Така властивість товару як споживча вартість виражає ринкові відносини між товаровласниками із задоволення їхніх потреб, а інша властивість виявляється на ринку за допомогою мінової вартості – співвідношення, в якому один товар обмінюється на інший. Мінова вартість являє собою форму прояву вартості товару на ринку.

Оскільки найважливішим елементом маркетингу є товар, то для удосконалення маркетингової товарної політики необхідно урізноманітнювати ринок товарів та послуг, брати до уваги нові ідеї щодо створення нових продуктів, дотримуватися стратегій удосконалення продукції, опиратися на зарубіжний досвід управління маркетинговою товарною стратегією. Успішне функціонування підприємства належним чином залежить саме від розробки ефективної маркетингової товарної стратегії, тому що її відсутність може призвести до негативних наслідків таких як: нестійкої структури пропозиції; втрати контролю над комерційною продукцією та її ефективністю; зниження конкурентоспроможності та інше.

Усі товари та послуги складають товарну номенклатуру – це сукупність всіх вироблених і пропонованих підприємством для продажу товарів і послуг. Для оцінки товарної номенклатури використовують такі показники як: ширина асортименту, глибина, насиченість та гармонійність. Товарний асортимент це – група товарів, тісно зв'язаних між собою схожістю функціонування.

Сутність маркетингової товарно-асортиментної політики ототожнюється з визначенням і підтримуванням оптимальної структури продукції, що виробляється та реалізується для досягнення поточних і довгострокових цілей підприємства. Товарна політика передбачає визначення оптимальної номенклатури товарів і постійне її поновлення. Її предметом є також якість товарів, дизайн, упаковка, товарна марка, рівень відповідності товару потребам споживачів.

Маркетингова стратегія підприємства відіграє одну з вирішальних ролей у формуванні його взаємозв'язків зі споживачами, від ефективності яких залежать обсяги реалізації, прибутки і, як результат, – фінансовий стан підприємства. Це викликано тим, що вдало обрана і вміло реалізована маркетингова стратегія надає підприємству переваги, що проявляються у підвищенні конкурентоздатності підприємства і його продукції, зниженні чутливості споживачів до ціни, а також спрощенні доступу до фінансових, інформаційних, трудових та інших ресурсів.

На сьогодні ринок потребує від виробників продукції максимальної віддачі, адже від того на скільки вони в змозі вводити та підтримувати свій товар чи послугу на ринку, залежить їх прибуток, а для ринку залучення покупців. Основними напрямками, які впливають на удосконалення та розвиток маркетингової товарної стратегії є якість продукції, її життєвий цикл, обслуговування та стратегії розвитку. Підвищенню ефективності функціонування організацій сприяє правильне та раціональне застосування маркетингової товарної політики, що допомагає підприємствам просувати та збувати товар на ринку, отримувати максимальний прибуток та мінімізувати затрати. В ринкових умовах кожне підприємство повинне визначати напрями впровадження маркетингової товарної політики враховуючи особливості свого виду товару. Формування товарної політики на підприємстві передбачає роботу над створенням нового продукту або

оновлення старого та відповідно виведення його на ринок. Необхідно також враховувати ризики даної політики та дотримуватися стратегій управління асортиментом. Завдяки ефективному функціонуванню на підприємствах маркетингової товарної політики можна реалізувати продукцію на ринку товарів та послуг та в результаті отримати максимальні доходи

Список використаних джерел:

1. Даценко В.В., Хурдей В.Д., Міщенко Д.А., Павловська І.Г., Семенова Л.Ю., Дронова Т.С. Маркетинг: Модель 7Р : навчальний посібник. Дніпро : УМСФ, 2023. 142 с.

2. Формування маркетингової стратегії управління брендом компанії Дронова Т., Хурдей В., Даценко В., Міщенко Д., Павловська І. *Економічні горизонти*. № 1 (23). С.4–14. URL: http://eh.udpu.edu.ua/article/view/272720/270412

3. Лісений, Є., Дяченко, Ю. Управління та шляхи удосконалення маркетингової товарної політики підприємства. *Економіка та суспільство*. 2021. № 32. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-32-25

4. Окландер М.А., Кірсонов М.В. Маркетингова товарна політика : підручник / М-во освіти і науки України ; Одеський національний політехнічний університет. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 246 с.

Морозов О. А.,
аспірант кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горященко Ю. Г., д.е.н., проф.,
професор кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

МЕТОДИ ПІДВИЩЕННЯ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА: ЦІНОВІ СТРАТЕГІЇ ТА ОПТИМІЗАЦІЙНІ ПІДХОДИ

Доходність підприємства визначається його економічним станом та позицією на ринку. Ключовим фактором забезпечення доходності є сталий розвиток підприємства, основним показником якого виступає прибуток. Висока якість прибутку підприємства проявляється у збільшенні обсягів реалізації продукції та скороченні операційних витрат. У зв’язку з цим, вивчення методів підвищення доходів підприємства є необхідною умовою для успішного розвитку не лише окремих підприємств та галузей, але й національної економіки загалом.

У ході аналітичного дослідження важливо оцінити виконання плану доходів, який у ринкових умовах набуває не директивного, а прогнозного характеру на найближчу перспективу. Такий план враховує реальні можливості підприємства щодо отримання прибутків, що робить його

важливим інструментом перспективного аналізу. Контроль за виконанням цього плану необхідно здійснювати як до, так і під час проведення операцій. Це потребує налагодженої системи прогнозування обсягів реалізації, витрат та інших показників. У випадку відсутності затвердженого плану для оцінки рівня доходів використовується аналітична таблиця, заснована на даних фінансової звітності (зокрема, форми № 2 "Звіт про фінансові результати") суб'єкта господарювання.

Планування доходів є одним із ключових елементів ефективного управління підприємством у ринкових умовах. В умовах невизначеності та постійних змін на ринку, точне прогнозування доходів стає інструментом, що дозволяє підприємству адаптуватися до нових умов та оптимізувати свою діяльність. Формування плану доходів має базуватися на ретельному аналізі внутрішніх і зовнішніх факторів, включаючи обсяги реалізації, витрати, конкурентну ситуацію та ринкові тренди. Прогнозування дозволяє підприємству визначити свої можливості щодо отримання прибутків, а також підготуватися до можливих ризиків. Регулярний контроль за виконанням плану дає можливість своєчасно виявляти відхилення та вносити корективи в стратегію діяльності. Використання даних фінансової звітності для аналізу доходів є важливим інструментом, що допомагає оцінити реальні результати діяльності підприємства. Особливу увагу слід приділяти показникам, які відображають якість прибутку, таким як рентабельність та рівень операційних витрат. Наявність чіткої системи планування доходів сприяє підвищенню фінансової стабільності підприємства. Це, в свою чергу, позитивно впливає на загальну конкурентоспроможність підприємства на ринку та його довгостроковий розвиток.

Після завершення аналізу доходів підприємства необхідно розробити стратегію підвищення доходів, спираючись на визначення ключових факторів, що впливають на їх формування. Важливо враховувати можливість регулювання цих факторів для досягнення бажаних результатів. Після визначення основних напрямків підвищення доходів можна складати річні плани, які слугуватимуть внутрішнім інструментом управління фінансовими потоками підприємства. Важливо, щоб у наступні періоди фактичні показники доходів порівнювалися з плановими для виявлення відхилень і прийняття відповідних рішень.

Серед методів підвищення доходів варто виділити ціновий метод, що базується на конкурентному аналізі та зниженні цін; метод високих цін, хоча і є обмеженим у часі; тарифні плани для різних клієнтських груп; групове квотування продукції або послуг; та групову оптимізацію доходів. Кожен із цих методів може бути ефективним за певних умов і вимагатиме ретельного аналізу та впровадження. Організація аналітичного процесу повинна бути раціональною, систематичною та відповідати цілям дослідження, що забезпечить максимальну ефективність управління доходами.

– **Ціновий метод.** Цей метод заснований на аналізі цінової політики конкурентів і встановленні цін на продукцію або послуги нижче за ринкові. Зниження ціни дозволяє підприємству залучати більшу кількість клієнтів та збільшувати обсяги продажів. Однак, цей метод є тимчасовим, оскільки тривале зниження цін може призвести до зниження прибутковості. Важливо збалансувати цінову політику з якістю продукції, щоб уникнути негативного впливу на репутацію. Використання цього методу потребує постійного моніторингу цін конкурентів.

– **Метод високих цін.** Цей підхід полягає в тому, щоб підприємство встановлювало ціни вище середнього ринкового рівня. Він застосовується, коли продукція або послуга має унікальні характеристики, що виправдовують вищу ціну. Такий метод найчастіше використовується у випадках з преміальними або ексклюзивними товарами. Основним ризиком є те, що споживачі можуть віддати перевагу дешевшим альтернативам, якщо ціна не відповідає сприйняттю цінності. Метод високих цін є обмеженим у часі і вимагає постійного підтримання високої якості товарів або послуг.

– **Метод тарифних планів.** Цей метод передбачає пропозицію одного і того ж продукту за різною ціною для різних клієнтських груп. Він дозволяє підприємству оптимізувати прибутки за рахунок сегментації ринку та встановлення індивідуальних тарифів для окремих груп споживачів. Наприклад, підприємства можуть надавати знижки для постійних клієнтів або пропонувати спеціальні умови для великих замовників. Метод тарифних планів допомагає збільшити клієнтську базу та підвищити лояльність споживачів. Важливо правильно сегментувати ринок і враховувати специфіку кожної групи для досягнення успіху.

– **Метод групового квотування.** У рамках цього методу встановлюється певний обсяг продукції або послуг, який може бути реалізований за фіксованою ціною. Це дозволяє підприємству контролювати обсяги продажів і водночас зберігати баланс між попитом і пропозицією. Групове квотування може бути ефективним для запобігання дефіциту товарів або надлишкових витрат на їх виробництво. Метод також дозволяє підприємству забезпечити стабільність прибутків при чітко визначених обсягах. Використання цього підходу вимагає точного прогнозування ринкових потреб і можливостей підприємства.

– **Метод групової оптимізації доходів.** Цей метод передбачає визначення обсягів доходів, необхідних для нормального функціонування підприємства, і розробку заходів для їх досягнення. Він ґрунтується на детальному аналізі ринкових умов, витрат і прибутків, що дозволяє підприємству оптимізувати свою діяльність. Групова оптимізація доходів передбачає розподіл фінансових ресурсів між різними напрямками діяльності для досягнення максимального ефекту. Вона допомагає підприємству стабільно розвиватися та мінімізувати фінансові ризики. Цей метод потребує постійного моніторингу показників діяльності та регулярних коригувань планів.

Список використаних джерел:

1. Мулик Т.О. Методичні підходи до аналітичного забезпечення управління доходами. *Агросвіт.* 2020. № 6. С. 77–86.

Муйдінова В. Т.,
магістерка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Даценко В. В., к.е.н., доц.,
декан факультету економіки, бізнесу та міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЕРЖАВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Зв'язки з громадськістю (PR) в системі маркетингових комунікацій державних підприємств є важливим інструментом для формування позитивного іміджу, підвищення довіри громадськості та забезпечення прозорості діяльності. Державні підприємства, виконують суспільно значущі функції, мають відповідальність перед громадянами, і зв'язки з громадськістю допомагають їм підтримувати довіру та прозорість у своїй роботі.

Основні завдання зв'язків з громадськістю для державних підприємств:

1. Формування та підтримка позитивного іміджу підприємства. PR допомагає державним підприємствам доносити до громадськості інформацію про місію, соціальну значущість і досягнення організації. Це сприяє підвищенню довіри до їхньої діяльності. Позитивний імідж державного підприємства підтримується регулярним інформуванням про досягнення, впроваджені ініціативи, проекти, які приносять користь громаді.

2. Забезпечення прозорості та відкритості. Одним з основних завдань PR для державних підприємств є демонстрація прозорості. Це особливо важливо для підприємств, що використовують державні кошти, оскільки суспільство очікує від них відповідального використання ресурсів. Регулярні звіти, публікація результатів роботи, фінансових звітів та інших важливих даних створюють атмосферу відкритості й забезпечують контроль з боку суспільства.

3. Комунікація з ключовими зацікавленими сторонами. Залучення громадян, громадських організацій, державних установ, місцевих органів влади та інших зацікавлених сторін до діалогу. PR відіграє важливу роль у взаємодії з цими групами через прес-конференції, публічні обговорення, інформаційні зустрічі, а також через прес-релізи та публікації в засобах масової інформації.

4. Формування суспільної думки та підтримка соціальної відповідальності. PR-діяльність допомагає державним підприємствам залучати увагу громадськості до важливих соціальних і економічних питань. Програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ), які

демонструють, як підприємство сприяє розвитку місцевої громади, збереженню навколишнього середовища або підтримці соціально вразливих груп, створюють позитивний імідж і підвищують довіру.

5. Попередження кризових ситуацій та антикризовий PR. Державні підприємства часто стикаються з ризиками, що можуть призвести до негативних ситуацій. Антикризові комунікації допомагають швидко реагувати на потенційні проблеми, запобігаючи поширенню негативної інформації. Своєчасні та прозорі комунікації у кризових ситуаціях дозволяють контролювати ситуацію та уникати паніки чи невдоволення серед громадськості.

Інструменти зв'язків з громадськістю для державних підприємств:

1. Прес-релізи та медіа-кампанії. Розсилка прес-релізів з ключовою інформацією про події, нововведення, досягнення. Це допомагає забезпечити регулярний потік новин про діяльність підприємства. Організація інтерв'ю з керівництвом для висвітлення важливих проектів і тем. Це дає змогу глибше розкрити діяльність підприємства й пояснити її суспільну значимість.

2. Соціальні мережі та онлайн-комунікації. Використання офіційних сторінок у соціальних мережах (Facebook, Twitter, Instagram) для оперативного інформування громадськості, реагування на запити та залучення громадян до обговорень. Публікація відео, фото і новин на веб-сайті підприємства для створення прозорого іміджу. Сайт також служить платформою для звітування про результати роботи та анонсування важливих подій.

3. Організація громадських обговорень та відкритих зустрічей. Проведення публічних заходів (прес-конференцій, відкритих слухань), на яких представники підприємства звітують про результати своєї роботи, нові ініціативи або зміни у політиці. Залучення представників громадськості до консультаційних груп, що дозволяє враховувати думку громадян при прийнятті рішень.

4. Звітування перед громадськістю та звіти про соціальний вплив. Публікація щорічних звітів про діяльність підприємства, в яких висвітлюються досягнення, використання бюджетних коштів, виконання соціальних та екологічних ініціатив. Розробка звітів про соціальну відповідальність і внесок підприємства у розвиток громади, щоб показати ефективність і значущість його діяльності для суспільства.

5. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ). Реалізація соціально орієнтованих проектів, таких як екологічні ініціативи, підтримка освіти, благодійність, охорона здоров'я. Підтримка програм розвитку громади, що дозволяє підвищити рівень соціальної відповідальності підприємства в очах суспільства та формувати позитивне ставлення.

Ефективність зв'язків з громадськістю для державних підприємств. Для успішного PR важливо постійно оцінювати ефективність комунікаційних заходів. Ось кілька способів оцінки:

1. Моніторинг медіа: відстеження згадок про підприємство в медіа, аналіз тональності (позитивний, негативний, нейтральний відгук).

2. Аналіз реакції громадськості: опитування громадян, збір зворотного зв'язку від громадськості через онлайн-платформи, соціальні мережі або спеціальні гарячі лінії.

3. Вимірювання соціального впливу: оцінка результатів КСВ-програм і соціальних проектів для визначення реального внеску підприємства в суспільний розвиток.

Список використаних джерел:

1. Даценко В., Дронова Т., Хурдей В., Міщенко Д., Семенова Л. Маркетингова діагностика товарного асортименту рітейла в конкурентному середовищі. *Економічні горизонти*. 2022. № 3 (21).

Мухамедова З. Р.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Маргулов А. Х., д.іст.н., проф.,
професор кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

КІБЕРБЕЗПЕКА: НОВИЙ РІВЕНЬ ВОЄННИХ ПРОТИСТОЯНЬ

Кібербезпека є критичною для захисту України та її громадян в умовах сучасних загроз. Кібератаки становлять серйозну загрозу національній безпеці, зокрема для інфраструктури, економіки, охорони здоров'я, транспорту тощо. Кіберпростір став полем військового протистояння для України в конфлікті з росією, що прагне дестабілізувати українські системи та викликати реальні збитки. Отже, дослідження визначеного факту є актуальним у форматі національної доктрини безпеки.

Сьогодні фахівці, на наш погляд, не достатньо приділяють уваги даному питанню. Специфіка відкритості інформації впливає на рівень її дослідження. Між тим, останнім часом росія активно готує кіберфахівців, які здійснюють атаки, як-от Nobelium та APT29. Активно залучаються іноземні групи (наприклад, «NoName») у кібератаках на інфраструктуру країн, що підтримують Україну. Така ситуація стала можливою за певних технічних умов. Попри санкції, росія продовжує отримувати електронні компоненти через Китай та Гонконг. Активізація імпорту західних мікросхем після вторгнення в Україну підтримує технологічний потенціал росії. Багато держав недооцінюють здатність опонентів у сфері кібератак,що ставить під загрозу критичну інфраструктуру. Важливо переглянути стратегії кібербезпеки для адаптації до нових викликів і запобігання загрозам.

З початку повномасштабного вторгнення Росії посилилися кібератаки на українські інфраструктурні об’єкти:

○ Атака на мережу «KA-SAT» перед вторгненням, яка спричинила збій у зв’язку.

○ Серія атак IsaacWiper і CaddyWiper, які паралізували фінансову та енергетичну інфраструктуру.

○ Кампанія з використанням діпфейк-відео для поширення паніки.

Російські ботоферми, як-от Center S, поширюють дезінформацію для дестабілізації громадської думки та нагнітання паніки. Продовжується координація різних агентств рф для створення та поширення фейкових новин і контенту, що спрямований на маніпуляцію суспільною думкою.

Отже, росія активно використовує кібератаки та дезінформаційні кампанії для дестабілізації України та міжнародної спільноти. Для ефективного захисту необхідні комплексні заходи кібербезпеки, розвиток критичного мислення й підвищення інформаційної обізнаності. Виходячи з визначених параметрів потрібно негайно вжити наступні краки:

- підприємствам важливо розвивати відділи кібербезпеки та використовувати спеціалізовані консалтингові послуги;
- громадянам слід дотримуватись інформаційної гігієни, використовувати складні паролі, активувати двофакторну аутентифікацію;
- впровадження плану аварійного відновлення, гео-фільтрів, моніторинг трафіку та використання DDoS-захисту для забезпечення стабільності під час атак.

Список використаних джерел:

1. Війна Росії проти України: хронологія кібератак. *0180_EPRS-Briefing-733549-Ukraine-cyber-attacks-timeline-FINAL-ForT*. URL: Війна Росії проти України: хронологія кібератак (дата звернення: 28.10.2024).
2. Єремєєва І. А. Актуальні проблеми визначення сутнісних характеристик міжнародного конфлікту. 2017.
3. CaddyWiper: New wiper malware discovered in Ukraine. *Award-winning news, views, and insight from the ESET security community*. URL: CaddyWiper: New wiper malware discovered in Ukraine (date of access: 28.10.2024).
4. How (and how many) western chips are getting to russia? | tradecompliance.io. *Landing | TradeCompliance.io*. URL: How (and How Many) Western Chips are Getting to Russia? | TradeCompliance.io (date of access: 28.10.2024). Case 2:24-mj-01395 Document 4 Filed 09/04/24 Page 1 of 277
5. Pro-Russian group launches cyber-attack on Belgian cities and provinces. *vrtnws.be*. URL: Pro-Russian group launches cyber-attack on Belgian cities and provinces | VRT NWS (date of access: 28.10.2024).
6. Second new 'isaacwiper' data wiper targets ukraine after russian invasion. *The Hacker News*. URL: Second New 'IsaacWiper' Data Wiper Targets Ukraine After Russian Invasion (date of access: 28.10.2024).
7. Singh A. Rabotnik, affiliate of ransomware group revil, sentenced to 13 years in jail. *CoinDesk: Bitcoin, Ethereum, Crypto News and Price Data*. URL: Rabotnik, Affiliate of Ransomware Group REvil, Sentenced to 13 Years in Jail (date of access: 28.10.2024).

Назаренко А. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Гармаш О. В.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горященко Ю. Г., д.е.н., проф.,
професор кафедри підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Однією з ключових змін у сучасному бізнес-середовищі є стрімкий розвиток та впровадження електронної комерції та електронної торгівлі, зокрема. Завдяки швидкому прогресу веб- та інтернет-технологій, обсяги онлайн-торгівлі невпинно зростають на глобальному рівні, перетворюючись на самостійну галузь економіки. Щороку від 30% до 70% бізнесів у різних країнах, незалежно від їх економічного розвитку, переходять в онлайн-простір. Інтернет-магазини, маркетплейси та онлайн-сервіси набули популярності серед споживачів. За даними аналітичних агентств, обороти e-commerce в Україні щороку збільшуються на 20–30%, і ця тенденція зберігається.

Застосування електронної комерції набуло особливої актуальності з початком пандемії Covid-19. Підприємства отримали можливість перенести свою діяльність із офлайн-ринку в онлайн-простір, що дозволило їм продовжувати функціонування та забезпечити виживання в умовах кризи. За оцінками експертів компанії «IBM», пандемія прискорила перехід споживачів в інтернет-середовище приблизно на п’ять років. З початком повномасштабної війни в Україні та глобальної міжнародної нестабільності у світі така тенденція продовжилась.

Однією з основних можливостей електронної торгівлі в Україні є те, що Інтернет дозволяє охоплювати аудиторію як по всій країні, так і за її межами. Це відкриває можливості для бізнесу виходити на нові ринки та залучати клієнтів без географічних обмежень. Через економічні кризи фізичні магазини змушені були підвищити ціни на свої товари та послуги, що зробило їх менш доступними для покупців. Водночас, інтернет-магазини продовжують пропонувати продукцію за нижчими цінами, зберігаючи конкурентну перевагу.

Ще одна ключова перевага електронної комерції – знижені витрати на ведення бізнесу. Власники онлайн-магазинів не мають потреби орендувати дорогі приміщення, оплачувати велику кількість персоналу чи витрачатися на масштабні рекламні кампанії. Це дозволяє продавати товари за привабливішими цінами, що ставить їх у вигідне становище порівняно з традиційними магазинами.

Організація інтернет-бізнесу також набагато доступніша. Все, що потрібно, – замовити розробку та просування інтернет-магазину у професійній веб-студії, сплатити невелику оренду за хостинг, і можна розпочинати комерційну діяльність у мережі [1].

Також зростання популярності сервісів доставки та платіжних систем, таких як «Нова Пошта» чи «Приват24», спрощує здійснення покупок і продажів. Покупці отримують доступ до товарів і послуг 24/7 та можуть порівнювати ціни без необхідності відвідувати фізичні магазини для електронної торгівлі в Україні.

Нині ринок Інтернет-торгівлі розвивається бурхливими темпами. У 2023 році 9,9 млн українців купували товари онлайн. Дані опублікувала агенція диджитал-маркетингу «Promodo». Зазначена кількість на 17% більша від 2022 року. У 2023 році обсяг продажів товарів та послуг через інтернет склав 182 млрд грн, це становить 10% від загального обсягу роздрібної торгівлі у 2023 році. Для порівняння: у 2022 році це було 151 млрд грн (10,8% від загального обсягу роздрібної торгівлі), а у 2021 році – 129 млрд грн (8,9%) [2].

Основними перешкодами для здійснення електронних покупок в Україні залишається боязнь помилок, відсутність довіри до онлайн магазинів деякі покупці все ще обережно ставляться до онлайн-покупок через ризики шахрайства. Законодавство в сфері електронної комерції потребує подальшого розвитку для кращого регулювання та захисту прав споживачів.

Варто відзначити новий тренд – зростаючий попит на продукцію українських виробників. Лише за останній рік обсяги продажів у цьому сегменті збільшилися втричі. Розширення мережі онлайн-магазинів, що пропонують вітчизняні товари, є позитивним явищем для економіки України та сприяє підтримці національного виробництва.

Отже, електронна торгівля в Україні має значний потенціал для зростання, а впровадження сучасних технологій і ефективне управління процесами допоможуть зміцнити позиції країни як активного гравця на міжнародному ринку e-commerce.

Список використаних джерел:

1. Особливості розвитку електронної комерції в Україні: веб-сайт. URL: https://pidru4niki.com/74056/marketing/osoblivosti_rozvitku_elektronnoyi_komertsiyi_ukrayini?ysclid=m2rqgs7v7b826452948 (дата звернення 28.10.2024).

2. Статистика онлайн-продажів: веб-сайт. URL: https://skilky-skilky.info/u-2023-rotsi-suma-onlayn-prodazhiv-zrosla-na-17 (дата звернення 28.10.2024).

3. Feshchur I., Hurzhyi N., Kuzminska Y. et al. Marketing Audit as a Tool for Assessing Business Performance. Theoretical and Practical Research in Economic Fields, [S.l.], dec. 2023. V. 14. № 2. P. 438–456. URL: https://journals.aserspublishing.eu/tpref/article/view/8227. DOI: https://doi.org/10.14505/tpref.v14.2(28).21

Назаренко А. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Кущ В. А.,
студентка Університету митної справи та фінансів
Лобза А. В., PhD в галузі економіки,
старший викладач кафедри економіки та економічної безпеки
Університету митної справи та фінансів

ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ПІДТРИМКИ ГРОМАДЯН КРАЇН, ЩО ПОТЕРПАЮТЬ ВІД ДІЙ АГРЕСОРІВ: УКРАЇНА ТА ІЗРАЇЛЬ – ОКРЕМІ АСПЕКТИ

Соціальна політика та підтримка громадян у період воєнного стану в Україні та Ізраїлі значно відрізняються через унікальні соціально-економічні й геополітичні умови кожної з країн, а також зважаючи на їхній досвід у сфері безпеки та кризового менеджменту. Так, військова мобілізація та формування резерву у Ізраїлі як країні, що перебуває у довготривалому військовому конфлікті, є постійна система військової мобілізації з активним резервом, адже країна постійно стикається із загрозами від сусідніх держав. Більшість громадян проходять обов'язкову військову службу й регулярно повертаються на навчання, перебуваючи у резерві. У період загострень держава швидко мобілізує резервістів і це практично не порушує функціонування економіки. Україна ж не мала такого досвіду до 2014 року. Від початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році в країні діє широкоохоплююча мобілізація, проте це значущо впливає на економіку та наявність робочої сили, є викликом для підтримки стабільності у суспільстві. В обох країнах є розвинена система соціальної підтримки для військовослужбовців. Однак, у Ізраїлі державна підтримка чітко регулюється та фінансується, оскільки питання безпеки та турбота про військових є частиною стратегічної політики [1]. Україна ж стикається з фінансовими труднощами через обмеженість бюджету і змушена залучати міжнародних донорів для допомоги військовим, підтримки переміщених осіб, усх уразливих категорій громадян [2]. Населення Ізраїлю має досвід швидкої евакуації та повернення на місця помешкання після завершення бойових дій. Розвинута система бомбосховищ, швидка реакція рятувальних служб та відповідна інфраструктура дозволяють мінімізувати вплив на цивільних. Організація житла, роботи та соціальних послуг для переселенців-українців залишається викликом через набагато більші обсяги руйнувань інфраструктури.

В Ізраїлі важливою складовою підтримки населення під час та після конфліктів є психологічна допомога – є розвинута система підтримки ветеранів, включно з реабілітаційними центрами. В Україні система психологічної підтримки військових і цивільних лише розвивається, наразі виникла потреба створювати реабілітаційні програми та залучати іноземних спеціалістів [3].

Ізраїль має сильну економіку і підтримує фінансову стабільність, держава продовжує інвестувати в технології, які підтримують безпеку країни, зміцнюють економіку. А наша держава наразі здебільшого залежить від зовнішньої фінансової допомоги для підтримки економіки. Міжнародні кредити, допомога від партнерів та гуманітарні організації допомагають покривати витрати, але боргове навантаження зростає.

Ще однією великою проблемою для України у військовий час є необхідність підтримки бізнесу. Якщо у Ізраїлі під час воєнних дій уряд надає підтримку малому та середньому бізнесу, щоб запобігти економічному спаду, надаються компенсації для підприємств, які змушені припинити роботу через обстріли, то в Україні через інфраструктурні руйнування та постійні ризики ускладнюється життєдіяльність бізнес-середовища. Уряд запроваджує податкові канікули для підприємців, які працюють у прифронтових регіонах або зазнали збитків, пропонує гранти для релокації бізнесу з небезпечних областей, залучаються міжнародні інвестиції, але проблема залишається значущою [4].

Щодо освітньої системи, то в Ізраїлі вона адаптована до умов загрози: у навчальних закладах обладнані бомбосховища, школи мають чіткий план дій на випадок ракетного обстрілу; учні та студенти регулярно проходять тренування з евакуації, що дозволяє зберегти освітній процес навіть під час загострень. В Україні воєнний стан змусив перейти на дистанційне навчання, де це можливо, а також запровадити змішану форму для безпечних зон. Питанням стало також забезпечення укриттями закладів освіти та навчання персоналу з безпеки.

До числа найважливіших проблем належить і підтримка ветеранів та інтеграція їх у суспільство. В Ізраїлі діє система соціальної підтримки для ветеранів, включно з пільгами на житло, медичне обслуговування та працевлаштування. Психологічна та фізична реабілітація військових - ключові компоненти повернення їх до цивільного життя. Україна ж наразі активно почала розвивати систему допомоги ветеранам, але це потребує значних ресурсів, яких країні поки бракує [1].

Отже, Ізраїль та Україна, маючи досвід різної тривалості та інтенсивності конфліктів, розробили унікальні підходи до соціальної політики та підтримки громадян. В умовах активної фази конфлікту Україна багато чого запозичує з досвіду Ізраїлю, але стикається зі значними викликами, враховуючи масштаби конфлікту й обмежені ресурси. Ізраїль має більш структуровану і стабільну систему соціальної підтримки та управління під час військових дій, тоді як Україна перебуває в процесі реформування та адаптації своїх соціальних і військових інститутів, залучаючи значну міжнародну підтримку.

Список використаних джерел:

1. Система соціальної підтримки Ізраїлю веб-сайт. URL: https://www.pryncyp.com/wp-content/uploads/2024/02/soczpidtrymka-1.pdf (дата звернення 01.11.2024).

2. Соціальна політика в Україні у воєнний час: веб-сайт. URL: https://www.slideshare.net/slideshow/pdf-f766/262886501#28 (дата звернення 01.11.2024).
3. Сень Г.П. Теоретичні аспекти соціальної підтримки як фактора подолання стресу / Академія праці і соціальних відносин Федерації профспілок України. 2007. № 2 (39). С. 30–34.
4. Актуальні проблеми соціальної роботи в Україні : збірник матеріалів науково-практичного семінару / за ред. Н. Кривоконь. Чернігів : Чернігівські обереги, 2007. 72 с.

Некращук М.,
студент Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Пікуліна Н. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри економіки та економічної безпеки
Університету митної справи та фінансів)

НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ КУЛЬТУРИ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

В сучасному світі, людство в процесі життєдіяльності стикається з багатьма викликами, де фактор обмеженості ресурсів посідає панівне становище. Основним ресурсом сучасності є час, що завжди йде вперед і підлаштовує під себе інші фактори. Тому проблема культури ефективного управління робочим часом, завдяки інноваційним зрушенням останніх років є актуальною у цифровізованому світі.

Тайм-менеджмент – це комплекс методів і підходів, що допомагає ефективно організувати свій час і підвищувати продуктивність праці. Кожна складова життя людини: робота, навчання, особисті задачі – потребують значних ресурсів, що в хаотичному існуванні створює проблеми у балансі та призводить, або до втрати, якогось з елементів, або погіршення усіх частин одночасно. Основними принципами тайм-менеджменту є планування та пріоритизація завдань, а також моніторинг і аналіз витрат часу. Тому кожному суб'єкту в процесі життєдіяльності слід виокремити власні потреби та вибрати дієві методи, що допоможуть реалізувати планове виконання поставлених задач.

Тайм-менеджмент на робочому місці є ключовим інструментом для підвищення ефективності діяльності працівників, особливо в умовах використання сучасних технологій. Новітні цифрові інструменти, такі як Trello, Asana, Slack та різні месенджери, допомагають структурувати робочі процеси та оптимізувати комунікацію в командах. Застосунок Trello дозволяє розподіляти проекти за картками, створювати дошки для кожної команди або проекту, встановлювати терміни виконання та стежити за прогресом у режимі реального часу. Інший інструмент, Asana, ефективно координує структуру завдання, даючи змогу розбивати на підзадачі, автоматизувати

повторювані процеси та контролювати робоче навантаження. Для внутрішньої комунікації часто використовують додаток Slack, який дозволяє оперативно обмінюватися повідомленнями, файлами і тримати всі робочі розмови в одному місці. Також у робочому процесі ефективним засобом є месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp), які завдяки своєму поширенню – пришвидшують співпрацю між членами команди, покращують координацію дій, а також надають можливості в візуалізації багатьох процесів. Загалом використання цих інструментів спрощує управління часом, допомагає зосередитися на важливих завданнях і зменшує кількість рутинних дій, що значно підвищує продуктивність діяльності.

Під час навчання, здобувачам знань треба раціонально розподіляти час для стабільного досягнення результатів, у чому при нагоді будуть методи управління часом. Використання різноманітних засобів, таких як Todoist, Google Calendar та Notion, дозволяє планувати навчальний процес, встановлювати чіткі дедлайни і слідкувати за прогресом. Застосунок Todoist дозволяє створювати списки завдань, розставляти пріоритети і розподіляти роботу по днях, що знижує ризик перевантаження і хаосу у навчанні. Сервіс Google Calendar допомагає візуалізувати розклад занять та завдань, нагадує про важливі події й дозволяє синхронізувати плани між пристроями. Технологічний нотаток Notion є багатофункціональним інструментом для організації конспектів, ведення нотаток і планування проектів, що дозволяє структурувати великий обсяг інформації. Завдяки використанню цих інструментів здобувачі освіти можуть ефективно керувати своїм часом, зосереджуючи увагу на навчанні, а не на організаційних питаннях, що підвищує їхню успішність.

Одним з найперспективніших напрямів інновацій у тайм-менеджменті є застосування штучного інтелекту (ШІ) та аналітичних інструментів для підвищення результатів праці, навчання та якості особистого життя. ШІ-технології, такі як персоналізовані цифрові асистенти, аналізують розклад, завдання та звички користувача, пропонуючи оптимальні варіанти розподілу часу. Аналітичні системи можуть на основі історичних даних надавати прогнози щодо тривалості виконання завдань, виявляти найбільш продуктивні періоди та пропонувати стратегії для мінімізації прокрастинації. Ці технології дозволяють автоматизувати планування, зменшувати час, витрачений на організаційні питання та поліпшують гнучкість у роботі з завданнями, що потребують адаптивного підходу.

Сучасні технології, такі як мобільні додатки для організації задач, інструменти для підвищення концентрації, аналітика та автоматизація процесів, надають можливість більш точно розподіляти час, зменшувати стрес та уникати перевантаження. Вони також сприяють дотримання дисципліни, що дозволяє досягати поставлених цілей швидше та з меншими затратами ресурсів. Таким чином, новітні підходи в тайм-менеджменті формують сучасну культуру раціонального управління часом, яка є необхідною в умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій.

Список використаних джерел:

1. Буднік М. М., Дронова Д. С. Тайм-менеджмент і сучасні технології. *Бізнес Інформ.* 2023. № 2.

2. Ефективно керуємо часом: корисні додатки для тайм-менеджменту. URL: https://znogrant.com.ua/korysni-dodatky-dlya-tajm-menedzhmentu (дата звернення: 28.10.2024).

3. Використання тайм-менеджменту для підвищення ефективності управління персоналом. URL: http://surl.li/atlzge

Паршина М. Ю., к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів

КОМУНІКАТИВНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ ДОСЯГНЕННЯ ПРАГМАТИЧНОЇ ЕКВІВАЛЕНТНОСТІ У ПЕРЕКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ РЕКЛАМНИХ СЛОГАНІВ

Ключовою передумовою успішного ведення підприємницької діяльності в сучасних умовах глобалізації світової економіки стає використання реклами. Рекламна діяльність посідає сьогодні важливе місце в соціально-економічному житті та вважається високоефективним засобом розвитку підприємницької діяльності, який спрямований на досягнення поставлених стратегічних і тактичних цілей.

Відомі вчені світу займалися вивченням реклами як економічної категорії, зокрема Д. О'Гілві, П. Друкер, А. Кромптон, Ф. Котлер, М. Портер, Г. О'Райлі та внаслідок значної кількості проведених досліджень були запропоновані наукові концепції, які знайшли своє відображення у працях таких вітчизняних вчених, як В. Андрійчука, С. Бабенка, В. Будкіна, Л. Віговської, Д. Добрянської, О. Добрянської, О. Зелінської, Т. Краско, Г. Карпенко та ін.

Значна кількість досліджень спрямована сьогодні на вивчення різних аспектів рекламних повідомлень. Зокрема, дослідники визначають особливості рекламних текстів та здійснюють загальний лінгвістичний аналіз. В процесі дослідження вчені досліджують соціальні та прагматичні характеристики рекламного мовлення. Важлива складова сучасних досліджень полягає у визначенні впливу прагматичних чинників на переклад рекламних текстів.

За останні роки спостерігається зростання інтересу до вивчення реклами як ефективного засобу масової комунікації [3]. У зв'язку з цим, вчені проводять дослідження комунікативних аспектів рекламного тексту [2, 3, 4, 5]. Рекламний текст вважається тематичною, структурною та комунікативною єдністю, для якої зазначаються такі характерні аспекти як певні стилістичні особливості та комунікативно-прагматична спрямованість.

За результатами проведених системних досліджень перекладу рекламних текстів дослідниками зроблені висновки про те, що найефективнішою формою реклами є рекламний слоган. Саме через рекламний слоган відбувається вплив на потенційних споживачів рекламованої продукції.

Проведено дослідження структури рекламного тексту з визначенням основних складових. Зокрема, визначено сутність й призначення таких основних складових в структурі рекламного тексту як заголовок, слоган, основний рекламний текст та фраза-відлуння.

Враховуючи особливості рекламних текстів та рекламних слоганів, автори багатьох наукових праць дійшли до висновку із зазначенням про те, що рекламні тексти є дуже проблематичними для перекладу з прагматичної точки зору. Зокрема, автори наукової публікації [2, с. 111] акцентують увагу на комунікативно-прагматичне навантаження як невід'ємну рису тексту, бо текст розглядають у вигляді матеріальної форми семантичної, синтаксичної, прагматичної, соціокультурної, модальної та інших видів інформації.

В дослідженнях зазначено, що труднощі виникають у процесі перекладу реклами та рекламних слоганів з англійської мови на українську, головним чином, у зв'язку з розходженням в граматичних аспектах англійської й української мов. В процесі перекладу з метою досягнення відповідного рівня якості необхідно вирішувати комплекс мовних, лінгвістичних, соціолінгвістичних, психологічних проблем з використанням методів та підходів культурної адаптації тексту. Вирішення цілого комплексу складових питань з метою досягнення прагматичної еквівалентності між оригіналом і перекладом можливо завдяки пошуку специфічних методів та наукових підходів.

Ґрунтуючись на дослідження з розходження в граматичних аспектах та різницю структурних типів англійської й української мов, а також на проведений аналіз низки англомовних рекламних слоганів відомих брендів з урахуванням особливостей їх перекладу українською мовою, було проведено аналіз чотирьох основних стратегії передачі англомовних слоганів в українській рекламі. В ході досліджень було визначено сутність таких стратегій, як стратегія відсутності перекладу, стратегія дослівного перекладу, стратегія адаптації та стратегія ревізії. В ході проведеного аналізу було використано приклади рекламних слоганів відомих брендів.

Проведено дослідження комунікативних аспектів використання цих стратегій у перекладі англомовних рекламних слоганів з метою досягнення прагматичної еквівалентності. Так, при використання стратегії відсутності перекладу, зазначимо, що рекламний слоган залишаються практично без перекладу. Комунікація відбувається за рахунок сприйняття графічної компоненти реклами, частиною якої і є рекламний слоган. Незважаючи на те, що графічна компонента сприяє комунікації, неперекладені рекламні слогани можуть бути незрозумілими для споживачів, тому комунікативний рівень залишається низьким.

Використання стратегії дослівного перекладу рекламних слоганів не дозволяє враховувати особливості культури мови-перекладу, що також не сприяє забезпеченню бажаного комунікативного рівня та досягнення прагматичної еквівалентності. Таку стратегію доцільно використовувати за умов коли не потрібно передавати особливості культури мови-перекладу, зокрема, при перекладі реклами обладнання та технічної продукції.

Використання стратегій адаптації та стратегії ревізії сприяють підвищенню комунікаційного ефекту за рахунок адаптації рекламного слогана до особливостей і норм української мови та шляхом створення нового слогана з метою досягнення прагматичної еквівалентності.

Досягнення прагматичної еквівалентності між оригіналом і перекладом вважаємо можливим завдяки визначенню комунікативного ефекту рекламного слогана. Ґрунтуючись на такій концептуальній позиції, важливим аспектом вважаємо розуміння принципу роботи рекламного слогана та формування моделі, яка дозволить описати процес рекламної комунікації. Зокрема, за думкою Л.А. Віговської – автора публікації [1, с. 283], найбільш точною є така модель: сприйняття – запам'ятовування – залучення.

В ході проведення досліджень здійснено аналіз з визначенням основних характеристик трьох етапів цієї моделі та визначенням домінантних елементів впливу на процеси сприйняття, запам'ятовування та залучення рекламного слогана.

На підгрунті вивчення різних аспектів рекламних повідомлень, визначення особливостей рекламних слоганів, аналізу основних стратегії передачі англомовних слоганів в українській рекламі та дослідження моделі, яка дозволяє описати процес рекламної комунікації, сформована основа наукового підходу, спрямованого на досягнення прагматичної еквівалентності між оригіналом і перекладом рекламних слоганів.

Список використаних джерел:

1. Віговська Л.А. Слоган як один із видів рекламного тексту. *Закарпатські філологічні студії.* 2014. Випуск 14. Том 1. С. 281–285. URL: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/14/part_1/54.pdf

2. Добровольська Д.М., Добровольська Л.В. Англомовні комерційні та соціальні слогани у площині перекладу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія.* 2021 № 47. Т. 3. С. 110–114. URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v47/part_3/27.pdf

3. Карпенко Г.М. Експресивна лексика сучасного англійського слогана в рекламі. *Закарпатські філологічні студії.* Випуск 11. Том 1. С. 106–110. URL: https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/32898

4. Anataichuk I.M., Rutz O.V., Sazonova V.S. Advertisement as a means of communication: the content and peculiarities of translation. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Філологічні науки».* 2020. № 2 (20). P. 299–308. URL: https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2020/2/32.pdf

5. Zembytska M., Mazur Y. Stylistic features of English advertising slogans. *Scientific journal of the Lviv State University of Life Safety "Philological Periodical of Lviv".* 2018. № 4. P. 39–43.

Пєстрєцова Р. Я.,
студентка Запорізького національного університету
(науковий керівник – Калініченко З. Д., к.е.н., доц.,
доцент кафедри міжнародної економіки
Запорізького національного університету)

ПОЗБУТТЯ ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД АВТОРИТАРНИХ РЕЖИМІВ ЯК СТРАТЕГІЯ ЗМІЦНЕННЯ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Безпека для країни та її громадян є одним з найголовніших пунктів для забезпечення існування держави. В умовах сучасної геополітичної нестабільності, спалахів війн на Сході, гонки технологічних озброєнь та економічної конкуренції питання зміцнення безпеки держав у світовому вимірі набуває значної актуальності.

Зростаюча напруженість між провідними економіками світу, а саме США, Китаю та ЄС, вторгнення Росії в Україну стали каталізатором для того, щоб переглянути підходи для забезпечення економічної безпеки. Наприклад, ЄС та США застосовують санкції та інші економічні інструменти для стримування агресії, а також зміцнюють регіональні альянси для захисту економічних інтересів. Це говорить про те, що для національної стабільності держави економічна безпека вкрай важлива. Президент України увів у дію рішення щодо зміцнення економічної безпеки України до 2025 року, зазначаючи що це є національним інтересом країни.

Стратегія безпеки на будь-якому рівні включає в себе моніторинг внутрішніх та зовнішніх загроз. Важливим пунктом стратегії безпеки для України є протидія економічному тиску з боку Росії, забезпечення для України можливості виробляти зброю на своїх потужностях самостійно та разом з західними партнерами, інтенсивно розвивати оборонну промисловість [1].

З актуальних стратегічних сценаріїв зміцнення безпеки держав світу можна виділити:

1. Позбуття залежності від авторитарних режимів. Європейським Союзом було розроблено національну концепцію «de-risking», головною метою якої є зниження залежності від небезпечних партнерів, а саме Китаю та Росії. Це передбачає зменшення уразливості в критичних секторах, щоб уникнути політичного тиску через економічні важелі та забезпечити економічну автономію у глобальних відносинах [2].

2. Підтримка кібербезпеки. Економіка все частіше страждає від кібератак, отже підтримка кібербезпеки країни є вкрай необхідною. ЄС розробив план дій, який названо Стратегічним компасом для посилення кіберзахисту, розширення інструментів протидії гібридним загрозам і підтримки стратегічної автономії. ЄС також планує регулярні навчання з безпеки, що включають швидке розгортання військових сил та посилення здатності до аналізу розвідувальних даних, що важливо для запобігання загрозам економічній стабільності.

3. Вплив на економічну безпеку через оборону країни. Спалахи війн у світі лякають та змушують турбуватися про підтримку військових, воєнних сил і можливостей держави, активне вироблення зброї, введення технологічних інновацій та гонку озброєнь. Особливо яскраво це протистояння простежується в США та Китаї. З іншої сторони, зміцнення економіки також прямо пропорційно впливає на оборонні можливості держави. Сюди входить і міжнародна підтримка та коаліції з провідними економіками також.

Стратегію безпеки країни слід розглядати як захищеність життєво важливих інтересів людини і громадянина, суспільства і держави, за якої забезпечуються сталий розвиток суспільства, своєчасне виявлення, запобігання і нейтралізація реальних та потенційних загроз національним інтересам у сферах правоохоронної діяльності, боротьби з корупцією, прикордонної діяльності та оборони, міграційної політики, охорони здоров'я, освіти та науки, науково-технічної та інноваційної політики, культурного розвитку населення [3].

Ситуація, яка складається у внутрішньому та зовнішньому середовищі, визначає перелік загроз безпеці, які, в свою чергу, визначають вагу тієї чи іншої складової безпеки і, як наслідок, її інтегральний стан. Зміна ситуації, призводить до зміни переліку загроз, їх ваги і, відповідно, стану безпеки, стану захисту від загроз безпеці. Як правило, питання стратегії безпеки демонструють інтеграцію економічної політики у комплексні заходи безпеки, що базуються на співпраці та посиленні економічної автономії задля протистояння зовнішнім загрозам.

Отже, забезпечення національної безпеки безпосередньо впливає на економіку країни, коли, у свою чергу, рівень економічного розвитку дозволяє фінансувати і розвивати безпекові й оборонні заходи. Саме пошук оптимального поєднання компонентів безпеки в значному ступені визначає перелік основних національних інтересів. При цьому, як показує практика, деякі з визначених державою основних національних інтересів є характерними для більшості країн та регіонів світу, деякі мають характерні географічні, політичні, економічні регіональні особливості, деякі ж з них характерні виключно для даної країни або даного періоду часу.

Відстежується прямо пропорційна залежність цих двох складових. Вдосконалюючи їх, держава може розраховувати на стабільність та витривалість навіть у неспокійній геополітичній ситуації та мати готовність ефективно і швидко реагувати на будь-які зовнішні чи внутрішні загрози.

Список використаних джерел:

1. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: https://www.president.gov.ua/news/prezident-uviv-u-diyu-rishennya-rnbo-pro-strategiyu-ekonomic-70065 (дата звернення 29.10.2024).

2. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/publikatsiyi/analitychni-dopovidi/ohlyad-stratehichnykh-dokumentiv-yes-u-sferi-ekonomichnoyi (дата звернення 29.10.2024).

3. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство : монографія : в 3 т. Т. 1 / О. М. Ляшенко, Ю. С. Погорелов, В. Л. Безбожний [та ін.] ; за заг. ред. Г. В. Козаченко. Луганськ : Елтон, 2010. 282 с.

Поворознюк С. П.,
аспірант Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського
(науковий керівник – Климчук О. В., д.е.н., проф.,
професор кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського)

МІЖНАРОДНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У ЗМІЦНЕННІ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Світова практика реалізації державної політики у сфері економіки переконливо доводить, що одним із сучасних інструментів ефективної взаємодії держави та бізнесу виступає соціальне підприємництво. Цей процес забезпечує реалізацію соціально-інноваційну підприємницьку діяльність за різними напрямами, значна частина прибутків від якої спрямовується на розв'язання існуючих соціально-економічних проблем у суспільстві. Водночас, феномен соціального підприємництва є доволі неоднозначним явищем на міжнародному рівні, оскільки його теоретико-методологічні засади ще повністю не сформовано. Зокрема, не існує єдиного уявлення та бачення про сутність такого виду підприємництва, не зафіксовано його стандартного визначення, не розроблено уніфікованих критеріїв віднесення підприємства до категорії "соціальне". Така ситуація значно ускладнює розробку державної політики щодо подальшого розвитку та державної підтримки соціального підприємництва.

За статистикою Європейської Комісії, в країнах Європи існує понад 2 млн соціальних підприємств, що становить біля 10 % від усього європейського бізнесу, в якому працевлаштовано понад 11 млн співробітників (6 % усіх працюючих осіб цього регіону). При цьому, основними організаційно-правовими формами діяльності соціальних підприємств у європейських країнах є *кооперативні утворення* (наприклад, у Португалії, Франція, Італії, Іспанії, Греції, Хорватії) або ж соціальні *компанії* (зокрема, у Великобританії, Бельгії) [1].

Головною метою реалізації економічної політики держави є досягнення стійкого господарського зростання, щоб забезпечити підвищення рівня життя населення [2]. Відтак, ключовими завданнями щодо концепційних основ соціалізації підприємств є такі: 1) сприяння державою розвитку соціально відповідального бізнесу; 2) вироблення єдиних підходів до трактування соціального підприємництва всіма

учасниками суспільних процесів; 3) започаткування системи нефінансового звітування; 4) удосконалення існуючих і використання інноваційних форм публічно-приватного партнерства для забезпечення сталого розвитку громад та територій [3].

В міжнародній практиці основна мета соціального підприємства полягає в отриманні соціальних результатів, а не в одержанні прибутків для власників або акціонерів (вироблені товари та надані послуги на ринку за підприємницькою моделлю спрямовують отримані прибутки, в першу чергу, для досягнення нагальних соціальних цілей конкретного регіону або відповідної територіальної громади), що є досить актуальним для українського суспільства.

Скорочення пропозицій з працевлаштування у сучасних умовах підштовхує працездатне населення до активних пошуків роботи, проте, відповідно до розроблених цілей соціально-економічного розвитку, рівень зайнятості в Україні є нижчим від рівня країн Європейського Союзу, що спричинено віковою і гендерною диференціацією [4]. Існує гостра необхідність запровадження сучасних інформаційних систем і технологій на базі створення єдиного інформаційного простору, що є дієвим механізмом для підвищення ефективності управління підприємством [5], зокрема соціальним. До того ж, соціальні підприємці наразі використовують або адаптують юридичні форми, які не призначені для запуску соціального підприємництва, що призводить до зростання витрат і ризиків та зменшує приналежність до соціального підприємництва, ускладнюючи його ідентифікацію та підтримку державою.

Отже, світовий розвиток соціального підприємництва в сучасних умовах є одним із головних інструментів для вирішення нагальних суспільних проблем кожної демократичної країни. Соціально-орієнтований бізнес покликаний змінювати соціальні процеси в суспільстві на краще, а тому потребує постійної уваги та допомоги держави. Міжнародний досвід засвідчує, що саме соціальні підприємства здатні розв’язувати існуючі соціальні, економічні та екологічні проблеми, посилюють соціальну інклюзію і згуртованість місцевих громад, сприяють розширенню прав та можливостей жінок, надають якісні послуги тощо. Відтак, імплементація в Україні світового досвіду розвитку соціального підприємництва має здійснити важливий внесок у суспільну консолідацію, стабільність, демократизацію процесів та досягнення цілей сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний досвід соціального підприємництва і перспективи його застосування в Україні. Національний інститут стратегічних досліджень. URL: https://niss.gov.ua/doslidzhennya/sotsialna-polityka/zarubizhnyy-dosvid-sotsialnoho-pidpryyemnytstva-i-perspektyvy-yoho

2. Дороніна О. А., Мазур Г. Ф., Климчук О. В., Якимова Н. С. Значення соціально-демографічного прогнозування в реалізації стратегії економічного розвитку. *Економіка та держава.* 2021. № 3. С. 14–17. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.3.14.

3. Гриник О. І., Сисоєва І. М. Соціалізація підприємства як важіль інноваційного розвитку. *Держава та регіони.* 2020. № 5. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/archive?id=123

4. Самборська О.Ю., Климчук О.В. Негативний вплив війни на зайнятість та доходи українців. *Інноваційна економіка.* 2023. № 3 (95). С. 63–69. DOI: 10.37332/2309-1533.2023.3.8.

5. Климчук О.В. Сучасні процеси розвитку в Україні інформаційних систем і технологій в управлінні підприємствами. *Актуальні проблеми, пріоритетні напрямки та стратегії розвитку України :* тези доповідей І Міжн. наук.-практ. онлайн-конференції. Київ : ІТТА, 2021. С. 199–201.

Пугін О. В.,
аспірант кафедри підприємства та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів

ВПЛИВ АВІАЦІЙНОЇ ГАЛУЗІ НА ГЛОБАЛЬНУ ЕКОНОМІКУ

Аналіз історичних даних та економічних тенденцій дозволяє розробляти ефективні прогнози для передбачення майбутнього попиту на авіаперевезення та підготовки до можливих економічних криз. Уряди впроваджують політику, що сприяє економічному зростанню та стабільності, створюючи сприятливі умови для розвитку авіаційної галузі. Інвестори, у свою чергу, можуть використовувати свої знання економічної ситуації для ухвалення стратегічних рішень щодо інвестицій у авіакомпанії, аеропорти та інші підприємства, пов’язані з авіацією. Дуже важливим є аналіз складних зв’язків між економікою та авіацією, щоб краще розуміти механізми, які впливають на розвиток галузі.

Уряди відіграють ключову роль у формуванні економічного впливу авіаційної галузі через запровадження політик, нормативних актів та інвестицій. Їхні рішення можуть суттєво впливати на розвиток сектору. Вони встановлюють і контролюють дотримання правил безпеки для захисту пасажирів та екіпажу, забезпечуючи безпечні умови польотів. Крім того, уряди стимулюють конкуренцію в галузі, захищають права пасажирів та сприяють їхньому добробуту. Інвестиції спрямовуються на будівництво, модернізацію та обслуговування аеропортів і систем управління повітряним рухом. Також уряди активно фінансують наукові дослідження та розробки нових технологій у галузі авіації. Збори й податки, що стягуються з авіаційної діяльності, використовуються для розвитку інфраструктури та покращення послуг управління повітряним рухом. Крім того, уряди ведуть переговори про угоди відкритого неба для лібералізації авіаційного ринку та стимулювання конкуренції між перевізниками.

На міжнародному рівні уряди співпрацюють завдяки організації ІКАО, беручи участь у розробці стандартів безпеки польотів та екологічних норм. Ефективною політикою, регулюванням та інвестиціями уряди створюють

умови для розвитку авіаційної галузі, сприяють економічному зростанню, створенню робочих місць і покращенню глобального сполучення. Вплив авіації на світову економіку є безсумнівним і значно перевищує роль звичайного транспортного засобу. Цей сектор приносить численні переваги як для країн, так і для громадян. Основні аспекти впливу авіації на глобальну економіку можна коротко підсумувати так:

– Створення робочих місць та економічне зростання: авіація забезпечує мільйони робочих місць у різних секторах – від аеропортів до виробництв.

– Глобальне сполучення та торгівля: галузь сприяє швидкій міжнародній торгівлі та доступу до нових ринків, прискорюючи економічну інтеграцію.

– Регіональний розвиток та соціальна мобільність: аеропорти стимулюють розвиток регіонів, забезпечуючи доступ до віддалених місць.

– Технологічні інновації та сталий розвиток: інвестиції в авіацію сприяють появі нових технологій, що сприяють прогресу в різних сферах.

Однак, попри численні переваги, важливо враховувати й негативні аспекти для забезпечення збалансованого та відповідального розвитку авіаційної галузі:

– Екологічні виклики: авіація є джерелом значних викидів парникових газів і потребує рішень для пом’якшення кліматичних наслідків.

– Економічна стійкість: галузь чутлива до економічних криз і коливань попиту, що може впливати на її стабільність.

– Соціальні та етичні питання: зростання авіації викликає дискусії щодо шумового забруднення, прав працівників та впливу на громади.

– Баланс між зростанням та стійкістю: потрібні зусилля для узгодження економічного зростання з екологічними та соціальними вимогами.

Для досягнення довготривалої стабільності галузь має розвиватися з урахуванням усіх аспектів, поєднуючи економічний успіх із відповідальністю перед суспільством та природою. Сучасна авіація налаштована на постійний розвиток та впровадження інновацій. Технологічні досягнення, зміна моделей подорожей і зростаюча увага до принципів сталого розвитку формуватимуть майбутнє галузі. Важливим викликом буде досягнення балансу між економічним зростанням, безпекою та екологічною відповідальністю.

Інновації та співпраця між урядами, бізнесом і науковими установами відкривають нові можливості для вдосконалення авіації. Завдяки цьому галузь зможе й надалі об’єднувати людей та культури по всьому світу, роблячи вагомий внесок у створення більш сталого та екологічно відповідального майбутнього.

Авіаційна індустрія є важливим економічним двигуном, який приносить трильйони доларів у світовий ВВП та створює мільйони робочих місць по всьому світу. Її вплив значно перевищує рамки транспортних послуг, стимулюючи розвиток міжнародної торгівлі, туризму та ділової активності. Цей розгалужений економічний ланцюг підкреслює критичну роль здорової та стійкої авіаційної галузі для глобального розвитку та процвітання.

Попри виклики, зокрема екологічні проблеми та інфраструктурні обмеження, галузь демонструє здатність до швидкої адаптації та високий рівень стійкості. Технологічний прогрес, зміни у моделях подорожей і пріоритет сталого розвитку стають визначальними факторами її майбутнього. Впровадження інновацій та екологічно відповідальних рішень дозволяє авіації продовжувати виконувати важливу роль у глобальній економіці, забезпечуючи зв'язок між людьми, культурами та ринками.

Список використаних джерел:

1. International Civil Aviation Organization. URL: https://www.icao.int
2. The Economic Catalytic Effects of Air Transport in Europe. EUROCONTROL. URL: https://www.eurocontrol.int
3. Economic Contribution of Civil Aviation. ICAO. URL: https://www.icao.int/sustainability/documents/econcontribution.pdf
4. Global Outlook for Air Transport. Highly Resilient, Less Robust. IATA. URL: https://www.iata.org

Рачкован К.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єремєєва І. А., к.і.н., доц.,
завідувач кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ НАТО НА БЕЗПЕКОВУ АРХІТЕКТУРУ СУЧАСНОГО СВІТУ

У сучасному світі, де загрози стають дедалі більш багатошаровими та комплексними – від традиційних військових конфліктів до кіберзагроз і тероризму – міжнародні блоки часто виступають головними гравцями у забезпеченні стабільності. Їхні рішення впливають не лише на держави-учасниці, але й на сусідні країни, що прагнуть безпеки та стабільності. В умовах війни в Україні та посилення напруженості між глобальними блоками вплив цих об'єднань на світову безпеку є надзвичайно важливим для формування майбутнього світового порядку.

Організація Північноатлантичного договору (НАТО) є однією з найважливіших міжнародних безпекових організацій, що сприяє стабільності та миру на міжнародній арені. Організація відіграє важливу роль у формуванні архітектури безпеки сучасного світу через військово-політичне співробітництво та різні ініціативи і механізми колективної безпеки НАТО функціонує як система колективної безпеки, де напад на одну країну-члена вважається нападом на весь альянс (стаття 5 Вашингтонського договору). Цей принцип об'єднує країни-члени і зміцнює взаємну оборону. Після закінчення холодної війни НАТО розширила свій вплив у Східній Європі, сприяючи стабільності в регіоні, але також створюючи геополітичну напруженість, особливо у відносинах з росією.

НАТО також співпрацює з країнами-партнерами, які не є членами НАТО, але прагнуть зміцнити свої оборонні системи. Україна і Грузія, зокрема, отримують допомогу в галузі тренувань, озброєнь та обміну інформацією. У сучасній безпековій реальності гібридні загрози, включаючи кібератаки, дезінформацію та інші неконвенційні методи, становлять серйозний виклик для НАТО, і, згідно з цим, Альянс розробляє нові механізми, що поєднують військові та невійськові засоби для ефективного стримування таких загроз. Окрім того, Альянс розробляє нові механізми для ефективного стримування таких загроз.

Глобальні виклики, що постали перед світом у XXI столітті, вимагають нового підходу до архітектури безпеки, хоча НАТО залишається важливим елементом глобальної системи безпеки, важливо підвищити гнучкість організації та адаптувати її механізми для підтримки стабільності в нових умовах. Альянс активно шукає нові шляхи співпраці та розбудови оборонного потенціалу країн-партнерів, при цьому НАТО робить свій внесок у безпеку шляхом розширення на Східну Європу і надання гарантій колективної оборони новим членам. Це розширення допомагає стримувати потенційні загрози, але воно також викликає спротив з боку деяких країн, зокрема Росії. Ця стратегія підтримує стабільність у регіоні, але також вимагає гнучкого дипломатичного підходу.

Від початку російсько-української війни НАТО послідовно підтримує Україну, надаючи військову, політичну та фінансову допомогу. Підтримка включає надання сучасного озброєння, тренування українських військових, обмін розвідданими та технічну допомогу. НАТО постійно посилює свою допомогу Україні, що значно підвищує рівень обороноздатності країни в умовах активної військової агресії. НАТО забезпечує Україну важливими ресурсами, такими як озброєння, розвідувальні дані та обладнання для ведення бойових дій. Країни-члени Альянсу надали Україні різноманітне озброєння: від систем протиповітряної оборони до сучасних дронів. Це допомагає українським Збройним силам стримувати наступальні дії противника і покращувати свою тактичну позицію. Окрім військової допомоги, НАТО підтримує Україну у сфері гуманітарної допомоги, забезпечуючи медичні ресурси, притулки для цивільних осіб і сприяючи евакуації постраждалих. Підтримка включає і надання допомоги у вигляді засобів для відновлення критичної інфраструктури, що страждає від обстрілів.

НАТО є «колективним щитом» для країн-членів і партнерів від сучасних загроз. Вплив НАТО на структури безпеки проявляється як у традиційних питаннях оборони, так і в інноваційних підходах до гібридної війни та кіберзахисту. Здатність Альянсу адаптуватися до нових реалій робить НАТО невід'ємною частиною міжнародної безпеки. НАТО продовжує відігравати ключову роль у забезпеченні колективної безпеки та протидії новим загрозам. НАТО адаптує свою стратегію для ефективної протидії гібридним загрозам та іншим викликам, що робить її невід’ємною

частиною сучасної архітектури безпеки. НАТО забезпечила Україні захист від вторгнення НАТО надає Україні життєво важливу підтримку, необхідну для протидії агресії. Ця підтримка включає політичну, військову, гуманітарну і розвідувальну допомогу. Завдяки тісній співпраці зі своїми союзниками Україна може зміцнити свою обороноздатність і більш ефективно протистояти російській агресії.

Список використаних джерел:

1. Жовтенко Т. НАТО і євроатлантична безпека в гібридній безпековій реальності. URL: https://dif.org.ua/article/nato-i-evroatlantichna-bezpeka-v-gibridniy-bezpekoviy-realnosti (дата звернення 28.10.2024).
2. Підтримка НАТО України під час російсько-української війни. URL: https://ukrainetonato.com.ua/75-rokiv-nato/pidtrymka-nato-ukrainy-pid-chas-rosiysko-ukrainskoi-viyny (дата звернення 28.10.2024).
3. Тараненко А. Трансформація системи міжнародної безпеки і подальша роль України. URL: https://adastra.org.ua/blog/transformaciya-sistemi-mizhnarodnoyi-bezpeki-i-podalsha-rol-ukrayini (дата звернення 28.10.2024).
4. Чаленко І. XXI століття потребує нового погляду на світову архітектуру безпеки. URL: https://weukraine.tv/blog/hhi-storichchya-potrebuye-novogo-poglyadu-na-svitovu-arhitekturu-bezpeky (дата звернення 28.10.2024).

Савела А. А.,
студентка гр. 8.0724-уфпс
Інженерного навчально-наукового інституту ім. Ю. М. Потебні
Запорізького національного університету
(науковий керівник – Паршин Ю. І., д.е.н., проф., професор кафедри
інформаційної економіки, підприємництва та фінансів економіки
Запорізького національного університету)

МОДЕЛІ ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Для успішного функціонування організацій ними впроваджується система корпоративного управління. Метою впровадження таких систем менеджменту в компаніях чи на підприємствах – створити ефективний спосіб взаємодії між керівниками даних компаній та виконавчими менеджерами. На практиці сформувалися моделі корпоративного управління, які були прийняті у зарубіжних країнах. Ці сформовані підходи часто застосовують у організаціях із деякими змінами пристосовуючи їх під конкретний ринок.

Зазначимо, що «модель корпоративного управління» це сукупність збудованих зв’язків між керівниками та фахівцями які приймають рішення у питаннях інвестування, що й забезпечує ефективність розвитку організацій. Одна модель включає низку управлінських складових та

зв’язків об’єктів, куди входить структура ради директорів, система оплати праці та мотивації. Підприємство вибирає індивідуально, за якою стратегією працювати: це залежить від специфічних рис ринку та економічних результатів компанії. Кожна модель представляє відкриту систему, що включає набір інформаційних, трудових, фінансових, технологічних ресурсів тощо. За рахунок правильної роботи з ними та побудованої ієрархії управління вдається розширювати частку ринку та збільшувати дохід компанії [1].

У правових актах немає чіткого закріплення цього поняття, тому практично воно трактується по-різному. У бізнесі поняття розглядають як перелік взаємовідносин, що формуються між учасниками організації. Практичне втілення принципів корпоративного менеджменту можна побачити на великих підприємствах. Такі компанії відрізняються складною ієрархією менеджерів, наявністю акціонерів, кількома засновниками та іншими учасниками бізнесу [2]. Робота будується на взаємодії осіб із різними інтересами та власників, що управляють компанією. Щоб відносини не позначалися негативно на роботі підприємства, вони потребують правильної організації. У такому випадку конфліктні ситуації швидко вирішуються компромісом без шкоди для самого підприємства. Якщо погляди на розвиток підприємства у керуючого апарату, менеджерів та співробітників не збігаються, це може привести до падіння показників. Тому експерти рекомендують спочатку вибудувати ефективну систему менеджменту.

Корпоративний підхід неможливий без вибудовування чіткої стратегії взаємодії між елементами системи та опису чітких правил, тобто, без моделі керування. Встановлюваний порядок допомагає краще вирішувати складності, що виникають, і захищати власників, керівників підприємства та їх інтереси, а також визначає чіткість дій у розумінні співробітниками на всіх рівнях.

Термін корпоративна ієрархія означає організацію та організацію осіб у корпорації відповідно до влади, статусу та функції роботи. Взагалі, ієрархія – це будь-яка система чи організація, в якій люди чи групи класифікуються одна над одною відповідно до статусу чи повноважень. Хоча більшість корпорацій та підприємств мають ієрархію, вони також можуть бути частиною будь-якої організації, включаючи уряди та будь-яку організовану релігію [3].

Корпоративна ієрархія розмежовує як повноваження, так і відповідальність і визначає керівництво співробітниками корпорації, підрозділами, підрозділами та іншими керівниками залежно від їх місця в прошарках [3].

Поняття корпорації зародилося за кордоном, тому й загальноприйняті моделі корпоративного управління також виникли у розвинених країнах за кордоном. При вивченні управлінських стратегій виділяють такі ознаки:

– місце та роль засновників та менеджерів;

– структура підприємства щодо володіння акціями;

– ієрархія керуючої ради;

– норми права та закони у цій сфері;

– перелік питань, що вимагають узгодження з інвесторами;

– система відносин між учасниками бізнесу тощо.

На ринку зараз існують три базові моделі корпоративного менеджменту [4]:

– американська чи англо-американська – отримала розвиток у США, Австралії, Великій Британії деяких інших країнах;

– німецька (німецька) – застосовується у Німеччині, Австрії, Норвегії тощо;

– японська – характерна для азіатських країн.

Серед основних підходів, які допомагають сфокусуватися на різних складових системи загалом для своєчасного ухвалення управлінських рішень, прийнято виділяти системний та процесний підходи.

При системному підході керівники підприємств та провідні управлінці спільно формують план поетапного розвитку організації, де мають бути відображені всі механізми які застосовуються для управління. Широкий підхід закладає фундамент стратегії, виходячи з якої приймаються управлінські рішення. Системна точка зору передбачає створення механізмів взаємодії, спрямованих на захист інтересів інвесторів та власників, досягнення планових показників та цілей підприємства, налагодження робіт із зовнішніми контрагентами. Системність визначає об’єкти управління, параметри системи, принципи, які покладені в основу прийняття всіх рішень. Побачити ці великі елементи можна лише, якщо поглянути «згори» на структуру бізнесу. Відмінність підходу полягає в тому, що успіх компанії лежить у правильно пробудованій системі управління. Тому використовують інструменти системного аналізу, при якому підприємство та зовнішнє середовище розглядаються як єдине ціле.

При процесному підході бізнес розглядають як сукупність процесів, учасників та підрозділів. Для успіху на ринку потрібно налаштувати кожен із цих елементів. Цей підхід включає управління процесами, і у цій парадигмі головна мета підприємства – це створення легкого, зрозумілого бізнес-процесу, який забезпечує досягнення показників. Однак у цьому випадку є і зворотний бік. Усунення недоліків у процесній частині не гарантує успіх підприємства в цілому – спочатку має бути вибудувана чітка структура бізнесу, від якої надалі буде побудована сама стратегія.

Робота при процесному підході – це набір основних та наскрізних (що стосуються кількох відділів) процесів, і метою організації є забезпечення їхнього безперебійного функціонування.

Для правильної побудови системи взаємодій підхід до управління повинен розглядатися як у широкому, так і у вузькому значенні. У першому випадку опрацьовуються основні принципи побудови системи та стратегія, тоді як у другому – розробляються практичні дії, що створені задля виконання плану. Ці два підходи в менеджменті й сформували зазначені три зарубіжні моделі управління.

Корпоративне управління не працюватиме без чіткої системи та моделі роботи. Воно залежить від специфіки організації, чинних правових актів та усталених правил функціонування самого ринку. Вибирати модель необхідно кожному підприємству індивідуально. Ухвалюючи рішення, необхідно опираються на: діючу структуру підприємства; його розмір; завдання та задачі, які вирішуються у господарсько-економічній сфері та прийняту стратегію розвитку.

Зараз практично немає компаній, у яких прийнята якась окремо взята модель управління в чистому вигляді. Задля повного перенесення досвіду інших держав заважає система законодавчої та виконавчої влади, яка посилює контроль над великими формами підприємства. Ринок та нормативні акти постійно диктують нові умови роботи, тож підприємства змушені адаптувати структуру управління під поточні умови.

Список використаних джерел:

1. Джур О.Є. Ієрархія стратегічних намірів в управлінні конкурентоспроможністю підприємства космічної галузі. *Ефективна економіка.* 2016. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5273

2. Ієрархія бізнес-процесів: як пов’язати сотні дій в правильну структуру. URL: https://pmb.com.ua/uk/blog/iyerarhiya-biznes-protsesiv-yak-pov-yazaty-sotni-dij-v-pravylnu-strukturu

3. Фінансова енциклопедія: Корпоративна ієрархія. URL: https://ua.nesrakonk.ru/corporate-hierarchy

4. Ткачук І.І. Аналіз класичних моделей корпоративного управління. *Інвестиції: практика та досвід.* 2014. № 11. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/11_2014/15.pdf

Сагач А. І.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Александрюк Т. Ю., старший викладач
кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

СОЦІАЛЬНА ІНКЛЮЗІЯ ОСІБ З ІНВАЛІДНІСТЮ: ПРОБЛЕМИ ТА МОЖЛИВОСТІ

Соціальна інклюзія осіб з інвалідністю – це актуальний і комплексний процес, який передбачає створення умов для повноцінної участі людей з особливими потребами у всіх сферах життя суспільства [1]. Соціальна інклюзія осіб з інвалідністю є важливим аспектом сучасного суспільства, спрямованим на забезпечення рівних можливостей та прав для всіх громадян, незалежно від фізичних чи інтелектуальних обмежень. Варто зазначити, що особи з інвалідністю продовжують стикатися з численними викликами у процесі соціальної інклюзії, певні виклики наведені на рис. 1.

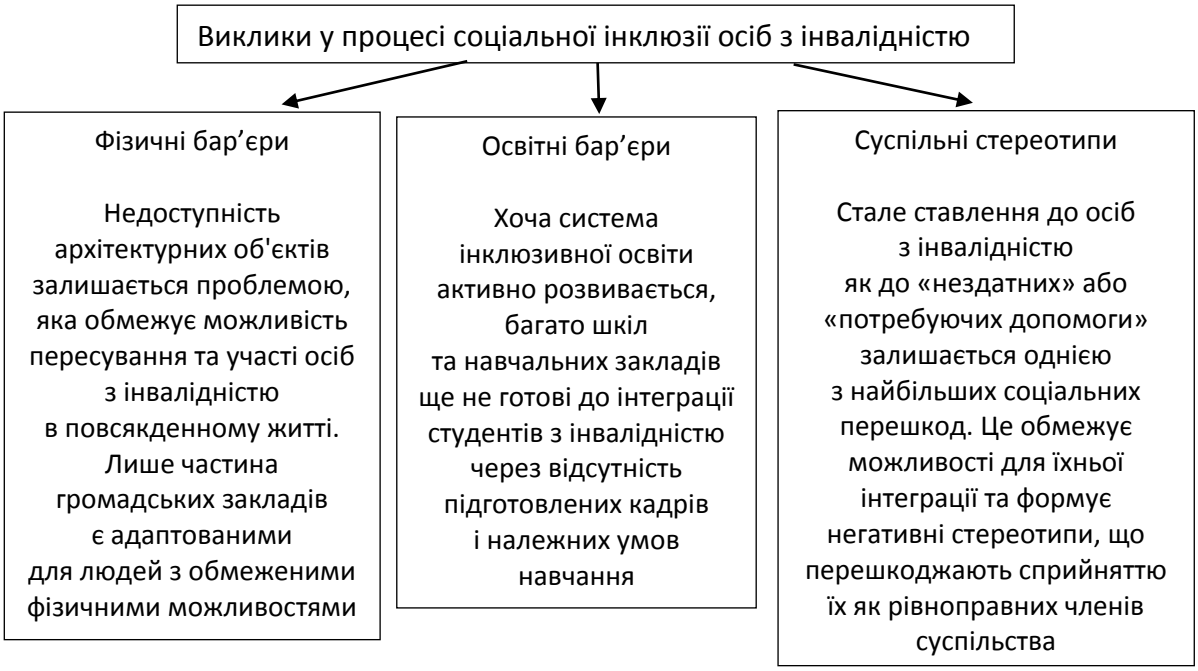

Рис. 1. Виклики у процесі соціальної інклюзії осіб з інвалідністю

Джерело: побудовано автором за даними [2].

Незважаючи на існуючі проблеми, сьогодні спостерігається позитивна динаміка у напрямі інклюзії осіб з інвалідністю. Важливими чинниками є:

– впровадження інформаційних технологій. Зокрема таких, як спеціальні пристрої для осіб з інвалідністю, що сприяє їх інтеграції в суспільне життя. Це стосується як працевлаштування, так і освіти, де онлайн-формати дають більше можливостей для людей з обмеженими фізичними можливостями;

– створення інклюзивного освітнього середовища. Успішна інтеграція дітей з інвалідністю в загальноосвітні школи сприяє їх соціалізації, розвитку навичок комунікації та взаємодії з однолітками;

– розвиток соціальних відносини та підтримка осіб з інвалідністю, зокрема громадськими організаціями, які активно захищають їхні права, організовують соціальні проекти та допомагають з працевлаштуванням тощо.

Проте для досягнення повної соціальної інклюзії необхідно подолати ще низку бар'єрів та викликів, що виникають на різних рівнях суспільної взаємодії. Передусім слід забезпечити системну зміну підходів до питання інклюзії, що охоплює як законодавчі ініціативи, так і культурні трансформації. Виходячи з того, що державна політика відіграє ключову роль у формуванні інклюзивного середовища, розглянемо основні напрями вдосконалення:

– законодавство повинно не лише забезпечувати формальні права осіб з інвалідністю, але й створювати дієві механізми реалізації цих прав. Важливим кроком у цьому напрямі є запровадження програм державної підтримки, спрямованих на покращення доступності громадських просторів, транспортної інфраструктури, освіти та медицини;

– значні ресурси повинні бути спрямовані на реалізацію інклюзивних проектів. Без належного фінансування більшість ініціатив залишаються та залишатимуться лише на рівні декларацій та проєктів.

Не менш важливою є просвітницька робота, яка допомагає змінювати суспільні стереотипи та упередження стосовно осіб з інвалідністю. Активна інформаційна кампанія може допомогти підвищити обізнаність суспільства щодо проблем і потреб осіб з інвалідністю, а також сприяти формуванню толерантного ставлення до них. Важливо щоб населення розуміло, що інвалідність – це не обмеження можливостей, а частина людського різноманіття. Впровадження цього підходу в навчальних закладах і медіа може змінити ставлення до осіб з інвалідністю як до повноправних учасників суспільного життя. Висвітлення позитивних прикладів інтеграції осіб з інвалідністю у суспільне життя має стати важливою частиною загальнонаціонального інформаційного порядку денного.

Отже, соціальна інклюзія осіб з інвалідністю залишається складним, але вкрай важливим процесом, що вимагає системної роботи на рівні державної політики, громадянського суспільства та особистої відповідальності кожного громадянина. Подолання фізичних, культурних і економічних бар'єрів дозволить створити суспільство, в якому кожен матиме можливість реалізувати свій потенціал незалежно від індивідуальних особливостей.

Список використаних джерел:

1. Медіацентр УжНУ. Що таке соціальна інклюзія і чому вона стосується особисто вас? В УжНУ провели тематичну лекцію-бесіду. URL: https://mediacenter.uzhnu.edu.ua/news/shcho-take-sotsialna-inkliuziia-i-chomu-vona-stosuietsia-osobysto-vas-v-uzhnu-provely-tematychnu-lektsiiu-besidu/2023-05-05-55602

2. Обсяг розуму. Соціальна адаптація осіб з інвалідністю: Виклики та перспективи. URL: https://mindscope.biz.ua/soczialna-adaptacziya-osib-z-invalidnistyu-vyklyky-ta-perspektyvy

Сергієнко Т. І., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри бізнесу та управління
Національного університету "Запорізька політехніка"
Капустін М. О., к.т.н., докторант кафедри політології
Запорізького національного університету

СУТНІСТЬ КОНЦЕПЦІЇ МОНІТОРИНГУ СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО СЦЕНАРІЮ ЗМІЦНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ

Актуальність дослідження обраної теми обумовлена кількома важливими факторами. По-перше, в умовах сучасного світу, де загрози безпеці стають дедалі складнішими, систематичне спостереження за політичними, соціальними та економічними змінами є критично важливим. Моніторинг надає можливість своєчасно виявляти ризики, які можуть загрожувати національній безпеці, і формувати адекватні реакції на них. По-друге, глобалізація та зростаюча взаємозалежність країн підвищують значення аналізу міжнародних суспільно-політичних процесів. Ефективний моніторинг допомагає

зрозуміти, як зовнішні фактори впливають на внутрішню безпеку, а також сприяє розвитку міжнародного співробітництва в галузі безпеки. По-третє, зміни в технологічному середовищі, зокрема в комунікаціях і інформаційних системах, відкривають нові можливості для моніторингу та аналізу суспільно-політичних процесів. Використання сучасних технологій дозволяє отримувати актуальну інформацію та оперативно реагувати на загрози.

Також, зазначимо, що в останні десятиліття моніторинг здобув широкого визнання та став звичним інструментом управлінської практики в багатьох країнах світу. В залежності від сфери застосування, моніторинг може мати різні значення та використовуватися в різній мірі. Наразі цей інструмент застосовують для оцінки результативності та ефективності стратегій, програм і проектів, які розробляються та реалізуються органами державної влади та місцевого самоврядування на різних рівнях [1, с. 37].

В умовах глобалізації та динамічних змін у соціально-політичному середовищі ефективний моніторинг стає ключовим інструментом для виявлення загроз, оцінки ефективності державних політик, прогнозування тенденцій та покращення комунікації між державою та суспільством. Він дозволяє оперативно реагувати на виклики, що виникають у суспільстві, та адаптувати стратегії управління безпекою відповідно до реальних потреб і настроїв громадян. Таким чином, моніторинг не лише сприяє стабільності та захисту національних інтересів, а й зміцнює довіру між владою та населенням, що є важливим чинником для забезпечення соціального миру та безпеки. Ця довіра, у свою чергу, створює сприятливе середовище для впровадження нових стратегій, що адаптуються до змін у соціально-політичному контексті. Так, наприклад, стратегії зміцнення державної безпеки є комплексом заходів, спрямованих на забезпечення стабільності та захист національних інтересів в умовах сучасних викликів. Ці стратегії враховують численні фактори, такі як глобалізація, технологічний прогрес, соціально-політичні зміни та економічні тенденції.

У стратегіях зміцнення державної безпеки важливим є аналіз загроз, що передбачає визначення та оцінку як внутрішніх, так і зовнішніх ризиків. Серед таких загроз можуть бути політична нестабільність, тероризм, кіберзлочинність, економічні кризи та соціальні конфлікти. Ефективний моніторинг ситуації дозволяє своєчасно виявляти ці загрози, що забезпечує можливість для проактивних дій.

Важливим елементом зміцнення державної безпеки є створення гнучких механізмів реагування. Розробка адаптивних стратегій, що дозволяють державним органам швидко реагувати на зміни в середовищі, включає в себе створення кризових штабів та оперативних груп, які спеціалізуються на реагуванні на надзвичайні ситуації. Це сприяє оперативності у прийнятті рішень і зменшує ризики ескалації загроз. Комунікація є ще одним важливим аспектом у зміцненні державної безпеки. Сприяння відкритій та прозорій комунікації між державою, суспільством і приватним сектором допомагає зміцнити довіру до державних органів. Включення громадськості у процес ухвалення рішень та врахування її думки при формуванні політик сприяє більшій стабільності.

Міжнародна співпраця також є важливим елементом. Налагодження співпраці з іншими країнами та міжнародними організаціями дозволяє ефективно реагувати на транснаціональні загрози. Це може включати обмін інформацією, спільні навчання та розробку міжнародних угод, що сприяють забезпеченню безпеки. Інвестиції в технології та інновації стають критично важливими для сучасних стратегій безпеки. Використання новітніх технологій у моніторингу загроз і реагуванні на них відкриває нові можливості. Розвиток кібербезпеки, автоматизація систем моніторингу та використання аналітики даних для прогнозування загроз дозволяють підвищити ефективність заходів безпеки. Окрім того, підвищення соціальної згуртованості є важливим елементом зміцнення державної безпеки. Сприяння соціальній єдності та підтримка громади допомагають знизити ризики соціальних конфліктів. Програми освіти, соціальні ініціативи та підтримка громадських організацій, які працюють на зміцнення суспільного миру, є важливими для стабільності.

Таким чином, зміцнення державної безпеки є критично важливим завданням для забезпечення стабільного розвитку країни. Ефективні стратегії повинні враховувати різноманітні загрози та виклики, адаптуючись до нових реалій. Систематичний моніторинг та інтеграція міждисциплінарних підходів є основою для успішної реалізації цих стратегій, що, в свою чергу, сприяє захисту національних інтересів і стабільності суспільства.

Список використаних джерел:

1. Арабаджиєв Д.Ю., Сергієнко Т.І. Теоретико-методологічні засади моніторингу соціальної згуртованості та стійкості у сучасних реаліях України (на прикладі Запорізької області). *Регіональні студії*. 2022. № 30. С. 35–39.

Сергієнко Т. І., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри бізнесу та управління
Національного університету “Запорізька політехніка”
Коберняк Д. О.,
здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня, група БТЕ-1012,
Національного університету “Запорізька політехніка”

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФОРМУВАННІ БЕЗПЕКОВОЇ ПОЛІТИКИ

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що у сучасних умовах ефективне управління безпекою вимагає комплексного підходу, який об’єднує соціальні, економічні та політичні аспекти. Глобалізація вносить додаткові корективи у безпекову політику, адже безпека більше не обмежується національними кордонами, а залежить від міжнародних відносин і співпраці. У цьому контексті стратегічний менеджмент відіграє важливу роль, оскільки він дозволяє враховувати міжнародні фактори та партнерства, які впливають на національну безпеку.

Швидкі зміни в зовнішньому та внутрішньому середовищі вимагають від держави гнучкості та оперативності в прийнятті рішень. Це підкреслює важливість інтеграції стратегічного менеджменту в процес формування безпекової політики. Отже, стратегічний менеджмент стає невід'ємною складовою у забезпеченні ефективного управління безпекою в умовах сучасних викликів.

Дослідження стратегічного менеджменту у формуванні безпекової політики інтегрує знання фахівців з різних напрямків. Політологи аналізують вплив політичних факторів на безпеку та управління кризами, економісти досліджують фінансування безпекових програм, соціологи вивчають соціальні фактори, а спеціалісти з безпеки займаються практичними аспектами управління. Аналітики з міжнародних відносин досліджують глобальні виклики безпеки та їх вплив на національну безпеку. Тож, ця тема є міждисциплінарною, що дозволяє залучати експертів з різних галузей для глибшого аналізу та розробки ефективних стратегій у сфері безпеки. Проте, незважаючи на зростаючу актуальність, існує ряд викликів, які потребують уваги. По-перше, недостатня інтеграція між різними дисциплінами може призводити до фрагментованості підходів у дослідженні та реалізації безпекових політик. По-друге, швидко плинне світове середовище, вимагає постійного оновлення знань і навичок. Багато традиційних підходів до безпеки не можуть адекватно реагувати на нові загрози, такі як кіберзлочинність чи глобальні зміни клімату. По-третє, бракує фінансових і людських ресурсів для реалізації комплексних стратегій. Для подолання цих викликів необхідно активніше розвивати міждисциплінарні дослідження, впроваджувати інноваційні рішення та налагоджувати співпрацю між науковими колами, державними структурами та приватним сектором. Лише спільними зусиллями можна створити ефективну безпекову політику, яка відповідає сучасним вимогам і викликам. Цей процес вимагає інтеграції знань і практик з різних галузей, щоб забезпечити комплексний підхід до вирішення актуальних проблем.

Безпекова політика тісно пов'язана зі стратегічним менеджментом, оскільки обидві сфери працюють у синергії для досягнення цілей забезпечення стабільності та захисту національних інтересів. Стратегічний менеджмент надає структуру і методи для аналізу загроз, визначення пріоритетів і формування ефективних стратегій. Безпекова політика потребує стратегічного підходу для оцінки внутрішніх і зовнішніх факторів, що впливають на безпеку держави, оскільки ці фактори визначають рівень загроз та можливості для стабільності. Стратегічний підхід дозволяє не лише систематично аналізувати ці фактори, але й передбачати їх вплив на безпеку в короткостроковій та довгостроковій перспективі.

Внутрішні фактори можуть включати політичну стабільність, економічний розвиток, соціальні умови та рівень громадської підтримки безпекових ініціатив. Наприклад, політичні конфлікти або соціальні протестні рухи можуть суттєво підривати внутрішню стабільність та створювати додаткові загрози. Економічні фактори, такі як рівень безробіття, інфляція та доступність ресурсів, також можуть впливати на здатність держави забезпечувати свою безпеку.

Зовнішні фактори, в свою чергу, включають міжнародні відносини, глобальні виклики, такі як тероризм, кіберзлочинність, екологічні катастрофи та військові загрози з боку інших держав. Відношення з сусідніми країнами, міжнародні альянси та організації, такі як НАТО чи ООН, також можуть суттєво впливати на безпеку. Наприклад, зміни у міжнародній політиці або зміцнення військових альянсів можуть вимагати коригування національної безпекової стратегії. Тож, стратегічний підхід вимагає інтеграції всіх цих факторів у єдину систему аналізу, що дозволяє державі розробляти реалістичні цілі і стратегії у сфері безпеки. Це включає оцінку ризиків, розробку сценаріїв розвитку подій, а також створення механізмів реагування на можливі загрози. У результаті, безпекова політика, заснована на стратегічному підході, стає більш адаптивною та ефективною, що дозволяє державі краще захищати свої інтереси у складному та динамічному світі.

Стратегічний менеджмент у цій сфері є систематичним процесом формування, реалізації та оцінки політик і стратегій, спрямованих на забезпечення безпеки. Це охоплює оцінку факторів, формування чітких цілей, створення комплексних стратегій, реалізацію через програми та постійний аналіз ефективності. Отже, стратегічний менеджмент у формуванні безпекової політики є необхідним елементом, який забезпечує стійкість держави в умовах сучасних загроз. Інтеграція різних знань і підходів, гнучкість у прийнятті рішень та активна міжнародна співпраця є критично важливими для успішного управління безпекою.

Список використаних джерел:

1. Крайнік О.М, Сергієнко Т.І. Підвищення ефективності системи менеджменту в сучасних умовах. *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, обліку, фінансів та права в Україні та світі: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції* (Полтава, 23 січня 2020 р.) : у 6 ч. Полтава : ЦФЕНД, 2020. С. 23–24.

Сергієнко Т. І., к.політ.н., доц., доцент кафедри бізнесу та управління Національного університету “Запорізька політехніка”
Курта О. О., аспірант Національного університету “Запорізька політехніка”

ЦІННІСНІ ОРІЄНТАЦІЇ ТА МЕХАНІЗМИ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЗМІЦНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ

Актуальність обраної теми зумовлена кількома ключовими аспектами. По-перше, зростаючі загрози безпеки у сучасному світі, такі як тероризм, кіберзлочинність і інформаційна війна, вимагають нових підходів до зміцнення національної безпеки, де політична комунікація відіграє важливу роль. По-друге, ціннісні орієнтації суспільства визначають політичну поведінку громадян та стратегії держави. Дослідження цих орієнтацій допомагає зрозуміти, як формуються політичні рішення і як їх реалізація

впливає на стабільність держави. По-третє, адаптація до новітніх технологій і соціальних медіа змінює способи комунікації між державою і громадянами. Ефективні механізми політичної комунікації, які відповідають цим змінам, можуть стати стратегічним інструментом у забезпеченні безпеки.

Вивченням даної теми займались численні дослідники у галузі політології, соціології, комунікаційних наук та безпеки. Серед українських вчених важливий внесок у цю сферу зробили такі науковці, як В.Воронкова, В. Брижко, В. Цимбалюк, О. Олійник, О. Соснін, Л. Шиманський та Д. Шидловський. Ці вчені, серед інших, досліджують механізми комунікації, ціннісні системи суспільства та їх взаємодію з питаннями безпеки, що робить їх внесок важливим для розуміння сучасних викликів і стратегій у цій сфері. Проте вивчення теми вимагає більш глибокого аналізу сучасних механізмів політичної комунікації, а також оцінки їхнього впливу на ціннісні орієнтації суспільства та державну безпеку. Необхідно врахувати зміни в інформаційному середовищі, новітні технології та соціальні медіа, які можуть суттєво вплинути на комунікаційні стратегії.

У сучасному світі, де загрози безпеки стають дедалі більш різноманітними, важливість ефективної політичної комунікації не можна недооцінювати. Цінності, якими керується суспільство, формують основи для політичних рішень і визначають, як держава взаємодіє з громадянами. Ціннісні орієнтації впливають на політичну поведінку громадян, визначаючи пріоритети суспільства та формуючи уявлення про роль держави у забезпеченні безпеки [1, с. 11]. Наприклад, у суспільствах, де домінують цінності демократії, прозорості та відкритості, державні інституції здатні ефективніше реагувати на виклики безпеки, залучаючи громадян до процесу прийняття рішень.

У цьому контексті механізми реалізації політичної комунікації, такі як медіа, соціальні мережі та інші канали інформації, відіграють ключову роль у формуванні громадської думки. Політична комунікація не лише інформує населення про дії уряду, але й допомагає створити соціальний контекст, в якому громадяни можуть обговорювати, оцінювати та впливати на політичні рішення. Це сприяє формуванню активного громадянського суспільства, де кожен має можливість висловити свою думку та долучитися до процесів прийняття рішень.

Проте, щоб політична комунікація була ефективною, необхідно забезпечити її прозорість і доступність. Важливо, щоб інформація була не лише правдивою, а й представлена у зрозумілій та доступній формі. У світі, де дезінформація та маніпуляції стали звичайним явищем, особливо важливо виховувати медіа-грамотність серед населення, щоб громадяни могли критично оцінювати інформацію та приймати обґрунтовані рішення. Тож, ціннісні орієнтації і механізми політичної комунікації взаємодіють, створюючи основи для стабільності та безпеки держави. Також, зазначимо, що сьогодні, в епоху цифрових технологій, інформаційні кампанії можуть швидко поширюватися та впливати на уявлення людей. Тому важливо, щоб державна інформаційна політика базувалася на чітких ціннісних орієнтаціях, які сприяють довірі та взаємодії між владою і суспільством. Таким чином,

ціннісні орієнтації та ефективні механізми комунікації взаємопов'язані, оскільки лише за умови спільних цінностей можна досягти ефективного управління безпекою в суспільстві. З іншого боку, недостатня увага до ціннісних аспектів політичної комунікації може призвести до дезінформації та маніпуляцій. Це, в свою чергу, створює загрози національній безпеці. Наприклад, інформаційні війни та пропаганда можуть послабити суспільну згуртованість і підривати довіру до державних інститутів. У таких умовах громадяни стають більш вразливими до маніпуляцій, що може призвести до соціальної поляризації та політичної нестабільності. Окрім цього, відсутність чітких ціннісних орієнтацій у політичній комунікації може негативно вплинути на формування громадської думки. Коли інформація постійно змінюється або спотворюється, суспільство втрачає здатність адекватно оцінювати реалії, що загрожує ефективному прийняттю рішень. В результаті, в умовах невизначеності, громадяни можуть віддавати перевагу популістським рішенням, які не завжди відповідають їхнім справжнім потребам. Тому необхідно наголошувати на важливості щодо формування ціннісної основи для політичної комунікації. Уряд та інші стейкхолдери повинні працювати над створенням відкритих каналів інформації, які не лише сприяють інформуванню громадян, але й забезпечують участь суспільства в процесах прийняття рішень. Лише таким чином можна зменшити ризики дезінформації та зміцнити національну безпеку в умовах сучасних викликів. Отже, для зміцнення державної безпеки необхідно розробляти сучасні моделі політичної комунікації, які враховують ціннісні орієнтації суспільства. Це включає в себе створення відкритих і прозорих каналів комунікації, що дозволяють громадянам бути залученими до обговорення важливих питань.

Список використаних джерел:

1. Арабаджиєв Д.Ю., Постол О.Є., Сергієнко Т.І. Сучасні канали комунікації як детермінанта інформаційної стійкості в контексті повномасштабного вторгнення російської федерації. *Політикус.* 2023. № 6. С. 9–14.

Сергієнко Т. І., к.політ.н., доц., доцент кафедри бізнесу та управління
Національного університету "Запорізька політехніка"
Сластін В. О., аспірант
Національного університету "Запорізька політехніка"

ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ КУЛЬТУРИ СУЧАСНОЇ УКРАЇНИ: ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЇ ЗМІЦНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ БЕЗПЕКИ

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що сучасний світ переживає епоху, коли інформаційні війни стали невід'ємною частиною геополітичних конфліктів. Для України, яка протистоїть зовнішній агресії, питання впливу інформаційних війн на політичну культуру та державну безпеку набуває особливої актуальності.

Проблемами вивчення інформаційних процесів займаються відомі українські та зарубіжні дослідники, серед яких Н. Волковський, В. Воронкова, С. Жук, В. Косєвцов, А. Кузьменко, О. Кіндратець, В. Ліпкан, О. Литвиненко, І. Лук'янець, В. Остроухов, П. Панарін, В. Петрик, Г. Почепцов, П. Прибутько, М. Присяжнюк, А. Рось, В. Толубко, М. Требін та інші. Психологічний компонент інформаційної та гібридної війни глибоко досліджений у працях Д. Волкогонова, С. Зелінського, О. Караяні, В. Крисько, В. Лепського, В. Лісічкіна, А. Морозова, В. Прокоф'єва.

Аналіз державної інформаційної політики в умовах гібридних загроз представлений у роботах Ф. Барнета, С. Джерджа, М. Лібікі, К. Лорда, А. Манойла, Т. Ніколаєвої, М. Недопитанського, Ю. Ноєвого, А. Петренка, С. Телешуна, Д. Фролова, В. Хатчінсона та багатьох інших. Проте необхідність дослідження даної теми стає дедалі більш актуальною в контексті поточних викликів, з якими стикається Україна.

Досліджуючи визначення інформаційної війни, слід зазначити, що сучасна ера інформації змінила підходи до ведення бойових дій. Деякі дослідники вказують, що війна в інформаційну епоху використовує інформаційні технології як інструменти для успішного виконання бойових операцій. Проте основою поняття «інформаційна війна» є інформація, яка сприймається як окремий об'єкт або потенційна зброя, а також як вигідна мета. Що стосується технологій інформаційної ери, вони дозволяють безпосередньо маніпулювати інформацією противника. Отже, інформаційні війни за своєю суттю є спробою маніпулювати громадською думкою через розповсюдження дезінформації, фейків та пропаганди. В Україні, особливо після 2014 року, ми стали свідками масованих інформаційних атак, спрямованих на дестабілізацію ситуації в країні. Ці атаки вплинули на політичну культуру, сприяючи поляризації суспільства, зростанню недовіри до інститутів влади та підриву національної ідентичності.

Такі інформаційні кампанії не лише маніпулюють фактами, але й використовують емоційні тригери, які змушують людей займати радикальні позиції. Вони розгортаються в соціальних мережах, де фейки та дезінформація швидко поширюються, впливаючи на формування думок. У результаті, це може призвести до соціальної напруги, конфліктів і навіть насильства, що лише погіршує загальний стан суспільства. Таким чином, інформаційні війни не тільки загрожують політичній стабільності, а й негативно впливають на соціальну єдність, викликаючи непорозуміння.

Важливим аспектом є те, що інформаційні війни формують уявлення про «ворога» і «друга», що може призводити до конфліктів на рівні суспільства. Ці наративи впливають на соціальні відносини,

сприяючи ненависті та недовірі між різними групами. Тож, аналіз цих процесів є критично важливим для розуміння механізмів формування політичної свідомості в Україні. Він дозволяє не лише виявити вплив інформаційних кампаній на суспільні настрої, але й розробити ефективні стратегії протидії дезінформації та підвищення медіаграмотності населення.

Одним із основних викликів, з якими стикається Україна, є необхідність протидії дезінформації. Держава та суспільство повинні знайти ефективні методи виявлення та нейтралізації фейкових новин. Брак медіаграмотності серед населення ускладнює цю задачу, адже люди легко піддаються маніпуляціям [1, с. 38]. Ще одним викликом є поляризація суспільства, яка підсилюється інформаційними атаками. Соціальні мережі, як новий інформаційний простір, стають майданчиком для впливу на свідомість людей, що може призводити до соціальної напруги та конфліктів.

Для протидії інформаційним війнам в Україні необхідно розробити комплексні стратегії, що включають державні ініціативи, підтримку громадянського суспільства та міжнародну співпрацю.

Одним із ключових напрямів є підвищення медіаграмотності населення. Освітні програми, які навчають критичному мисленню та вмінню відрізняти правдиву інформацію від дезінформації, можуть суттєво посилити стійкість суспільства до маніпуляцій. Також важливо розвивати ефективні комунікаційні стратегії на рівні держави. Це може включати активне використання соціальних мереж для поширення правдивої інформації та оперативного реагування на фейки. Міжнародна співпраця є ще одним важливим аспектом у протидії інформаційним війнам. Обмін досвідом з іншими країнами, які стикалися з подібними викликами, може допомогти Україні знайти ефективні рішення.

Отже, інформаційні війни становлять серйозний виклик для України, формуючи нову політичну культуру та загрожуючи державній безпеці. Вивчення цього феномена є критично важливим для розробки ефективних стратегій протидії. Зміцнення медіаграмотності населення, розвиток комунікаційних стратегій та міжнародна співпраця є ключовими аспектами, які можуть допомогти Україні протистояти цим викликам і забезпечити стабільність у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Арабаджиєв Д.Ю., Сергієнко Т.І. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус: Науковий журнал.* № 2. 2020. С. 36–43.

Солошенко М. О.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Жадько К. С., д.е.н., завідувач кафедри
підприємництва та економіки підприємства
Університету митної справи та фінансів)

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ПРОЦЕСИ КРЕДИТУВАННЯ

Незважаючи на те, що цифровізація сприяє підвищенню ефективності кредитних процесів, багато банків та підприємців стикаються з низкою труднощів. Підприємці часто мають труднощі з отриманням кредитів через жорсткі вимоги банків, у тому числі недостатню прозорість їх діяльності для оцінки кредитоспроможності. У свою чергу, банки ризикують при наданні кредитів новим підприємствам через недостатню інформацію та високі ризики неплатоспроможності. Проблема полягає у необхідності створення більш гнучких та прозорих механізмів взаємодії банків та бізнесу з використанням сучасних інформаційних технологій.

На сьогодні налічується 61 вид економічної діяльності по яким банки надають кредити як в національній, так і в іноземній валюті суб'єктам господарювання. Станом на перше липня 2024 року найпопулярнішими сферами кредитування є: – «Роздрібна торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами»; – «Оптова торгівля, крім торгівлі автотранспортними засобами та мотоциклами»; – «Операції з нерухомим майном»; – «Будівництво будівель»; – «Складське господарство та допоміжна діяльність у сфері транспорту» [1]. Тобто класифікація кредитування є достатньо різноманітною та критеріїв оцінювання кожного підприємства також досить багато.

Українська банківська система є в перших лідерах по впровадженню цифрових фінансових технологій. Інсталювання банками цифрових технологій і адаптації традиційних бізнес-процесів банків до нової реальності допомогли в умовах війни та тяжкого економічного середовища – адаптуватися та підтримувати економіку країни. В українських банках діджиталізацією охоплено значну частину традиційних та нетрадиційних операцій, в тому числі і кредитування взагалі і роздрібне зокрема. Кредитування, за допомогою сучасних технологій, дозволяє розширити доступ до фінансових послуг: скорочуючи операційні витрати, вона робить економічно вигідним надання невеликих позик. Розширення доступу до фінансових послуг відбувається також за рахунок підвищення фінансової та цифрової грамотності споживачів, завдяки чому вони можуть раціональніше управляти своїми боргами [2].

Можна привести приклад з державною програмою «Доступні кредити 5–7–9%», де підприємець здатний в онлайн форматі подати заявку для участі в цій програмі, а банк зі своєї сторони для того, щоб перевірити наданні дані не змушує підприємця збирати купу бумаг, а сам в автоматичному режимі робить запит у відповідні державні органи. Також підприємець може зручно відслідковувати стан свого кредиту в онлайн-банкінгу, або на веб-сайті банку [3].

Від початку 2024 року українські підприємці отримали 13 119 пільгових кредитів за програмою «Доступні кредити 5–7–9%» на загальну суму 50 млрд гривень, з яких від банків державного сектору економіки – 9922 кредити на 25,8 млрд гривень. Понад дві третини від цієї суми припадає на сектори сільського господарства та переробної промисловості [4].

Необхідно також зазначити, що ця програма в першу чергу спрямована саме на підтримку мікро, малого та середнього підприємництва – де з усього моменту старту цієї компанії було укладено 92 083 кількість кредитних договорів. Справлятися із таким величезними обсягами клієнтів та встигати швидко обробляти подані документи для подальшої перевірки можливо тільки за допомогою цифровізацією банківських процесів.

Інформаційні технології значно впливають на кредитування підприємництва, роблячи цей процес більш ефективним і доступним. Автоматизація кредитних процесів, використання великих даних для оцінки кредитоспроможності та розвиток цифрових платформ сприяють створенню нових можливостей для взаємодії банків та підприємців. Незважаючи на існуючі виклики, такі як високі ризики та вимоги до прозорості бізнесу, впровадження ІТ-рішень продовжує трансформувати кредитну діяльність, забезпечуючи більш гнучкі та персоналізовані умови кредитування.

Список використаних джерел:

1. Розподіл кредитів, наданих суб'єктам господарювання в національній та іноземній валютах за видами економічної діяльності, що класифікуються за розділами, з них непрацюючих у визначенні, наведеному в Положенні № 351 станом на 1 липня 2024 року. *Національний банк України* : вебсайт. URL: surl.li/cfpntb (дата звернення 01.11.2024).

2. Кретов Д. Вплив цифровізації на кредитування фізичних осіб в Україні. *Scientific Collection «InterConf»*. 2024. № 188. С. 51–54. URL: surl.li/wbdumb (дата звернення 01.11.2024).

3. ПриватБанк – учасник програми «доступні кредити 5–7–9%» : вебсайт. URL: surl.li/zduzhb (дата звернення 01.11.2024).

4. Міністерство Фінансів України. За час дії воєнного стану в Україні видано 57 261 кредит на 227,3 млрд грн за програмою «Доступні кредити 5–7–9%» : вебсайт. URL: surl.li/vdydeb (дата звернення 02.11.2024).

Стрельбицька Т. А.,
аспірантка Вінницького національного аграрного університету
(науковий кекрівник – Сахно А.А., д.е.н., проф.,
професор кафедри економіки та підприємницької діяльності
Вінницького національного аграрного університету)

МОТИВАЦІЯ ПЕРСОНАЛУ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ ДЛЯ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Збереження високого рівня мотивації персоналу є ключовою умовою для ефективного функціонування українських підприємств, особливо в умовах соціально-економічної нестабільності та військових дій. Ми висвітлили основні аспекти мотиваційних стратегій та практичні підходи до управління персоналом, які можуть допомогти бізнесу адаптуватися до викликів сьогодення.

Мотивація є комплексним поняттям, яке охоплює фінансові та нефінансові інструменти, що впливають на залученість та продуктивність працівників. Фінансові інструменти, такі як бонуси, премії та соціальні пільги, продовжують бути важливими елементами мотиваційної системи на підприємствах.

Разом з тим, сучасні підприємства активно застосовують нефінансові підходи, зокрема, такі як гнучкий графік роботи, можливість дистанційної праці, корпоративну культуру та програми визнання досягнень [1].

Політичні чинники, як-от загроза військової агресії, зміни в законодавстві щодо праці, мобілізаційні заходи та інші дії держави, також відчутно впливають на мотивацію, тому працівники умовно розділилися на два типи: партіотично і не партіотично налаштовані. Відмінність в інструментах мотивації ми висвітлили в табл. 1.

Наявність двох груп працівників – з високою та низькою патріотичною лояльністю – створює виклик для менеджменту, який повинен розробити індивідуальні підходи до мотивації, що враховують різні потреби та цінності співробітників. Серед таких підходів можуть бути соціальні програми, медичне страхування, психологічна підтримка, а також фінансові заохочення [5].

Зважаючи на вплив цифрової трансформації, інноваційні технології набувають дедалі більшого значення в мотивації працівників. Платформи для віддаленої роботи, інструменти для комунікації та навчання, системи оцінки ефективності не лише полегшують роботу персоналу, а й сприяють гнучкому підходу до робочого процесу, що позитивно впливає на їх задоволеність роботою [2].

Також важливим аспектом є корпоративна культура та соціальна відповідальність, які здатні зміцнити почуття причетності та залученості до загальних цілей компанії. Соціально відповідальні проекти підвищують лояльність працівників і формують позитивний імідж компанії, що є додатковим мотиваційним чинником [3].

Окремо постають проблеми демографії та трудової міграції, що є серйозними викликами для українського ринку праці.

Таблиця 1

Типи мотивації для патріотично налаштованих та непатріотично налаштованих працівників

Тип мотивації	Патріотично налаштовані	Непатріотично налаштовані
Матеріальна мотивація	Премії за внесок у національний розвиток, бонуси за успішні проекти, що підтримують економіку країни	Стандартні фінансові винагороди, бонуси за досягнення особистих цілей
Соціальна мотивація	Участь у соціально важливих проектах, підтримка спільноти, участь у волонтерських акціях	Можливість належати до команд, які орієнтовані на фінансовий успіх
Психологічна мотивація	Визнання важливості їхньої роботи для майбутнього країни, підвищення статусу завдяки патріотичній діяльності	Фокус на особистих досягненнях і визнанні з боку колег чи керівництва
Мотивація через розвиток	Програми навчання, що включають теми патріотизму, культурної спадщини	Навчання, орієнтоване на кар'єрний ріст, нові навички та сертифікації
Мотивація через цінності	Відповідність цінностям національного відродження, участь у місіях, що підтримують державу	Цінності підприємства, орієнтація на прибуток і інновації, особистий успіх
Мотивація через команду	Підтримка та співпраця в досягненні спільних патріотичних цілей, об'єднання навколо спільної мети	Конкуренція всередині команди для досягнення особистих результатів
Емоційна мотивація	Почуття гордості за країну, залучення до колективних національних свят, заходів	Емоційна відчуженість, орієнтація на особисті інтереси

Джерело: сформовано автором на основі джерела [5].

Плинність кадрів, відтік кваліфікованих працівників за кордон вимагають розробки програм, які допоможуть підприємствам утримувати персонал, створюючи привабливі умови роботи та можливості для кар'єрного зростання [4]. Таким чином, мотиваційна політика українських підприємств має бути адаптивною до сучасних умов, забезпечуючи баланс між матеріальними та нематеріальними стимулами.

Список використаних джерел:

1. Семендяк В. М. Сучасне сприйняття «Принципів наукового менеджменту» Ф. В. Тейлора. *Економіка та суспільство*. 2020. № 40. DOI: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-40.
2. Мейо Е. Хоторнський експеримент. URL: https://studfile.net/preview/5081344/page:6 (дата звернення: 01.11.2024).
3. Гончарова М. Л., Мирошниченко Г. О. Теорія організації : навчальний посібник для студентів економічних спеціальностей. Суми : Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», 2015. 134 с.
4. Піщуліна О., Юрчишин В., Стецюк П., Міщенко М. Вплив міграційних процесів на перебіг повоєнного відновлення України, міграційну політику ЄС та країн східного партнерства. Центр Разумкова, 2023. С. 111–139.
5. Ozsoy E. An empirical test of Herzberg's two-factor motivation theory. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. № 1. С. 11–20. DOI: https://doi.org/10.21272/mmi.2019.1-01

Таранчук С. О.,
аспірант Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського
(науковий керівник – Климчук О. В., д.е.н., проф.,
професор кафедри публічного управління та менеджменту
Вінницького державного педагогічного університету
імені Михайла Коцюбинського)

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ У СВІТОВОМУ ВИМІРІ

В умовах сьогодення формування системи економічної безпеки України здійснюється під впливом всеохоплюючих процесів економічної глобалізації, що не може кардинально не відображатися на національних інтересах та стратегічних аспектах соціально-економічного розвитку держави. Глобалізаційні процеси означають якісно новий етап функціонування світової економіки, коли інтеграційні міжнародні економічні взаємозв'язки стають ключовою умовою господарського науково-технічного прогресу та соціально-економічного розвитку. Здійснювана економічна інтеграція призводить до зближення виробничо-господарських механізмів держав, що забезпечується внаслідок процесів зрощування державами конкурентоспроможних національних ринків, формування цілісного прозорого ринкового простору з єдиною валютно-фінансовою та нормативно-правовою системою, а також тісною координацією внутрішньої та зовнішньоекономічної політики відповідних держав-учасників [1, 2].

Наразі необхідно враховувати той факт, що під час розробки концепції економічної безпеки будь-якої держави основоположним виступає поняття «загроза», що є ключовою категорією у переважній більшості зарубіжних досліджень у цій сфері економічної науки. Здійснення обґрунтованої оцінки реальних та потенційних загроз економічній безпеці держави вимагає проведення системного моніторингу макроекономічних явищ і процесів, а також подальшого аналізу їх впливу на рівень економічної безпеки держави [3].

Каталізатором виникнення потенційних загроз економічній безпеці значної кількості високорозвинених країн є їх висока ресурсна залежність від країн-партнерів, зокрема найбільш гострою постає проблема енергетичної залежності. Як наслідок, такі країни знаходять відповідні шляхи вирішення цієї проблеми: диверсифікація джерел надходження сировини, об'єднання країн-імпортерів енергоресурсів, економія традиційних енергоносіїв, пошук відновлюваних джерел енергії, запровадження енергоощадних технологій, створення стратегічних запасів тощо. Відтак у державах з високим рівнем розвитку економіки (США, Японія, країни ЄС) сформувався превентивний підхід до забезпечення системи економічної безпеки держави, де найголовнішим і найскладнішим завданням є прогнозування та попередження загроз [4, 5].

Для цього державне регулювання в енергетичній сфері має охоплювати сукупність різновекторних складових впливу та передбачати створення сприятливих умов для забезпечення процесів саморегулювання розвитку, використовуючи організаційні, економічні та правові механізми впливу. При цьому зменшення ролі держави у розвитку економіки, коли ще не створено ринок і не працюють ринкові механізми, зумовлює погіршення ситуації [6]. Окреслена ситуація доволі схожа із Україною, де відсутність дієвого нормативно-правового регулювання зумовило ескалацію руйнівних процесів у економіці, поглибивши кризові явища у ній. Вихід із такої ситуації вбачається на основі запровадження змішаної економіки, що відзначається оптимальним поєднанням ринкових відносин і державного регулювання, де створюються умови щодо зменшення державної власності, проте зберігається достатня регулююча роль держави.

Таким чином, стратегічні напрями державної політики в сфері економічної безпеки потрібно спрямовувати на мінімізацію виникнення загроз, а не запровадження економічних заходів ситуативного реагування та подолання наслідків від них. Основою такої системи економічної безпеки має бути нормативно-правова база, що регламентує державне регулювання внутрішніх та зовнішньоекономічних операцій, а також здійснює інституціональний захист національних економічних інтересів в умовах глобалізації. Здатність ефективно протидіяти зовнішнім загрозам економічній безпеці створюється лише за умови забезпечення внутрішньої збалансованості національних економічних інтересів та завчасній протидії внутрішнім загрозам економічній безпеці держави. Створення високого

рівня економічної безпеки потрібно здійснювати шляхом зростання рівня конкурентоспроможності національної економіки в ринкових умовах, що здатна зберігати стабільність, рівновагу та пластичність, а також адаптуватися та підтримувати стратегічні темпи економічного зростання в умовах постійного впливу зовнішніх та мінімізації внутрішніх загроз.

Список використаних джерел:

1. Шевченко Л.С., Гриценко О.А., Макуха С.М. та ін. Економічна безпека держави: сутність та напрями формування : монографія / за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. Харків : Право, 2009. 312 с.
2. Климчук О.В. Управлінські аспекти формування економіко-енергетичної безпеки України на засадах розвитку біоенергетики: монографія. Вінниця : Нілан-ЛТД, 2021. 576 с.
3. Гаман Н.О. Міжнародний досвід формування економічної безпеки держави: перспективи для України. *Державне управління: удосконалення та розвиток. 2018. № 5.* URL: http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1264
4. Климчук О.В., Козловський С.В., Лавров Р.В. Стратегічні аспекти економіко-енергетичної політики України в контексті сталого розвитку. *Бізнес Інформ.* 2021. № 1. С. 65–76. DOI: https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-1-65-76
5. Маргасова В.Г. Зарубіжний досвід забезпечення економічної безпеки регіону. *Науковий вісник ЧДІЕУ. Регіональна економіка.* 2011. № 1 (9). С. 53–61.
6. Климчук О.В. Принципи формування енергетичної політики України на засадах конкурентоспроможності в умовах економічного розвитку. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики.* 2016. Вип. № 7 (11). С. 64–73.

Тарасюк А. В., к.е.н., доцент кафедри
економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету
Дебелко А. В.,
студент Херсонського національного технічного університету

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВІДПОВІДЬ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА НА СУЧАСНІ ВИКЛИКИ

Сучасне українське суспільство зіштовхується з численними викликами, такими як військові дії, втрата частини території, економічного та трудового потенціалу, нестабільність. Збереження та забезпечення розвитку економічного потенціалу України, підтримка соціальної стабільності стали пріоритетами українського суспільства. Вирішення економычних та соцыальних викликів сьогодення, в умовах воєнного стану, потребує залучення всіх секторів суспільства, включаючи бізнес, державу та громадянське суспільство.

Важлива роль у вирішенні соціальних проблем суспільства, на сьогодні, належить соціальному підприємництву. Адже його діяльність стає невід'ємною частиною концепції сталого розвитку, оскільки воно вносить вклад у створення більш справедливого та інклюзивного суспільства, забезпечуючи при цьому економічну стабільність та інноваційність.

Соціальне підприємництво в Україні стало особливим видом діяльності, мета якого полягає не лише в отриманні прибутку, але й у вирішенні соціальних проблем, які загострилися за час воєнного стану, і на вирішення яких держава не має достатньої кількості ресурсів.

Соціальні підприємства орієнтуються на довгостроковий вплив на суспільство, а не на максимізацію прибутку за короткий термін. А отже успішність таких підприємств вимірюється не виключно фінансовими результатами, а, перш за все, кількістю вирішених соціальних проблем та поліпшенням якості життя людей.

Соціальні підприємства створюють робочі місця для людей з обмеженими можливостями, підтримувати екологічно чисті ініціативи, забезпечувати доступ до освіти для незахищених верств населення, або реалізовувати проекти з відновлення екосистем.

Соціальні підприємці є потужними агентами змін, які здатні трансформувати не тільки економічні системи, але й суспільство в цілому. Їхні інноваційні рішення можуть вирішувати глибокі соціальні проблеми, такі як безробіття, соціальна нерівність, доступ до освіти та охорони здоров'я. Важливим аспектом їхньої діяльності є соціальна інклюзія, тобто створення умов, за яких усі верстви населення можуть брати активну участь в економічному та соціальному житті країни.

Соціальне підприємництво, в Україні, почало активно розвиватися у 2014 році. Передумовою його появи стали серйозні соціальні та економічні виклики, з якими Україна зіштовхнулася вперше: військові дії на сході, анексія Криму, економічна криза та великий потік внутрішньо переміщених осіб призвели до необхідності розвивати нові форми підприємництва, спрямовані на вирішення соціальних проблем.

За даними дослідження EU4Youth, на сьогодні в Україні налічується близько 1000 соціальних підприємств. Найвища динаміка створення соцальних підприємств спостерігалась у 2014–2020 рр., коли кількість соціальних підприємств зросла на 82%.

Соціальні підприємства в Україні здебільшого працюють у форматі малих підприємств. Близько 31% з них мають до п'яти працівників, а ще 26% – від 6 до 10 осіб. Лише 15% соціальних підприємств можуть похвалитися штатним персоналом понад 20 працівників. Крім того, багато підприємств покладаються на підтримку волонтерів, що додатково підкреслює соціальний характер їхньої діяльності. Регіональна політика щодо розвитку соціального підприємництва здебільшого сформульована в обласних програмах розвитку малого та середнього підприємництва.

Отже, підсумовуючи викладене, приходимо висновку, що сьогодні в Україні соціальне підприємництво активно розвивається завдяки ініціативам громадянського суспільства та підтримці міжнародних організацій. В Україні вони зосереджуються на вирішенні таких проблем, як підтримка ветеранів війни, допомога переселенцям, розвиток освіти та охорони здоров'я, екологічна відповідальність.

Соціальне підприємництво є одним із ключових елементів сталого розвитку сучасного суспільства, оскільки поєднує економічний прогрес із соціальною відповідальністю. Воно спрямоване на вирішення нагальних соціальних проблем. Соціальні підприємства мають потужний потенціал для забезпечення сталого розвитку та сприяння економічній стабільності в Україні.

Список використаних джерел:

1. Бєлов Д.М., Форкош Е.Р. Соціальне підприємництво: здійснення конституційної свободи особи на підприємницьку діяльність. *Аналітично-порівняльне право.* 2022. № 6. С. 47–51.
2. Соціальне підприємництво : опорний конспект / укл. Овсянюк-Бердадіна О.Ф. Тернопіль : Вектор, 2021. 74 с.
3. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування / Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Київ, 2017. 92 с.
4. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpryiemnytstvo

Телятнікова А. Р.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Єремєєва І. А., к.і.н., доц.,
завідувач кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

МІЖНАРОДНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС ШПІЦБЕРГЕНА ЯК ВИКЛИК РЕГІОНАЛЬНІЙ ТА МІЖНАРОДНІЙ БЕЗПЕЦІ

Свальбард – норвезький архіпелаг у Північному Льодовитому океані з арктичним кліматом, обмеженими природними ресурсами, а єдиною економічною діяльністю був китобійний промисел. До занепаду цього промислу в регіоні в 18 ст. тут здійснювали діяльність французькі, іспанські, ганзейські та датські китобійні кораблі [2]. Тривалий час Свальбард вважався Terra nullius – сухопутною територією, що не належить жодній державі, заволодіти якою може будь-яка держава. Звичай спільного користування склався поступово та не мав правової основи [3]. Перша спроба офіційно оформити правовий режим сталася у 1872 році – Росія, Швеція і Норвегія спершу визначили архіпелаг як Terra nullius, а пізніше, як Res Communis – простір, що перебуває у спільному користуванні, на який не може поширюватися суверенітет жодної держави [4, 3].

З моменту початку видобутку вугілля на Шпіцбергені тут почали діяти компанії з США, Британії, Швеції, Норвегії та Росії; зростала кількість постійних населених пунктів, що належали різним країнам [3]. В умовах співіснування багатьох національностей та зіткнення їх інтересів почали виникати конфлікти. Росія розглядала о. Ведмежий, як ключову позицію на морському шляху від Балтійського моря до Крайньої Півночі та Сибіру; США розглядали Шпіцберген як потенційну стратегічну заправну станцію для своїх військово-морських флотів далекого плавання. Питання про юридичний статус Шпіцбергена постало знову, але в цей раз в контексті Арктики, як стратегічно важливого регіону.

Шпіцбергенський трактат 1920 р. особливим чином встановив суверенітет Норвегії над архіпелагом та режим користування територією іншими державами: закріплено положення про «рівне користування та свободу доступу», накладаючи прямі обмеження на можливість Норвегії використовувати право суверенітету щодо архіпелагу [4]. Шпіцбергенський трактат не розв'язав проблему статусу архіпелагу. СРСР намагався отримати особливий режим на Шпіцбергені, зокрема в 1944 р. було запропоновано скасувати договір на користь угоди між СРСР та Норвегією [6], у 1947 році СРСР назвав о. Ведмежий, "де-факто російською землею", неодноразово заявлялося про "подвійне призначення" систем спостереження, встановлених на островах, які нібито використовувалися державами НАТО та США у військових цілях [4]. Незалежна Росія продовжила видобуток вугілля на копальні в м. Баренцбург. Скарги РФ на Норвегію стосувалися заборони російським компаніям використовувати гелікоптери за межами гірничодобувної діяльності, створення національних парків, розширення екологічного регулювання, використання порту Лонг'їра для дозаправлення човнів берегової охорони, використання супутникових станцій. Хоча поодинокі випадки подібних скарг не мають значної ваги в міжнародному праві, їх велика кількість може дати Росії можливість піти на ескалацію конфлікту та поставити під сумнів норвезький суверенітет над Свалбардом [6].

Росія продовжує демонструвати інтерес до архіпелагу Свалбард, розглядаючи його як стратегічну точку для контролю доступу до Кольсокого півострова, де розміщені атомні підводні човни її Північного флоту [6]. В умовах сучасних безпекових викликів занепокоєння щодо того, чи може Росія спробувати встановити контроль над Шпіцбергеном військовими чи гібридними засобами, стають реальними. Присутність РФ на архіпелазі залишається сильною, мова йде навіть про стратегічне співробітництво з державами БРІКС з метою створення міжнародної арктичної наукової станції [7]. Шпіцбергенський трактат не є ефективним засобом врегулювання політичних конфліктів навколо Свальбарда. Елісон Бейлс, ад'юнкт-професор політології в Університеті Ісландії, колишній директор SIPRI, стверджувала, що Шпіцбергенський застарів, що він є жертвою плину часу та непередбачуваного розвитку подій [4]. Зумовлена природою договору Сіра зона, в який присутня Росія, може перерости в серйозний фактор нестабільності всього арктичного регіону, якщо Шпіцбергенський трактат не зазнає змін і не буде модифікований.

Список використаних джерел:

1. The Editors of Encyclopaedia Britannica. Svalbard | islands, map, geography, history, & facts | britannica. Encyclopedia Britannica. URL: https://www.britannica.com/place/Svalbard (last accessed: 19.09.2024).
2. Martins K. A History of Svalbard. World History Encyclopedia. URL: https://www.worldhistory.org/article/1922/a-history-of-svalbard (last accessed: 19.09.2024).
3. Тимченко Л.Д. Міжнародне право. URL: https://westudents.com.ua/glavy/64841-127-mjnarodna-teritorya-splnogo-koristuvannya.html (дата звернення: 20.09.2024).
4. Rossi C. R. A unique international problem': the Svalbard treaty, equal enjoyment, and terra nullius: lessons of territorial temptation from history. Washington University Open Scholarship. URL: https://openscholarship.wustl.edu/law_globalstudies/vol15/iss1/7 (last accessed: 20.09.2024).
5. Østhagen A., Svendsen O., Bergmann M. Arctic Geopolitics: The Svalbard Archipelago. CSIS. URL: https://www.csis.org/analysis/arctic-geopolitics-svalbard-archipelago (last accessed: 23.09.2024).
6. Seethi K. M. Rising Tensions in the Arctic: Norway and Russia at Odds Over Svalbard – The Geopolitics. The Geopolitics. URL: https://thegeopolitics.com/rising-tensions-in-the-arctic-norway-and-russia-at-odds-over-svalbard (last accessed: 23.09.2024).
7. Nilsen T. Moscow aims to enhance presence in Svalbard as part of hybrid-strategy, expert warns. The Barents Observer | Front page. URL: https://thebarentsobserver.com/en/security/2021/12/moscow-aims-enhance-presence-svalbard-part-hybrid-strategy-expert-warns (last accessed: 23.09.2024).

Удовенко Ю. О.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н, доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ГЕОПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ БЛИЗЬКОГО СХОДУ: РОЛЬ ІЗРАЇЛЮ В СУЧАСНОМУ КОНФЛІКТІ ТА МИРНИХ ІНІЦІАТИВАХ

Геополітичні виклики Близького Сходу залишаються одними з найскладніших у 21 столітті. Конфлікти, зокрема арабо-ізраїльський, формують динаміку цього регіону, де Ізраїль відіграє ключову роль. Цей конфлікт не лише визначає відносини між державами, а й впливає на мирні ініціативи. У контексті зростаючої напруги та нових мирних угод, важливим є дослідити перспективи стабільності та співпраці на Близькому Сході, що може стати основою для забезпечення тривалого миру у регіоні.

Ізраїль – це і земля, і народ. Історія єврейського народу, що йде корінням в Землю Ізраїлю, триває вже тридцять п'ять століть. Незважаючи на трагічні події протягом історії Ізраїлю, тут століттями зберігалася

єврейська присутність. З проголошенням Держави Ізраїль у 1948 році, загублена 2 тисячі років тому незалежність єврейського народу на його батьківщині була відновлена [1].

Передумовою конфлікту стало те, що у 1947 році Організація Об'єднаних Націй ухвалила план розділу Палестини на єврейську та арабську держави. Тоді у 1948 році, після проголошення незалежності, розпочалася перша арабо-ізраїльська війна. Арабські країни, які не були задоволені розподілом території, вторглися до новоствореної держави. В результаті війни Ізраїль зміг розширити кордони, а багато палестинців вимушені були стати біженцями [2].

Співробітництво Ізраїлю з іншими країнами у врегулюванні конфлікту в регіоні є важливим елементом його зовнішньої політики. Ізраїль активно шукає партнерів для нормалізації відносин, що стало особливо актуальним після підписання "Авраамських угод" з ОАЕ, Бахрейном, Марокко та Суданом. Ці угоди відображають спільні інтереси в боротьбі з іранською загрозою та забезпеченні регіональної стабільності [3].

Крім того, Ізраїль підтримує дипломатичні ініціативи з Йорданією та Єгиптом, які вже уклали мирні угоди. Співпраця з цими країнами включає безпекові питання, економічні зв'язки та боротьбу з тероризмом. Водночас, Ізраїль прагне враховувати інтереси великих держав, таких як США і Росія, для підтримання балансу у регіональних відносинах [4]

США традиційно є союзником Ізраїлю, надаючи військово-технічну допомогу та дипломатичну підтримку. Вашингтон розглядає Ізраїль як ключового партнера у боротьбі з тероризмом на Близькому Сході. Американська політика також включає намагання досягти мирного врегулювання ізраїльсько-палестинського конфлікту [5]. Європейські країни, зокрема Франція та Німеччина, прагнуть забезпечити стабільність у регіоні через дипломатичні ініціативи та економічну співпрацю. Вони підтримують мирний процес між Палестиною та Ізраїлем, підкреслюючи необхідність діалогу для досягнення довготривалого миру. Таким чином, політика великих держав щодо Ізраїлю формується під впливом геополітичних, історичних та економічних факторів, що робить ситуацію у регіоні надзвичайно складною [5].

Крім того, Ізраїль підтримує стабільність у відносинах з Йорданією та Єгиптом, з якими укладено мирні угоди. Співпраця охоплює безпеку, водні ресурси та гуманітарні питання, зокрема допомогу палестинським біженцям.

Таким чином, Ізраїль активно працює над нормалізацією відносин з сусідніми країнами, що сприяє загальному миротворчому процесу на Близькому Сході.

Список використаних джерел:

1. Ізраїль, Держава Ізраїль. *Енциклопедія Сучасної України. (н.д.)* : веб-сайт.URL: https://esu.com.ua/article-13853 (дата звернення: 17.10. 2024).

2. 75 років арабо-ізраїльського конфлікту: як розкручувалась спіраль насильства на Близькому Сході : веб-сайт. URL: https://armyinform.com.ua/2023/10/10/75-rokiv-arabo-izrayilskogo-konfliktu-yak-rozkruchuvalas-spiral-nasylstva-na-blyzkomu-shodi (дата звернення:15.10.2024).

3. «Авраамські угоди» та перспективи врегулювання арабо-ізраїльського конфлікту : веб-сайт. URL: https://dspace.onu.edu.ua/items/673091fa-1048-4afc-897c-18eff90d719b (дата звернення: 13.10.2024).

4. Відносини Ізраїль – Європейський Союз. *Вікіпедія*. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki (дата звернення: 17.10.2024).

5. Троян С. С. Арабо-ізраїльський конфлікт. *Велика українська енциклопедія*. URL: https://vue.gov.ua/Арабо-ізраїльський конфлікт (дата звернення: 19.10.2024).

Фурманюк І. Г.,
аспірант кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Державного податкового університету
(науковий керівник – Лазебник Л. Л., д.е.н., проф.,
професор кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки
Державного податкового університету)

МЕХАНІЗМ МІСЬКОГО ПЛАНУВАННЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ НАПРЯМ ВІДНОВЛЕННЯ ПОСТКОНФЛІКТНИХ ТЕРИТОРІЙ

У сучасному світі міста є основними центрами економічного, соціального та культурного життя. У зв’язку з цим, питання якості життя у містах стає дедалі актуальним [1]. Особливого значення ці питання набувають у зв’язку з програмою відновлення постконфліктних територій, серед яких слід виділити наступні ключові фактори:

– Урбанізація. З кожним роком все більше людей переїжджають до міст у пошуках кращих можливостей для роботи, освіти та життя. Це створює необхідність покращення міської інфраструктури та послуг для забезпечення комфортних умов проживання.

– Економічний розвиток. Міста є центрами економічної активності, оскільки висока якість життя приваблює кваліфікованих фахівців та інвесторів, а це сприяє економічному зростанню та розвитку регіону.

– Соціальний благополуччя. Якість життя безпосередньо впливає на здоров’я та благополуччя мешканців. Доступ до якісних медичних послуг, освіти та культурних заходів покращує загальний стан суспільства та знижує рівень соціальної напруженості.

Серед важливих факторів впливу на якість життя також слід додати такі фактори як екологічну стійкість, глобальні рейтинги та конкуренція, а також фактор політичних та стратегічних рішень.

Одним із ключових факторів, що впливає на рівень відновлення пост конфліктних територій, є формування ефективного механізму міського планування. Розглянемо основні аспекти механізму міського планування та їх вплив на якість життя їх мешканців [2].

Одним із основних аспектів міського планування є житлове будівництво. Доступність житла значно впливає на якість життя населення, оскільки визначає можливість людей мати власне житло, що відповідає їх потребам і можливостям. В умовах економічного зростання та збільшення чисельності населення міста стикаються з проблемою забезпечення достатньої кількості доступного житла. Вирішення цієї проблеми вимагає комплексного підходу, що включає розробку нових технологій будівництва, оптимізацію використання земельних ресурсів, а також створення механізмів стимулювання будівництва доступного житла. Економіка міського планування – це вивчення того, як міста використовують свої ресурси для створення бажаної якості життя для своїх жителів. Це міждисциплінарна область, яка включає економіку, політику, соціологію, інженерію, дизайн тощо.

Існує безліч різних факторів, які економісти міського планування повинні враховувати під час прийняття рішень. Серед найважливіших факторів слід відзначити: використання земель, транспорт, інфраструктура та екологічні проблеми міста тощо.

Рішення, які приймають економісти міського планування, можуть мати значний вплив на якість життя городян. Наприклад, місто, яке інвестує у громадський транспорт, може покращити якість повітря та зменшити затори на дорогах. Місто, яке створює зелені насадження та парки, може покращити фізичне та психічне здоров’я своїх мешканців.

Запровадження механізму міського планування може впливати на якість життя городян по-різному, розглянемо декілька аспектів:

– Економічні можливості: Міське планування може сприяти створенню робочих місць, зростанню бізнесу та підвищенню доходів.

– Доступність: Міське планування може зробити житло, транспорт та інші послуги доступнішими для всіх мешканців.

– Безпека: Міське планування може зробити міста безпечнішими, зменшивши злочинність та стихійні лиха.

– Здоров’я: Міське планування може покращити здоров’я мешканців, створивши здоровіше довкілля та заохочуючи активний спосіб життя.

– Соціальне благополуччя: Міське планування може сприяти створенню згуртованих та інклюзивних спільнот.

Кожен із цих аспектів має свої особливості та впливає на якість життя у місті. Наприклад, транспорт відіграє важливу роль у забезпеченні мобільності людей та доступності різних районів міста. Житло також є важливим фактором, оскільки воно визначає доступність житла до різних груп населення. Інфраструктура включає всі елементи, необхідні для функціонування міста, такі як дороги, мости, електромережі тощо.

Екологія також є важливим аспектом, оскільки вона впливає на здоров'я людей та стан довкілля. Всі ці аспекти необхідно враховувати під час відновлення постконфліктних територій, щоб забезпечити сталий розвиток та високу якість життя. Реалізація ефективного механізму міського планування дозволяє врахувати безліч аспектів відновлення постконфліктних територій, що є актуальним для нашої країни.

Список використаних джерел:

1. Лазебник Л.Л., Фурманюк І.Г. Економічні та соціальні можливості міського планування як інструменту відновлення постконфліктних територій. *Електронний журнал "Ефективна економіка"*. URL: https://nayka.com.ua/index.php/ee/article/view/2697/2733

2. Колоша М. Об'ємно-просторове планування міського простору – удосконалена методика проектування територій та забудови міста. *Містобудування та територіальне планування.* 2022. № 81. С. 199–207. URL: http://mtp.knuba.edu.ua/article/view/265633

Чупілко О. С.,
аспірант Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бобровська О. Ю., д.держ.упр.,
професор кафедри економіки та економічної безпеки
Університету митної справи та фінансів)

БЕЗПЕКА СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ В ЕКОНОМІЦІ В КОНТЕКСТІ ІНФОРМАЦІНО-ТЕХНОЛОГІЧНОЇ ПІДТРИМКИ

Безпека систем управління в сучасній економіці стала критично важливою. Зі зростанням цифрової трансформації та взаємопов'язаності систем, ризики кібератак, несанкціонованого доступу та втрати даних значно зросли. Це ставить під загрозу не тільки фінансову стабільність підприємств, але й довіру споживачів та репутацію компаній.

Технології стали невід'ємною частиною сучасного світу, трансформуючи всі сфери життя, включаючи економіку та суспільство. Їх вплив на забезпечення економічної і соціальної безпеки держави є значним і багатогранним.

Інформаційно-технологічна підтримка відіграє ключову роль у забезпеченні безпеки систем управління. Вона включає в себе комплекс заходів, спрямованих на захист інформаційних систем, мереж та даних від різних видів загроз.

Захист інформації є одним з основних у технологічній підтримці. До завдань цього напряму можна віднести: шифрування даних – перетворення інформації в код для захисту від несанкціонованого доступу; створення резервних копій – регулярне створення копій даних для відновлення у разі втрати або пошкодження; контроль доступу – обмеження доступу до

інформаційних систем та даних тільки авторизованим користувачам; виявлення та запобігання вторгненням – моніторинг систем на наявність ознак зломів та вжиття заходів для їх усунення. Серед завдань захисту інформації можна виділити також захист мереж, програмного забезпечення, хмарні рішення, свідомість користувачів та навчання їх правилам інформаційної безпеки і т. ін.

Сучасні технології сприяють економічній безпеці. Підвищення продуктивності за рахунок автоматизації виробничих процесів, використання штучного інтелекту для аналізу даних і прийняття рішень дозволяють підвищити ефективність економіки та знизити витрати. Розвиток інформаційних технологій, біотехнологій та інших інноваційних секторів економіки створює нові галузі та робочі місця, джерела доходів для держави. Завдяки технологіям підприємства можуть швидше адаптуватися до змін ринку, розробляти нові продукти та послуги, що підвищує їхню конкурентоспроможність на світовому ринку. Захист від зовнішніх загроз, використання сучасних систем моніторингу та аналізу даних дозволяють виявляти та нейтралізувати загрози для економічної безпеки держави, такі як кібератаки, економічний шпіонаж тощо.

З використанням сучасних інформаційно-технологічних засобів підтримки економічних процесів існують певні економічні і пов’язані з ними соціальні виклики. Автоматизація виробництва та інших процесів може призвести до скорочення робочих місць, що вимагає перекваліфікації працівників та розробки нових програм зайнятості. Використання штучного інтелекту та інших технологій може спровокувати етичні проблеми, пов’язані з приватністю даних, дискримінацією. Людина має нести відповідальність за рішення, прийняті алгоритмами, такими як генеративний штучний інтелект, який інколи проявляє певні «галюцінації» і приймає помилкові рішення.

Для того, щоб максимізувати позитивний вплив технологій на економічну безпеку держави і пов’язані соціальні питання, необхідно інвестувати в розвиток цифрової інфраструктури, створення швидкісного інтернету, розвиток центрів обробки даних. Багато задач економіки знаходяться на стику зі сферою інформаційних технологій, і їх неможливо або недоцільно відокремлювати від використання засобів технологічної підтримки для ефективного розв’язання проблем і прийняття обгрунтованих управлінських рішень.Тому потрібно підтримувати розвиток людського капіталу, здійснювати підготовку фахівців, здатних поєднати розуміння процесів економіки та використання інформаційних технологій. Потрібно створення сприятливого законодавчого середовища в контексті розробки чітких правил для розвитку цифрової економіки. Не менш важливим є співпраця з іншими країнами у сфері кібербезпеки та розвитку технологій.

Інформаційно-технологічна підтримка є невід’ємною частиною сучасних систем управління. Вона дозволяє забезпечити безпеку економічної інформації, мереж та даних, що є критично важливим для

успішного функціонування будь-якого бізнесу, розвивати нові технології обробки даних, демонструвати надійність і безпеку бізнесу, автоматизувати процеси завдяки хмарним рішенням і т. ін.

Використання технологій для зміцнення економічної безпеки держави є складним і багатогранним процесом, який вимагає постійного моніторингу та адаптації до нових викликів.

Список використаних джерел:

1. Управління інформаційною безпекою / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад. : С. О. Носок, О. М. Фаль, В. М. Ткач. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. 258 с.

2. Chupilko T. Ulianovska Yu., Mormul M., Shchytov D., Shchytov O., Chupilko O. Python for Data Processing and Modeling Indicators of Economic Security of the Country : *International conference "Challenges and realities of the IT space: software engineering and cyber security".* 2022. October. P. 237–254.

3. Чупілко Т.А. Комп'ютерні технології як інструмент моделювання та прогнозування показників економічної безпеки. *«Економічна та інформаційна безпека: актуальні питання та інновації».* Дніпро : ДДУВС, 4.11.2021. С. 121–124.

Шандова Н. В., д.е.н., проф., завідувач кафедри
економіки, підприємництва та економічної безпеки
Стемковський В. В., аспірант кафедри
економіки, підприємництва та економічної безпеки
Сенчин О. В., аспірант кафедри
економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету

СОЦІАЛЬНІ ІНВЕСТИЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ СИСТЕМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

В умовах сучасних викликів, з якими стикається Україна, системне забезпечення економічної безпеки стає пріоритетним завданням для відновлення та сталого розвитку країни. Одним із ключових інструментів, що сприяють цій меті, є соціальні інвестиції. Вони являють собою вкладення, спрямовані на розв'язання соціальних проблем і поліпшення якості життя населення, що, своєю чергою, має прямий вплив на економічну стабільність і безпеку.

Соціальні інвестиції охоплюють широкий спектр ініціатив, включно з відновленням інфраструктури, створенням робочих місць, розвитком охорони здоров'я та освіти, а також підтримкою екологічно стійких технологій. Ці заходи сприяють не тільки безпосередньому поліпшенню умов життя, а й формуванню соціальних зв'язків, які відіграють важливу роль у зміцненні суспільства та його здатності протистояти кризам.

Системний підхід до соціальних інвестицій дає змогу інтегрувати їх у стратегію економічної безпеки, забезпечуючи не тільки короткострокові вигоди, а й довгострокові результати, які сприятимуть підвищенню рівня життя та стійкості українських територій.

Для того щоб зрозуміти, як соціальні інвестиції можуть ефективно сприяти системному забезпеченню економічної безпеки та повоєнному відновленню, розглянемо їхні ключові напрями та приклади успішних практик. Це надасть змогу виявити взаємозв'язки між соціальними ініціативами та економічною стабільністю, а також визначити, які конкретні кроки необхідні для інтеграції соціальних інвестицій у стратегію відновлення країни

Напрями соціальних інвестицій, які сприятимуть відновленню українських територій у повоєнний час, мають формуватися за такими аспектами:

– відновлення критичної інфраструктури та житла. Руйнування транспортної та комунальної інфраструктури, енергетичних об'єктів і житлового фонду залишило багато регіонів у критичному стані, що значно ускладнює повернення населення і ведення економічної діяльності. Відновлення доріг, мостів, електромереж і водопостачання створить основу для життя і роботи, сприяючи поверненню людей і зниженню навантаження на інші регіони. В Ірпені та Бучі, зруйнованих на початку війни, уряд і міжнародні організації, зокрема, Програма розвитку ООН (ПРООН), розпочали проєкти відновлення житла, шкіл і лікарень. Ці проєкти включають ремонт зруйнованих будівель з використанням енергоефективних технологій, що допоможе забезпечити не тільки комфортні, а й більш привабливі умови для повернення місцевого населення;

– створення робочих місць і підтримка малого та середнього бізнесу (МСП). МСП традиційно відіграють значущу роль у місцевих економіках, забезпечуючи робочі місця та податкові надходження. Підтримка бізнесу через субсидії, кредити та програми навчання підприємців створює можливість стимулювати економічне зростання та підвищити рівень зайнятості, що особливо важливо для постраждалих регіонів. Програма Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР) з підтримки МСП в Україні вже сьогодні надає малому та середньому бізнесу гранти, пільгові кредити та консультаційні послуги для стартапів і постраждалих підприємств. Відновлені кав'ярні, автомайстерні та ферми в таких містах, як Харків і Миколаїв, показують, що підтримка бізнесу дає змогу швидше відроджувати місцеву економіку та підвищувати рівень зайнятості;

– інвестиції в охорону здоров'я та психологічну реабілітацію. Війна призвела до зростання кількості постраждалих, які потребують медичної допомоги та психологічної реабілітації. Інвестиції в медичну інфраструктуру, підготовку фахівців і створення реабілітаційних центрів допоможуть впоратися зі зростаючою потребою в медичних послугах, поліпшать якість життя населення і сприятимуть зміцненню громадського здоров'я. У Києві та Львові за підтримки Міністерства охорони здоров'я та

фондів США вже створено спеціалізовані реабілітаційні центри для постраждалих унаслідок воєнних дій. Ці центри пропонують як фізичну, так і психологічну реабілітацію, допомагаючи ветеранам, дітям та іншим постраждалим адаптуватися до життя після війни та повертатися до активної діяльності;

– підтримка та розвиток освітніх програм і професійної підготовки. відновлення системи освіти та професійної підготовки важливе для інтеграції в ринок праці, особливо для молоді та людей, які змушені змінити професію. Інвестиції в освіту створять основу для підготовки кваліфікованих кадрів, необхідних для відновлення економіки та технологічного розвитку країни. Проєкт «Skills for Ukraine», що фінансується ЄС, надає навчання цифровим і технічним навичкам для молоді та переміщених осіб. Центри професійного навчання в Дніпрі та Одесі допомагають учасникам програми опанувати затребувані професії, такі як, IT, інженерна справа та управління проєктами, щоб вони могли конкурувати на ринку праці та сприяти відновленню економіки;

– розвиток і впровадження сталих технологій та «зеленої» економіки. З огляду на глобальні екологічні виклики та руйнування екологічної інфраструктури в Україні, перехід на стійкі та екологічно чисті технології стає пріоритетом. Інвестиції в зелену енергетику, енергоефективні методи будівництва та сільського господарства допоможуть створити екологічно безпечні умови для життя та бізнесу, а також знизять залежність від імпорту енергоносіїв. Наприклад, у Житомирській області за підтримки уряду Німеччини розпочато будівництво сонячних електростанцій, покликаних замінити зруйновані об’єкти традиційної енергетики. Цей проєкт також включає навчання місцевих фахівців управлінню та обслуговуванню зелених технологій, що допомагає формувати стійку енергосистему і знижувати залежність від імпорту;

– соціальне забезпечення та інтеграція переміщених осіб. Міграція та переміщення населення створюють серйозні соціальні та економічні виклики. Соціальні програми, орієнтовані на допомогу переселенцям в облаштуванні та працевлаштуванні, підтримають їхню інтеграцію та знизять навантаження на соціальні системи, допомагаючи вибудувати стабільні та благополучні спільноти. У західних областях України реалізується проект «Житло для переселенців», організований спільно з Червоним Хрестом і ПРООН. Програма надає тимчасове житло і допомогу в працевлаштуванні переселенцям, а також включає освітні курси для дітей, що полегшує адаптацію людей до нових умов і підтримує соціальну стабільність;

– розвиток цифрової інфраструктури та доступу до технологій. Сучасна цифрова інфраструктура необхідна для економічного зростання, поліпшення державного управління та доступності освіти й медицини. Розвиток мереж, розширення доступу до інтернету та підтримка цифрових навичок у регіонах надасть змогу прискорити інтеграцію постраждалих територій у загальну економіку та забезпечить їхню конкурентоспро-

можність. У рамках програми «Digital Ukraine», за підтримки Google та інших технологічних партнерів, розгорнуто систему онлайн-освіти та телемедицини в сільських і віддалених районах. Пілотний проєкт у Вінницькій області забезпечив школи та медичні заклади доступом до високошвидкісного інтернету, що дало змогу жителям отримувати освітні та медичні послуги віддалено.

Таким чином, соціальні інвестиції є важливим інструментом, що сприяє системному забезпеченню економічної безпеки та ефективному післявоєнному відновленню України. Вони не тільки спрямовані на розв'язання поточних соціальних проблем, таких як, відновлення інфраструктури, створення робочих місць і поліпшення якості освіти та охорони здоров’я, а й формують основу для сталого економічного зростання. Вкладення в соціальні програми сприятиме зміцненню соціальних зв’язків, підвищенню довіри до державних інститутів і зниженню соціальної напруженості, що критично важливо в умовах постконфліктної ситуації. Комплексний підхід до соціальних інвестицій, який передбачає їхню інтеграцію в стратегію економічної безпеки, надасть Україні унікальні можливості для відновлення і трансформації та сприятиме не лише покращенню життя населення, а й створенню міцного фундаменту для сталого розвитку, що, своєю чергою, забезпечить захист від майбутніх економічних і соціальних викликів.

Список використаних джерел:

1. Hand D., Ringel B., Danel A. Sizing the Impact Investing Market: 2022. The Global Impact Investing Network (GIIN). New York, 2022.

Шаповал В. А., к.е.н., доц., доцент кафедри
прикладної економки, підприємництва та публічного управління
НТУ “Дніпровська політехніка”
Мануйленко В. С.,
магістрант НТУ “Дніпровська політехніка”

ПІДПРИЄМНИЦЬКА АКТИВНІСТЬ ЯК ЧИННИК БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ

Одним з вагомих чинників безпеки держави є підприємницька активність та результати економічної діяльності громадян країни. Стратегічний пріоритет державної політики України щодо сприяння підприємницькій ініціативності обумовлений сучасними викликами, що обумовлені комплексом глобальних та локальних чинників: війна в Україні та інші військові конфлікти в світі; трансформація системи міжнародного права; цифровізація та штучний інтелект; посилення міграційних процесів та перерозподіл робочої сили між регіонами; оновлення системи суспільних цінностей, динаміка місцевого інвестиційного клімату в громадах. Економічна безпека суб’єкту (держави, громади, підприємства,

особи) визначається його спроможністю створити механізм отримання доходів, який буде відносно сталим у часі для створення споживчої цінності та достатнім для формування позитивного сальдо в балансуванні з обсягом витрат суб'єкту. Таким чином, формування безпеки держави є наслідком розбудови дієздатної системи цілей, яка ґрунтується на узгодженості та протиріччі економічних інтересів множини суб'єктів, які виконують різні функції: від регуляторних до підприємницьких. Наявність та невирішеність принципових конфліктів економічних інтересів держави (формування державного та місцевих бюджетів) та суб'єктів бізнесу (доходи власників та персоналу) блокує досягнення належного рівня безпеки держави, де більший рівень відповідальності покладається на впливових політичних осіб, очільників державних структур, які мають переважний вплив на формування збалансованих відносин на засадах компромісів. Негативні оцінки бізнесом ділового середовища призводять до припинення та ліквідації підприємств або кардинальних змін бізнес-моделей з урахуванням суспільних змін, можливостей інтернаціоналізації бізнесу, міжнародного розподілу праці, привабливості інших юрисдикцій – місць реєстрації суб'єктів бізнесу.

Сьогодні український бізнес зазначає [1] наступні негативні фактори, які заважають відновленню та розвитку підприємницької діяльності: не прогнозованість розвитку ситуації в Україні (58,3%); непередбачувані дій держави щодо бізнесу (50,7%); відсутність достатньої кількості платоспроможних споживачів (49,4%); брак кваліфікованої робочої сили (42,1%); фактична відсутність доступу до фінансового ресурсу; корупцію та слабкість судової системи. Внаслідок цього, приватний бізнес все частіше звертає увагу на закордонні можливості. Такий інтерес приводить до високого рівня інтеграції українських підприємців в економіку іншої держави: використання місцевого населення як робочої сили; реєстрація нових суб'єктів бізнесу за місцевим законодавством; розбудова нових виробничих потужностей з мультиплікаційним ефектом для місцевої економіки; сплата податків до місцевих бюджетів; створення споживчої цінності для громадян інших країн. Одним з багатьох прикладів забезпечення економічної безпеки бізнесу в розглянутих вище українських реаліях може бути трансформація діяльності міжнародного консалтинг-гового центру з української реєстрацією, який працевлаштовує на власних робочих місцях біженців з України, які перебувають в Болгарії та зіштовхуються з поширеними проблемами працевлаштування мігрантів. Таке рішення є складовою частиною комплексної програми розвитку бізнес-компанії з оцінкою умов діяльності та оновленням пріоритетів забезпечення виробничими ресурсами. Задля організації роботи співвітчизників в Болгарії компанія створила відокремлену філію зі статусом юридичної особи та місцевою реєстрацією. Інвестиції компанії в людський капітал передбачають фінансування рекрутингової програми, заходів адаптації персоналу на робочому місці, оренду та розбудову інфраструктури офісу філії. Отже, український бізнес, захищаючи власні

економічні інтереси, вже здійснює капітальні інвестиції в економіку іншої країни. Стабільність робочого місця пов'язана якістю реалізації власниками бізнесу підприємницької функції – прибутковістю бізнес-моделі. Виплата заробітної плати українським працівниками іноземної української філії компанії – результати діяльності бізнесу на користь економічної безпеки працівників та місцевого економічного розвитку громади через витрачання доходів на забезпечення життєдіяльності.

Таким чином, суб'єктивно визначена відсутність або обмеженість перспектив розвитку українського бізнесу на національному рівні призводить до прийняття рішень власниками про інтернаціоналізацію, зокрема відкриття нових компаній в інших країнах світу, ліквідацію підприємств в Україні. Це суттєво відрізняється від популярної думки про нескінченну наполегливість всіх власників бізнесу в питанні захисту власних інтересів, насамперед у відносинах з державними структурами: креативність та активність власників бізнесу дозволяє формувати нові бізнес-моделі у ділових умовах, що послабляє економічну безпеку держави на всіх рівнях. Отже, підвищення рівня економічної безпеки демократичної держави вимагає від ключових політичних та посадових осіб відповідального ставлення до виконання власних професійних завдань (за умов ефективного громадського контролю), обумовлених набутим статусом задля створення реальних умов високої підприємницької активності громадян країни та можливостей розвитку існуючих бізнес-структур.

Список використаних джерел:

1. Дослідження стану та потреб бізнесу в умовах війни: результати опитування в грудні 2023 – січні 2024 року. *ДІЯ Бізнес.* URL: https://www.business.diia.gov.ua/analytics/research/stan-ta-potreby-biznesu-v-umovakh-viiny-rezultaty-doslidzhennia-v-sichni-2024

Шаранов Р. С., доктор філософії (Ph. D.),
ст. викладач кафедри економічної теорії та підприємництва
Приазовського державного технічного університету

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес є важливою складовою економіки будь-якої країни, забезпечуючи робочі місця та підтримуючи економічну активність. В Україні, малий торговельний бізнес традиційно виконує значну роль у підтримці внутрішнього ринку та задоволенні потреб населення. Проте війна принесла нові серйозні виклики для цього сектору. Сьогоднішні реалії ставлять перед малими підприємствами безпрецедентні труднощі, які загрожують їхньому існуванню та функціонуванню. Дослідження проблем малого торговельного бізнесу допоможе виявити ключові бар'єри для його розвитку, а також сприяти покращенню економічного клімату.

Торгова діяльність в Україні сьогодні є однією з найпопулярніших форм ведення бізнесу. Станом на 2022 рік, 38% всіх підприємств у країні займаються оптовою та роздрібною торгівлею. У цій галузі працює 25,1% від загальної кількості зайнятих [1]. Ці підприємства виконують важливі функції, такі як задоволення споживчого попиту, посередництво між виробниками та споживачами, стимулювання конкуренції, створення робочих місць, поповнення бюджету через податки та підтримка соціальної стабільності.

Однак, у контексті війни, ефективність роботи сектору оптової та роздрібної торгівлі погіршилася. Зокрема, обсяг реалізованої продукції зменшився: з 5 614 965 млн грн у 2021 році до 4 202 185 млн грн у 2022 році. Зросла частка збиткових підприємств: якщо у 2020 році 26% малих підприємств торгівлі зазнали збитків, то у 2022 році він зріс до 30%. Найзбитковішими є мікро- та мале торговельне підприємництво. Рентабельність оптової та роздрібної торгівлі за першу половину 2024 року склала відповідно 18,9% та 5,2% [1].

Збитковість третини малого торговельного підприємництва та низький рівень рентабельності свідчить про наявність певних проблем у їхній діяльності, які в першу чергу пов’язані із війною в країні. По-перше, активні бойові дії на території України призвели до значних руйнувань інфраструктури, зокрема транспортних шляхів, складських приміщень та торговельних точок, що обмежило можливості постачання товарів, особливо у постраждалі регіони. По-друге, в умовах війни населення значно скоротило витрати на товари через зменшення доходів, нестабільність, втрату роботи або вимушену міграцію. Найбільше від цього постраждав саме торговельний сектор економіки. По-третє, мобілізація та масова міграція населення призвели до суттєвого скорочення робочої сили. По-четверте, малий бізнес має труднощі з отриманням кредитів, а також зі збільшенням відсоткових ставок, що погіршує їхню ліквідність.

Окремою проблемою варто виділити дії держави, пов’язані із регулюванням, які часто гальмують розвиток бізнесу. В умовах війни уряд України впроваджує ряд змін у податкову та регуляторну політику для підтримки бізнесу, проте часто ці зміни є непередбачуваними і недостатньо узгодженими з потребами малого бізнесу, що створює додаткові труднощі у плануванні діяльності та забезпеченні стабільності. Так, було введено обов’язкове використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО), а також відбулось збільшення податкового навантаження, що значно ускладнило умови ведення бізнесу під час війни [2].

Згідно щомісячного опитування керівників підприємств «Український бізнес під час війни» від ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» за серпень 2024 року [3], найгострішою проблемою ведення бізнесу стали перебої з електро-, водо- та теплопостачанням (65% підприємств). На другому місці – брак робочої сили внаслідок призову або виїзду співробітників (63%), що істотно більше, ніж було у липні, коли на неї вказали 47% респондентів. Далі

йдуть зростання цін на сировину/матеріали/товари (46%), небезпека роботи (46%), зменшення попиту на продукцію та послуги (35%), складнощі з перевезенням сировини/товарів територією України (21%), розрив ланцюжків постачання (11%), брак обігових коштів (9%), корупція (6%). Серед найбільш очікуваних заходів та змін, які, на думку опитаних, покращать становище їхнього бізнесу зазначено: закінчення війни (77%), зниження податків (37%), захист та відновлення енергосистеми України (35%), бронювання працівників (32%). Респондентами опитування стали представники різних галузей економіки, в тому числі і торговельної.

Таким чином, шляхи вирішення проблем торговельного бізнесу в Україні вимагають комплексного підходу, що включає стабілізацію економічного та фінансового середовища, покращення умов кредитування для малого бізнесу, зниження податкового навантаження, спрощення регуляторних процедур, підтримання цифровізації та інноваційного розвитку торговельного сектору. Закінчення війни та державна підтримка у відновленні енергетичної системи та робочої сили є ключовими факторами стабілізації та розвитку бізнесу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua

2. Гирич С. Проблеми підприємств торгівлі в умовах воєнного стану та шляхи їх вирішення. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-79

3. Український бізнес під час війни, випуск 28 (08.2024). *Інститут економічних досліджень та політичних консультацій.* URL: http://www.ier.com.ua/files/Projects/2024/TFD/2024_NRES_August_FINAL_UKR.pdf

Шевченко С. В., студент
Херсонського національного технічного університету
(науковий керівник – Боровік Л. В., д.е.н., доцент кафедри
економіки, підприємництва та економічної безпеки
Херсонського національного технічного університету)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

В умовах зростання глобальних викликів та нестабільності світової економіки забезпечення економічної безпеки країни стає пріоритетним завданням. Важливим, проте часто невраховуваним, елементом економічної безпеки держави є конкурентоспроможність підприємств, оскільки саме вони забезпечують стійкість економіки, її здатність адаптуватися до зовнішніх загроз та ефективно використовувати наявні ресурси.

Економічний розвиток країни буде стабільним і прогресивним лише за умови ефективного функціонування окремих суб’єктів господарювання, які формують сукупність економічної системи держави [1, с. 65]. Високий рівень

конкурентоспроможності підприємств забезпечує стабільні доходи у вигляді податків до державного бюджету, що дозволяє фінансувати оборонну, соціальну, економічну сфери та інші важливі для державної безпеки напрями.

Підприємства, що здатні розвивати власний інноваційний потенціал, створюють додаткову цінність на ринку, підвищуючи рівень технологічного розвитку країни. Це дозволяє не лише підвищити конкурентоспроможність продукції, але й збільшує здатність країни до стійкого розвитку, мінімізуючи ризики техногенних катастроф і підвищуючи рівень енергетичної безпеки.

Система економічної безпеки формування конкурентного потенціалу підприємства повинна бути скерованою на досягнення як коротко-строкових так і середньо та довгострокових цілей. Її побудова повинна ґрунтуватися на: – аналізі економічної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства у попередньому та поточному періодах; – дослідженні умов зовнішнього та внутрішнього інвестиційного середовища та кон'юнктури розвитку інвестиційного ринку; – виборі моделі системи економічної безпеки формування інвестиційного потенціалу з урахуванням стратегічних цілей інвестиційного розвитку підприємства [2, с. 96].

Ключовим аспектом конкурентоспроможності є інтеграція підприємств у міжнародні ринки, що дозволяє країні отримувати додаткові ресурси та знання, водночас знижуючи вразливість національної економіки до зовнішніх шоків Високий рівень внутрішньої конкуренції сприяє підвищенню якості продукції та ефективності бізнес-процесів, що посилює стійкість економіки до криз. Також конкурентоспроможні підприємства забезпечують зміцнення національної валюти та стабільність банківської системи.

Варто підкреслити, що конкурентоспроможні підприємства здатні забезпечити стабільне працевлаштування населення та належну оплату праці, зменшуючи рівень безробіття, що підвищує соціальну стабільність країни.

Конкурентоспроможність українських підприємств стикається з рядом проблем, які обмежують їх здатність ефективно функціонувати на внутрішніх та зовнішніх ринках, а також негативно впливають на економіку країни:

– політична та економічна невизначеність, нестабільний курс гривні та інші макроекономічні фактори значно ускладнюють розвиток підприємств;

– відтік кадрів за кордон, недостатня підготовка або кваліфікація працівників призводять до дефіциту кваліфікованої робочої сили, що також впливає на продуктивність та якість продукції [3, с. 39];

– низька інвестиційна активність, що пов'язана з недосконалістю державної інвестиційної політики, недоліками в інвестиційному законодавстві і, як наслідок, недостатнім рівнем технологічного розвитку та інновацій;

– застарілі технології знижують продуктивність та якість продукції. Це призводить до низької конкурентоспроможності на світових ринках, де попит на високотехнологічну та інноваційну продукцію є дуже високим.

Як видно, критерії успішності діяльності підприємства на внутрішньому і світовому ринках зміщується від рівня конкурентоздатності підприємств до рівнів конкурентоспроможності держави. При цьому держава виступає гарантом створення привабливого бізнес-клімату

та умов вкладення капіталу, що визначає і інвестиційну привабливість підприємства і міру лояльності споживачів. Заходи, які раніше впроваджувала держава з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств, зокрема комплекс податкових стимулів в Україні, сприяли не розвитку економіки, а лише подальшому розширенню податкових пільг. Крім того, держава намагається підтримувати конкурентний стан економіки, застосовуючи антимонопольне законодавство.

Разом із цим вважаємо, що окрім регуляторних механізмів існує необхідність інтеграції концепції конкурентоспроможності підприємств у стратегії економічної безпеки країни. Держава повинна активніше підтримувати ці процеси через створення сприятливого інвестиційного клімату, підтримку інновацій, розвитку людського капіталу і зміцнення міжнародних економічних зв'язків та партнерств. Це дозволить не тільки підвищити конкурентоспроможність вітчизняних підприємств, але й забезпечити довгострокову стабільність економіки та стійкість до зовнішніх впливів.

Список використаних джерел:

1. Варналій З. С., Буркальцева Д. Д., Саєнко О. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія. Київ : Знання України, 2011. 299 с.

2. Боровік Л.В. Методологічні аспекти побудови економічної безпеки формування інвестиційного потенціалу аграрного підприємства. *Фінансовий простір.* 2020. № 3 (39). С. 94–100.

3. Денисенко М.П., Воронкова Т.Є., Янковець Т.М. Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України. *Наука, технології, інновації.* 2015. № 1. С. 37–46.

Школяр С. В., аспірант Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова
Петкун Ю. А., магістрантка Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова
(науковий керівник – Оболенцева Л. В., д.е.н., проф.,
завідувачка кафедри туризму і готельного господарства
Харківського національного університету
міського господарства ім. О. М. Бекетова)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ У ДИНАМІЧНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

В умовах складних виробничих і управлінських процесів, при підвищеній нестабільності зовнішнього середовища та зростанні глобалізаційних процесів, стратегічне управління підприємством набуває критичного значення. Саме тому, стає очевидною і актуальною потреба у розвитку наукових і теоретичних досліджень у цій сфері, їхній систематизації та практичному впровадженні.

Стратегічне управління – це сфера науки та практики, яка виникла у відповідь на підвищення динамізму зовнішнього середовища. Стратегічне управління є концепцією, що забезпечує адаптацію до конкретних умов, пропонуючи загальне бачення майбутнього організації: в якому середовищі їй належить діяти, яку ринкову позицію займати, які конкурентні переваги здобувати та які зміни необхідно запровадити.

Стратегічне управління є набором процесів і методів, що охоплюють розробку та впровадження портфеля стратегій підприємства, які сприяють гнучкому реагуванню та своєчасним змінам у відповідь на виклики зовнішнього середовища, забезпечуючи досягнення конкурентних переваг.

Стратегічне управління – це підхід до управління, що використовується в ситуаціях: виникнення нових завдань, зумовлених динамікою та невизначеністю зовнішніх умов; швидкої трансформації завдань та відповідних реакцій організації; значних витрат, що виникають через помилки в ухваленні рішень; недостатністю формалізованих методів для розв'язання завдань [1].

Концепція стратегічного управління полягає у формуванні довгострокового бачення розвитку підприємства, застосуванні нового підходу до планування, що рухається від майбутнього до теперішнього, акценті на аналізі зовнішніх можливостей і загроз, а також у забезпеченні відповідності організаційної структури підприємства його стратегічним цілям.

Концептуальна основа стратегічного управління формується на основі стратегічного мислення, яке передбачає усвідомлення керівниками та всіма співробітниками підприємства їхньої відповідальності за довгострокове існування і розвиток організації. Це також включає необхідність управління цим процесом та забезпечення спрямованості всіх видів діяльності на створення і підвищення конкурентоспроможності, а також досягнення фінансового успіху протягом тривалого періоду.

Основна мета стратегічного управління полягає в [2]: визначенні та пріоритизації значущих довгострокових цілей підприємства, що відповідають загальним вимогам економічного розвитку та інтересам конкретної організаційної одиниці; у процесі оцінки та критичного аналізу ймовірних шляхів досягнення визначених цілей в умовах, що склалися, як у зовнішньому, так і внутрішньому середовищі, в якому функціонує підприємство у вказаний період; у процесі вибору та поетапній реалізації рішень, які сприяють ефективній адаптації діяльності підприємства до потенційних змін.

Вибір моделі стратегічного управління та відповідних систем, що її ілюструють, обумовлений рівнем стабільності зовнішнього середовища. Комплекс факторів зовнішнього оточення визначає певний рівень нестабільності, що, в свою чергу, впливає на доцільність впровадження конкретної системи управління на підприємстві.

Таким чином, у ситуаціях, коли невизначеність може бути зведена до обмеженого набору можливих «станів середовища», ймовірність ухвалення оптимального рішення зростає. Водночас, якщо майбутнє важко визначити, для збереження стійкості управління підприємством слід забезпечити його гнучкість.

Сучасні підприємства часто намагаються уникнути невизначеності, ухиляючись від прийняття рішень, пов'язаних із ризиками зовнішнього середовища, зосереджуючи увагу лише на термінових питаннях і нехтуючи розробкою довгострокових стратегій. Ця поширена помилка керівництва, викликана недостатнім розвитком стратегічного мислення, і може призвести до поступової втрати стратегічних позицій на ринку та виникнення кризового стану підприємства. Більшість тенденцій у зовнішньому середовищі керівництво підприємства не може своєчасно передбачити та оцінити їхні наслідки. У цих умовах виникає необхідність визначення та врахування рівня нестабільності зовнішнього середовища при ухваленні управлінських рішень.

Таким чином, стратегічне управління втілює концепцію, що інтегрує різні підходи до функціонування підприємства. Це дозволяє формулювати цілі розвитку, порівнювати їх із наявними можливостями та потенціалом підприємства, а також забезпечувати їхню узгодженість через розробку та реалізацію комплексної системи стратегій. Отже, стратегічне управління є досить складним процесом, що вимагає врахування численних факторів і застосування специфічних методів, які постійно еволюціонують.

Список використаних джерел:

1. Перерва І. О., Єдинак В. Ю. Стратегічне управління підприємством як основний інструмент в руках сучасного керівника. *Innovation and Sustainability.* 2022. Випуск 3. С. 159–164.

2. Рудницька О.В., Комаровський А.А. Стратегічне управління підприємством як важлива складова системи менеджменту. *Економіка та суспільство.* 2023. № 57. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3248/3171

Шуліка А. В.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Дулік Т. О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри соціального забезпечення та податкової політики
Університету митної справи та фінансів)

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ЗАПОБІГАННЯ ТА ПРОТИДІЇ УХИЛЕННЮ ВІД ПОДАТКІВ

Важливою соціально-економічною проблемою в усіх країнах і суспільствах, незалежно від рівня економічного розвитку держави чи типу податкової системи, є явище ухилення від сплати податків. Воно пов'язане із податковими правопорушеннями, які негативно впливають на економіку країни та суспільну довіру до державних інституцій. Для України ця проблема є також актуальною через велику війну та інші чинники. В умовах сучасної інтеграції та цифровізації економіки

важливо розробляти ефективні механізми протидії ухиленню від сплати податків, що сприятиме наповненню бюджетів держави, забезпечення фінансової стабільності та справедливого розподілу податкового тягаря. Отже, дослідження шляхів запобігання та протидії ухиленню від сплати податків є важливим як з теоретичної, так і з практичної точки зору, оскільки це явище може призвести до значних негативних наслідків для держави та суспільства.

Ухилення від сплати податків – використання незаконних способів зменшення розміру податкових зобов'язань перед державою. Як правило, здійснюється платником податків, шляхом приховування або скорочення доходу чи іншого об'єкта оподаткування, неподання чи не повного подання інформації в податкових деклараціях, необхідної для обчислення податку чи подання недостовірних документів про використання фіктивних витрат, незаконного отримання податкових пільг та інших преференцій, здійснення інших дій, що суперечать закону [1]. Загалом ухилення від сплати податків порушує фінансову стабільність держави, знижує доходи бюджету та створює нерівні умови для чесних платників податків. Явище ухилення від сплати податків має ряд ключових чинників, які спонукають суб'єктів економічної діяльності не виконувати свої податкові обов'язки. Серед них можна виділити такі: високе податкове навантаження (коли податки стають занадто обтяжливими для їх платників); погіршення соціально-економічного середовища (економічні кризи чи воєнні конфлікти); недосконаліть податкового законодавства (наявність «лазівок» у законодавчій базі або її неоднозначність у трактуванні); низький рівень довіри до державних інституцій; низька податкова культура (відсутнє належне розуміння важливості сплати податків для розвитку держави); недостатня система контролю за податковими порушеннями або низький рівень відповідальності за ухилення можуть заохочувати платників уникати сплати податків. Отже, ці чинники створюють середовище, в якому ухилення від сплати податків стає поширеним явищем, що вимагає вдосконалення законодавства та підвищення рівня податкової культури.

З метою зниження податкового тягаря на доходи, економічні суб'єкти застосовують різні способи ухилення від сплати податків, як легальні, так і такі, що порушують закон. В Україні та в інших зарубіжних країнах серед найбільш поширених схем ухилення від сплати податків можна виділити кілька ключових. По-перше, офшорні схеми, коли компанії переміщують частину або всі свої операції до юрисдикцій з низьким податковим навантаженням, де податкові зобов'язання суттєво менші, ніж у країні їх реєстрації. По-друге, трансфертне ціноутворення, яке використовують великі транснаціональні корпорації, з метою штучного заниження або завищення цін на

товари та послуги між своїми підрозділами в різних країнах, щоб зменшити прибутки в країнах з високими податками та збільшити їх у юрисдикціях з нижчими ставками. По-третє, це фіктивне підприємництво та «скрутки» з ПДВ, що полягають в створенні фіктивних підприємств, які формально займаються бізнесом, проте насправді існують лише для завищення податкового кредиту та зменшення податкових зобов'язань. По-четверте, це тіньова економіка, що включає приховування реальних доходів та виплату заробітної плати в «конвертах», що дозволяє уникати сплати податків, соціальних внесків та інших зобов'язань перед державою. Більш детальний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні наведено фахівцями економічної експертної платформи та інституту соціально-економічної трансформації та наведено дані щодо найбільших схем порушення податкового законодавства та недонадходжень до бюджетів держави від них [1; 2].

Отже, підсумовуючи усе вищевикладене, належно відмітити, що для ефективної боротьби з ухиленням від сплати податків в Україні необхідно впроваджувати комплексні заходи. Насамперед це автоматизація податкових процесів, оптимізація та адаптація податкового законодавства до європейської моделі податкового адміністрування і тим самим зменшення можливості для використання обхідних шляхів та незаконних схем ухилення від податків. Окрім того, важливо запровадити ефективні правила контролю за трансфертним ціноутворенням і активніше залучати Україну до міжнародних ініціатив, таких як BEPS. Водночас важливим є міжнародне співробітництво, яке забезпечується участю в угодах та програмах, таких як автоматичний обмін інформацією про фінансові рахунки (FATCA, CRS), що дає змогу країнам отримувати дані про податкові зобов'язання своїх резидентів за кордоном. Крім того, запровадження програм самовикриття, які дозволяють добровільно розкривати податкові зобов'язання без штрафів, що може заохотити платників податків легалізувати свої доходи.

Список використаних джерел:

1. Дубровський В. Черкашин В. Гетман О. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні. Інститут соціально-економічної трансформації. 2023. 54 с. URL: https://iset-ua.org/images/Shemi-2023-final7.pdf

2. Кірєєв М. Схеми ухилення від податків: конверти, скрутки та інше. Finance.ua. 2024. URL: https://finance.ua/ua/goodtoknow/skhemy-ukhylennia-vid-podatkiv

Юрченко Я. М.,
студентка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Університету митної справи та фінансів)

ПРОБЛЕМА ЗАХИСТУ ЦИВІЛЬНОГО НАСЕЛЕННЯ В УМОВАХ ЗБРОЙНИХ КОНФЛІКТІВ

За даними ООН на сьогодні приблизно чверть людства проживає у районах військових конфліктів. Міжнародне гуманітарне право (МГП) вимагає від усіх сторін конфлікту захищати цивільне населення та інфраструктуру, проте сторони демонструють неоднакову прихильність до дотримання своїх зобов'язань, і більша частина, відверто неоднозначно виправдовує свою поведінку всередині цих конфліктів [1]. У 2022 р. ООН зафіксувала збільшення на 53 % кількості вбитих цивільних осіб у 12 збройних конфліктах. Учасники, як і раніше, руйнують будинки, школи, ринки, системи водо- та електропостачання, а також медичні установи. Найяскравішим прикладом системного цілеспрямованого порушення прав цивільного населення в умовах збройного конфлікту можуть слугувати дії росії в ході російсько-української війни [3].

Основою захисту цивільного населення в умовах міжнародного збройного конфлікту є четверта Женевська конвенція 1949 р. про захист цивільного населення під час війни та Додатковий протокол І, що стосується захисту жертв міжнародних збройних конфліктів [2]. Ці документи регламентують обов'язок сторін захищати цивільне населення та цивільні об'єкти від нападів і є ратифікованими в Україні. Управління Верховного комісара ООН з прав людини (УВКПЛ ООН) оприлюднило дані щодо числа загиблих і постраждалих цивільних в Україні внаслідок збройної агресії росії проти України. Згідно з представленим звітом, втрати серед цивільних осіб з 24 лютого 2022 р. до кінця серпня 2024 р. становили щонайменше 36 357 осіб, зокрема 11 743 загиблих [4].

Цивільне або мирне населення визначається міжнародним гуманітарним правом як особи, які не є членами збройних формувань і не беруть прямої участі у бойових діях під час збройного конфлікту. Додатковий протокол І 1977 року у ст. 50 регламентує, що цивільною особою є будь-яка особа, що не належить до трьох категорій:

– особовий склад збройних сил сторони конфлікту;

– члени особового складу регулярних збройних сил, які заявляють про свою відданість урядові або владі, що не визнані державою, яка їх затримує;

– члени ополчення або добровольчих загонів, які є частиною цих збройних сил.

Багато дослідників зазначають що серед особливої категорії цивільних осіб, які потребують захисту під час збройних конфліктів, варто виділяти жінок та дітей, захист яких регулюється «Декларацією про захист прав жінок і дітей в надзвичайних обставинах і в період збройних конфліктів від 14 грудня 1974 р.» та «Конвенцією про права дитини від 20 листопада 1989 р.». Але треба зазначити що загроза сексуального насильства на окупованих територіях та територіях активних бойових дій стосується абсолютно всіх, адже жертвами стають жінки та чоловіки різних вікових категорій, так як сексуальне насильство виступає одним з різновидів тортур [5]. Також як окремі категорії виділяються журналісти, що не мають особливого статусу і зберігають свій цивільний статус навіть під час «небезпечних професійних місій», біженці, особи без громадянства та внутрішньо переміщені особи.

Збройний конфлікт є одним із найпотужніших факторів вимушеного переміщення, поранень і смертей серед цивільного населення, руйнування цивільної інфраструктури, збільшення кількості вибухонебезпечних боєприпасів, включаючи міни та різнокаліберні боєприпаси, що не вибухнули, серед інших наслідків, порушення громадського життя і верховенства права, розлучення сімей і незаконне вивезення дітей. Стаття 1 Женевської конвенції про захист цивільного населення зазначає: «Високі договірні сторони зобов'язуються дотримуватися та забезпечувати дотримання цієї Конвенції за всіх обставин», на жаль, принципи міжнародного гуманітарного права, наріжний камінь цих правових рамок, яким дедалі частіше нехтують воюючи сторони в сучасних конфліктах. Це ігнорування ставить під загрозу мільйони громадян, та часто використовується як навмисна тактика військових дій [2].

Основними принципами МГП щодо поводження з цивільними особами є: розрізнення, тобто зобов'язання розрізняти цивільних осіб і комбатантів; запобіжні заходи, це вживання всіх можливих запобіжних заходів для захисту цивільного населення та цивільних об'єктів від нападів; пропорційність, не завдавання шкоди, яка є надмірною по відношенню до очікуваної прямої військової переваги.

Сучасне міжнародне право, яке застосовується під час збройних конфліктів, має на меті захист цивільного населення та окремих осіб від наслідків воєнних дій. Цей захист може бути загальним для всього цивільного населення або спеціальним для певних категорій осіб, які є більш вразливими в умовах бойових дій. Важливо, щоб судові рішення у справах про збройні конфлікти відповідали цим підходам, виробленим у міжнародному гуманітарному праві, щоб забезпечити адекватний захист прав людини.

Отже, деякі сторони демонструють модель поведінки, яка свідчить про наміри атакувати цивільних осіб, тоді як інші відкрито з презирством порушують свої зобов’язання, безпосередньо вчиняючи напади на цивільне населення. Інші країни демонструють бездушну амбівалентність

щодо впливу їхніх військових операцій та операцій їхніх союзників. Разом ці явища, підривають довіру до захисної дії міжнародного гуманітарного права щодо цивільних осіб і громадянського суспільства.

Наразі, надзвичайно важливим є вирішення питання щодо захисту цивільного населення. Рушієм змін до міжнародного гуманітарного законодавства можуть бути тематичні й ситуаційні резолюції та рішення міжнародних інституцій, зокрема ООН, ПАРЄ, ОБСЄ та інші, а також правозахисних і гуманітарних організацій. Перетворення мають конкретизувати наявні та напрацювати відповідні сучасним загрозам механізми захисту жертв збройних конфліктів.

Список використаних джерел:

1. Protection of civilians in armed conflict: report of the Secretary-General. *United Nations Digital library.* 14 May 2024. URL: https://digitallibrary.un.org/record/4048290?v=pdf#files (last accessed: 20.10.2024).
2. Женевська Конвенція про Захист цивільного населення під час війни від 12 серпня 1949 року. *Верховна ради України. Офіційний веб-портал парламенту України.* URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_154#Text (дата звернення: 20.10.2024).
3. Сааков В. ООН фіксує стрімке зростання загиблих цивільних в Україні. 8 вересня 2024. *Deutsche Welle : website.* URL: https://www.dw.com/uk/v-oon-zafiksuvali-strimke-zrostanna-cisla-zagiblih-civilnih-v-ukraini/a-70166527 (дата звернення: 20.10.2024).
4. Щорічна доповідь про стан додержання та захисту прав і свобод людини і громадянина в Україні у 2023 році. *Омбудсман України : веб-сайт.* URL: https://ombudsman.gov.ua/report-2023 (дата звернення: 20.10.2024).
5. Горбатенко С. «Для них зґвалтування – це зброя». Три дослідниці розповідають, що дізналися про сексуальні злочини військ РФ в Україні. *Радіо Свобода : веб-сайт.* 25 квітня 2024. URL: https://www.radiosvoboda.org/azgvaltuvannia-armija-rf-zvit/32918550.html (дата звернення: 20.10.2024).

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ: МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»

МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Том 1

8 листопада 2024 р.

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції. За точність викладених фактів відповідальність покладається на авторів.

Підписано до друку 25.11.2024. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк. 33,13. Облік.-вид. арк. 29,44. Тираж 100 прим.
Замовлення № 75.
Дніпро: Університет митної справи та фінансів
(свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.).
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4