



ВІННИЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ ІНСТИТУТ
AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH
IM. PROF. E. LIPÍŃSKIEGO W KIELCACH



«ОСВІТА, НАУКА І ПРАКТИКА: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИРІШЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ»

*Тези доповідей учасників
Міжнародної науково-практичної конференції
присвяченої 100-річному ювілею
Вінницького кооперативного інституту*

**30 квітня 2025 року
ВІННИЦЯ**

Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації.

Серія ВЦ № 794-152-р від 23.09.2010 р.

Друкується за рішенням Вченої ради Вінницького кооперативного інституту. Протокол № 8 від 30 квітня 2025 р.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Голова редакційної колегії:	Драбовський А.Г., д.е.н, професор, почесний ректор Вінницького кооперативного інституту.
Заступник голови редакційної колегії:	Дибчук Л.В., к.і.н, доцент, проректор з науково-методичної роботи Вінницького кооперативного інституту.
Члени редакційної колегії:	Cisowski Waldemar, д.с.н, професор, декан факультету права та безпеки Академії прикладних наук ім. проф. Едварда Ліпінського в Кельце (Польща); Колотій С.В., к.е.н., в.о. ректора Вінницького кооперативного інституту; Драбовська В.А., к.філол.н., доцент, проректор з міжнародних зв'язків Вінницького кооперативного інституту; Морозова Л.П., д.ф.н., професор кафедри гуманітарних, економічних та фінансово-облікових дисциплін Вінницького кооперативного інституту; Іванюта П.В., д.держ.упр., доцент, професор кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва Вінницького кооперативного інституту; Гавенко М.С., доктор філософії (PhD), доцент кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва Вінницького кооперативного інституту; Гринчук Т.П., к.е.н., в.о. завідувач кафедри гуманітарних, економічних та фінансово-облікових дисциплін Вінницького кооперативного інституту; Петренко В.І., к.і.н., завідувач кафедри права Вінницького кооперативного інституту; Пиріжок С.Є., к.е.н., в.о. завідувача кафедри менеджменту, маркетингу та підприємництва Вінницького кооперативного інституту.
Технічний секретар:	Рябченко Г.В.

Редакційна колегія не несе відповідальності за зміст тез, матеріали друкуються в редакції і мовою авторів.

Збірник містить публікації викладачів, практичних працівників та молодих вчених, котрі взяли участь у роботі Міжнародної науково-практичної конференції, в якій висвітлено інноваційні підходи до вирішення глобальних викликів в освіті, науці і практиці.

Освіта, наука і практика: інноваційні підходи до вирішення глобальних викликів: Міжнародна науково-практична конференція, м. Вінниця, 30 квітня 2025 року: [тези] / ред.кол.: Драбовський А.Г., Дибчук Л.В. [та ін.]. Вінниця: Вінницький кооперативний інститут, 2025. 277 с.

Видається в авторській редакції.

© Вінницький кооперативний інститут, 2025

ЗМІСТ

Дибчук Л.В.

СТОЛІТНІЙ ШЛЯХ КООПЕРАТИВНОЇ ОСВІТИ НА ВІННИЧЧИНІ: ІСТОРІЯ, ДОСВІД І СУЧАСНІСТЬ.....	11
---	----

СЕКЦІЯ 04. Медичні науки

Коломієць А.М., Пачевська А.В., Monika Malgorzata Bialoszycka РОЛЬ ЗУБОЩЕЛЕПНИХ АНОМАЛІЙ В РОЗВИТКУ СОМАТИЧНИХ, ПСИХІЧНИХ ТА ПСИХОСОМАТИЧНИХ РОЗЛАДІВ.....	14
---	----

СЕКЦІЯ 06. Хімічні науки

Бончук П.А., Monika Malgorzata Bialorzycka, Зелінська Т.М. ХІМІЧНИЙ СКЛАД ЯГІД ЧОРНИЦІ, ЩО ЗУМОВЛЮЄ ЇХ ЛІКАРСЬКІ ВЛАСТИВОСТІ.....	17
Худоярова О.С., Мельник С.А. ОЦІНКА СТУПЕНЯ ОЧИСТКИ ВОДИ ВІД КУПРУМ(II)-ІОНІВ МЕТОДАМИ АНАЛІТИЧНОЇ ХІМІЇ.....	20

СЕКЦІЯ 07. Технічні науки

Ганза А.І., Войтюк В.О. ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ЕЛЕКТРОТЕХНІКИ СТУДЕНТАМИ АВТОМОБІЛЬНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ.....	23
Мазуркевич О.П., Лавренюк Віталій РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНО- ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ.....	25
Мельник Є.О., Бойко С.В. ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ШЛІФУВАННЯ ТІЛ ОБЕРТАННЯ ЗІ СХРЕЩЕНИМИ ОСЯМИ ІНСТРУМЕНТА І ЗАГОТОВКИ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА...	27
Нижник Я.В., Журахов О.В., Захарченко Д.С. АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ОБСТЕЖЕННЯ ТА ОЧИЩЕННЯ АКВАТОРІЙ ВІД ВИБУХОНЕБЕЗПЕЧНИХ ПРЕДМЕТІВ.....	30
Човган А.В. ЦЕНТРАЛІЗОВАНЕ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ – ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ.....	33

СЕКЦІЯ 09. Географічні науки

Луговська О. П. ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В КОНТЕКСТІ ЗМІН КЛІМАТУ В УКРАЇНІ.....	35
---	----

СЕКЦІЯ 13. Педагогічні науки

Білецька Н.В., Соляніченко М.О., Мазуркевич О.П.

Осійський Ю.О.

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ: ВИКЛИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ..... 38

Гуревич Р.С.

ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕДАГОГІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ..... 40

Ілійчук Л.В.

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ..... 45

Ільніцька Ю.Б.

ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ ПРАКТИКАХ..... 47

Кошелєв В. О.

ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ (CHATGPT ТА ІНШИХ) У ПІДГОТОВЦІ ДО НМТ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ..... 50

Крутоус Т. П., Крутоус О. М.

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ..... 51

Макогончук Т.В.

СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНИЙ ПІДХІД В ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ..... 53

Подуфалов П.П.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОВНОЇ РОБОТИ У КОЛЕДЖІ..... 56

Помазанова О.І., Ткачук Н.П.

THE IMPORTANCE OF TEACHING UKRAINIAN STUDENTS TO PREPARE A SUCCESSFUL PRESENTATION UNDER THE CONDITIONS OF DEVELOPING INTERNATIONAL COOPERATION..... 59

Починок С.В., Чайковська О.В.

МАС-МЕДІА У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ..... 61

Соляр Л.В.

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ..... 63

Янчук Н.А

GOOGLE СНАТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ОСВІТІ..... 66

СЕКЦІЯ 14. Психологічні науки

Мазур В.М..

РОЗВ'ЯЗАННЯ СІМЕЙНИХ КОНФЛІКТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНІК ПОЗИТИВНОЇ ПСИХОТЕРАПІЇ..... 68

Стасюк В.В., Кириченко А.В. МОРАЛЬНА ПІДТРИМКА ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	71
---	----

СЕКЦІЯ 15. Соціологічні науки

Мельничук М.М., Наконечний О.А., Каленяк В.П., Прохорчук С.В. ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ І РОЗВИТОК: ПОГЛЯД У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ.....	75
--	----

СЕКЦІЯ 18. Історичні науки

Гук Л.П. ІСТОРИЧНІ КОРЕНІ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СУЧАСНУ БОРОТЬБУ ЗА ВІДСТОЮВАННЯ ДЕРЖАВНОСТІ.....	77
Жиловський В.М. ВНЕСОК ЗАХІДНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ У ФОРМУВАННЯ ДИПЛОМАТИЧНИХ, ОСВІТНІХ ТА КУЛЬТУРНИХ ІНСТИТУЦІЙ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ.....	80
Костиренко Т.О. СПОВІДНІ РОЗПИСИ 1775 р. ЯК ДЖЕРЕЛО ВИВЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ВЕЛИКИХ БУДИЩ, СТАРИХ І НОВИХ САНЖАР...	83

СЕКЦІЯ 19. Культурологія

Мазуркевич О.П., Демуцький Віталій АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИЗИКІВ КУЛЬТУРИ В КРАЇНАХ З РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ ТА ЇХ ПРОГНОЗУВАННЯ.....	86
Мазуркевич О.П., Іванець Ярослав КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЄВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА ТА ЇЇ ПОНЯТТЯ.....	88
Мазуркевич О.П., Кравчук Юрій ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ, ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІЇ.....	91

СЕКЦІЯ 22. Філологічні науки

Drabovska Vira DIGITAL AND PSYCHOLOGICAL INSTRUMENTS AS MEANS OF ENHANCING MOTIVATION IN LEARNING AND TEACHING FOREIGN LANGUAGES: WHAT TO FOCUS ON.....	94
Ільєва О.П., Войцехівська І.С. ТЕХНОЛОГІЇ І ВЗАЄМОДІЯ: ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ.....	97

Коломієць С.І. МОДЕРНІСТСЬКІ ВІЗІЇ ВІКТОРА ДОМОНТОВИЧА.....	100
Коцюба Н. Ф. ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ У ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ (НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДАРИ КОРНІЙ «МІСЯЦІВНА»).....	104

СЕКЦІЯ 23. Філософські науки

Коломієць С.І. ФІЛОСОФІЯ ТА РЕЛІГІЯ: ДІАЛОГ ВІРИ Й РОЗУМУ.....	108
---	-----

СЕКЦІЯ 24. Економічні науки

Андросова Т.В., Апросіна О.Б., ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ БІЗНЕС- АДМІНІСТРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	111
Багдасаров В.В., Пиріжок С.Є. МОТИВАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ...	114
Балан В.В., Драбовський А.Г. МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	116
Бублик К.С., Кашпрук Ю.А. СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	118
Волкодав Т.А., Мельник Р.В. ГРИВНЯ ВІД ЧАСІВ УКРАЇНИ-РУСІ ДО СЬОГОДЕННЯ.....	123
Гавенко М. С., Шарко В. В. ОМНІКАНАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	128
Григус А.В., Колотій С.В. ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	131
Гринчук Т.П. БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	133
Гуменюк О.В., Басок О.С., Мороз І.В., Морозова Н.І. ТЕОРІЯ ТА СУТНІСТЬ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ.....	136
Дибчук Л.В. МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	138
Драбовський А.Г. ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СУЧАСНОМУ УПРАВЛІННІ: СУТЬ, ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ.....	141

Імшеницька І.Г., Рибчинський Б.В., Гуменюк О.В., Череватов А.В. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ.....	143
Кальніченко А.С., Кашпрук Ю.А. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА.....	145
Коваль Ю.А. ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	148
Копачинський С.В., Драбовський А.Г. МЕТОДИКИ ВИВЧЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ.....	151
Кулініч О.А., Богуж Д.В. МІКРОЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА.....	153
Кучмар Є.В., Савчук О.О., Буряченко О.В., Горішна Н.П., ВПЛИВ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК АДАПТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	156
Кушнір О.Ю., Вечірко О.Г. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ (на прикладі бюджету Вінницької міської територіальної громади).....	158
Мазур Г.О., Мельник В.І., Білецький В.В., Лопатюк Р.І. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ.....	160
Мазуркевич О.П., Омельчук Віктор ДОЗВІЛЛЯ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ.....	162
Мекшун П.В. ВПЛИВ СФЕРИ БЕЗПРОВОДОВОГО ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ.....	165
Мельник О.С., Покровщук Л.М., Куляс Д.І., Матвійчук Н.А. МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕРЕСІВ ТА ЦІЛЕЙ.....	168
Мороз В.В., Яковлєв В.С. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ НА ОСНОВІ БАЙЄСІВСЬКОГО ПІДХОДУ.....	170
Мурза М.С., Пиріжок С.Є. СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНА ЕТИКА.....	175
Новікова О.В., Манжура О.В. ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ.....	177

Островська І.Ю.	
ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ.....	181
Паламарчук Я.Ю., Кашпрук Ю.А.	
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ.....	184
Пеліпенко Т.В., Колотій С.В.	
ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ.....	187
Петренко М.І.	
АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛADOVA ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	191
Петренко М.І., Кашпрук Ю.А.	
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЇ У СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ	201
Петровський М.В., Драбовський А.Г.	
ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ.....	206
Пиріжок С.Є.	
СТРАТЕГІЇ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ КЕРІВНИКА В УМОВАХ БАГАТОЗАДАЧНОСТІ ТА ЦИФРОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ: АДАПТИВНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ.....	209
Поліщук О.Д., Іванюта П.В.	
ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ЩОДО ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	212
Попова А.Б., Любчак С.Ю., Коцеруба Н.В., Дячук Є.О.	
СУТНІСТЬ І СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ.....	214
Прохорчук С.В., Тхоржевський В.В., Басок О.С., Михальчишина Л.Г.	
ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ТА СУТЬ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ.....	216
Решітко Н.І., Мініна О.В.	
ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ВІДНОВЛЕННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	218
Солоїд О.В., Обруч І.М.	
ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ.....	221
Солоїд О.В., Сухініна Є.І.	
ЕВОЛЮЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	223

Федорук С.В., Колотій С.В.	
УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКА.....	225
Чайка О.С.	
СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ.....	228
Череватов А.В. Басок О.С., Мазур О.В.	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	231
Чорна З.Ф.	
МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	233
Чорна З.Ф.	
ОСОБЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	237
Шевчук А.Л.	
ПРОПОЗИЦІЯ ЦІННОСТІ ТА МЕТОДИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ...	240
Шкільник А.В., Пиріжок С.Є.	
ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА.....	243
Шмагельська М. О., Кулик А.А.	
ВПЛИВ КОНЦЕПЦІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ НА ЕКОНОМІКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	245
Шмагельська М. О., Чорний О.Ю.	
РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	247
Яремчук О.А., Яремчук В.А., Галаченко О.О., Глінська Р.В.	
ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	249
Ящук Н.О., Ставнича Н.О.	
ТИПОЛОГІЯ ЛІДЕРІВ ОРГАНІЗАЦІЙ: КЛАСИФІКАЦІЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ВПЛИВ.....	251

СЕКЦІЯ 25. Юридичні науки

Морозова О.М., Морозова Л.П.	
ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЮРИДИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	253
Петренко В.І.	
КОЛЕКТИВІЗАЦІЯ ТА РОЗКУРКУЛЕННЯ (1929-1933 рр.): ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ.....	255
Собчук А.О., Сідак С.П.	
СХИЛЯННЯ НЕПОВНОЛІТНІХ ДО ВЧИНЕННЯ СУСПІЛЬНО НЕБЕЗПЕЧНИХ ДІЯНЬ ЯК ЗАГРОЗА СЬОГОДЕННЯ.....	259

Яковець О.В., Жиловський В.М.	
ОБОРОННА ФУНКЦІЯ ДЕРЖАВИ.....	262

СЕКЦІЯ 26. Легка промисловість

Нахайчук О.В., Горобчишина В.В., Захарова Е.А., Христюк О.І.	
ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ	
ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.....	265

СЕКЦІЯ 27. Харчові технології

Морозова Л.П.	
СВИНЯЧЕ САЛО – ЦІННИЙ ХАРЧОВИЙ ПРОДУКТ.....	267
Собчук І.С.	
СТАН, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	
ВИРОБНИЦТВА ЕКОПРОДУКТІВ, ВИГОТОВЛЕНИХ ІЗ	
ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР.....	272

Людмила ДИБЧУК
*к.і.н, доцент, професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва
Вінницький кооперативний інститут*

СТОЛІТНІЙ ШЛЯХ КООПЕРАТИВНОЇ ОСВІТИ НА ВІННИЧЧИНІ: ІСТОРІЯ, ДОСВІД І СУЧАСНІСТЬ

Історія кооперативної освіти на Вінниччині є невід’ємною складовою освітнього, економічного та суспільного розвитку регіону. Цей унікальний шлях охоплює сто років постійного оновлення, викликів, трансформацій і досягнень. Кооперативна освіта стала не лише інструментом підготовки кадрів для споживчої кооперації, а й платформою формування активної, відповідальної громадянської позиції та підприємницького мислення.

Витоки кооперативної освіти на Поділлі сягають 1925 року, коли у Вінниці було засновано Кооперативну школу для підготовки кадрів для швидко зростаючої системи споживчої кооперації. Ініціатором цього освітнього процесу став педагог Павло Якимович Поліщук. У навчальному закладі вже тоді діяли чотири відділення, де у дві зміни навчалися близько 300 студентів. Це свідчило про нагальну потребу у кваліфікованих спеціалістах, які могли б забезпечити ефективне функціонування кооперативних структур [1].

У 1930 році школу реорганізували в кооперативний технікум. Це стало логічним кроком до розширення навчальної бази, поглиблення спеціалізації та впровадження нових дисциплін. Проте у 1933 році технікум припинив діяльність через загальнодержавні зміни в системі освіти та господарства. На його основі було створено фабрично-заводське училище, яке забезпечувало підготовку фахівців для сфери громадського харчування.

Незважаючи на припинення роботи технікуму в цей період, освітні традиції, сформовані у 1920–1930-х роках, мали глибокий вплив на подальший розвиток кооперативної освіти. Навчальний процес тоді поєднував фундаментальні знання з практичною підготовкою. Студенти вивчали основи бухгалтерського обліку, товарознавство, комерційну діяльність, організацію споживчої кооперації, а також проходили практику в кооперативних магазинах і складах. Особливу роль відігравала виробнича практика у сільських споживчих товариствах, яка дозволяла молоді безпосередньо знайомитися з функціонуванням кооперації на місцях [2].

Типовим студентом того часу був Микола Савчук – 17-річний юнак із села Якушенці, що мріяв стати головою райспоживспілки. Він уособлював покоління, яке прагнуло знань, роботи й служіння громаді. Його приклад – це не лише побутова історія, а свідчення масштабної соціальної мобільності, яку відкривала кооперативна освіта для сільської молоді.

У роки Другої світової війни та післявоєнний період (1941–1949) кооперативна освіта на Вінниччині функціонувала в непростих умовах. У різні роки працювали такі заклади, як Вінницька торгово-кооперативна школа,

Комбінат кооперативної освіти Вінницької облспоживспілки, Кооперативна школа. Усі вони, попри труднощі, продовжували традицію підготовки фахівців для народного господарства.

Відновлення кооперативного технікуму відбулося у 1957 році. За рішенням Укоопспілки було відновлено освітній процес, і технікум знову став важливим осередком фахової підготовки. Першим директором цього етапу став Володимир Степанович Чередниченко, який заклав нову освітню стратегію розвитку. Основні напрямки навчання охоплювали бухгалтерський облік, товарознавство, організацію торгівлі та громадське харчування [3].

Період 1960–1980-х років став етапом стабільного зростання та розквіту. Технікум швидко перетворився на один із провідних навчальних закладів кооперативного профілю не лише в регіоні, а й в Україні. Впровадження заочної форми навчання дало змогу залучити до освіти тисячі працюючих молодих людей. Випускники технікуму працювали в системі облспоживспілки, у сільських споживчих товариствах, у торгівлі, харчовій промисловості, у сфері громадського обслуговування [4].

Однак наприкінці 1980-х – на початку 1990-х років кооперативна система зазнала глибоких потрясінь. Із розпадом Радянського Союзу багато кооперативних організацій було зруйновано, частина – приватизована або втратила свою ефективність. У цих умовах кооперативна освіта опинилася перед викликом виживання. Втім, Вінницький кооперативний технікум не лише зберіг свою діяльність, а й зміг адаптуватися до нових реалій: були відкриті нові спеціальності, зокрема фінанси, правознавство, комерційна діяльність, і оновлено зміст навчальних програм відповідно до потреб ринкової економіки.

У 2002 році заклад отримав статус Коледжу економіки і права, що ознаменувало новий етап його розвитку. Він розпочав активну співпрацю з іншими вишами України та закордонними партнерами, реалізовував спільні освітні проєкти, впроваджував нові технології навчання.

У 2008 році на основі коледжу було створено Вінницький кооперативний інститут – заклад вищої освіти, який розпочав здійснювати підготовку бакалаврів та магістрів. На той час заклад очолював доктор економічних наук Анатолій Григорович Драбовський (нині почесний ректор Інституту, народний депутат України), який багато зробив для інституціонального становлення навчального закладу. У цей період було відкрито нові спеціальності, зміцнено науково-педагогічний склад, модернізовано навчально-матеріальну базу.

Сьогодні Вінницький кооперативний інститут є провідним навчальним закладом системи Укоопспілки. Навчання тут здійснюється за десятьма спеціальностями, як на денній, так і на заочній формах. Інститут активно впроваджує інноваційні підходи, цифрові технології, партнерські програми. За останні роки захищено понад два десятки кандидатських та докторських дисертацій, вісім викладачів здобули вчене звання доцента. Заклад підготував понад 50 тисяч спеціалістів, які працюють у різних сферах економіки – від бізнесу до державної служби.

Кооперативна освіта на Вінниччині стала не лише освітнім, а й соціально-культурним феноменом. Вона сприяла формуванню цілого покоління професіоналів, вихованих у дусі працьовитості, чесності та колективної відповідальності. В умовах зміни політичних режимів, економічних моделей, соціальних укладів ця система зберегла свою головну мету – готувати фахівців, здатних працювати на благо суспільства.

Значення кооперативної освіти для регіону важко переоцінити. Вона сприяє модернізації місцевої економіки, забезпечує кадровий потенціал для торгівлі, харчової промисловості, юридичного супроводу та фінансів. Вінницький кооперативний інститут і сьогодні залишається надійною платформою для підготовки підприємців, економістів, юристів і управлінців, здатних діяти ефективно у складних умовах ринкової економіки.

Сто років діяльності – це не лише хронологія подій, а насамперед свідчення високої адаптивності, інтелектуального потенціалу та стійкості системи кооперативної освіти. Цей шлях є прикладом того, як освітній заклад може стати живою історією регіону, його соціальним і культурним маркером.

Список використаних джерел

1. Вінницький кооперативний інститут: історія заснування, становлення, розвиток, особливості. Вінниця:ПП Балюк І.Б., 2012, 280 с.
2. Драбовський А.Г. Кооперативна освіта в умовах ринкових трансформацій: досвід Вінницького кооперативного інституту. Економіка та управління. 2015. №3. С. 52–57.
3. Поліщук П.Я. Нариси з історії кооперативної освіти на Поділлі. Вінниця: Освітній центр, 1999. 134 с.
4. Чередниченко В.С. Розвиток кооперативної освіти у другій половині ХХ століття. Вісник кооператора. 1990. №6. С. 8–13.

СЕКЦІЯ 04. Медичні науки

Коломієць А.М.
аспірант

кафедра стоматології дитячого віку ВНМУ

Пачевська А.В.
к.мед.н., доцент

кафедра стоматології дитячого віку ВНМУ

Monika Malgorzata Bialoszyska,
studentka

*Wydział Lekarski, Collegium Medicum, Uniwersytet Warmińsko-Mazurski,
Olsztyn, Polska*

РОЛЬ ЗУБОЩЕЛЕПНИХ АНОМАЛІЙ В РОЗВИТКУ СОМАТИЧНИХ, ПСИХІЧНИХ ТА ПСИХОСОМАТИЧНИХ РОЗЛАДІВ

Зубо-щелепна система входить до складу травного тракту хребетних і складається з таких відділів: ротова порожнина, глотка, стравохід, шлунок, кишечник. Характеризуючи роботу цієї системи, можна виділити такі основні її функції: 1) транспортна (об'єкти живлення повинні пройти по травній трубці, зазнаючи послідовної обробки в різних її відділах); 2) фізична обробка, яка починається з подрібнення їжі в ротовій порожнині. Крім того, їжа краще перетравлюється у вигляді пасти, тому до неї додаються рідкі речовини, що і включає 3) хімічну обробку (розщеплення високомолекулярних складних сполук, що містяться в продуктах харчування, до простіших, які можуть бути використані організмом). Але навіть після цих етапів їжа часто надходить у кишечник надто великими шматками. Це зменшує ефективність хімічної обробки, погіршує всмоктування поживних речовин, веде до розвитку запалень шлунка та кишечника. Тому великі шматки їжі потрібно попередньо розділити на дрібніші. Тільки після цього можливо повноцінне всмоктування (після завершення хімічного розщеплення їжі продукти травлення всмоктуються стінкою тонкої кишки і транспортуються кров'ю до місць використання чи накопичення [1-4]. Зубощелепні аномалії (ЗЩА) – неправильний прикус, неправильне розташування зубів, їх підвищена чутливість та аномальна кількість не дають можливості міцно і ретельно пережовувати їжу. У цій ситуації ми маємо справу як з тривалим перетравленням великих частинок їжі, так і з інтуїтивним уникненням важких, але здорових харчових продуктів (горіхів, насіння, фруктів і овочів), що, у свою чергу, може спричинити незбалансований раціон, гіпо- та авітоміноз. Перетравлення їжі починається в роті, під час жування. Дуже важливо ретельно подрібнювати їжу, щоб вона мала потрібну консистенцію і вже була частково перетравлена ще до потрапляння в шлунок – тут важливу роль відіграють ферменти, що містяться в слині. Акуратному прикусу сприяють здорові зуби. Люди, які не можуть добре пережовувати їжу, схильні ковтати занадто великі шматки. Погано пережована їжа потрапляє в шлунок і залишається там надовго. Це фактор, який може бути

причиною таких проблем як печія, біль, діарея, запор, виразкова або рефлюксна хвороба. Також варто звернути увагу на те, що коли ми їмо швидко і недбало пережовуючи їжу, ми їмо більше – а це в свою чергу може стати причиною зайвої ваги, яка є естетичною проблемою та проблемою для здоров'я. Крім того, скорочуючи першу фазу травлення, яка повинна проходити в ротовій порожнині, ми позбавляємо організм деяких поживних речовин. Крім захворювань травної системи ЗЩА викликають захворювання дихальних шляхів – численні бактерії, присутні в ротовій порожнині, можуть «засмоктуватися» в нижні дихальні шляхи, що на крок ближче до розвитку пневмонії або бронхіту [5]. Зовнішній вигляд людини відіграє важливу роль у формуванні міжособистісних стосунків і досягненні успіху в різних сферах життя. Для людини важливо сприйняття себе як більш-менш привабливої особи. Непривабливий зовнішній вигляд викликає дискомфорт у життєдіяльності людей, уражених ЗЩА, а в крайніх випадках може призвести до психологічних та психічних розладів. Адаптивні здібності до деформацій обличчя у людини індивідуальні. Деякі навіть приймають у себе дуже великі диспропорції в будові обличчя, а інші не схвалюють найменших аномалій, що підтверджується аналізом літератури. Дослідження, проведене ортодонтами доводить, що прогнатія нижньої щелепи має психологічний вимір [6-7]. Це помічено насамперед у чоловіків, у яких деформація щелепи викликає ворожий та агресивний вираз обличчя. Причиною глибокого стресу може бути непередбачувана реакція навколишнього середовища, до якої пацієнти не готові і тому не можуть з нею впоратися. Виражені ЗЩА найчастіше викликають явно негативне сприйняття оточуючого середовища, стимулюючи розвиток ефективних захисних реакцій. Важливим на сьогоднішній день є і вплив ЗМІ, які рекламують ідеальну зовнішність, що часто викликає хворобливу одержимість і є надзвичайно шкідливим для психічного здоров'я людини. Порівнюючи себе з уявними модифікованими образами ідеальної людини, пацієнти автоматично знижують свою самооцінку. Це може призвести до виникнення психічних захворювань або психосоматичних розладів. Людина, уражена ними, не перебільшує, не прикидається, не симулює. Її тіло страждає від різних проблем, але вони виходять з її розуму. В англійській мові психосоматичні розлади мають промовисту назву MUS – Medically Unexplained Symptoms, що дослівно можна перекласти як незрозумілі з медичної точки зору симптоми. Людина з психосоматичними розладами часто звертається до різних лікарів, які призначають додаткові обстеження, щоб з'ясувати суть проблеми. Однак ці тести не показують нічого, що могло б викликати специфічні симптоми. Це тому, що організм насправді абсолютно здоровий. Розум страждає, і саме через це страждання виникають фізичні симптоми [8-10].

Список використаних джерел

1. Peterkova, R., Lesot, H., & Peterka, M. (2006). Phylogenetic memory of developing mammalian dentition. *Journal of experimental zoology. Part B*,

Molecular and developmental evolution, 306(3), 234–250.
<https://doi.org/10.1002/jez.b.21093>

2. Pozzer, R. F., Kuhn Faccioli, C., Chedid, R. A., Hideo Mori, R., Batlouni, S. R., FranceschiniVicentini, I. B., & Vicentini, C. A. (2023). Morphological analysis of the digestive tract of *Hypophthalmus marginatus* (Valenciennes, 1840). *Anatomia, histologia, embryologia*, 52(4), 603–610. <https://doi.org/10.1111/ahe.12918>

3. Faccioli, C. K., Chedid, R. A., do Amaral, A. C., Franceschini Vicentini, I. B., & Vicentini, C. A. (2014). Morphology and histochemistry of the digestive tract in carnivorous freshwater Hemisorubim platyrhynchos (Siluriformes: Pimelodidae). *Micron (Oxford, England: 1993)*, 64, 10–19. <https://doi.org/10.1016/j.micron.2014.03.011>

4. Gosavi, S. M., Verma, C. R., Kharat, S. S., Pise, M., & Kumkar, P. (2019). Structural adequacy of the digestive tract supports dual feeding habit in catfish *Pachypteruskhavalchor* (Siluriformes: Horabagridae). *Actahistochemica*, 121 (4), 437–449. <https://doi.org/10.1016/j.acthis.2019.03.006>

5. Saraceno, R., Perugia, C., Ventura, A., LORè, B., Chimenti, S., & Docimo, R. (2016). Aphthous, celiac disease and other dental disorders in childhood. *Giornaleitaliano di dermatologia e venereologia:organoufficiale, Societaitaliana di dermatologia e sifilografia*, 151(3), 239–243

6. Strzałkowska A., Lekan A. W poszukiwaniu piękna. *Moja Praktyka* 2010; 2: 19-27.

7. Shaw, W. C., Addy, M., & Ray, C. (1980). Dental and social effects of malocclusion and effectiveness of orthodontic treatment: a review. *Community dentistry and oral epidemiology*, 8(1), 36–45. <https://doi.org/10.1111/j.1600-0528.1980.tb01252.x>

8. Gandhi, R., Ruxmohan, S., & Puranik, C. P. (2021). Association Between Autism Spectrum Disorder and Dental Anomalies of the Permanent Dentition. *Pediatric dentistry*, 43(4), 307–312.

9. Yagi, T., Ueda, H., Amitani, H., Asakawa, A., Miyawaki, S., & Inui, A. (2012). The role of ghrelin, salivary secretions, and dental care in eating disorders. *Nutrients*, 4(8), 967–989. <https://doi.org/10.3390/nu4080967>

10. Lewandowska, J., Piątek, T., Małkowski, P. (2020). Ocena jakości życia pacjentów z deformacją żuchwy przed i po operacji ortognatycznej *Pielęgniarstwo Chirurgiczne i Angiologiczne*, 4, 158-163

СЕКЦІЯ 06. Хімічні науки

Бончук П.А.

Студентка 1 курсу медичного факультету №2

Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

Monika Malgorzata Bialorzycka

Student

Collegium Medicum Warminsko-Mazurski Uniwersytet, Olsztyn, Polska

Зелінська Т.М.

**кандидат сільськогосподарських наук, старший викладач кафедри
медичної та біологічної хімії**

Вінницький національний медичний університет ім. М.І. Пирогова

ХІМІЧНИЙ СКЛАД ЯГІД ЧОРНИЦІ, ЩО ЗУМОВЛЮЄ ЇЇ ЛІКАРСЬКІ ВЛАСТИВОСТІ

Чорниця (*Vaccinium* ssp.) – це вид із родини верескових [1], яка налічує приблизно 450 видів. Окрім журавлини та брусниці, у 20 столітті була одомашнена чорниця [2, 3]. Популярність рослини зросла протягом останнього десятиліття. У 1990 році чорницю вирощували лише в десяти країнах [4], тоді як у 2011 році її культивували в комерційних цілях у 27 країнах [5]. Чорниця, крім загальноновизнаних смакових властивостей, також є цінним джерелом корисних для здоров'я біоактивних сполук. За кілька десятиліть чорниця набула популярності в усьому світі, і в останні роки спостерігається не тільки збільшення споживання у свіжому вигляді, але й важливість лохини для переробної промисловості. Чорниця, як і інші м'які фрукти, має один шар епідермісу без продихів [6], який вкритий гідрофобною поверхнею кутикули та епікутикулярного воску. Ця унікальна частина плоду відіграє цінну роль як захисний буфер від зовнішніх факторів (висихання, зараження хвороботворними бактеріями та комахами, впливу погодних умов). З іншого боку, восковий зовнішній шар також контролює поглинання води та хімічних речовин ягодами, що є вирішальним фактором у процесах зневоднення/сушіння. Таким чином, епікутикулярний восковий шар виступає не лише як значущий фізіологічний агент, а й впливає на економічну сторону виробництва лохини. Як правило, чорниця в свіжому вигляді складається з води (84%), вуглеводів (9,7%), білків (0,6%) і жиру (0,4%). Середня енергетична цінність 100-грамової порції свіжої чорниці оцінюється в 192 кДж. Чорниця також є хорошим джерелом харчових волокон, які становлять 3–3,5 % ваги плоду. Окрім смаку, основний інтерес до цього фрукта пов'язаний із помірним вмістом вітаміну С, оскільки 100 г чорниці забезпечують у середньому 10 мг аскорбінової кислоти, що дорівнює 1/3 щоденної рекомендованої норми споживання [7, 8]. Раніше численні наукові звіти підтвердили, що чорниця є чудовим джерелом корисних для здоров'я сполук, головним чином поліфенолів [9-13]. Кілька досліджень підтвердили їх протизапальні та антиканцерогенні

властивості, а також їх серцево-судинну захисну дію. Варто відзначити, що антиоксидантні сполуки, присутні в чорниці, знижують ризик ішемічної хвороби серця, а також перешкоджають окисленню холестерину, тим самим знижуючи ризик атеросклерозу. Ці сполуки також можуть запобігти нейродегенеративним захворюванням [14]. Загальний вміст поліфенолів у чорниці коливається від 48 [12] до 304 мг/100 г ваги свіжих плодів (до 0,3%) [11] і строго залежить від сорту [14], умов вирощування та зрілості [10], і його оцінка може змінюватися в залежності від використовуваної аналітичної процедури. Поліфеноли, присутні в чорниці, включають, наприклад, флавоноїди, проціанідини (мономерні та олігомерні форми), флавоноли (*тобто* кемпферол, кверцетин, мірицетин) [14], фенольні кислоти (головним чином гідроксикоричні кислоти) і похідні стильбенів [12-14]. Під час дозрівання чорниці спостерігався зсув у пулі загальних поліфенольних сполук у бік синтезу антоціанів, що відповідає зниженню інших окремих фенольних компонентів [14], що свідчить про їх важливу роль у біоактивності чорниці. У свою чергу, вміст антоціанів, як повідомляється, коливається від 25 до 495 мг/100 г чорниці, і це залежить від розміру плодів, стадії дозрівання, а також від кліматичних умов навколишнього середовища перед збором урожаю та зберігання [13]. Серед інших ягід плоди чорниці виділяються завдяки наявності різних типів антоціанів [14], включаючи мальвідін, дельфінідин, петунідин, ціанідин і пеонідин, з цукристими фрагментами глюкози, галактози та арабінози. Згідно з деякими даними, мальвідін і дельфінідин є основними компонентами і можуть становити майже 75% усіх ідентифікованих антоціанів [14]. Однак інші висновки стверджують, що відсоток дельфінідину становить 27%–40%, мальвідіну 22%–33%, петунідину 19%–26%, ціанідину 6%–14% і пеонідину 1%–5% [12]. Кольорові пігменти в чорниці (червоний, синій, фіолетовий) – це глікозиди ціанідкування, дельфінідин і пеларгонідин відповідно. Хлорогенова кислота, присутня в чорниці, є копігментом, який посилює інтенсивність кольору антоціанів [14]. З практичної точки зору найціннішою частиною плодів чорниці є її зовнішня оболонка, оскільки вона містить майже всі антоціани. Поліфенольні сполуки майже виключно присутні у зовнішньому шарі, але невеликий вміст цих сполук було виявлено в м'якоті та насінні. Їх вміст корелює з високими антиоксидантними властивостями чорниці [9]. На жаль, досі не було повідомлень про зміни окремих біоактивних компонентів, присутніх у різних частинах плодів чорниці, та їх стабільність під час обробки.

Список використаних джерел

1. Luby J.J., Ballington J.R., Draper A.D., Pliska K., Austin M.E. Blueberries and cranberries (Vaccinium) In: Moore J.N., Ballington J.R., editors. Genetic Resources of Temperate Fruit and Nut Crops. ISHS; Wageningen, The Netherlands: 1999. pp. 391–456.
2. Westwood M.N. Temperate-Zone Pomology. Physiology and Culture. 3rd ed. Timber Press, Inc.; Portland, OR, USA: 1993.

3. Lyrene P.M., Vorsa N., Ballington J.R. Polyploidy and sexual polyploidization in the genus *Vaccinium*. *Euphytica*. 2003;133:27–36. doi: 10.1023/A:1025608408727. - DOI
4. Statistics Division, Food and Agriculture Organization of the United Nations Production. [(accessed on 15 May 2015)]. Available online: <http://faostat3.fao.org/home/E>.
5. Evans E.A., Ballen F.H. An Overview of US Blueberry Production, Trade, and Consumption, with Special Reference to Florida. 2014. UF/IFAS Extension. [(accessed on 15 May 2015)]. Available online: <http://edis.ifas.ufl.edu/fe952>.
6. Giongo L., Poncetta P., Loretto P., Costa F. Texture profiling of blueberries (*Vaccinium* spp.) during fruit development, ripening and storage. *Postharvest Biol. Technol.* 2013;76:34–39. doi: 10.1016/j.postharvbio.2012.09.004. - DOI
7. Prior R.L., Cao G., Martin A., Sofic E., McEwen J., O'Brien C., Lischner N., Ehlenfeldt M., Kalt W., Krewer G., et al. Antioxidant capacity as influenced by total phenolic and anthocyanin content, maturity, and variety of *Vaccinium* species. *J. Agric. Food Chem.* 1998;46:2686–2693. doi: 10.1021/jf980145d. - DOI
8. National Health and Medical Research Council (NHMRC) Nutrient relevance values for Australia and New Zealand: Including recommended dietary intakes. [(accessed on 10 June 2015)]; Available online: https://www.nhmrc.gov.au/_files_nhmrc/publications/attachments/n35.pdf.
9. Zafra-Stone S., Yasmin T., Bagchi M., Chatterjee A., Vinson J.A., Bagchi D. Berry anthocyanins as novel antioxidants in human health and disease prevention. *Mol. Nutr. Food Res.* 2007;51:675–683. doi: 10.1002/mnfr.200700002. - DOI - PubMed
10. Norberto S., Silva S., Meireles M., Faria A., Pintado M., Calhau C. Blueberry anthocyanins in health promotion: A metabolic overview. *J. Funct. Foods.* 2013;5:1518–1528. doi: 10.1016/j.jff.2013.08.015. - DOI
11. Correa-Betanzo J., Allen-Vercoe E., McDonald J., Schroeter K., Corredig M., Paliyath G. Stability and biological activity of wild blueberry (*Vaccinium angustifolium*) polyphenols during simulated in vitro gastrointestinal digestion. *Food Chem.* 2014;165:522–531. doi: 10.1016/j.foodchem.2014.05.135. - DOI - PubMed
12. Giacalone M., di Sacco F., Traupe I., Pagnucci N., Forfori F., Giunta F. Blueberry polyphenols and neuroprotection. In: Preedy R.R.W.R., editor. *Bioactive Nutraceuticals and Dietary Supplements in Neurological and Brain Disease*. Academic Press; San Diego, CA, USA: 2015. pp. 17–28.
13. Diaconeasa Z., Leopold L., Rugina D., Ayvaz H., Socaciu C. Antiproliferative and antioxidant properties of anthocyanin rich extracts from blueberry and blackcurrant juice. *Int. J. Mol. Sci.* 2015;16:2352–2365. doi: 10.3390/ijms16022352. - DOI - PMC - PubMed
14. Ramassamy C. Emerging role of polyphenolic compounds in the treatment of neurodegenerative diseases: A review of their intracellular targets. *Eur. J. Pharmacol.* 2006;545:51–64. doi: 10.1016/j.ejphar.2006.06.025. - DOI - PubMed

Худоярова О.С.
к.т.н., доцент кафедри хімії та методики навчання хімії
Мельник С.А.
здобувачка спеціальності 102 Хімія
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського

ОЦІНКА СТУПЕНЯ ОЧИСТКИ ВОДИ ВІД КУПРУМУ(II)-ІОНІВ МЕТОДАМИ АНАЛІТИЧНОЇ ХІМІЇ

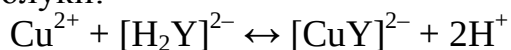
Останнім часом на «домінуючі позиції» по небезпеці в Україні вийшли іони важких металів. На промислових підприємствах хімічної галузі утворюються великі об'єми виробничих стічних вод, які містять серед забруднюючих речовин іони металів, зокрема купруму(II), які перевищують гранично-допустимі концентрації. Надходження таких стічних вод у природні водойми призводить до негативних явищ, таких як підвищення концентрації у воді водойми і потрапляння в системи водопостачання, внаслідок чого погіршуються якісні показники води, акумуляція іонів купруму(II) в організмі водних рослин і риб, отруєння безхребетних та риб, що створює загрозу здоров'ю людини. Війна в Україні негативно впливає на навколишнє природне середовище, завдаючи значної шкоди. Особливо значним є вплив воєнних дій на водні екосистеми. Поверхневі води річок забруднюються через потрапляння небезпечних хімічних компонентів внаслідок обстрілів, руйнування різноманітних об'єктів та потрапляння речовин, що використовуються у їх діяльності[1].

Наукові та технологічні дослідження, спрямовані на зменшення вмісту катіонів важких металів в природних об'єктах, залишаються актуальними. Важливим є питання розробки ефективних методів очистки стічних вод від важких металів. Найпоширенішими методами очистки водних об'єктів є: механічні, хімічні, фізико-хімічні та біологічні. Найчастіше на підприємствах застосовуються комбіновані методи. Адсорбційне очищення із застосуванням попередньо модифікованого регенерованого сумішевого сорбенту харчової промисловості є найефективнішим розв'язанням проблеми запобігання забрудненню водоймищ купруму(II)вмісним стоком, що дозволяє не тільки знезаразити промислові стоки, а також повернути у виробництво очищену воду та одержати цінні технічні продукти [2-6].

Основним джерелом інформації про стан об'єктів природного середовища є аналіз, тому особливого значення набуває правильність визначення великої кількості хімічних інгредієнтів, наявних у цих об'єктах. Важливим є питання контролю за вмістом іонів важких металів у воді. В Україні, відповідно до нормативних документів, гранично допустима концентрація (ГДК) купруму(II) у природній воді становить 1 мг/дм³, у водоймах рибогосподарського призначення - 0,001 мг/дм³.

Об'єктом дослідження були модельні розчини купрум(II) сульфату з концентраціями купрум(II)-іонів 1,5; 5,0; 30,0; 50,0; 150,0; 300,0 мг/дм³, які готували з CuSO₄·5H₂O. Досліджені модельні розчини за концентраціями купрум(II)-іонів відповідали складу промивних вод процесу електрохімічного міднення.

Для оцінки ступеня очистки води від купрум(II)-іонів, проведено адсорбційне вилучення іонів купруму(II) з модельних розчинів згідно відомої методики [7]. Початкову і залишкову концентрацію купрум(II)-іонів у воді визначали методом комплексонометричного титрування [8]. Купрум(II) стехіометрично реагує з Трилоном Б (Na₂H₂Y) з утворенням стійкої внутрішньокмплесної сполуки:

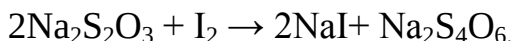


Кінець титрування визначали за допомогою металіндикатора мурексиду в амоніачному середовищі (рН = 9-10). Для проведення визначення до 50 мл розчину, який аналізували, додавали краплинами концентрований амоніак до появи синього забарвлення (розчин має бути прозорим). Потім додавали мурексид. Розчин при цьому забарвлюється у синьо-зелений колір. Повільно титрували 0,1 н розчином Трилону Б при енергійному перемішуванні розчину до переходу синьо-зеленого забарвлення у зелене і далі до появи синьо-фіолетового забарвлення від однієї краплини реагенту.

Також концентрацію купрум(II)-іонів у воді можна визначити методом йодометричного титрування в слабокислому середовищі [9]. При цьому протікає наступна реакція:



Йод, що виділився, титрують робочим розчином Na₂S₂O₃.



Після того як буре забарвлення стане світлішим, до розчину додають 2–3 мл розчину крохмалю і продовжують титрувати до тих пір, доки одна крапля розчину Na₂S₂O₃ не змінить колір розчину з чорно–синього на жовтувато–білий (солом'яний) осад купрум (I) йодиду. Титрування проводять 3 рази.

Поряд з хімічними методами аналізу широке використання мають фізико-хімічні методи аналізу. Вони відзначаються високою чутливістю і швидкістю виконання аналітичних задач. Визначення концентрації купруму(II) базується на утворенні комплексу з діетилдитіокарбаматом плюмбуму жовтого кольору, подальшій його екстракції і фотометруванні органічного шару [10].

Ступінь вилучення E (%) купрум(II)-іонів обчислювали за формулою:

$$E = \frac{C_0 - C_p}{C_0} \cdot 100,$$

де C_0 – вихідна концентрація купрум(II)-іонів, мг/дм³;

C_p – рівноважна (залишкова) концентрація купрум(II)-іонів, мг/дм³.

Результати аналізу обробляли методом математичної статистики.

Застосування попередньо регенерованого сорбенту харчової промисловості, модифікованого сульфід- та гідросульфід-іонами, підвищує

ступінь очистки води від катіонів купруму(II) із досліджуваних розчинів у 65,5 рази порівняно з немодифікованим регенованим сорбентом.

Список використаних джерел

1. Kuzyk A., Voichuk V., Korol K., Dyrda R. Вплив воєнних дій на якість води в річках України. *Вісник Львівського державного університету безпеки життєдіяльності*. 2024, 30, С. 26-34.
2. Ранський А. П., Худоярова О.С., Гордієнко О. А., Тітов Т. С., Крикливий Р.Д. Регенерация смеси сорбентов после очистки оборотных вод производства безалкогольных напитков. *Хімія і технологія води*. 2019, 41, 5, Р. 537–544.
3. Худоярова О.С., Гордієнко О.А., Сидорук Т.І. та ін. Модифікація поверхні сумішних сорбентів сульфід-іонами для очищення гальванічних промивних вод процесу міднення. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*. Хімічна інженерія, екологія та ресурсозбереження. 2020, 2(19), С. 36–46.
4. Khudoyarova O. S., Ranskiy A. P., Gordienko O. A. Technology of complex sorption treatment of industrial wastewater from sulphide and copper(II)–ione. *Water and Water Purification Technologies. Scientific and Technical News*. 2021, 30, 2, Р. 18–26.
5. Khudoiarova O., Blazhko O., Blazhko A. Receiving of New Carbon-Sulfur-Containing Plastic Lubricants Based on Regenerated Products and Used Sorbents. *Key Engineering Materials*. 2023, 944, Р. 51-58.
6. Ранський А. П., Гордієнко О. А., Худоярова О.С., Крикливий Р.Д., Іванівська В.М. Композиційні матеріали та консистентні мастила з підвищеними трибологічними властивостями. Проблеми довговічності матеріалів, покриттів та конструкцій: матеріали VI-ої міжнародної конференції, 13–15 вересня 2018 р. ВНТУ, Вінниця, 2018.
7. Худоярова О.С. Комплексне сорбційне очищення промислових стічних вод від сульфід- та купрум(II)-іонів: дис.... к.т.н.: 05.17.21. Вінниця, ВДПУ. 2021, 170 с.
8. Schwarzenbach G.; Flashka G. Complexometric titration. *Helvetica Chimica Acta*, 1968, 51, 8, Р. 1833.
9. Худоярова О.С. Аналітична хімія. Кількісний аналіз: навчальний посібник для студентів педагогічних закладів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 102 Хімія, 014.06 Середня освіта (Хімія), 014.05 Середня освіта (Біологія), 091 Біологія, 014.15 Середня освіта (Природничі науки). Вінниця: ВДПУ, 2022. 124 с.
10. Набиванець Б.Й., Сухан В.В., Калабіна Л.В. Аналітична хімія природного середовища. К.: Либідь, 1996, 304 с.

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ТЕОРЕТИЧНИХ ОСНОВ ЕЛЕКТРОТЕХНІКИ СТУДЕНТАМИ АВТОМОБІЛЬНИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Сучасний автомобільний сектор стрімко трансформується під впливом електрифікації, автономних систем та інтеграції складних електронних компонентів. Це зумовлює необхідність підвищення якості підготовки студентів автомобільних спеціальностей, особливо у контексті опанування теоретичних основ електротехніки (ТОЕ). Традиційні методи навчання часто виявляються недостатньо ефективними через абстрактність понять та відрив від реальних технологічних процесів. У цій статті розглядаються інноваційні підходи, спрямовані на покращення засвоєння ТОЕ та їх адаптацію до вимог сучасного автомобілебудування та обслуговування автомобілів.

До сучасних підходів до вивчення дисципліни можна віднести наступне:

1. Використання симуляційних програм та віртуальних лабораторій

Симуляційні платформи, такі як MATLAB/Simulink, LTspice або ANSYS, дозволяють моделювати електричні кола, системи керування двигунами та енергетичні процеси в автомобілях. Наприклад, студенти можуть аналізувати роботу електричних двигунів для гібридних авто або досліджувати розподіл напруг у системах електроживлення. Віртуальні лабораторії забезпечують безпеку, економію ресурсів і можливість експериментувати зі складними схемами без ризику пошкодження обладнання.

Приклад застосування: Моделювання роботи системи рекуперативного гальмування в електричних автомобілях [1] для розуміння принципів перетворення енергії.

2. Інтеграція доповненої та віртуальної реальності (AR/VR)

Технології AR/VR трансформують навчання, роблячи абстрактні поняття візуально доступними. Студенти можуть "занурюватися" у 3D-моделі електромобільних батарей, розбирати віртуальні компоненти генераторів або аналізувати електромагнітні поля в реальному часі. Це особливо корисне для розуміння таких тем, як магнітні кола або трансформатори, які є ключовими для проектування автоелектрики.

Приклад застосування: Використання VR-симуляторів для вивчення будови інверторів у електромобілях ефективно візуалізують складні процеси, що підтверджується дослідженнями у галузі автотранспортної освіти [2]

3. Проектно-орієнтоване навчання (PBL)

Методика PBL передбачає розв'язання реальних технічних завдань, пов'язаних із автомобільною галуззю. Наприклад:

- Розробка системи енергозабезпечення для автономного транспортного засобу.

- Аналіз ефективності різних типів акумуляторних батарей.

Такі проекти формують системне мислення та вміння застосовувати теоретичні знання на практиці.

4. Гейміфікація та інтерактивні платформи

Інтерактивні курси на платформах типу Coursera або Udey з використанням ігрових механік (наприклад, квести, бали, рівні складності) підвищують мотивацію студентів. Додатки-тренери, такі як EveryCircuit, дозволяють "збирати" електричні схеми на смартфоні, що особливо актуально для покоління Z.

Додатки типу EveryCircuit з ігровими механіками, покращують засвоєння законів Кірхгофа через створення віртуальних схем для системи освітлення автомобіля.

5. Міждисциплінарні дослідження

Інтеграція електротехніки з іншими дисциплінами (наприклад, машинне навчання для оптимізації енергоспоживання, хімія для розуміння роботи акумуляторів) розширює контекст вивчення ТОЕ. Студенти отримують змогу працювати над кейсами, що відображають реальні проблеми автомобільної промисловості, такі як розробка ефективних систем охолодження для електродвигунів.

Висновок. Інноваційні підходи до викладання ТОЕ для автомобільних спеціальностей сприяють глибшому розумінню матеріалу, розвивають практичні навички та підготовлюють студентів до роботи з високотехнологічними системами. Впровадження сучасних технологій (VR, симуляції, PBL) не лише підвищує ефективність навчання, але й робить процес цікавішим і відповідним до викликів часу.

Список використаних джерел

1. Smith, J. (2021). «Simulation-Based Learning in Engineering Education». IEEE Xplore. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/9456321>
2. Brown, A., & Lee, K. (2020). «AugmentedRealityinAutomotiveTraining». Journal of Engineering Education, 45(3), 112-125. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0957417420305025>
3. National Instruments. (2022). «Project-Based Learning for Electrical Engineering». URL: <https://www.ni.com/en-us/innovations/white-papers/19/project-based-learning-in-engineering.html>
4. Johnson, R. (2019). «Gamification in Technical Education». Springer. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-34350-7_8
5. Bosch Automotive Handbook. (2023). «Electricand Electronic Systems in Modern Vehicles». 10th Edition. URL: <https://www.bosch-presse.de/pressportal/de/en/the-bosch-automotive-handbook-130-years-of-expertise-232314.html>

РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНИХ ТА ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ СИСТЕМ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

Процеси підготовки фахівців стають все більш складними та різноманітними. Якісна підготовка потребує від викладачів компетентності в своїй професійній області, готовності до євроінтеграції та приєднання до європейського і світового освітнього простору.

На сучасному етапі розвитку суспільства освіта залишається головним стратегічним чинником його розвитку. Освіта є важливим видом діяльності дорослого населення, яка поєднується із наукою, виробництвом, сферою обслуговування, культурою.

Реалізація концепції євроінтеграції освіти забезпечує розкриття перспектив самовизначення людини на великий період її життєвого шляху, погодження її з можливостями варіативної освіти, досягнення різноманітних шляхів успішного оволодіння людською культурою та підвищує рівень конкурентоспроможності фахівців, що здійснили підготовку у вищих навчальних закладах (ВНЗ) України.

У наш час спостерігається перехід до суспільства «знань», в якому сучасні інформаційні технології (ІТ) відіграють все більш значну роль.

Основними проблемами, що постають перед сучасною системою підготовки фахівців, зокрема, є:

- необхідність входження до європейського та світового освітнього простору;
- посилення тенденції масовості вищої освіти;
- зниження якості підготовки; - необхідність введення моніторингів якості підготовки; и підготовки фахівців;
- необхідність визначення напрямів, методів та засобів інноваційного розвитку систем
- необхідність рейтингового оцінювання ВНЗ

У систему освіти приходять освітні інновації, впроваджуються технології електронного навчання, створюється інноваційна освітня інфраструктура тощо. Розвиток системи підготовки фахівців забезпечується реалізацією інтегральних та інноваційних освітніх принципів та створенням інформаційно-освітнього середовища на основі новітніх ІТ.

В умовах інноваційного розвитку національного освітнього простору удосконалення процесу підготовки фахівців для соціокультурної сфери стає обов'язковою складовою інноваційного розвитку системи підготовки фахівців. Культура, креативність, соціальна адекватність стають необхідними умовами сучасної освіти для студентів в сфері культури, освіти, економіки, мультимедіа та ІТ.

Євроінтеграція української системи підготовки фахівців на стадії становлення та розвитку інформаційного суспільства через сучасні ІТ впливає на всі сфери життєдіяльності суспільства, спираючись на солідаризацію влади та населення.

Проблеми інноваційного розвитку та вдосконалення системи підготовки фахівців в Україні пов'язані з формуванням та функціонуванням ефективної комунікаційної системи. Україна має значні медіа ресурси, формування її національного інформаційного простору відбувається під впливом зовнішніх факторів впливу. Існуюча модель розвитку інформаційного простору та функціонування системи підготовки фахівців потребує більшої гнучкості та адекватності до потреб ринків праці при формуванні цілісного інноваційного інформаційного освітнього простору.

Формування професійних компетенцій вимагає нині від ВНЗ принципово нового підходу: інтеграції освіти, практичної діяльності, інноваційності та ІТ.

Становлення суверенної незалежної України супроводжується суттєвими змінами у системі підготовки фахівців, що передбачають новий тип взаємозв'язку ВНЗ і підприємств (культури, освіти, виробництва).

Зміни у співробітництві ВНЗ з підприємствами зумовлені потребами ринку праці у висококваліфікованих фахівцях. Євроінтеграція передбачає створення загальноєвропейського освітнього і наукового простору з метою визнання періодів та термінів підготовки фахівців з щирою освітою.

Євроінтеграція сприяє співробітництву між європейськими та українськими ВНЗ, мобільності викладацького складу та студентів.

Система підготовки фахівців в Україні потребує змін, інноваційного розвитку та вдосконалення, які передбачають забезпечення: інноваційних підходів до організації вищої освіти, підвищення якості молодих фахівців, підвищення рівня конкурентоспроможності фахівців, що навчаються у ВНЗ. Але при цьому важливо зберегти національну палітру, самобутність у поєднанні з модернізацією освіти відповідно до викликів сучасного світу.

У наш час багато ВНЗ запроваджують інформаційні навчальні системи як складову процесу підготовки. Такі системи мають суттєві переваги перед традиційними засобами навчання студентів, зокрема:

- забезпечують контроль за результатами засвоєння навчального матеріалу;
- забезпечують соціальну, професійну та пізнавальну мотивації студентів;
- забезпечують самоконтроль студентів за результатами своєї навчальної діяльності з подальшою корекцією навчання;
- інтегрують освітню діяльність та практичну направленість навчання шляхом роботи з ІТ, зокрема, з інформаційними навчальними системами для виконання вправ та практичних завдань, пошуком необхідного навчального матеріалу в мережі Інтернет, інтерактивним діалогом з викладачем.

Застосування ІТ при підготовці майбутніх фахівців сприяє:

- підвищенню рівня пізнавальної самостійності,

- високому ступеню наочності й безперервному самоконтролю,
- засвоєнню знань та умінь,
- формуванню необхідних професійних компетенцій.

Для підвищення ефективності навчання конкурентоспроможних фахівців в умовах інформаційного суспільства, формування професійних компетенцій у майбутніх фахівців, актуальним нині стає використання електронних підручників, які доповнюють традиційні форми навчання.

Сучасний період розвитку вищої освіти вимагає запровадження різноманітних інноваційних процесів. Особистий педагогічний досвід роботи, участь у науково-методичних конференціях, аналіз публікацій з даної проблематики засвідчив, що більшість навчальних закладів обирають розробку, впровадження та використання інноваційних освітніх технологій як пріоритетний напрямок розвитку. Підготовка фахівців, професійно-мобільних на сучасному ринку праці, вимагає варіативних освітніх програм, які враховують особистісні запити студентів.

Список використаних джерел

1. Ecdl foundation [Електронний ресурс]. <http://www.ecdl.com/>.
2. Косолап А. І. Сертифікат ecdl загальноприйнятий в Європі та США стандарт. <http://klasnaocinka.com.ua/uk/article/ecdl-v-mire.html>.
3. Морозова К. О. Критерії, показники, рівні розвитку інформаційно-комунікаційних компетентностей магістрантів. *Наука і освіта: Новий вимір. Педагогіка і психологія*. 2014.
4. Сертифікат ECDL (ICDL) – комп'ютерна грамотність. 2016. <http://osvita.ua/add-education/articles/sert/4307/>.

Мельник Є.О.

*здобувач третього (аспірантського) рівня вищої освіти,
2-го року навчання,*

Національний університет «Чернігівська політехніка»

Науковий керівник: Бойко С.В.

к. техн. н., проф.,

Національний університет «Чернігівська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ ТОЧНОСТІ ШЛІФУВАННЯ ТІЛ ОБЕРТАННЯ ЗІ СХРЕЩЕНИМИ ОСЯМИ ІНСТРУМЕНТА І ЗАГОТОВКИ У КОНТЕКСТІ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА

У сучасних умовах цифрової трансформації промисловості точність обробки деталей залишається одним із ключових критеріїв якості продукції. Особливо це стосується обробки тіл обертання – однієї з найпоширеніших форм деталей у машинобудуванні, при виготовленні якої застосовуються методи високоточної абразивної обробки. Саме на завершальній стадії шліфування формується остаточна геометрія поверхні, параметри шорсткості та

взаємозамінності, від яких безпосередньо залежить подальше функціонування вузлів і агрегатів [1].

У процесах високоточної абразивної обробки актуальним є пошук технологічних рішень, що дозволяють підвищити не лише точність, але й стабільність шліфувального процесу в умовах зовнішніх і внутрішніх збурень. Одним із таких рішень є застосування схеми шліфування зі схрещеними осями інструмента і заготовки. Така кінематична побудова процесу забезпечує часту зміну зони контакту, сприяє кращому відведенню тепла, зменшує пульсації сили різання та, як наслідок, призводить до формування більш стабільного поля температур і навантажень у зоні різання [2].

На відміну від класичної схеми, де осі інструмента і заготовки паралельні, схрещена конфігурація дозволяє розподілити зусилля по площині контакту, забезпечуючи рівномірніший знім припуску. Це, в свою чергу, позитивно впливає на формування мікрогеометрії поверхні, зменшуючи хвилювість і мікротріщини [3].

У контексті впровадження концепцій «розумного виробництва» (Smart Manufacturing) та «індустрії 4.0» значну увагу приділяють цифровим двійникам технологічних процесів. У межах даного дослідження розроблено математичну модель, що включає параметри кута схрещення, швидкість обертання інструмента, подачу, жорсткість технологічної системи та температуру в зоні обробки. Ця модель реалізована у середовищі MATLAB/Simulink та дозволяє прогнозувати вплив параметрів на шорсткість R_a , похибку форми та залишкові напруження [4].

Паралельно проводилося експериментальне моделювання в лабораторних умовах на універсальному шліфувальному верстаті з можливістю регулювання кута схрещення. Встановлено, що кут у межах $25\text{--}30^\circ$ забезпечує оптимальне поєднання між рівномірністю знімання матеріалу та мінімізацією термодеоформацій, що підтверджено зменшенням коливань температури в зоні різання на $12\text{--}17\%$ порівняно з паралельною схемою [5].

В умовах варіативного виробництва, де партії можуть бути малими, а налаштування процесу – нестабільним, особливо важливим є впровадження адаптивних систем керування. У межах роботи досліджено можливості використання ПД-регуляторів і елементів нечіткої логіки (fuzzy control), які коригують швидкість обертання круга і подачу залежно від температурних та вібродинамічних показників у реальному часі. Відповідні системи реалізовано на базі контролерів Arduino з підключеними сенсорами температури, вібрації та навантаження [6].

Узагальнюючи результати, можна стверджувати, що поєднання схрещеної схеми обробки з цифровими інструментами управління та прогнозування відкриває нові можливості для створення стабільних, енергоефективних і високоточних технологічних процесів. Такий підхід є надзвичайно перспективним у серійному і дрібносерійному виробництві, де ключовим стає зменшення часу на переналаштування та підвищення гнучкості виробництва [7].

Окремої уваги заслуговує питання енергоефективності. За рахунок зменшення зусиль шліфування та більш стабільного навантаження на приводи верстата, енергоспоживання під час обробки знижується в середньому на 8–12%, що робить технологію більш конкурентоспроможною в умовах зростання енергетичних тарифів [6].

Також у роботі обґрунтовано можливість використання нейромережевих алгоритмів для прогнозування параметрів точності на основі історичних даних про шорсткість, знос інструмента та температурні профілі. Це створює передумови для розробки повноцінного програмного забезпечення, яке самонавчається та оптимізує процеси обробки в режимі без участі оператора.

Таким чином, технологія шліфування зі схрещеними осями у поєднанні з цифровими двійниками, адаптивним керуванням та інтелектуальними прогнозуючими системами формує основу для створення сучасних автоматизованих ліній високоточної обробки. Це є стратегічним напрямом розвитку галузі у контексті переходу до сталого та інноваційного машинобудування.

Ключові слова: точність шліфування, тіла обертання, схрещені осі, цифрові двійники, адаптивне керування, математичне моделювання, нейронні мережі, енергоефективність, шорсткість, Smart Manufacturing.

Список використаних джерел

1. Ващенко Ю. М. *Теорія шліфування*. К.: Наукова думка, 2010. 235 с.
2. Петренко І. О., Шевченко Т. В. Вплив температурних деформацій на точність шліфування. *Журнал технології обробки*. 2016. №5. С. 25-30.
3. Ярмоленко Л. М. *Технологія високоточних шліфувальних процесів на основі адаптивних систем управління: дис. ... канд. техн. наук*. Черкаси, 2018. 180 с.
4. Головань В. М. (ред.) *Технологічні процеси обробки матеріалів: збірник статей*. Львів: ЛНУ, 2021. 300 с.
5. Мельник С. М., Коваленко А. В. Аналіз сучасних технологій шліфування для підвищення точності обробки. *Науковий вісник*. 2022. №9. С. 45-52.
6. Доронін В. А., Іванов Ю. С. *Технологія обробки матеріалів на верстатах з ЧПК*. Харків: Фактор, 2014. 376 с.
7. Ковальчук Р. В. Цифрові двійники у машинобудуванні: методи моделювання і застосування. *Інженерія майбутнього*. 2023. №2. С. 88-95.

Нижник Я.В.
*начальник науково-дослідного відділу наукового і науково-технічного
забезпечення Центру протимінної діяльності*
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-2431-3309>

Журахов О.В.
науковий співробітник Центру протимінної діяльності
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4547-1546>

Захарченко Д.С.
*аспірант, молодший науковий співробітник
Центру протимінної діяльності*
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3009-5648>

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ ОБСТЕЖЕННЯ ТА ОЧИЩЕННЯ АКВАТОРІЙ ВІД ВИБУХОНЕБЕЗПЕЧНИХ ПРЕДМЕТІВ

Проблема розмінування водних акваторій в Україні загострилась після повномасштабного вторгнення. До залишків вибухонебезпечних предметів (далі – ВНП) Другої світової війни додалися й наслідки сучасної війни, починаючи з 2014 року. Підводне розмінування в Україні, як оперативне так і гуманітарне, повинно враховувати досвід провідних країн світу. Міжнародний досвід з гуманітарного розмінування було акумульовано в міжнародному стандарті протимінної діяльності IMAS 09.60 “Підводні обстеження та очищення від вибухонебезпечних предметів” [1].

Очевидною розбіжністю між ВНП на землі та під водою є місцезнаходження об’єктів. Вода не робить ВНП менш небезпечними; проте, вона створює бар’єр для доступу, який вимагає застосування спеціального обладнання та певних навичок (водолазних робіт) [2].

Підводні обстеження стосовно наявності ВНП складаються з двох окремих фаз: нетехнічного обстеження (далі – НТО) і технічного обстеження (далі – ТО). НТО охоплює збирання, аналізування та оцінювання інформації відносно місцевості для визначення її як імовірно підозрюваного небезпечного району чи підтвердженої небезпечної території та процесів з вилучення, зменшення чи очищення районів для їх подальшого ефективного використання без використання технічних засобів. ТО означає збирання, аналізування даних з використанням технічних засобів про наявність, тип, розподіл та розташування місць забруднення ВНП [2].

Міжнародний стандарт [1] розрізняє наступні типи платформ при обстеженні та очищенні акваторій від ВНП, а саме: водолази, буксирувальні платформи або платформи, які змонтовані на корпусі, платформи автономного підводного апарату, платформи дистанційно керованого підводного апарату та інші платформи.

Належні датчики та платформи для проведення технічних обстежень відрізняються залежно від різних ділянок; їх вибір залежить від аналізу ризиків, ефективності. Типовими датчиками обстеження є оптичні (камери), тактильні

(очі та руки водолаза), геофізичні (магнітометри) та акустичні датчики (гідролокатори, профілометри). Поєднання відповідного датчика та платформи є ключовим фактором успіху операцій технічного обстеження. Більшість платформ дозволяють використовувати різні датчики, що сприяє ефективності операцій обстеження. Після завершення технічного обстеження деталі дослідження документуються і утримуються у геоінформаційній системі для забезпечення планування очищення або зниження негативного впливу [3].

Слід враховувати, що розміри ВНП та глибина їх залягання під поверхнею дна впливає як на вибір датчика, так і на параметри його розгортання. Датчик повинен знаходитися на відстані, визначеній технічними специфікаціями, для виявлення конкретної одиниці ВНП. При виборі датчиків треба враховувати наступні фактори: підводна видимість, тип дна, глибина, течії, розмір ділянки обстеження тощо. Крок записів, швидкість обстеження і висота над поверхнею дна є важливими чинниками розгортання для геофізичних та акустичних датчиків; інші фактори, як наприклад, термоклин та галоклин, солоність та склад дна також треба брати до уваги [1].

Під час розгортання датчиків треба також враховувати точність позиціонування географічно прив'язаних даних. Технологія GPS забезпечує глобальне позиціонування з точністю приблизно від 5 м до 15 м. Є додаткові сервіси, що покращують точність GPS до метра і менше. Найбільш розповсюдженими сервісами є поправки диференційного GPS (DGPS) з використанням наземних радіо маяків або супутникової системи диференційних поправок (SBAS). До початку проведення обстеження треба визначити вимоги до точності позиціонування.

Очі та руки водолаза є найпростішими візуальними та тактильними датчиками. Проте це пов'язано з суттєвими ризиками і може відзначатися низькою ефективністю. Більш ефективним є використання оптичних засобів після застосування засобів пошуку для візуальної ідентифікації та звірення параметрів підозрілого об'єкту [1].

Геофізичне обстеження ефективне під час пошуку металевих предметів на поверхні або під поверхнею морського дна. Магнітометри та технології електромагнітної індукції виявляють металеві корпуси та компоненти ВНП. Ефективність виявлення залежить від відстані між датчиком та металевим джерелом. У районах з високою концентрацією металевих уламків ефективність геофізичного обстеження може бути обмеженою [1]. Магнітометри можуть мати конфігурацію одного датчика, масиву датчиків або бути у вигляді градієнтметра. Для ділянок, що містять ВНП з елементами кольорових металів, або ділянок, на яких магнітометр не може бути розміщений достатньо близько до дна, більш ефективним може бути інший датчик [1].

Гідролокатор бокового огляду (SSS) може бути ефективним на ділянках, що містять лише великі ВНП (наприклад, морські міни) або ВНП, що містяться в затонулих суднах. Багатопроменевий гідролокатор (або ехолот) в основному використовується для отримання даних батиметрії (вивчення рельєфу дна).

Ехолоти не потрібно використовувати так близько до морського дна, як інші датчики; це дозволяє скласти карту профілю глибин і великих підводних перешкод на ділянці перед використанням інших датчиків, які мають знаходитися близько до морського дна. Профілометр твердого дна (SBP) надає гідролокаційне зображення під морським дном. На сьогоднішній день ця технологія має обмежене застосування в процесі підводного обстеження і розмінування. SBP ефективні лише в дуже малих зонах обстеження, а самі по собі дані рідко бувають достатніми для виявлення ВНП [4].

Стрімкого розвитку набуває нова концепція підводного картографування із використанням роїв підводних дронів [5]. Замість того, щоб використовувати один дорогий підводний робот для покриття певної ділянки акваторії, можна синхронізувати сотні або навіть тисячі менших і дешевших роботів, щоб покрити ту саму ділянку за значно менший час. При цьому створення роїв підводних апаратів потребуватиме трьох ключових технологій: недорогих апаратів, недорогих датчиків і схеми навігації та управління, яка дозволить апаратам залишатися разом у певній місцевості під час збору даних [5].

Серед інших технологій, які можуть підвищити ефективність роботи автономних підводних апаратів, виділяють оптичні і високочастотні акустичні модеми (для зв'язку на малих відстанях з високою пропускну здатністю) і пакети програмного забезпечення для ситуаційної обізнаності та управління. Штучний інтелект також буде відігравати значну роль у підводній робототехніці, де він може фактично перебрати на себе роль пілота, який дистанційно керує підводним роботом і оцінює його зображення [5].

Список використаних джерел

1. Underwater Survey and Clearance of Explosive Ordnance (IMAS): IMAS 09.60 [Effective from 2014-12-01]. New York, USA: United Nations Mine Action Service (UNMAS), 2014. 14 p.
2. Дослідження стану обстеження та очищення акваторій в контексті гуманітарного розмінування (шифр “Акваторія”): звіт про НДР / Центр протимінної діяльності; наук. керівник Лаппо І.М. відп. викон. Журахов О.В. Чернігів, 2024. 196 с.
3. Протимінна діяльність. Процеси управління. Основні положення: ДСТУ 8820:2023 – На заміну ДСТУ-П 8820:2018; чинний з 2023-04-01. К.: ДП “УкрНДНЦ”, 2022. 84 с.
4. A Guide to Survey and Clearance of Underwater Explosive Ordnance. Geneva International Centre for Humanitarian Demining (GICHD). 2016. 59 pp. URL: <https://commons.lib.jmu.edu/cisr-globalcwd/1326>.
5. Advances in Underwater Robots. URL: <https://www.asme.org/topics-resources/content/advances-in-underwater-robots>.

ЦЕНТРАЛІЗОВАНЕ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ – ІННОВАЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ

Аналізуючи ситуації у секторі теплопостачання в Європі, можна побачити, що більш розвинені країни вже створили конкурентний ринок теплової енергії, а решта країн Євросоюзу рухаються у цьому напрямку.

Не дивлячись на досить прогресивне законодавство в Україні, конкуренція у сфері житлового централізованого теплопостачання не розвивалася через низку системних недоліків.

Важлива новація на ринку центрального теплопостачання, була запроваджена для виробників теплової енергії, які використовують альтернативні (природному газу) види палива. Після ухвалення Закону України № 1959 «Про внесення змін до Закону України «Про теплопостачання» щодо стимулювання виробництва теплової енергії з альтернативних джерел енергії» органи місцевого самоврядування зобов'язались встановлювати тарифи для таких виробників на рівні не меншому, ніж 90% чинного тарифу на тепло з газу для бюджетних установ та населення, а також ліцензувати таких виробників[3].

Подальшими кроками створення повноцінної конкуренції на ринку централізованого теплопостачання має стати запровадження нової моделі ринку «єдиного покупця», яка діє в більшості країн Європи та розв'язання проблеми з блокування підключення незалежних виробників теплової енергії до тепломереж.

Технічно доведено фахівцями з усього світу і як показує практика, що більш ефективним в наш час є централізовані мережі. Розрахунковий коефіцієнт корисної дії по таких мережах достатньо високий – 0,98. Однак, через втрати тепла на магістральних і розподільних трубопроводах українських тепло-електроцентралей він становить 40-45%.

На відміну від України, світ йде до центрального опалення. Наприклад, тепло, що виробляється в централізованих системах Латвії, становить – 65%, Литви – 57%, Естонії – 62%, Данії – 63%, Польщі – 53%, Швеції – 52% (проте в містах ця частка сягає 98%), Фінляндії – 50%, Ісландії – 92%. Частка в Євросоюзі наразі 13%, проте, відповідно до енергетичної стратегії ЄС до 2050 року вона має зрости до 50%. Ми рухаємось у протилежному напрямку[5].

Системи опалення на європейському ринку залучають ресурси для досягнення високої ефективності: 81% теплової енергії виробляється при використанні відходів теплової енергії від технологічних процесів, промислових підприємств і відновлювальних джерел енергії; 19% – за рахунок прямого використання біомаси та органічного палива [4].

На сьогоднішній день в країнах ЄС мають перевагу дві моделі ринку централізованого теплопостачання (ЦТ):

1. Модель «єдиного покупця». Сегмент виробництва тепла є відкритим для конкуренції, в якій приймають участь комунальні та приватні компанії.

2. Модель «відкритих тепломереж». Виробник має гарантований доступ до мережі, за умови, що він напряму продає теплову енергію своїм клієнтам в обсязі необхідного споживання.

Відповідно моделі ціноутворення на ринку ЦТ також різняться залежно від специфіки ринку: ціни встановлюються на повністю конкурентному ринку, або для централізованого теплопостачання встановлюються спеціальні ціни, щоб стимулювати його розвиток порівняно з іншими схемами теплопостачання, наприклад електроопалення (Норвегія) чи індивідуальне опалення на природному газі (Нідерланди); незалежний національний регулятор для кожної компанії відповідно до визначеної методології встановлює максимальний розмір тарифу, при цьому компанія може відступити від такого тарифу в бік його зниження (Естонія, Латвія, Литва, Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина, Болгарія, Македонія); тарифи визначаються відповідно до встановленої методології та затверджуються національним регулятором, але теплопостачальна компанія не може відійти від встановленого їй тарифу (Румунія, Україна) [1].

В наш час посилюється тенденція приватизації систем централізованого теплопостачання не тільки в країнах Центрально-Східної Європи, а також у західноєвропейських. Але питання власності не є визначальне. Робота підприємства, якість послуг, що надаються, і вартість теплової енергії переважно залежать від конкретних місцевих умов, ефективності конкуренції на місцевому ринку теплової енергії (особливо за наявності природного газу на опалення приміщень) та якості менеджменту комунальних підприємств, а не від самого типу власності. І буде кожному з нас комфортно й тепло у своїй оселі, особливо взимку, залежить від багатьох факторів, але насамперед від політики держави у сфері теплопостачання та енергоефективності.

Сьогодні в Україні тепловики загнані в глухий кут зобов'язаннями не підвищувати тарифи на тепло й гарячу воду до кінця опалювального сезону, й деякі змушені знижувати температуру теплоносія у житлові будинки. Це може призвести до того, що певна частина українців від'єднається від централізованої системи теплопостачання. Відтак у країні побільшає власників автономного опалення[2]. Однак воно далеко не завжди є кращим вирішенням проблеми. Експерти переконані, що там, де це можливо, слід зберегти централізовану систему теплопостачання. Однак її необхідно модернізувати і підсилити можливість отримувати тепло з відновлюваних джерел, а також шляхом когенерації.

Список використаних джерел

1. Гриньова В. М. Інституційні проблеми регулювання тарифів у сфері централізованого теплопостачання. *Регіональна економіка*. 2018. № 2. С. 112–120

2. Котлярова І. В., Іванова Л. П. Автономне опалення: переваги та загрози масового переходу населення. *Економіка та держава*. 2020. № 5. С. 84–88.
3. Малащенко О. А. Сучасний стан і проблеми централізованого теплопостачання в Україні. *Вісник НТУУ «КПІ». Серія: Теплоенергетика*. 2019. № 4. С. 35–40.
4. Шевченко Ю. В. Перспективи розвитку централізованого теплопостачання на основі відновлюваних джерел енергії. *Енергозбереження. Енергетика. Енергоаудит*. 2021. № 3. С. 17–22.
5. District Heating and Cooling Networks / Ed. A. Franco, F. Calise. – Basel : MDPI, 2020. 250 p. (Energies Book Series). DOI: 10.3390/books978-3-03928-588-6

СЕКЦІЯ 09. Географічні науки

Луговська О.П.

Викладач природничих дисциплін

Тульчинський фаховий коледж культури

ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ В КОНТЕКСТІ ЗМІН КЛІМАТУ В УКРАЇНІ.

У статті представлено результати просторового аналізу продовольчої безпеки України в контексті кліматичних змін із використанням сучасних геоінформаційних технологій. На основі даних дистанційного зондування Землі (ДЗЗ), кліматичних моделей та статистичних показників продовольчої безпеки визначено регіони підвищеної вразливості, сформовано картографічні моделі ризиків та запропоновано стратегічні напрями адаптації. Застосовані методи є релевантними для моніторингу та прогнозу продовольчої безпеки в умовах нестабільного клімату й можуть бути використані для підтримки прийняття рішень на регіональному та національному рівнях.

Зміни клімату дедалі більше впливають на сільськогосподарське виробництво та сталий розвиток світу. В Україні, де аграрний сектор формує близько 10 % ВВП та забезпечує роботою понад 15 % населення, зростання температури, нерівномірність опадів і екстремальні погодні явища призводять до зниження врожайності ключових культур і ускладнюють продовольчу безпеку країни [2].

Водночас застосування геоінформаційних систем (ГІС) і методів просторового аналізу дозволяє оперативно виявляти «гарячі точки» ризику, прогнозувати зміни та розробляти адаптаційні стратегії на різних просторових масштабах [1].

Мета дослідження – здійснити комплексний просторовий аналіз продовольчої безпеки України під впливом кліматичних змін та запропонувати рекомендації для посилення стійкості агросектору.

1. Джерела даних

- Дистанційні знімки Landsat-8 та Sentinel-2 (2015–2024) на платформі Google Earth Engine для оцінки динаміки використання земель [1].

- Кліматичні дані Українського гідрометеорологічного центру: температури, кількість опадів, екстремальні явища (2010–2024) [2].

- Статистика Інституту агроекології та природокористування НААН України та ДСНС: показники врожайності, площі зазнаних посухою та повеннями..

- Індекси продовольчої безпеки (Global Food Security Index) та внутрішні оцінки продовольчої доступності на регіональному рівні [5].

2. Методи просторового аналізу

- Класифікація карт покриття ґрунтів із застосуванням алгоритмів RF та GF-SG на основі часових рядів Landsat-8 (Google Earth Engine) для виявлення змін у структурі сільгоспугідь [1].

- Просторове моделювання зон ризику посухи та надмірного зволоження за допомогою QGIS та плагінів SAGA GIS з використанням кліматичних індексів SPI, SPEI [4].

- Поєднання карт урожайності та кліматичних моделей для побудови інтегрованого індексу вразливості продовольчої безпеки (VFSI – Vulnerability Food Security Index).

- Використання ArcGIS Living Atlas як приклад глобальних підходів до просторового моделювання продовольчої безпеки та адаптації на національному рівні[6].

У результаті багатос шарового просторового аналізу за індексом вразливості продовольчої безпеки (VFSI), який об'єднує показники кліматичного ризику, врожайності, доступності води та соціально-економічних чинників, вдалося виокремити три типи регіонів:

1. Зони підвищеної вразливості

- Висока вразливість ($VFSI > 0,7$) просторово концентрується в південних та південно-східних областях (Херсонська, Запорізька, Одеська), де частішають посухи та температурні рекорди [2].

- Середня вразливість ($VFSI 0,4–0,7$) охоплює степові та лісостепові регіони центральної України.

- Низька вразливість ($VFSI < 0,4$) – північні та західні області, де зволоження більш стабільне та структура агрикультури диверсифікована.

2. Динаміка агроландшафтів

- За період 2018–2024 спостерігається скорочення площ перманентних зернових культур на 5–8 % в південних регіонах через збільшення частоти посух (класифікація RF, GF-SG)[1].

- Зростання площ осушених земель у лісостепових районах за рахунок перерозподілу водних ресурсів та адаптаційних заходів.

3. Прогнозні сценарії

- За сценарієм RCP4.5 до 2035 року індекс вразливості в південних областях може зрости на 0,1–0,15 пункту без додаткових адаптаційних заходів.

○ Запровадження іригаційних систем та агролісомеліорації здатне знизити VFSI на 0,05–0,08 у найбільш уразливих зонах.

Отримані просторові моделі підтверджують високу диференціацію продовольчої вразливості в Україні. Південні регіони, де урожайність традиційних культур (пшениці, кукурудзи) вже зазнає негативного впливу підвищених температур та дефіциту опадів, потребують пріоритетних інвестицій у зрошення та кліматично стійкі сорти[7]. У той же час західні області можуть стати «буферною» зоною завдяки більшому потенціалу ґрунтів і вищій вологості.

Результати співпадають із висновками глобальних досліджень, які підкреслюють роль просторового аналізу для формування ефективних стратегій продовольчої безпеки в умовах кліматичної невизначеності. Водночас застосовані алгоритми класифікації та індекси вразливості можуть доповнюватися динамічними моделями Socio-Ecological Systems для врахування соціально-економічних факторів у майбутніх роботах.

Список використаних джерел

1. Spatiotemporal Analysis and War Impact Assessment of Agricultural Land in Ukraine Using RS and GIS Technology. *Land*, 11(10):1810, 2022. [MDPI](#)
2. Дослідження довгострокових кліматичних даних в Україні та оцінка впливу зміни клімату на рослинний покрив і врожайність. *Вісник науки URAN*, 2023. [Журнали УРАН](#)
3. Вплив зміни клімату в Україні: звіт, профінансований Посольством Великої Британії в Києві, 2021. [Міндовкілля України](#)
4. Building Climate Resilience in Agriculture and Forestry. World Bank, 2021. [World Bank](#)
5. Аналіз стану продовольчої безпеки України в контексті її забезпечення: Нац. ун-т харч. технологій, 2024. [dspace.nuft.edu.ua](#)
6. Future Global Food Security Mapping with ArcGIS Living Atlas. Esri ArcGIS Blog, 2022. [esri.com](#)
7. Climate-Smart Agriculture for Ukraine: Winter Wheat Breeding for Food Security and Climate Resilience. USGS, 2024. [USGS](#)

СЕКЦІЯ 13. Педагогічні науки

Білецька Н.В., д.е.н., професор

Соляніченко М.О., к.т.н, доцент

Мазуркевич О.П., к.культурології, доцент

Осійський Ю.О., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ У ВИЩІЙ ОСВІТІ: ВИКЛИКИ, ТЕНДЕНЦІЇ ТА ШЛЯХИ ПОДОЛАННЯ

Проблема гендерної нерівності й надалі залишається однією з актуальних не лише для України, а й для світового співтовариства. Незважаючи на численні декларації про рівні права, на практиці жінки та чоловіки не завжди мають однаковий доступ до можливостей, зокрема у сфері вищої освіти. При цьому важливо розглядати не лише питання доступу до навчання, а й участі жінок у прийнятті управлінських рішень, науковій діяльності та кар'єрному просуванні в академічному середовищі.

Гендерна рівність у вищій освіті – складна, недостатньо досліджена тема, яка часто зводиться лише до аналізу змісту освітніх програм. Значно рідше увага приділяється формам та практикам навчання, а тим більше – розгляду освіти як гендерованого інституту. Освіта, зокрема вища, відтворює і підтримує усталені моделі розподілу влади, які, своєю чергою, впливають на формування академічної ієрархії, систему оцінювання, кадрову політику тощо.

Гендерний аналіз українського суспільства дозволяє ідентифікувати низку проблемних зон, які потребують комплексного реагування з боку державних органів, громадських організацій та самих закладів освіти. Уперше на міжнародному рівні ці питання були зафіксовані ще у 1995 році під час IV Всесвітньої конференції ООН зі становища жінок у Пекіні. Однією з таких проблемних сфер була визнана саме освіта – фундамент для соціального становлення, самореалізації та подальшого професійного розвитку особистості.

На перший погляд, в українській системі освіти, де переважна частина працівників – жінки, може здатися, що гендерна рівність забезпечена. Однак за кількісною перевагою криється якісна диспропорція: наявна як горизонтальна сегрегація (концентрація жінок у певних "традиційно жіночих" спеціальностях), так і вертикальна – різке зменшення частки жінок на керівних, адміністративних і наукових позиціях. Здобуття вчених ступенів та просування по академічній кар'єрі відбувається з нерівномірною участю жінок: якщо серед здобувачів рівня бакалавра вони становлять близько 76 %, то серед докторів наук – лише третину.

Дослідження показують, що реальна причина гендерної нерівності – не в обсягах роботи чи рівні професійної зайнятості. За кількістю навчальних годин, навантаженням із перевірки робіт, науковою діяльністю чи адміністративною роботою жінки не поступаються чоловікам. Більше того, у деяких аспектах –

наприклад, підготовці до занять – жінки витрачають трохи більше часу. Проте ці зусилля не завжди трансформуються у кар'єрне зростання чи управлінський вплив, що свідчить про системну упередженість.

В Україні питання гендерної рівності у вищій освіті часто вирішується на формальному рівні, через декларації або теоретичні підходи, не маючи реального практичного наповнення. Натомість у країнах Європи реалізація політики подолання гендерних перекосів відбувається на системному рівні. Наприклад, у Великобританії функціонує програма Athena SWAN, яка допомагає університетам долати гендерну нерівність у галузях STEM (наука, технології, інженерія, математика, медицина). Програма не лише визнає існуючі бар'єри, а й пропонує конкретні інструменти для зміни внутрішньої академічної культури.

Athena SWAN ґрунтується на шести ключових принципах, зокрема:

- необхідність змін на всіх рівнях управління;
- трансформація установчих культур і моделей лідерства;
- подолання системних бар'єрів, що заважають жінкам просуватись по кар'єрних сходах;
- боротьба з відтоком жінок із науки через нестабільні умови працевлаштування;
- забезпечення гендерної справедливості при прийнятті рішень;
- створення умов для рівного доступу до ресурсів та можливостей.

У Швейцарії деякі університети запровадили курс «Гендерна політика» як обов'язкову складову освітніх програм, що формує гендерно-чутливу свідомість студентів. У Франції з 2013 року в навчальних програмах для дітей шкільного віку активно впроваджуються елементи теорії гендеру – як частина державної політики боротьби зі стереотипами.

Міжнародний досвід доводить: ефективна гендерна політика в освіті повинна починатися не з університету, а з початкової школи. Саме в ранньому віці закладаються основи світогляду, поведінкових моделей і уявлень про ролі жінок і чоловіків у суспільстві. Гендерне виховання має бути частиною не лише формального навчального процесу, але й неформальної освіти – у вигляді дискусій, рольових ігор, аналізу життєвих ситуацій. Такий підхід сприятиме глибшому розумінню проблематики, формуванню критичного мислення й недопущенню дискримінаційних моделей поведінки.

Інтеграція гендерних курсів у програми українських ЗВО може стати дієвим інструментом формування толерантного освітнього середовища, що стимулює рівність, повагу та інклюзивність. У довгостроковій перспективі це сприятиме професійному розвитку жінок, зниженню рівня дискримінації, підвищенню якості управлінських рішень і загальному розвитку академічної сфери.

Таким чином, подолання гендерної нерівності у вищій освіті – не лише питання прав людини, а й стратегічна необхідність для модернізації українського суспільства. Державна політика в цій сфері повинна передбачати не лише ініціативи, а й системний контроль за їх реалізацією, формування

механізмів підтримки та зміну суспільного сприйняття ролі жінок у науці, освіті та лідерстві.

Список використаних джерел

1. Гендерна рівність. URL : <https://stsaltiv.gov.ua/useful-info/genderna-rivnist> (дата звернення: 27.03.2025).
2. Левченко К.Б. До проблеми конкретно-історичного характеру категорії «гендерна рівність». Український соціум. 2005. № 1 (6). С. 26–30.

ГУРЕВИЧ Роман Семенович
*доктор педагогічних наук, професор,
дійсний член (академік) НАПН України, директор
Наукового інституту аспірантури і докторантури
Вінницький державний педагогічний
університет імені Михайла Коцюбинського*

ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ ПЕДАГОГІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ОСВІТИ

Сучасний рівень розвитку інформаційного суспільства базується на активному використанні цифрових технологій, що спонукає до модернізації професійної підготовки фахівців з урахуванням концепції цифровізації освіти, яка постає імперативом реформування освітньої галузі, головним і першочерговим завданням її ефективного розвитку. Трансформація нашого суспільства змінює уявлення і про здобуття якісної сучасної освіти. На наш погляд, зважаючи на поступове оцифрування освітніх процесів, однією з актуальних проблем, що є у вітчизняній освітній системі, є недостатня матеріально-технічна база українських закладів освіти, через що певною мірою гальмується послідовне впровадження в навчальний процес інформаційно-цифрових технологій. Варто зазначити, що уповільнює цей процес недостатня підготовка викладачів і студентів до роботи у форматі змішаного (гібридного) цифрового навчання, а саме: низька технічна компетентність учасників навчального процесу, що пов'язана з проблемами в опануванні нових технологій і низькою готовністю до їх використання в навчанні.

Інформаційне суспільство рухається у світ, де комп'ютери будуть настільки розумними, що зможуть виконувати рутинну частину роботи, а людям потрібно буде виконувати та культивувати те, що можуть саме вони, до прикладу, емоційний інтелект. Уже зараз комп'ютери здатні виконувати творчу, дослідницьку, інтелектуальну роботу. Очевидно, що в контексті цифровізації, швидко змінюється підхід до програмування як складової цифрової грамотності.

Цифровізація – насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір.

Цифрові технології – будь-який продукт, який можна використовувати для створення, перегляду, розповсюдження, модифікації, зберігання, пошуку, передачі й одержання інформації в електронному вигляді в цифровій формі. До прикладу, персональні комп'ютери та пристрої (настільний персональний комп'ютер, ноутбук, нетбук, планшетний комп'ютер, смартфони, ігрові консолі, медіаплеєри, зчитувачі електронних книг тощо), цифрове телебачення, роботи [3, с.30].

Дослідження робіт сучасних науковців (яких Ви бачите на слайді) показало, що питання інформатизації та цифрової трансформації освіти знаходяться в полі їхнього зору за такими напрямками: проблеми розвитку та впровадження цифрових технологій, заходи цифрової трансформації освіти; цифровізація ЗВО, вивчення компонентів цифрових технологій, етапи їх запровадження, систематизація міжнародного досвіду; впровадження цифровізації освіти в Україні.

Дослідники В. Биков, О.Буров, А. Гуржій, Л. Лупаренко, С. Литвинова, Ю. Носенко, В. Олійник, О. Спірін, А. Сухіх, М. Мар'єнко, Р. Шарп, А. Яцишин та ін., вивчають проблеми розвитку та впровадження цифрових технологій, пропонують заходи цифрової трансформації освіти; науковці О. Буйницька, Л. Варченко-Троценко, Б. Грицеляк, В. Кухаренко, О. Пінчук, С. Семеріков та ін., аналізують цифровізацію ЗВО, виокремлюють компоненти цифрових технологій, етапи їх запровадження, систематизують міжнародний досвід уведення в освітній процес, наводять порівняльний аналіз наявних рішень за кордоном; С. Литвинова досліджує цифровізацію закладів загальної середньої освіти; Ю. Гаруст, Р. Гуревич, М. Кадемія, В. Кобися, В. Сухонос, А.Я. Шевцов, Л. Шевченко та ін., розглядають цифровізацію освіти в Україні. Проте, формування цифрової грамотності і цифрової компетентності на основі сучасних цифрових технологій дослідженні не достатньою мірою.

Цифрові технології нині виступають у ролі високотехнологічного засобу комунікації, інструменту розвитку українського цифрового освітнього простору, сприяють підтримці співробітництва та творчості, оволодіння навичками, необхідними для життя в оцифрованому світі. Цифрові медіаплатформи, тексти та технології набирають популярності в освіті, оскільки полегшують і підтримують сучасні гнучкі освітні можливості для здобувачів освіти, дозволяють використовувати різні методи, що ставлять їх і педагогів до центру мережного соціального світу. В умовах позиціонування інтернету не просто технологією, а джерелом розвитку, культури, що породжує нові форми діяльності, культурної практики, феноменів, знань і сенсу, критично важливою та незаперечною необхідністю є «цифрова грамотність». Проте темпи комп'ютеризації та диджиталізації досить сильно випереджають «цифрові вміння та навички» здобувачів освіти. Нині активно порушується питання підвищення цифрової грамотності всього населення. Особливо це стосується здобувачів освіти, як найактивніших користувачів інтернету [1].

Огляд чисельних наукових джерел із питань глобалізації та інформатизації освітнього процесу, використання ІКТ у професійній підготовці та цифровізації освіти показав, що поняття цифрової грамотності (digital literacy) широко застосовується в українській і зарубіжній педагогіці. На початку ХХІ століття була сформульована концепція «цифрової грамотності» як системи когнітивних, соціальних і технічних навичок, що гарантують якісне існування людини в інформаційному середовищі. Надалі цифрова грамотність стала розглядатися як складніше поняття, що характеризується комплексом складових, серед яких:

- комп'ютерна грамотність як ефективне використання електронних пристроїв і програмного забезпечення;
- інформаційна грамотність – навички самостійного пошуку, аналізу, критичного осмислення інформаційних даних;
- компетентне користування соціальними медіа;
- використання мережних технологій з розумінням основ мережної безпеки та стандартів нетикету [2].

Сучасне розуміння цифрової грамотності обов'язково містить екологічне ставлення до цифрових технологій як особливого середовища життя людини, вимагає дотримання норм гігієни та відповідальності користувача. Цифрова грамотність залежить від сформованості трьох типів навичок:

- навички взаємодії з комп'ютером та іншими пристроями, за допомогою яких можна увійти в мережу або створювати цифрові артефакти;
- навички взаємодії із програмним забезпеченням, які забезпечують можливість роботи з контентом;
- універсальні навички роботи з цифровими технологіями, зокрема конструювання, розроблення цифрового онлайн або оф-лайн середовищ [3, с.31].

Цифрова грамотність поєднує в собі кілька типів грамотності. Перший тип – це, звичайно ж, те, що називають комп'ютерною грамотністю (взаємодія людини і комп'ютерних технологій, в сукупності з програмним забезпеченням). Інший тип – це інформаційна грамотність, що передбачає здатність оволодівати інформацією й ефективно використовувати її в загальному масиві перенасичених даних (вміння її групувати, транслювати, зчитувати, зберігати, архівувати та використовувати інформацію у визначений момент). Третій тип цифрової грамотності – мережна грамотність, яка пов'язується з розумінням того, що сучасне суспільство розвивається в умовах мережної спільноти. З одного боку, це мережне співтовариство, яке описували ще соціологи в доінформаційну епоху, з іншого боку, – сигнал про те, що ми всі живемо в активному використанні інформаційних мереж, у ситуації постійної інтерактивної взаємодії. Нарешті, четвертий тип грамотності, який теж вкладається у поняття «цифрова грамотність», – це грамотність, пов'язана з роботою в соціальних медіа.

Нині є значний розрив між середовищем закладу освіти і тим середовищем, в якому діти звикли жити вдома. Справа не лише в оснащеності

комп'ютерами та цифровими лабораторіями, а й у готовності педагогів до використання цифрових засобів комунікації. Важливо не розділяти цифрове середовище між закладом освіти та домом, а скорочувати цей розрив.

Цифрова грамотність включає цілу низку навичок і вмінь, які можна згрупувати у вигляді семи елементів:

- медіаграмотність – уміння критично сприймати і творчо переосмислювати академічні та професійні комунікації в різних засобах масової інформації;

- інформаційна грамотність – уміння знаходити, інтерпретувати, оцінювати, управляти інформацією й обмінюватися нею;

- ІКТ-грамотність – уміння приймати, адаптувати та використовувати цифрові пристрої, додатки і послуги;

- комунікації та співпраця – уміння використовувати цифрові мережі для навчання і проведення досліджень;

- цифрові стипендії – участь в нових академічних, професійних і дослідницьких практиках, які базуються на цифрових системах;

- навички навчання – уміння вчити й ефективно вчитися у формальних і неформальних багатих технологіями середовищах;

- кар'єра і стиль управління – уміння управляти цифровою репутацією й ідентифікацією в мережі інтернет [3, С.32].

Система освіти в Україні має бути побудована таким чином, щоб підготувати до цифрового майбутнього достатню кількість грамотних користувачів ІКТ, що володіють необхідними нині компетенціями. Цифровізація системи освіти не може обмежитися створенням цифрової копії звичних підручників, оцифруванням документообігу та наданням усім закладам освіти доступу до швидкісного інтернету. Змінюється сам підхід, чому та як навчати. ЗВО нині несуть відповідальність за «перетворення» своїх студентів на активних «цифрових громадян», що, в свою чергу, потребує оновлення змісту навчальних програм, підвищення професійного розвитку викладачів для надання студентам відповідних послуг і ресурсів. Тому проблема підвищення цифрової грамотності майбутніх фахівців є вкрай актуальною. Впровадження цифрових технологій дозволить підвищити рентабельність системи освіти. Інвестування у цифрові навички студентів і співробітників навчальних, дослідницьких та управлінських організацій приносить особисті й організаційні переваги.

Поняття «цифрова грамотність» як інструмент інформаційної діяльності вийшло за рамки вміння тільки використовувати комп'ютер і служить каталізатором розвитку, тому що сприяє самоосвіті та набуття важливих життєвих навичок громадянина інформаційного суспільства, споживача електронних послуг. Вона нерозривно пов'язана з інформаційною грамотністю – вмінням формулювати інформаційну потребу, запитувати, шукати, відбирати, оцінювати й інтерпретувати інформацію, в якому б вигляді вона не була представлена. Компонентом цифрової грамотності є й управлінська інформація,

що надається здобувачам освіти та використовувана ними в приватному житті, коли вони вступають в онлайн-спільноти і працюють з різними мережами.

Ми підтримуємо думку О. Романовського про те, що трансформація освітнього середовища вимагає підвищення цифрової грамотності та вдосконалення цифрових компетенцій викладачів ЗВО. Такий підхід дозволяє визначити рівні оцінки необхідних умов побудови цифрового освітнього процесу в професійно-технічній освіті.

В. Биков зазначає, що важливим елементом розвитку цифрової грамотності та формування цифрової компетентності здобувачів освіти є проведення на регулярній основі досліджень та здійснення пілотних проєктів для пошуку, апробації і відпрацювання концептуально нових педагогічних технологій, що переважно базуються на ІКТ. Він підкреслює, що дослідження та проєкти повинні мати на меті не тільки розв'язання проблем, пов'язаних з традиційними підходами під час застосування цифрових технологій, а й розроблення питань створення і впровадження в освітню практику новітніх навчальних курсів, поява яких стала можливою завдяки використанню сучасних цифрових технологій.

Структура цифрової компетентності включає п'ять компонентів: знання; вміння та навички; мотивація; відповідальність (що включає, зокрема, безпеку). Кожний із компонентів може реалізовуватися в різноманітних сферах діяльності в інтернеті різною мірою (робота з контентом, комунікація, технічна сфера, споживання).

Відповідно до цього виокремлено чотири види цифрової компетентності:

1) інформаційна та медіа-компетентність – знання, вміння, мотивація та відповідальність, пов'язані з пошуком, розумінням, організацією, архівуванням цифрової інформації та її критичним осмисленням, а також із створенням інформаційних об'єктів із використанням цифрових ресурсів (текстових, образотворчих, аудіо та відео);

2) комунікативна компетентність – знання, вміння, мотивація та відповідальність, необхідні для різних форм комунікації (електронна пошта, чати, блоги, форуми, соціальні мережі й ін.) та з різними цілями;

3) технічна компетентність – знання, вміння, мотивація і відповідальність, що дозволяють ефективно і безпечно використовувати технічні та програмні засоби для розв'язання різних завдань, у тому числі використання комп'ютерних мереж, хмарних сервісів тощо;

4) споживча компетентність – знання, вміння, мотивація і відповідальність, що дозволяють розв'язувати за допомогою цифрових пристроїв та інтернету різні повсякденні завдання, пов'язані з конкретними життєвими ситуаціями, що передбачають задоволення різних потреб.

До перспектив подальших досліджень відносимо: використання інтернету речей, віртуальної та доповненої реальностей, блок-чейну, чат-ботів та інших застосунків цифрових технологій у формуванні цифрової грамотності і цифрової компетентності не лише в учнів гімназій і ліцеїв, а й у студентів коледжів і вищої освіти, а також в освіті дорослих.

Список використаних джерел

1. Биков В.Ю. Моделі організаційних систем відкритої освіти: монографія. Київ : Атіка, 2009. 648 с.
2. Гуржій А.М., Лапінський В.В. Електронні освітні ресурси як основа сучасного навчального середовища загальноосвітніх навчальних закладів. *Інформаційні технології в освіті*. 2013. № 15.
3. Гуревич Р. С., Опушко Н. Р. Цифровізація підготовки майбутніх учителів: досвід Німеччини. *Цифрова компетентність сучасного вчителя НУШ*: Зб. матер. наук.-практ. семінару / За ред. О.В. Овчарук. Київ: ПТ і ЗН НАПН України. 2020, С. 29-34.

Ілійчук Л.В.

*к.пед.н., доцент кафедри початкової освіти та освітніх інновацій
Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника*

ОПТИМІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ПОЧАТКОВИХ КЛАСІВ У СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Трансформаційні процеси, що відбуваються у системі вищої педагогічної освіти України в умовах її модернізації та інтеграції у європейський освітній простір, актуалізують необхідність переосмислення теоретико-методологічних засад професійної підготовки майбутніх учителів початкових класів. Безумовно, що забезпечення високої якості підготовки педагогічних кадрів є системоутворювальним чинником сталого розвитку національної освітньої системи, що набуває особливого значення в умовах реалізації положень Концепції Нової української школи, орієнтованої на компетентнісний підхід, дитиноцентризм, інклюзивність освітнього середовища, партнерську взаємодію суб'єктів освітнього процесу. Це обумовлює потребу в удосконаленні змісту, форм, методів і технологій професійної підготовки майбутніх учителів, орієнтованих на досягнення високих стандартів якості освіти [2]. У цьому контексті особливої актуальності набуває дослідження шляхів оптимізації процесу професійного становлення фахівців педагогічних спеціальностей. Йдеться про необхідність розробки якісних освітніх програм, удосконалення організаційно-педагогічних умов та методологічного інструментарію підготовки педагогів нового покоління, здатних до рефлексивного аналізу власної діяльності, мобільності й адаптивності до швидких змін у галузі освіти.

Розвиток теорії оптимізації освітнього процесу зумовлений об'єктивними суспільними потребами, що постійно виникають у контексті підвищення якості підготовки фахівців. Оптимізація розглядається як необхідна умова підвищення ефективності діяльності закладів освіти, які виконують складне й відповідальне завдання формування конкурентоспроможних фахівців на ринку праці. Сучасні вимоги до професійної підготовки майбутніх учителів початкових класів передбачають не лише трансформацію змісту освіти, а й удосконалення

освітнього процесу із урахуванням принципу оптимальності й системного підходу, що сприяє активізації ролі здобувача вищої освіти як самостійної організуючої системи, здатної до саморегуляції й саморозвитку. Професійний розвиток педагога зумовлюється не лише сформованістю професійно значущих якостей, а й рівнем внутрішньої організації особистості.

Оптимізація освітнього процесу є підґрунтям для побудови ефективної освітньої системи, що охоплює такі ключові напрями: проектування оптимальної структури й функціональних елементів системи освіти, визначення найбільш доцільних шляхів її розвитку, розробку ефективних механізмів оцінювання, регулювання та управління якістю освітнього процесу. Такий підхід дозволяє не лише підвищити якість підготовки фахівців, а й забезпечити адаптивність освітньої системи до сучасних швидко змінюваних вимог ринку праці. З огляду на це, оптимізація розглядається не як самостійний процес, а як характеристика кінцевих рішень, що спрямовані на досягнення якості освіти, й передбачає інтеграцію педагогічних, організаційних і управлінських складників задля формування конкурентоспроможних фахівців початкової освіти.

У контексті методологічного забезпечення професійної підготовки майбутніх учителів початкових класів надзвичайно важливим є впровадження чіткої ціннісної ієрархії, яка б відображала мету освіти та соціально-рольові орієнтири внутрішньоуніверситетського освітнього середовища. В умовах, коли на державному рівні ключовою цінністю проголошена особистість, логіка побудови освітнього процесу визначає пріоритетність ціннісних орієнтацій. Відтак першочерговим пріоритетом виступає особистісний розвиток здобувача освіти, формування у нього здатності до самовизначення, самореалізації й ефективного функціонування в соціокультурному й професійному середовищі. З огляду на це, університет має забезпечувати необхідні умови для розкриття потенціалу кожної особистості, залучення до національних і загальнолюдських цінностей, становлення моральних і гуманістичних орієнтирів. Другим компонентом зазначеної ієрархії є професіоналізація, що передбачає формування готовності у майбутніх фахівців до включення в професійно-рольову взаємодію. У цьому розумінні освітня установа покликана сприяти усвідомленню здобувачами вищої освіти сутності майбутньої професійної діяльності, її соціального значення, функціонального наповнення та вимог до суб'єкта педагогічної праці, забезпечити засвоєння ефективних стратегій і моделей професійної поведінки. На третьому рівні розташовується спеціалізація, яка полягає в засвоєнні фахівцями професійно спрямованих знань, способів дій, технологій планування та організації освітнього процесу. Відтак університетська підготовка має бути орієнтована на глибоке інтеріоризування професійних умінь і навичок, що формують операційну структуру педагогічної праці, створення можливостей для закріплення та апробації ефективних способів професійної діяльності [1, с. 119].

Отже, оптимізація професійної підготовки майбутніх учителів початкових класів розглядається як багатоаспектна педагогічна стратегія, що дозволяє підвищити ефективність освітнього процесу, гармонізувати взаємодію суб'єктів

навчання та створити передумови для сталого розвитку педагогічної освіти в контексті її відповідності викликам сучасності. Оптимізація охоплює проектування змісту, структури та логіки професійної підготовки, формування ціннісно-світоглядних основ педагогічної діяльності, розвиток здатності до самостійного прийняття рішень і творчої реалізації особистості у житті та професійному становленні, що є необхідною умовою якісної освіти.

Список використаних джерел

1. Семиченко В. А. Проблеми і пріоритети професійної підготовки. *Педагогічний дискурс*. 2007, Вип. 1. С. 119–127.
2. Tsiuniak O., Ilichuk L., Riznyk V., Kondur O. Professional values of a modern teacher as the basis for ensuring the quality of education during war conditions. *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2024. Vol. 11. № 3. С. 68–74. DOI: <https://doi.org/10.15330/jpnu.11.3.68-74>

Ільніцька Ю.Б.

*викладач кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-
облікових дисциплін*

Вінницький кооперативний інститут

ІНТЕГРАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНИХ ОСВІТНІХ ПРАКТИКАХ

Сучасний освітній процес зазнає значних змін під впливом технологічного прогресу, серед яких штучний інтелект (ШІ) відіграє все більш важливу роль. Викладачам необхідно не лише розуміти принципи роботи ШІ, але й ефективно використовувати його для оптимізації освітнього процесу, розробки навчальних матеріалів та всебічної підтримки студентів. Ця стаття має на меті надати викладачам знання та практичні навички для успішної інтеграції ШІ в їхню педагогічну діяльність.

1. ШІ як інструмент викладача

Впровадження ШІ в освіту передбачає різні рівні взаємодії, кожен з яких має свої особливості та застосування. Важливо підходити до використання ШІ систематично, враховуючи конкретні навчальні цілі, етичні аспекти та академічні стандарти.

Коли варто використовувати ШІ:

- Для обробки великих обсягів даних, коли людські ресурси обмежені.
- Для узагальнення інформації, зберігаючи при цьому низький ризик помилок.
- Для адаптації матеріалів під різні рівні навчання.
- Як відправну точку для подальшої роботи, що потребує творчого внеску викладача.

- Для отримання різних точок зору або допомоги в аналізі контексту.
- Для забезпечення варіативності у навчальних матеріалах.
- При роботі з дослідженнями або кодуванням.
- Для прогнозування реакції аудиторії.
- Для автоматизації рутинних завдань.
- Для отримання альтернативної думки.
- У завданнях, які ШІ виконує краще за людину.

Коли не варто використовувати ШІ:

- Для глибокого вивчення та синтезу нових ідей.
- Коли потрібна висока точність.
- Якщо зусилля, витрачені на виконання завдання, є важливим елементом освітнього процесу.

- Якщо викладач не може повною мірою оцінити можливі помилки ШІ.

2. Рівні інтеграції ШІ в освітній процес

Ефективна інтеграція ШІ в освіту передбачає вибір оптимального рівня взаємодії, який варіюється від повної заборони до повноцінного партнерства.

- Повна заборона ШІ: Використовується у випадках, коли необхідно оцінити індивідуальні знання та навички студента без будь-якої допомоги.
- Генерування та структурування ідей за допомогою ШІ: ШІ виступає інструментом для мозкового штурму, організації думок та генерування початкових ідей.
- Редагування за допомогою ШІ: ШІ використовується для покращення вже створеного студентом контенту.
- Виконання елементів завдань з критичним оцінюванням: ШІ виконує частину завдання, але результати підлягають критичному аналізу та оцінці з боку студента.
- Повне використання ШІ як партнера: ШІ виступає повноцінним партнером в освітньому процесі, розширюючи можливості викладача та студента.

Вибір конкретного рівня інтеграції ШІ залежить від цілей навчання, типу завдання та очікуваних результатів.

3. Особливості ефективної роботи з ШІ

Успішне використання ШІ в освіті вимагає від викладача розуміння особливостей цієї технології.

- Розуміння природи ШІ: важливо пам'ятати, що ШІ не «розуміє» інформацію так, як людина, а оперує статистичними закономірностями.
- Поступове знайомство з ШІ: не варто намагатися опанувати всі інструменти ШІ одночасно; краще почати з кількох, найнеобхідніших.
- Принцип 80/20: зосередьтеся на 20% функцій ШІ, які забезпечують 80% необхідних результатів.
- Використання безкоштовних версій: для багатьох завдань достатньо безкоштовних версій ШІ-інструментів.
- Цільове вирішення проблем: використовуйте ШІ для розв'язання конкретних педагогічних задач.

- Створення банку промптів: Зберігайте ефективні запити для повторного використання.

4. ШІ для створення та адаптації навчальних матеріалів

ШІ може стати цінним помічником у розробці різноманітних навчальних матеріалів.

- Покращення структури курсу: ШІ допомагає аналізувати, оптимізувати та персоналізувати структуру навчальних матеріалів.

- Створення текстового контенту: ШІ генерує різноманітні типи завдань (тести, ситуаційні завдання, відкриті питання) та довідкові матеріали (глосарії, конспекти, інструкції).

- Створення візуального контенту: ШІ спрощує розробку зображень, презентацій та інших візуальних матеріалів. Інструменти для генерації зображень: Gemini від Google, DALL-E (OpenAI), Midjourney, Canva AI, Napkin (інфографіка та діаграми), Gamma, Gemini (інтегрований у Google Slides), Canva Magic Media (створення відеоконтенту), Pika Labs, Vidnoz AI та інші.

Штучний інтелект відкриває нові перспективи для освіти, надаючи викладачам потужні інструменти для оптимізації освітнього процесу та створення якісних навчальних матеріалів. Ефективне використання ШІ вимагає від викладачів глибокого розуміння його можливостей та обмежень, а також готовності до постійного навчання та адаптації до нових технологій.

Список використаних джерел

1. Артюхов, А., Наволокіна, А. (2025). Штучний інтелект: (не)обмежені можливості в освіті. Київ, МСУ. 52 с.

2. Furze, L., Perkins, M., Roe, J., & MacVaugh, J. (2024). The AI Assessment Scale (AIAS) in action: A pilot implementation of GenAI-supported assessment. *Australasian Journal of Educational Technology*, 40(4), 38-55. <https://surl.li/ljkpru>

3. Generation AI: Navigating the opportunities and risks of artificial intelligence in education. (18 вересня 2024). UNESCO.

4. Tammets, K., & Ley, T. (2023). Integrating AI tools in teacher professional learning: a conceptual model and illustrative case. *Frontiers in Artificial Intelligence*,

5. Kirtikar, A. (22 січня 2025). 11 ways Google AI can help educators and students in 2025. Google. <https://surl.li/qijirh>

6. Sinha, S. (2025, January 22). New Google education tools for 2025. Google. <https://surl.li/cc/cphfkj>

7. Alster, K. (13 березня 2025) AI in Education: Use Cases, Challenges & Tools. <https://surl.li/skhhyu>

ВИКОРИСТАННЯ ЧАТ-БОТІВ (CHATGPT ТА ІНШИХ) У ПІДГОТОВЦІ ДО НМТ З АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

Сучасні цифрові технології дедалі активніше впроваджуються в освітній процес, особливо у підготовку до національного мультипредметного тесту (НМТ). Одним із найактуальніших інструментів сьогодення стали чат-боти на основі штучного інтелекту, зокрема ChatGPT, YouChat, Bing AI та інші. Вони здатні надавати миттєві відповіді, пояснювати правила, створювати вправи, перевіряти тести та моделювати живе мовне спілкування.

Мета дослідження – проаналізувати ефективність використання чат-ботів для підготовки до НМТ з англійської мови, їхні переваги, обмеження та практичне застосування в навчанні.

ChatGPT – один із найпопулярніших AI-інструментів, здатний імітувати діалог англійською мовою, генерувати письмові відповіді, пояснювати граматичні правила, а також перевіряти рівень знань учнів. Студенти можуть запитувати роз'яснення, створювати тестові завдання, писати есе, отримувати поради щодо покращення мовлення.

Переваги ChatGPT у підготовці до НМТ:

- Індивідуалізоване навчання: студент отримує відповіді на свої конкретні запитання.
- Імітація Speaking Part: чат-бот може вести діалог за темами НМТ.
- Швидке повторення граматики: миттєві пояснення часів, умовних речень, пасивного стану тощо.
- Створення варіативних тестів: бот може згенерувати вправи різного рівня складності.
- Перевірка письма: учень може надіслати своє есе й отримати зворотній зв'язок щодо граматики, лексики, структури.

YouChat та Bing AI також пропонують аналогічні можливості, але з різними інтерфейсами та джерелами. Bing AI, зокрема, інтегрується з пошуком Microsoft, що дозволяє шукати приклади мовного вжитку з реальних джерел.

Обмеження:

- Не завжди коректні відповіді: чат-боти можуть помилятися або давати надто спрощені пояснення.
- Відсутність емоційного зв'язку: ШІ не замінює живого вчителя.
- Потрібне критичне мислення: учень має перевіряти отриману інформацію, порівнюючи її з іншими джерелами.
- Обмеження безкоштовного використання: деякі функції доступні лише в платних версіях.

Практичне застосування:

- Використання чат-ботів на онлайн-уроках як віртуального репетитора.
- Домашні завдання з перевіркою через ChatGPT.
- Симуляція speaking частини у форматі «учень – бот».
- Групова робота над вправами, створеними штучним інтелектом.

Загалом, чат-боти не є заміною вчителя, але можуть стати ефективним інструментом для самоосвіти, особливо у підготовці до НМТ. Вони підвищують мотивацію, залученість та дозволяють практикувати англійську мову в будь-який час.

З розвитком технологій очікується подальше вдосконалення ІІІ-помічників, що дозволить зробити підготовку до іспитів ще більш ефективною, індивідуалізованою та цікавою для студентів.

Список використаних джерел

1. ChatGPT by OpenAI — <https://chat.openai.com>
2. You.com (YouChat) — <https://you.com>
3. Microsoft Bing AI — <https://www.bing.com/new>
4. Kaplan (2023). "AI Tools in Test Preparation: A Modern Approach". Education and Technology Review, 18(2), 43–57.
5. Brown, T. (2022). "AI and Language Exams: Potential and Pitfalls". ELT Research Journal, 12(1), 19–33.

Крутоус Т. П.,
к.п.н., доцент кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-облікових дисциплін
Крутоус О. М.,
викладач кафедри фінансових, комерційно-технологічних
дисциплін та готельно-ресторанного обслуговування
Вінницький кооперативний інститут

ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У сучасному світі стрімкий розвиток цифрових технологій визначає нові вектори змін у всіх сферах суспільного життя, і освіта не є винятком. Особливе місце серед цих інновацій займає штучний інтелект (ІІІ), який поступово стає невід'ємною частиною освітнього процесу закладів вищої освіти. Впровадження ІІІ відкриває унікальні можливості для навчання, підвищення ефективності викладання, розширення доступу до освітніх ресурсів та оптимізації управлінських процесів. Разом із тим постають нові виклики, пов'язані з етичними аспектами використання технологій, необхідністю розвитку цифрової компетентності та модернізації освітньої інфраструктури. У цьому контексті надзвичайно важливим є глибоке осмислення особливостей інтеграції штучного інтелекту в систему вищої освіти, визначення його потенційних переваг і ризиків для викладачів. Нині викладачі мають вміти

розробляти різні навчальні курси, створювати цифрові курси та готувати відповідні навчальні матеріали.

Мета: аналіз особливостей впровадження штучного інтелекту в освітній процес закладу вищої освіти на прикладі використання інструментів Gamma; визначення їхнього потенціалу для персоналізації навчання, автоматизації освітніх процесів та підвищення ефективності академічної діяльності студентів і викладачів.

Одним із актуальних і поширених напрямів використання цифрових технологій у навчальному процесі ЗВО є навчальні презентації. Для створення презентацій існує безліч програм. Наприклад, Power Point, Google Slides, Canva, Keynote, Prezi, Piktochart, SlideDog. Найпопулярнішою серед викладачів ЗВО є програма PowerPoint, яка входить до пакета прикладних програм Microsoft Office. Однак, ми хочемо звернути вашу увагу на новітню платформу для презентацій з використанням штучного інтелекту.

Gamma – це інноваційний інструмент на основі штучного інтелекту, який дозволяє швидко створювати презентації, документи та візуальні матеріали без потреби в традиційному дизайні слайдів. Він допомагає користувачам структурувати інформацію, автоматично підбирати візуальні елементи, адаптувати контент під аудиторію і формат подачі. Gamma особливо корисний для викладачів і студентів, надає можливість швидко і якісно оформити навчальні матеріали або результати досліджень.

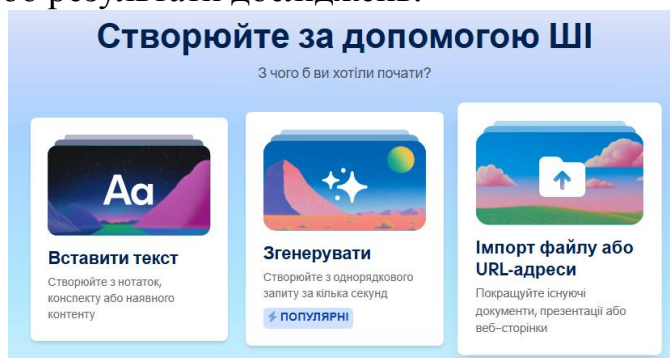


Рис. 1. Інтерфейс Gamma

Переваги використання Gamma у викладанні:

1. Швидкість створення навчальних матеріалів. Допомагає викладачам економити час та зусилля на створення презентацій, що підвищує їх продуктивність.

2. Висока якість візуалізації. Створення професійних графіків, схем і таблиць без потреби в спеціальних навичках дизайну.

3. Адаптивність і персоналізація дозволяє адаптувати презентації під потреби та особливості конкретного класу. Легко змінювати матеріали під конкретні аудиторії, дисципліни або рівень складності.

4. Підвищення залучення студентів. Інтерактивні елементи сприяють активнішій участі студентів у навчальному процесі.

5. Підтримка командної роботи. Спільне редагування презентацій стимулює розвиток комунікаційних навичок студентів.

Використання інструменту Gamma в освітньому процесі сприяє комплексному розвитку ключових компетентностей студентів закладів вищої освіти. Платформа не лише допомагає формувати цифрову грамотність, аналітичне та критичне мислення, а й стимулює розвиток креативності, навичок ефективної презентації та командної співпраці. Зокрема, робота студентів з Gamma сприяє формуванню навичок використання сучасних цифрових інструментів для створення та обробки інформації. Студенти навчаються логічно структурувати матеріал, візуалізувати економічні та соціальні процеси через графіки, діаграми й таблиці. Використовуючи Gamma для підготовки доповідей і проєктів, студенти вчаться чітко й ефективно представляти результати своїх досліджень. Автоматичні підказки платформи допомагають студентам самостійно створювати якісні освітні продукти без надмірної опіки з боку викладача. Інструмент стимулює студентів експериментувати з подачею інформації, знаходити креативні способи візуалізації складних концепцій. Завдяки можливості працювати над проєктами в команді, студенти розвивають комунікаційні компетентності та вміння працювати в колективі.

Таким чином, інтеграція Gamma у навчання підвищує якість підготовки майбутніх фахівців, орієнтованих на потреби сучасного ринку праці та вимоги цифрової економіки.

Макогончук Т.В.

*голова циклової комісії обліково-економічних дисциплін,
спеціаліст I категорії*

*Відокремлений структурний підрозділ
«Могилів-Подільський технолого-економічний фаховий коледж
Вінницького національного аграрного університету»*

СТУДЕНТОЦЕНТРОВАНИЙ ПІДХІД В ОРГАНІЗАЦІЇ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ

У сучасній системі вищої освіти України відбувається трансформація освітнього процесу, спрямована на підвищення його якості та ефективності. Однією з ключових концепцій, що забезпечує ці зміни, є студентоцентризований підхід. Саме він орієнтований на активну участь студента в навчальному процесі, врахування його індивідуальних потреб, інтересів та особливостей.

Студентоцентризований підхід передбачає переорієнтацію освітнього процесу з викладача на студента як активного учасника навчання. У цьому контексті студент стає не об'єктом, а суб'єктом освітньої діяльності, що сприяє розвитку його автономності, критичного мислення та відповідальності за власне навчання.

Основні принципи студентоцентризованого підходу:

1. Індивідуалізація навчання: врахування особистих потреб, стилів навчання та темпів засвоєння матеріалу кожного студента.
2. Активне навчання: залучення студентів до активної участі в навчальному процесі через дискусії, проекти, дослідження та інші інтерактивні методи.
3. Співпраця та партнерство: створення умов для співпраці між студентами та викладачами, що сприяє обміну досвідом та знаннями.
4. Рефлексія: заохочення студентів до аналізу власного навчального досвіду, що сприяє глибшому розумінню та саморозвитку.

Студентоцентризм визначають такі обставини:

1. Активна реакція освітнянського середовища на мінливі потреби ринку праці, потреби формування загальних і фахових компетентностей, необхідних не лише для якісного виконання професійних обов'язків, а й для розв'язання життєвих проблем, ситуацій, нагальних проблем державотворення.
2. Модель розвитку освіти, за якої здобувач освіти перетворюється з об'єкта на суб'єкт навчальної діяльності, тобто на активного учасника науково-освітнього процесу.
3. Передбачає впровадження особистісно-орієнтованої технології навчання, для забезпечення всебічного розвитку особистості студента, врахування його індивідуальних особливостей, здібностей, інтересів, потреб, можливостей.
4. Новий рівень відповідальності закладу освіти за створення освітнього середовища, яке забезпечить майбутньому спеціалісту високі результати навчання й сформовані найсучасніші компетенції.

У студентоцентрованому підході роль викладача трансформується з джерела знань на фасилітатора навчання. Викладач стає наставником, який підтримує та спрямовує студентів, сприяє розвитку їхньої самостійності та відповідальності.

Розглянемо переваги студентоцентрованого підходу:

1. Підвищення мотивації студентів до навчання.
2. Розвиток критичного мислення та навичок самостійного навчання.
3. Покращення якості освіти через активну участь студентів у навчальному процесі.
4. Підготовка студентів до реальних умов професійної діяльності.

Крім того, є ряд причини, що ускладнюють реалізацію студентоцентрованого навчання:

1. Відсутність у здобувачів освіти умінь долати труднощі пізнавальної діяльності, пов'язаних з необхідністю докладати певних волевових, інтелектуальних, емоційних зусиль при здійсненні навчання в цілому та при його активізації зокрема.
2. Зменшення мотивації до навчання або навіть повне її зникнення може спостерігатись на фоні надмірної, незбалансованої, методично невваженої кількості навчального матеріалу.
3. Одноманітність і монотонність процесу навчання викликає загальну, зокрема емоційну втому.

Для здобувачів, у яких глибинний підхід до навчання – важливим є знання з розумінням, практичним застосуванням та постійним вдосконаленням знань; для студентів, у яких поверховий підхід до навчання, нормою є готові знання, які вони отримують на аудиторних заняттях та, здебільшого, з поганим розумінням та систематичністю.

Тільки активне навчання сприяє розвитку пізнавальних і комунікативних навичок здобувачів: отримання глибшого рівня розуміння інформації, активність учасників освітнього процесу та бажання одночасно бути і спостерігачами, і акторами. Про цей факт свідчить експериментальне навчання: «навчання на практиці»[4].

Студентоцентрований підхід є ефективною стратегією організації навчального процесу, яка сприяє розвитку особистості студента, підвищенню якості освіти та підготовці конкурентоспроможних фахівців. Реалізація цього підходу вимагає змін у ролі викладача, методах навчання та оцінювання, а також створення сприятливого освітнього середовища, орієнтованого на потреби студентів.

Переваги студентоцентрованого підходу цілком очевидні, адже система вищої освіти має на меті інтелектуальний, культурний і професійний розвиток особистості, підготовку конкурентоспроможного фахівця, а отже, пріоритетність студента, його інтересів і потреб має бути беззаперечним принципом діяльності закладу вищої освіти.

Список використаних джерел

1. Болотіна Є. Студентоцентризм як прояв людиноцентризму в педагогіці вищої школи. Теорія і методика професійної освіти. 2020.
2. Гула Л. В. Студентоцентрований підхід до організації самостійної роботи студентів у ЗВО. Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка. Дрогобич: Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 27, Том 2. С. 157–161.
3. Заблоцька О.С., Ніколаєва І.М. Студентоцентризм як тренд сучасної освіти. Наукові записки. Серія : Педагогічні науки. 2021. Випуск 194. С. 29–33.
4. Розман І. І. Студентоцентрований підхід та цифрові технології як компетентнісна складова навчання. Педагогічна наука і освіта XXI століття . - № 1 (2023). - С. 69-79
5. Сосницька Н. Л. Студентоцентрований підхід до професійної освіти в умовах сталого розвитку суспільства. Науковий вісник льотної академії. Педагогічні науки. 2017. Вип. 1. С. 377–381.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОВНОЇ РОБОТИ У КОЛЕДЖІ

Постановка проблеми. Інтеграція України у світове та європейське співтовариство, зміни у громадсько-політичному житті країни спричинили переорієнтацію суспільних цінностей на духовність людини і визначили потребу у нових напрямках виховної роботи з підростаючим поколінням. На тлі багаторічної моральної деградації молоді, що призвела до відсутності культури спілкування та поваги до старших, зневаги і агресивного ставлення до інших людей, зловживання алкоголем, залежності від наркотиків та тютюну, безвідповідальності, жаги до збагачення будь-яким шляхом, часткової або повної відсутності національної свідомості – сьогодні можна спостерігати справжній вибух патріотизму. Саме це і створює сприятливі умови для розвитку національно-патріотичного виховання як пріоритетної сфери соціального життя країни.

Визначальною характеристикою громадської зрілості є розвинена правосвідомість – усвідомлення особою своїх прав, свобод, обов'язків, позитивне ставлення до закону та держави [2, с. 2]. А отже одним із головних напрямків виховання поряд із сім'єю, коледжем та іншими соціальними інститутами суспільства є правове виховання населення.

Аналіз досліджень і публікації. Аналіз останніх публікацій свідчить, що Проблемам, пов'язаним з вихованням патріотизму молодого покоління, присвячені численні дослідження провідних українських науковців: взаємозв'язок патріотичного, громадянського та національного виховання висвітлено в працях В. Гонського, М. Євтуха, В. Зеньківського, Т. Тхоржевської, К.Ушинського, В. Жабенко, Г. Дегтярьова, Я. Кічук, О. Крутенко, О. Пометун, Н. Хвалибога та ін.

Метою дослідження є вивчення форм і методів правового виховання в навчальному закладі, тому що саме воно забезпечує запобігання проявів протиправної поведінки, сприяє зміцненню життєвої позиції, підвищує громадянську активність, загострює почуття непримиренності до негативних проявів в суспільстві.

Основні результати дослідження. В основу системи національно-патріотичного виховання в нашому коледжі покладено ідею розвитку української державності як консолідуєчий чинник розвитку суспільства й нації в цілому. Форми й методи виховання базуються на українських народних традиціях, кращих надбаннях національної та світової педагогіки й психології. Сучасна молодь добре інформована щодо процесів в різних сферах науки, техніки, соціального життя; динамічно оволодіває сучасними комунікаційними технологіями [3, с. 1]. Усе це створює сприятливі умови для розвитку національно-патріотичного виховання як пріоритетної сфери соціального життя

країни, підвищення його статусу та розвитку потенціалу, досягнення якісно нових результатів у духовно-моральному, патріотичному, трудовому, художньо-естетичному, екологічному вихованні підрастаючого покоління.

Національно-патріотичне виховання формується на прикладах історії становлення Української державності, українського козацтва, героїки визвольного руху, досягнень у галузі політики, освіти, науки, культури і спорту. Основною метою національного виховання на сучасному етапі є передання вихованцям соціального досвіду, успадкування ними духовних надбань українського народу, досягнення високої культури міжнаціональних взаємин, формування незалежно від національної приналежності особистісних рис громадянина Української держави, духовності, трудової, моральної, розумової, естетичної, правової, фізичної та екологічної культури.

Зокрема правова дисципліна є загальнообов'язковим предметом вищої освіти, адже, на якій би посаді фахівець не працював, зобов'язаний знати основи трудового права, щоб чітко організовувати і здійснювати трудовий процес. Йому треба знати, як закон регулює діяльність органів управління, їх права і обов'язки, які акти і в якому порядку вони видають. Фахівець має орієнтуватись у правовому механізмі, що регулює господарські зв'язки підприємств і організацій. Обов'язки спеціаліста – знати права і обов'язки громадян і юридичних осіб і їх правові гарантії. З метою боротьби з правопорушеннями і попередження злочинів, необхідно мати уявлення про кримінальний закон.

Для досягнення таких знань, викладач правознавства повинен робити певні кроки в цьому напрямку, використовуючи традиційні та нетрадиційні форми роботи: анкетування, брейн-ринги та «філософські столи», дискусії та аукціони ідей, конкурси плакатів та творчих робіт на правову тематику.

Система правового виховання у ВСП «Могилів-Подільський технологіко-економічний фаховий коледж Вінницького НАУ» базується на нормативних документах, на основі яких проводиться робота по попередженню правопорушень серед студентської молоді.

Правоосвітня робота здійснюється під час навчального процесу та поза ним і охоплює як студентів, так і їхніх батьків, а також викладачів.

Кожного року проводяться коледжанські олімпіади з правознавства, переможці якої можуть спробувати свої сили та зайняти достойне місце в обласній олімпіаді.

Високою ефективністю відзначаються комплексні заходи, що сприятимуть популяризації правових знань, формуванню правової культури серед підлітків. Традиційно проводиться Тиждень права під рубрикою: «Закони, за якими вчимося, працюємо, живемо».

Також ефективною формою роботи є трибуна громадської думки на тему: «За все приходиться платити», до проведення якої залучаються студенти, викладач права, бібліотекарі, психолог, куратори, вихователь. Ця тема розкриває і негативну поведінку та її наслідки, говорить і про куріння в громадських місцях та зловживання алкоголем, і про відповідальність за

розповсюдження наркотиків, венеричних захворювань, про види дисциплінарних стягнень за порушення внутрішнього трудового розпорядку коледжу.

Поряд із правовим вихованням спрямовується діяльність і на пропаганду та виховання здорового способу життя. Під час таких заходів, важливо, щоб студенти усвідомлювали свою індивідуальність та неповторність, кожен сам за себе повинен вирішувати як діяти, а роль викладача полягає в тому, щоб навести факти, аргументи, які б схилили підлітків до позитивної мотивації здорового способу життя.

Сім'я завжди повинна бути у центрі уваги викладачів та кураторів. Вона являється тим середовищем, яке засвоює необхідність моралі і права [2; 35]. Взаємодія сім'ї і підлітка виражається у взаємних почуттях батьків і дітей. Тому, проводяться для батьків лекторії: «Про шкідливість нікотину і алкоголю», «Уроки тверезості», «Вберегти від дурману», «Конверт відвертих запитань і відповідей» та ін.

Для профілактики правопорушень, виховання законослухняності, інформування працівників коледжу щодо змін національного законодавства, створено у коледжі юридичний консультативний пункт та історико-правовий гурток.

На кожен навчальний рік розробляється план національного виховання студентів, в якому відображено науково-педагогічні проблеми, над вирішенням яких працює колектив коледжу.

Висновок. Отже, результатом правового виховання має бути: сформовані почуття патріотизму, яке означає прояв особистістю любові до свого народу, поваги до українських традицій, відчуття своєї належності до України, усвідомлення спільності власної долі з долею Батьківщини, досконале володіння українською мовою.

Список використаних джерел

1. Крутенко О.В. Виховання правової культури – шлях до побудови правової держави. *Позакласний час*. 2006. 5-6. С. 81;
2. Саєнко Н.В. Про досвід та завдання патріотичного виховання. *Вісник Харківської державної академії культури*: Харків. 2014. № 42 С. 269-278.
3. Хвалибога Н.М. Правовий простір родинно-шкільного виховання. *Позакласний час*. 2006. № 5- 6. С. 75 –80.

Помазанова О.І., Ткачук Н.П.
*ВСП «Вінницький торговельно-економічний фаховий коледж
Державного торговельно-економічного університету»,
Вінницький кооперативний інститут
Pomazanova Olena, Tkachuk Nataliia
SSU “Vinnytsia Vocational College of Trade and Economics of SUTE”,
Vinnytsia Cooperative Institute*

THE IMPORTANCE OF TEACHING UKRAINIAN STUDENTS TO PREPARE A SUCCESSFUL PRESENTATION UNDER THE CONDITIONS OF DEVELOPING INTERNATIONAL COOPERATION

Nowadays Ukraine is entering the global society. Under the conditions of developing international cooperation in all spheres of modern economy including education, Ukrainian students come in contact with representatives of different nationalities, possessing their own cultures and models of a ‘good presentation’.

Specialists in international trade and economy say that it’s crucial to teach students to prepare a successful presentation, including the international economic field. Josh Steimle is among them. He’s a famous speaker, writer and entrepreneur. He has written over 200 articles for publications like Forbes, Inc, Mashable, TechCrunch, Entrepreneur, and Time, and is the author of Chief Marketing Officers at Work, which includes 29 interviews with CMOs from organizations like PayPal, the Harvard Business School, Spotify, and Target. Josh is teaching executives and entrepreneurs on how to become leaders and influencers, how to learn to present yourself and your business according to the standards [4, p. 45].

The presentations which are used in Ukrainian environment often do not follow the international standards. It is important to focus the students’ attention on possible ‘problem areas’ of international presentations which include the structure, the role of the audience, the role of the presenter, the manner of presentation and non-verbal communication [1, p. 15]. In Ukrainian environment students frequently need a special training to be prepared to ask questions considering the presentation in public. The ability to communicate effectively to clients and business partners via presentation is critical to the success as a professional. It is a skill to be learned, practiced and continually developed. *Presentation* is a formal talk to one or more people that “presents” ideas or information in a clear, structured way. According to the experts’ opinion, 50% of all the presenters’ mistakes are made at the preparatory stage. First of all you have to study your audiences’ expectations of a good presentation.

There are several types of presentations. These are: press conference, briefing, demonstration, talk, lecture, seminar. *Press conference* is a meeting in which newsmakers invite journalists to hear them speak and ask questions. *Briefing* is a meeting in which people are given information or instruction. *Demonstration* is a method of teaching by example rather than simple explanation. *Lecture* is an oral presentation intended to present information or teach people about a particular

subject, for example by a university or college teacher. *Talk* is a speech on a particular subject. The next widely-used type in education is *seminar* which is a form of academic instruction, often at an academic institution (colleges, institutes).

Preparing our presentation we have to remember the main rules of a successful presentation. There are: - Find out about the audience: how many people there will be, who they are, why they will be there; - find out about the facilities: the room, the sitting plan, the equipment; - plan the content and structure; - write notes on sheets of paper; - try to memorize the first five sentences of your talk; - prepare visual aids: pictures, diagrams; - show your presentation to your friends or colleagues [2 p. 35].

Some words about time should be said. Doing the presentation we have to remember about time and the main rules as for time.

- ❖ Start on time. Do not wait for latecomers.
- ❖ Plan how long you are going to spend on each point.
- ❖ Do not talk about something that has nothing to do with the subject.
- ❖ Finish on time. It looks bad if you do not have time to finish all your points and answer questions [3 p. 8].

The last part of any presentation is conclusion. Some experts say that a memorable conclusion is even more important than a good introduction. A good conclusion needs a repetition, a summary of the content and a focus on the concluding statement. The next issue to be considered is the question phase of a presentation which is considered to be the most challenging part of the presentation. Practically, this part can not be prepared and it is good when you know your audience well, but reality can bring surprises [4 p. 3].

So, presentation skills are among the most vital skills of the 21st century. To be successful in international business we should know the possible challenges you could face presenting in front of the people who belong to different nationalities.

References

1. B. Koler European Integration; translated from German by M. Iakovleva. – K.: P.H. “Kyiv- Mohyla Academy”, 2019. 394 p.
2. Michael Hyatt, A step-by-step guide to build your platform, 2020.
3. Michael Hyatt, 10 hours of your workweek, 2017.
4. Josh Steimle, Habits and Routines of Speaker, the Huffington Post, 2020. [Електроний ресурс] – Режим доступу : <https://www.linkedin.com/pulse/business-presentations-preparing-presentation-josip-%C5%A1aban-mba-pmp>

Сергій Починок,
*аспірант кафедри іноземних мов, інституту ННІЗДО,
ЗВО «Подільський державний університет»,
спеціальності 015 «Професійна освіта»*
Науковий керівник: **Чайковська О. В.,**
*канд. філол. наук, завідувач кафедри іноземних мов,
Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»,
м. Кам'янець-Подільський*

МАС-МЕДІА У РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ СВІДОМОСТІ

Мас-медіа – це засоби масової комунікації, що передають інформацію та впливають на суспільство через різноманітні платформи, включаючи телебачення, радіо, газети, журнали, Інтернет та соціальні мережі. В сучасному світі вони відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, поширенні ідеї, відкритті доступу до інформації і сприянні культурному обміну. Вони дозволяють людям бути в курсі подій у світі, сприяють відкритому діалогу та обговоренню проблем, а також впливають на процеси прийняття рішень в політиці, економіці та суспільстві загалом.

У сучасному інформаційному суспільстві саме соціальні мережі стали не лише засобом комунікації, але й потужним інструментом впливу на формування суспільної свідомості. TikTok, Instagram та Facebook є платформами, що відіграють ключову роль у створенні цифрових ідентичностей, включаючи національну. З огляду на стрімке зростання цифрової комунікації, актуальним є дослідження того, як саме ці платформи впливають на усвідомлення громадянами своєї національної приналежності.

Соціальні мережі стали важливим інструментом у формуванні суспільних настроїв, адже вони надають користувачам можливість швидко поширювати інформацію, обмінюватися думками та ідеями, що може впливати на їхнє сприйняття національної ідентичності, культури, традицій та історії, а отже і сприятиме розвитку зокрема національної свідомості.

Національна свідомість – це система уявлень, цінностей і переконань, пов'язаних із національною ідентичністю, історичною пам'яттю, мовою, культурою та державністю. Її розвиток залежить від освітніх, культурних та інформаційних чинників. В умовах цифрової епохи вагому роль у цьому процесі почали відігравати соціальні мережі, які формують нові комунікативні практики та візуальні коди національної репрезентації.

Ефективним каналом просування стали соціальні мережі, які мають можливість охопити велику аудиторію, привернути увагу до проблем. Контент може бути різний: фото, відео, інфографіки, флешмоби тощо. Величезним плюсом є отримання зворотнього зв'язку, який дасть можливість враховувати всі побажання цільової аудиторії.

Платформи TikTok, Instagram та Facebook займають лідируючі позиції в світі, залучаючи мільйони користувачів, що активно взаємодіють із контентом.

Безумовно соціальні мережі впливають на розвиток національної свідомості, акцентуючи увагу на їхніх специфічних характеристиках та можливостях. З огляду на стрімке зростання цифрової комунікації, актуальним є дослідження того, як саме ці платформи впливають на усвідомлення громадянами своєї національної приналежності.

TikTok, короткий відеоконтент, став популярним серед молоді, що є основною аудиторією цієї платформи. На TikTok створюються відео, що часто використовують музику, танці, жарти та інші елементи культури, які можуть сприяти розвитку національної свідомості. Молода аудиторія має можливість взаємодіяти з контентом, що висвітлює національні традиції, мови, свята та інші культурні аспекти. За допомогою хештегів та трендів TikTok може сприяти популяризації національних культурних особливостей, тим самим укріплюючи почуття національної ідентичності.

Instagram, зокрема через свої візуальні характеристики (фото, відео, сторіс), має великий вплив на формування національної свідомості через популяризацію культурних елементів. Багато користувачів публікують зображення національних святинь, пейзажів, подій, що дозволяє створювати позитивний імідж національної культури. Крім того, Instagram є платформою для поширення політичних та соціальних ініціатив, пов'язаних з національним самоусвідомленням та ідентичністю. Через платформу проходять акції на підтримку національних прав, що допомагає зміцнити національну свідомість.

Facebook, на відміну від інших платформ, більше орієнтований на текстовий контент і взаємодію в групах за інтересами. На цій платформі активно обговорюються питання національної політики, культури, історії, що може бути основою для формування національної свідомості. Групи та спільноти, присвячені національним традиціям, мовам, політичним рухам, можуть сприяти підтримці національних цінностей та ідентичності. Facebook також активно використовують політичні діячі для поширення ідеологічних наративів, що впливає на громадську думку і може стимулювати розвиток національної свідомості.

Звичайно, що необхідно звернути увагу на правильно підібрані методи під час роботи з даними платформами, задля просування контенту, спрямованого на розвиток національної свідомості. Це наприклад, тексти у форматі невеличких розповідей, короткі, але яскраві та інформативні відеосюжети, залучення відомих особистостей та блогерів. Ці методи забезпечать активність, отримання зворотнього зв'язку та залучення уваги більш широкої цільової аудиторії користувачів соціальних мереж.

Соціальні мережі, такі як TikTok, Instagram та Facebook, мають суттєвий вплив на розвиток національної свідомості. Через візуальний та текстовий контент вони сприяють популяризації національної культури, традицій та ідентичності, одночасно ставлячи виклики, пов'язані з глобалізацією та поширенням дезінформації. Однак з належним підходом та усвідомленням потенціалу соціальних платформ, можна забезпечити позитивний вплив цих технологій на розвиток національної свідомості.

Список використаних джерел

1. Бурлаков С. В. Роль засобів масової інформації у розвитку національної інформаційної політики. *Юридична наука*, №7 (109), 2020. 45–51.
2. Копиця. В. О. Вплив засобів масової інформації на формування політичної свідомості громадян.
URL: <https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2021/paper/viewFile/11203/9690>
3. Скорик А. Я. Мас-медіа як віддзеркалення соціокультурних трансформацій суспільства. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2017. № 4. С. 37-41.
http://nbuv.gov.ua/UJRN/vdakkkm_2017_4_10.
4. https://www.researchgate.net/publication/376331030_vikovi_ta_genderni_aspekti_ukrainskoi_blogosferi_v_rozvitku_kulturnogo_kodu_narodu

Соляр Л.В.

*викладач – методист, методист коледжу
ВСП «Могилів – Подільський технологіко-
економічний фаховий коледж ВНАУ»*

ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНИХ КОМПЕТЕНЦІЙ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ

XXI століття характеризується наявністю інформаційного суспільства. Необхідне постійне перетворення інформації в один із головних виробничих ресурсів. В умовах цифрової трансформації суспільства сучасна освіта потребує нових підходів до навчання та розвитку професійної компетентності. Використання інформаційних технологій відкриває широкі можливості для підвищення якості освіти, забезпечення доступності знань та розвитку необхідних навичок.

Інформаційні технології являють собою сукупність методів, програмно-технічних засобів та виробничих процесів, інтегрованих з метою збирання, опрацювання, зберігання, розповсюдження, показу і використання інформації в інтересах її користувачів. Це технології, що забезпечують та підтримують інформаційні процеси, тобто процеси пошуку, збору, накопичення, передачі і збереження.

Інформаційні технології включають широкий спектр цифрових інструментів, таких як електронні підручники, інтерактивні платформи, віртуальні та доповнені реальності, онлайн-курси, відеоконференції та штучний інтелект. Ці технології дозволяють: підвищити ефективність навчального процесу через персоналізацію навчання; покращити комунікацію між викладачами та здобувачами освіти; зробити навчання доступнішим завдяки дистанційним формам освіти; стимулювати розвиток самостійності та критичного мислення здобувачів освіти.

Інформаційні технології (ІТ) відіграють ключову роль у модернізації освітнього процесу, сприяючи його інтерактивності, гнучкості та ефективності. До основних технологій, що використовуються в освіті, належать: онлайн-платформи та дистанційне навчання (Moodle, Google Classroom, Coursera) – забезпечують доступ до навчальних матеріалів у будь-який час і з будь-якої точки світу; штучний інтелект (AI) у навчанні – використовується для персоналізованого підходу, автоматичного оцінювання та адаптивного навчання; віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR) – дозволяють створювати імерсивне навчальне середовище, моделювати реальні ситуації та проводити віртуальні експерименти; гейміфікація освіти – використання ігрових механік (бейджів, рейтингів, завдань) підвищує мотивацію студентів та залученість у процес навчання; хмарні технології – забезпечують спільний доступ до освітніх ресурсів і зручне зберігання матеріалів [1].

Інформаційні технології позитивно впливають на навчальний процес. Завдяки інформаційним технологіям освіта стає доступнішою, більш гнучкою та інноваційною. Вони допомагають підвищити якість викладання за рахунок інтерактивного контенту, персоналізувати навчальний процес відповідно до індивідуальних потреб здобувачів освіти; оптимізувати адміністративні процеси у навчальному закладі.

Попри всі переваги, існують і виклики – необхідність цифрової грамотності викладачів, питання кібербезпеки та баланс між онлайн- та офлайн-навчанням. Однак із розвитком технологій ці аспекти поступово вирішуються, відкриваючи нові можливості для освіти.

Найбільшого поширення у навчальному процесі набули мультимедійні технології, які є одним з найбільш перспективних і популярних педагогічних інформаційних технологій. Викладачі коледжу відмічають, що вони дозволяють створювати цілі колекції зображень, текстів і даних, що супроводжуються звуком, відео, анімаціями, іншими візуальними ефектами; включають в себе інтерактивний інтерфейс та інші механізми управління.

При цьому забезпечується: реалізація можливостей програмно-методичного забезпечення персональних комп'ютерів з метою одержання знань, моделювання навчальних і виробничих ситуацій; здійснення тренування, контролю за результатами навчання; реалізація можливостей систем штучного інтелекту в процесі використання навчальних інтелектуальних систем; використання ІТ з метою розвитку особистості; використання ІТ як об'єкту вивчення; використання ІТ як засобу інформаційно-методичного забезпечення, управління навчально-виховним процесом, навчальним закладом; використання ІТ як засобу комунікації з метою розповсюдження педагогічних технологій, а також як засобу автоматизації процесів контролю, корекції результатів навчальної діяльності, тестування, психодіагностики та ін.; використання ІТ як засобу автоматизації обробки результатів експерименту та управління навчальним обладнанням [2].

Інформаційні технології використовуються з метою досягнення таких педагогічних цілей: розвиток особистості тих, хто навчається; реалізація

соціального замовлення, що зумовлений інформаційним суспільством; інтенсифікація всіх рівнів навчально-виховного процесу, підвищення його якості.

Використання в освітній практиці технологій, пов'язаних з Інтернетом, дозволяє реалізувати принцип безперервної освіти – «навчання впродовж усього життя», перейти від догматичного заучування до діяльнісного та компетентного підходу – підготовки фахівців, здатних в умовах сучасного виробництва вирішувати наявні проблеми в нетривіальних умовах.

Викладачі коледжу крім традиційних технологій навчання запроваджують сучасні технології навчання, серед яких: інформаційно-комунікативна; сучасні технології дистанційного навчання.

Робота по впровадженню сучасних інформаційних технологій навчання, які забезпечують реалізацію основних педагогічних принципів навчання та формування стійкої професійної компетентності майбутніх фахівців. вимагає систематичного підвищення комп'ютерної грамотності, уміння застосовувати на практиці інформаційні технології навчання. Тому ще є над чим працювати. Викладачам коледжу необхідно проходити стажування та підвищувати кваліфікацію по удосконаленню власної комп'ютерної підготовки, впровадженню сучасних інформаційних технологій, що підвищують інтенсивність навчально-виховного процесу: продовжити роботу по розробці індивідуальних методик впровадження інформаційних технологій навчання; вивчати передовий педагогічний досвід провідних викладачів-новаторів по впровадженню сучасних інформаційних технологій навчання; продовжити роботу по розробці сучасних електронних посібників, підручників та відеофільмів.

Таким чином, використання сучасних інформаційних технологій у навчанні є ключовим фактором у формуванні професійної компетентності. Впровадження цифрових інструментів сприяє адаптації освітнього процесу до потреб сучасного ринку праці, забезпечуючи високий рівень підготовки фахівців.

Подальший розвиток цифрових технологій у поєднанні з методичними підходами сприятиме підвищенню якості освіти та професійної підготовки фахівців.

Список використаних джерел

1. Роль інформаційних технологій у сучасному освітньому просторі | IT-Univer – розумний клуб для школярів <https://ituniver.com/blog/rol-informacijnih-tehnologij-u-suchasnomu-osvitnomu-prostori>
2. Використання інформаційних технологій в освіті та науці <https://naurok.com.ua/vikoristannya-informacijnih-tehnologiy-v-osviti-ta-nauci-217519.html>

GOOGLE CHAT ЯК ІНСТРУМЕНТ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В ОСВІТІ

Сучасне освітнє середовище характеризується зростаючою потребою в оперативній, ефективній та гнучкій комунікації між усіма його учасниками: адміністрацією, викладачами, студентами та іншим персоналом. Традиційні методи комунікації, такі як електронна пошта, особисті зустрічі та телефонні розмови, часто виявляються недостатньо швидкими, зручними та не завжди сприяють збереженню інформації в структурованому вигляді. Це може призводити до затримок у прийнятті рішень, втрати важливої інформації, неефективного обміну думками та ускладнення координації робочих процесів.

Особливо гостро ця проблема постає в умовах динамічного розвитку освітніх технологій та зростання обсягу інформації, що циркулює в освітніх закладах. Недостатня оптимізація комунікаційних процесів може негативно впливати на якість освітнього процесу, ефективність управління та загальну продуктивність роботи педагогічних працівників.

У цьому контексті виникає необхідність у впровадженні сучасних інструментів, які б сприяли оптимізації професійної комунікації в освіті, забезпечуючи швидкий обмін інформацією, зручну організацію обговорень, ефективну співпрацю та збереження історії комунікацій. Одним із таких потенційних інструментів є Google Chat, який пропонує широкий спектр функцій для організації текстового та голосового спілкування, обміну файлами та інтеграції з іншими сервісами Google Workspace, що вже активно використовуються в багатьох освітніх установах.

Переваги Google Chat для освітньої сфери:

- Інтеграція з іншими сервісами Google: Google Chat безперебійно працює з Gmail, Google Calendar, Google Drive, Google Meet та іншими інструментами Google Workspace. Це дозволяє легко обмінюватися файлами, планувати зустрічі, надсилати запрошення та обговорювати документи без необхідності перемикатися між різними додатками. Наприклад, викладач може швидко поділитися посиланням на Google Документ з домашнім завданням або запланувати онлайн-консультацію в Google Meet прямо з чату.

- Створення тематичних кімнат : Замість розрізнених чатів Google Chat дозволяє створювати тематичні кімнати, організовані за предметами, групами, проектами, адміністративними питаннями або інтересами. Це значно полегшує навігацію та пошук потрібної інформації. Наприклад, можна створити окрему кімнату для обговорення підготовки до педради, кімнату для комунікації викладачів або кімнату для спілкування з батьками здобувачів освіти певної групи.

- Групові та приватні повідомлення: Google Chat підтримує як групові обговорення, так і приватні повідомлення між окремими користувачами. Це забезпечує гнучкість у комунікації, дозволяючи швидко вирішувати індивідуальні питання або проводити широкі дискусії.

- Обмін файлами та посиланнями: Платформа дозволяє легко обмінюватися файлами різних форматів (документи, презентації, зображення, відео) та посиланнями на веб-ресурси. Це спрощує процес надання навчальних матеріалів, обміну методичними розробками або посиланнями на корисну інформацію.

- Сповіщення та налаштування: Користувачі можуть налаштовувати сповіщення відповідно до своїх потреб, щоб не пропускати важливу інформацію, але й не бути перевантаженими постійними повідомленнями. Можливість вимкнення сповіщень у певних кімнатах або на певний час допомагає підтримувати баланс між роботою та особистим життям.

- Доступність на різних пристроях: Google Chat доступний через веб-браузер, а також у вигляді мобільних додатків для Android та iOS. Це забезпечує можливість залишатися на зв'язку незалежно від місця знаходження та типу пристрою.

- Пошук в історії повідомлень: Функція пошуку дозволяє швидко знаходити потрібну інформацію в історії чатів, що є особливо корисним при необхідності повернутися до попередніх обговорень або знайти конкретний файл.

Використання Google Chat в освітньому процесі:

- Комунікація між викладачами: Google Chat може стати ефективним інструментом для обміну досвідом, обговорення навчальних планів, координації роботи над проектами, вирішення адміністративних питань та інформування про важливі події.

- Спілкування із здобувачами освіти: Викладачі можуть використовувати Google Chat для надання швидких відповідей на запитання здобувачів освіти, публікації оголошень, обміну навчальними матеріалами, організації групових дискусій та надання зворотного зв'язку.

- Взаємодія з батьками: Google Chat може бути використаний для оперативного інформування батьків про успішність здобувачів освіти, розклад занять, майбутні події, а також для організації індивідуальних консультацій або групових обговорень.

- Створення окремих кімнат для проектних груп дозволяє учням ефективно співпрацювати, обмінюватися ідеями, файлами та координувати свої дії.

- Проведення онлайн-нарад та обговорень: Інтеграція з Google Meet дозволяє легко переходити від текстового чату до відеоконференції для більш детального обговорення питань.

Незважаючи на численні переваги, використання Google Chat в освітньому середовищі може мати певні виклики. Одним з них є необхідність навчання всіх учасників освітнього процесу ефективному використанню платформи. Для

цього необхідно проводити тренінги, створювати інструкції та забезпечувати технічну підтримку.

Іншим викликом може бути інформаційне перевантаження, особливо при великій кількості чатів та повідомлень. Для його подолання необхідно заохочувати користувачів до створення чітких та лаконічних повідомлень, використовувати тематичні кімнати за призначенням та налаштовувати сповіщення відповідно до своїх потреб.

Google Chat є перспективним інструментом для підвищення оперативності, зручності та ефективності професійної комунікації в освітніх установах. Його інтеграція в освітній процес може сприяти покращенню якості навчання, оптимізації управлінських процесів та підвищенню загальної продуктивності роботи педагогічних працівників. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення впливу використання Google Chat на академічну успішність здобувачів освіти та рівень задоволеності комунікацією всіх учасників освітнього процесу.

Список використаних джерел

1. Кухаренко В. М., Кухаренко О. М. Інформаційно-комунікаційні технології в освіті: навч. посіб. Харків: НТУ "ХПІ", 2020. 176 с.
2. Google Workspace for Education [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://edu.google.com/> – Дата звернення: 20.04.2025.
3. Google Chat Help [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://support.google.com/chat/> – Дата звернення: 20.04.2025.

СЕКЦІЯ 14. Психологічні науки

Мазур В.М..

*к.псих.н., доцент кафедри психології,
спеціальної освіти та здоров'я людини*

Миколаївський інститут розвитку людини ЗВО «Україна»

РОЗВ'ЯЗАННЯ СІМЕЙНИХ КОНФЛІКТІВ З ВИКОРИСТАННЯМ ТЕХНІК ПОЗИТИВНОЇ ПСИХОТЕРАПІЇ

На сучасному етапі розвитку суспільства особливої актуальності набуває проблема оволодіння мистецтвом управління конфліктами в усіх сферах життя. Зростає потреба у вивченні та практичному застосуванні технологій, технік і методів запобігання та розв'язання конфліктних ситуацій. Особливо важливо це для подружніх стосунків, адже саме сім'я як базовий соціальний інститут відіграє ключову роль у стабільності суспільства та є запорукою його майбутнього. Опанування ефективними інструментами психологічної підтримки та допомоги сприяє конструктивному вирішенню сімейних конфліктів. Здатність подружжя контролювати напруження в стосунках і

спрямовувати конфлікт у конструктивне русло забезпечує ефективне використання особистісного потенціалу кожного члена родини та сприяє стабілізації соціально-психологічного клімату в сім'ї.

Причинами конфліктності у родинних взаєминах можуть бути міжпоколіннєві розбіжності (наприклад, між батьками й дітьми), індивідуальні особливості характерів, що ускладнюють процес взаєморозуміння, а також відмінності у цінностях та нормах поведінки. Підґрунтя конфліктів є багатогранним і може мати політичний, міжнаціональний, економічний або інший характер. Саме тому актуалізується необхідність глибшого усвідомлення сутності, причин і форм прояву сімейних конфліктів, а також активного пошуку ефективних шляхів їх подолання.

Варто зазначити, що процес усвідомлення істинної причини конфлікту (психотравми, непорозуміння, емоційного розладу тощо) часто потребує часу. Поки людина розпізнає й усуне провокуючі чинники та почне працювати безпосередньо з проблемою, конфлікт може поглибитися, перейти в хронічну стадію та спричинити дезорганізацію шлюбно-сімейних стосунків. Це проявляється у зростанні кількості розлучень, зниженні задоволеності шлюбом, погіршенні адаптаційних ресурсів подружжя та послабленні захисної функції сім'ї у контексті соціальних змін.

У цьому контексті особливої важливості набуває здатність подружжя опановувати інструменти психологічної підтримки – техніки, методи й підходи, спрямовані на ефективне подолання конфліктів. Такий підхід сприяє не лише збереженню, а й розвитку сімейних взаємин, зміцненню особистісного потенціалу кожного з членів родини, а також покращенню соціально-психологічного клімату в сім'ї.

Значний науковий доробок здійснено у вивченні стадій розвитку сім'ї, типів сімейних конфліктів (В. Бондаровська), проблем міжособистісної напруги в подружніх стосунках (С. Ковальов, О. Маховіков, Р. Річардсон та ін.), соціально-психологічних основ функціонування сучасної сім'ї (Т. Буленко), чинників виникнення та запобігання конфліктам у молодого подружжя (Л. Котлова, А. Кравченко, Н. Тверезовська), психології сімейних криз (Р. Федоренко), а також психологічних підходів до надання консультативної допомоги сім'ї (Е. Берн, М. Боуен, П. Ватславик, Дж. Галлей, В. Сатір). Окреме місце у дослідженні належить позитивній психотерапії, започаткованій Н. Пезешкіаном, який пропонує ефективні стратегії трансформації внутрішньо сімейних конфліктів.

У сучасному терапевтичному просторі спостерігається значне розмаїття технік і практик організації психологічної допомоги. В процесі аналізу проблем клієнта практично завжди порушуються питання, пов'язані з його первинним соціальним середовищем – сім'єю, у межах якої відбувається первинна соціалізація, пізнання емоцій, формування переживань, особистісний розвиток і подальше становлення. У багатьох психологічних підходах (зокрема психодинамічному, гуманістичному, системному тощо) особлива увага приділяється аналізу минулого досвіду, насамперед періоду дитинства.

У контексті сімейної психотерапії в центрі уваги перебувають не лише індивідуальні характеристики клієнта, а й система сімейних взаємин, у якій він функціонує. Таким чином, у терапевтичному процесі умовно або реально беруть участь усі члени родини, незалежно від їхньої фізичної присутності в кабінеті психолога. Такий підхід дає змогу цілісніше розглядати джерела конфліктів, внутрішньої напруги та деструктивних патернів поведінки.

Аналізуючи різноманітні підходи та техніки сімейного психотерапевтування, вважаємо доцільним зосередити увагу на методі позитивної психотерапії. Зважаючи на те, що сім'я є складною системною одиницею, будь-яке психотерапевтичне втручання впливає на всю систему загалом, незалежно від обраної техніки чи форми роботи.

У контексті позитивної сімейної психотерапії можна виокремити низку ключових принципів. Передусім, встановлення терапевтичного контакту базується на пошуку спільного – бажань, цілей, прагнень, цінностей, що сприяє створенню атмосфери конструктивної взаємодії. Зміна переконань і залучення внутрішніх ресурсів одного з членів сім'ї може призвести до трансформацій у всій родинній системі. Учасники терапії заохочуються до самопізнання, рефлексії та прийняття партнера з його унікальним світоглядом і способом сприйняття світу.

Важливою особливістю позитивної психотерапії є транскультурний підхід – залучення до терапевтичного процесу життєвого досвіду авторитетних для клієнта осіб, використання притч, гумору, народної мудрості, що підсилює соціокультурний потенціал сім'ї у вирішенні конфліктних ситуацій.

Сучасна сімейна терапія характеризується гнучкістю підходів. Вона може включати індивідуальні сесії з окремими членами родини, роботу з сімейними підсистемами (подружньою парою, діадою «батьки – дитина», тріадою «батьки – проблемна дитина», підсистемою сиблінгів тощо), з нуклеарною або розширеною сім'єю. Основний акцент робиться на спільних зустрічах і створенні умов для позитивних змін в усій родинній системі.

У позитивній психотерапії робота із сім'єю ґрунтується на аналізі та дослідженні партнерських стосунків у площині «Я + Я», яка розглядається як основна одиниця взаємодії. Саме через діадну взаємодію формується досвід спілкування із соціальним оточенням, відбувається сприйняття, інтерпретація та оцінка життєвих ситуацій. Цей рівень взаємин є фундаментальним для побудови гармонійних сімейних стосунків, оскільки в ньому проявляються не лише особистісні риси кожного партнера, а й здатність до діалогу, емпатії, прийняття та співпереживання.

Аналіз діади дозволяє виявити дисбаланс у розподілі ролей, нерівність у вираженні потреб, труднощі у встановленні психологічних меж, що є частими причинами напруги та конфліктів у родині. Відповідно, робота на рівні «Я + Я» сприяє покращенню якості взаємодії між партнерами, зміцненню емоційного зв'язку та розвитку здатності до спільного вирішення проблем.

Методологічна основа позитивної психотерапії ґрунтується на низці ключових принципів, що визначають специфіку терапевтичної роботи з сім'єю:

• Принцип надії: проблеми, що виникають у родинних стосунках, не розглядаються виключно з точки зору патогенезу чи дефіциту, натомість акцент робиться на наявному внутрішньому потенціалі особистості – первинних і вторинних здібностях. Вони слугують ресурсною основою для розвитку й подолання труднощів. Такий підхід відповідає концепції *салютогенезу*, де головна увага приділяється чинникам, що сприяють збереженню та відновленню психічного здоров'я.

• Принцип балансу: конфлікт трактується як наслідок порушення внутрішнього або міжособистісного балансу. У межах психодинамічного підходу він аналізується крізь призму основних життєвих сфер (тіло – діяльність – контакти – сенси) та таких внутрішніх проявів, як фантазії, бажання, уявлення. Вирішення конфлікту відбувається шляхом активізації та взаємодії первинних і вторинних актуальних здібностей, що дозволяє відновити внутрішню рівновагу.

• Принцип самодопомоги: однією з цілей терапевтичного процесу є розвиток у клієнта здатності самостійно долати життєві труднощі. Навички самодопомоги сприяють гармонізації не лише сімейних стосунків, але й інших міжособистісних взаємодій, у яких беруть участь члени родини.

Отже, сімейна позитивна психотерапія зарекомендувала себе як ефективний напрям практичної психологічної допомоги, незалежно від того, хто виступає клієнтом – один із членів родини, подружня пара чи вся сім'я загалом. Її ефективність забезпечується інтеграцією психодинамічного, поведінкового та системного підходів, що дозволяє вибудовувати гнучке, глибоке й водночас практичне психотерапевтичне втручання.

Стасюк В.В.

*д.психол.н., проф., професор кафедри внутрішніх комунікацій
Національний університет оборони України*

Кириченко А.В.

*PhD, старший викладач кафедри внутрішніх комунікацій
Національний університет оборони України*

МОРАЛЬНА ПІДТРИМКА ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦІВ ЗБРОЙНИХ СИЛ УКРАЇНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

*Коли серце воїна зігріте вірою народу –
жодна темрява не зломить його дух
Василь СТАСЮК*

Повномасштабна російсько-українська війна, що триває з лютого 2022 року, стала справжнім випробуванням для всієї української нації. На передовій – наші військовослужбовці, які щоденно ціною власного життя боронять незалежність, свободу і гідність України. Вони – щит, за яким стоїмо ми, цивільні, діти, старші люди, ціла держава. Але навіть найсильнішим воїнам потрібна підтримка. У цій війні важливо не лише постачати зброю чи техніку –

важливо також зігріти душу, підкріпити віру, надію та людське тепло. Саме тому моральна підтримка військовослужбовців ЗС України сьогодні є життєво важливою складовою нашої спільної боротьби.

Відповідно до наказу Головнокомандувача Збройних Сил України від 01.08.2024 року №349 “Про затвердження Порядку проведення психологічної підтримки військовослужбовців Збройних Сил України”, *моральна підтримка* визначається як цілеспрямована діяльність органів військового управління, командувачів, командирів (начальників), що спрямована на:

- ✓ формування у особового складу цінностей ЗС України;
- ✓ впровадження стандартів щодо їх дотримання;
- ✓ згуртованість військових колективів;
- ✓ забезпечення стійкої мотивації та моральної готовності до виконання завдань за призначенням.

Основними напрямками моральної підтримки є:

- ✓ внутрішньо-комунікаційна робота;
- ✓ військово-патріотична робота;
- ✓ культурна рекреація.

До основних завдань моральної підтримки відносять:

- ✓ організація внутрішньо-комунікаційної роботи командирів (начальників) усіх рівнів та її методичне забезпечення;
- ✓ впровадження менторських програм адаптації військовослужбовців до умов служби, формування і розвитку навичок, необхідних в бойових умовах з боку досвідчених військовослужбовців;
- ✓ формування у особового складу військ (сил) почуття патріотизму, національної ідентичності, поваги до України, її державних й військових символів, вірності Військовій присязі, Бойовому прапору, бойовим традиціям, ритуалам, довіри та впевненості в обґрунтованості та правильності рішень командування;
- ✓ підвищення рівня бойового духу та відданості службі у військовослужбовців на основі цінностей Збройних Сил та національних традицій Українського народу;
- ✓ поширення бойових традицій, прикладів мужності, героїзму, взаємодопомоги, традицій бойового братерства;
- ✓ забезпечення культурологічних потреб військовослужбовців, організація дозвілля особового складу військ (сил), культурних та освітніх заходів;
- ✓ визначення та формування потреби для забезпечення ЗС України технічними засобами пропаганди, послугами поліграфії;
- ✓ організація співпраці з питань моральної підтримки із органами державної влади та місцевого самоврядування, закладами культури, громадськими, волонтерськими та релігійними організаціями тощо.

Крім цього, *моральна підтримка організовується* у тісній взаємодії з іншими структурними підрозділами відповідно до їх функціонального призначення:

структурами персоналу (J1)

- ✓ впровадження та розвитку військового лідерства, як основи формування та згуртування колективу, встановлення надійного зворотного зв'язку з підпорядкованим особовим складом;

- ✓ соціальної підтримки персоналу, спрямованої на забезпечення соціальних гарантій та пільг для військовослужбовців та членів їх сімей;

Службою військового капеланства ЗС України

- ✓ душпастирської опіки, спрямованої на забезпечення моральної, духовної підтримки, формування особистісної стійкості та належного духовного стану особового складу для успішного виконання бойових завдань;

структурами комунікацій:

- ✓ комунікаційної роботи, спрямованої на своєчасне та всебічне інформування особового складу, забезпечення чіткого розуміння особовим складом місій, цілей та завдань військ (сил), поширення бойових традицій, прикладів мужності та героїзму, висвітлення в засобах масової інформації необхідних матеріалів мотиваційного та інформаційного характеру.

Внутрішньо-комунікаційна робота – це систематична діяльність, спрямована на налагодження ефективної взаємодії між командирами (начальниками) та підлеглими, а також усередині військових колективів. Вона забезпечує відкритість управлінських рішень, підвищення рівня інформованості особового складу, зміцнення довіри до командування та формування сприятливого психологічного клімату в підрозділах.

Основні завдання внутрішньо-комунікаційної роботи:

- ✓ задоволення інформаційних потреб особового складу, доведення та роз'яснення цілей і завдань, рішень військово-політичного керівництва держави;

- ✓ вплив на свідомість, переконання та поведінку військовослужбовців за допомогою комунікаційних інструментів із метою підтримки позитивного морально-психологічного клімату у військових колективах;

- ✓ мотивація особового складу до виконання завдань за призначенням;

- ✓ налагодження зворотного зв'язку між командирами (начальниками) та підлеглим особовим складом;

- ✓ формування довіри до командування та згуртованості військових колективів;

- ✓ запобігання та нейтралізація негативного інформаційно-психологічного впливу противника на особовий склад (аналіз інформаційних загроз, навчання військовослужбовців розпізнаванню дезінформації, а також ефективне використання офіційних каналів для оперативного інформування);

- ✓ розширення каналів внутрішньої комунікації для посилення інформаційної доступності та оперативності доведення інформації;

- ✓ забезпечення гнучкості системи внутрішньої комунікації в залежності від умов обстановки та особливостей виконуваних завдань.

Військово-патріотична робота є важливою складовою формування морально-психологічного стану особового складу, зокрема в умовах підготовки

та функціонування ЗС України. Цей напрямок охоплює цілу низку заходів, спрямованих на виховання почуття патріотизму, готовності до захисту Батьківщини, формування у військовослужбовців поваги до традицій, історії та культури своєї країни.

Військово-патріотична робота здійснюється з метою вирішення таких завдань:

- ✓ формування в особового складу Збройних Сил України національної свідомості, вірності Військовій присязі та українському народові, готовності до захисту суверенітету, територіальної цілісності України;
- ✓ підтримка військових традицій українського народу, сформованих на всіх етапах національного державотворення;
- ✓ упровадження сучасних бойових традицій, заснованих на досвіді Збройних Сил України, поширення бойового досвіду військових частин (підрозділів);
- ✓ підвищення мотивації та формування психологічної стійкості особового складу на прикладах мужності й героїзму українських воїнів;
- ✓ підвищення престижу військової служби, утвердження в свідомості військовослужбовців гордості за належність до Збройних Сил України, виду (роду, сил) Збройних Сил України, військової частини, підрозділу.

Культурна рекреація – це діяльність, спрямована на відновлення психічних і фізичних сил військовослужбовців через участь у культурних заходах, яка забезпечує задоволення духовних, інтелектуальних і емоційних потреб особистості. Це одна з форм відпочинку, що включає в себе різноманітні види культурної діяльності, які сприяють розвитку особистості, покращенню її емоційного стану, а також допомагають розширювати кругозір.

Культурна рекреація здійснюється з метою вирішення таких завдань:

- ✓ формування духовних орієнтирів, моральних цінностей, розвиток духовності та сприяння саморозвитку військовослужбовців з метою встановлення зв'язку з національною та культурною ідентичністю;
- ✓ поширення та популяризація української мови літератури, мистецтва як основи національної ідентичності та засобу протидії культурній асиміляції;
- ✓ розвиток у військових колективах внутрішньої культури та традицій, які сприяють зміцненню командного духу;
- ✓ розробка заходів, які підкреслюють роль військовослужбовців у збереженні національних цінностей і спадщини;
- ✓ сприяння емоційному відновленню шляхом проведення релаксаційних сесій (музична терапія, арт-терапія тощо);
- ✓ зняття емоційної напруги, підтримка морального духу після виконання бойових завдань або тривалих фізичних і психічних навантажень;
- ✓ використання культурних заходів для підвищення впевненості у власних силах, підвищення мотивації особового складу, згуртування військових колективів;

- ✓ аналіз впливу культурних факторів на бойовий дух і вдосконалення програм культурної рекреації, які враховують індивідуальні та колективні потреби;
- ✓ узагальнення потреби в забезпеченні ЗС України технічними засобами пропаганди та послугами поліграфії;
- ✓ удосконалення матеріальної бази та розвитку мережі військових закладів культури з урахуванням завдань, які стоять перед ЗС України.

Отже, в умовах російсько-української війни моральна підтримка військовослужбовців ЗС України є не просто важливою – вона критично необхідна для збереження їхньої психологічної готовності, витривалості й віри в перемогу. Вона проявляється у довірі, згуртованості підрозділів, турботі близьких та щирій вдячності суспільства. Саме моральна підтримка здатна зміцнити дух навіть тоді, коли виснажене тіло, а обставини надзвичайно складні. У реаліях сучасної війни вона є духовним тилом, який має бути не менш надійним, ніж фронт. Відповідальність за цю підтримку лежить не лише на ЗС України, а й на всьому українському суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Наказ Генерального штабу Збройних Сил України від 14.04.2025 №177 «Про затвердження Порядку організації моральної підтримки військовослужбовців у Збройних Силах України».
2. Організаційно-методичні вказівки щодо організації психологічної підтримки персоналу Збройних Сил України до кінця 2024 року, затверджені Головнокомандувачем ЗС України, червень 2024.

СЕКЦІЯ 15. Соціологічні науки

Мельничук М.М., к.ю.н., доцент

Наконечний О.А., викладач

Каленяк В.П., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

Прохорчук С.В., к.е.н., професор

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ І РОЗВИТОК: ПОГЛЯД У КОНТЕКСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СТРАТЕГІЇ УКРАЇНИ

У сучасному суспільстві проблема гендерної нерівності залишається надзвичайно актуальною та значущою. Вона не лише перешкоджає сталому розвитку, а й призводить до негативних наслідків, зокрема збільшення соціальних витрат, зниження ефективності праці, уповільнення економічного зростання. Тому забезпечення гендерної рівності розглядається як ключовий індикатор прогресу будь-якої держави. В умовах глобалізації суспільства все частіше стикаються з необхідністю перегляду традиційних уявлень про гендерні ролі. Організація Об'єднаних Націй визнає гендерну нерівність глобальною проблемою та закликає країни трансформувати застарілі моделі,

що підтримують нерівність і подвійні стандарти. Це вимагає не лише змін на рівні політики, а й формування нової культури рівності, що починається з освіти, медіа та родинного виховання.

Гендерна рівність є як соціальною цінністю, так і важливою умовою демократичного розвитку. Попри те, що країни світу демонструють різну динаміку у вирішенні гендерних питань, загальний вектор змін спрямований на досягнення рівних прав і можливостей для чоловіків та жінок. Особливої актуальності набуває міждержавне співробітництво у сфері обміну кращими практиками подолання дискримінації та просування рівноправ'я.

Орієнтація України на європейську інтеграцію передбачає впровадження європейської моделі соціальної ринкової економіки, де пріоритетами є високі соціальні стандарти, розвинена гуманітарна сфера, ефективний захист трудових прав і, безумовно, принцип гендерної рівності. Підхід Європейського Союзу до гендерного питання ґрунтується на ідеї рівноправності жінок і чоловіків у всіх сферах життя, а інтеграція гендерної проблематики у всі політики, програми та рішення є обов'язком усіх інституцій ЄС. Такий підхід дозволяє забезпечити сталість реформ і запобігати формальному підходу до вирішення гендерних питань.

Європейський курс України закріплений як у внутрішньому законодавстві, так і в міжнародно-правових документах. Приєднання до європейських соціально-економічних стандартів є частиною зобов'язань, які держава взяла на себе в рамках Угоди про асоціацію. Незалежно від того, чи визначена вже дата вступу до ЄС, процес європеїзації має бути безперервним і включати реформування соціальної політики. Це включає створення справедливого суспільства, підвищення рівня соціального захисту вразливих категорій населення та забезпечення належної реалізації прав людини. Інституційна спроможність реалізовувати ці реформи потребує не лише політичної волі, а й достатнього фінансування, професійної підготовки кадрів і прозорих механізмів контролю.

Сьогодні, поряд із економічними викликами, перед Україною постає завдання забезпечення сталого соціального розвитку, що неможливе без урахування гендерної складової в усіх напрямках державної політики. Гендерно чутлива оцінка політичних стратегій має стати системним інструментом у процесі ухвалення рішень. Це дозволить виявляти приховані форми дискримінації та сприяти розробці більш ефективних рішень у сфері зайнятості, освіти, охорони здоров'я та соціального захисту.

Останні роки в Україні спостерігається позитивна динаміка щодо представництва жінок у владі – зросла кількість жінок-депутатів. Значні успіхи зафіксовані на рівні законодавства. Проте в реальному житті ще існує чимало бар'єрів. Україна залишається в нижній частині світових рейтингів з гендерної рівності. На ринку праці жінки стикаються з труднощами, зумовленими як системою зайнятості, так і складністю поєднання професійної діяльності з сімейними обов'язками. Запровадження державної підтримки гнучких форм працевлаштування, зокрема неповного робочого дня, могло б частково

вирішити ці проблеми. Однак така практика поки що майже не застосовується. Крім того, зберігаються значні розриви в оплаті праці та можливостях кар'єрного зростання між жінками й чоловіками. Також варто звернути увагу на обмежений доступ жінок до керівних посад, особливо в корпоративному секторі, де зберігається «скляна стеля».

Ці проблеми посилюються в умовах сучасної глобальної нестабільності, підвищеного рівня стресу та соціальної невизначеності. Саме тому держава має впроваджувати кризостійкі гендерні політики, здатні адаптуватися до змін і захищати найбільш уразливі групи населення.

Представлене дослідження звертає увагу на роль як суспільних (норми, законодавство), так і економічних інституцій (ринок, розподіл ресурсів) у формуванні гендерної політики. Також вона аналізує міжнародні підходи та стандарти, яких мають дотримуватись держави у сфері гендерної рівності. Один з розділів доповіді базується на результатах всеукраїнського соціологічного опитування, яке вивчає ставлення громадян до проблем гендерної дискримінації. Питання гендеру розглядається у порівняльному (компаративістському) контексті, що дозволяє проаналізувати спільні риси й відмінності в реалізації гендерної політики в Україні та країнах Європейського Союзу, а також оцінити ефективність існуючих механізмів її впровадження. Це сприяє формуванню обґрунтованих рекомендацій для вдосконалення національної політики у сфері рівних прав і можливостей.

Список використаних джерел

1. Гендерна рівність. URL : <https://stsaltiv.gov.ua/useful-info/genderna-rivnist> (дата звернення: 27.03.2025).
2. Левченко К. Б. До проблеми конкретно-історичного характеру категорії «гендерна рівність». Український соціум. 2005. № 1 (6). С. 26–30.

СЕКЦІЯ 18. Історичні науки

Гук Л.П.

викладач суспільних дисциплін

Чернятинський фаховий коледж ВНАУ

ІСТОРИЧНІ КОРЕНІ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СУЧАСНУ БОРОТЬБУ ЗА ВІДСТОЮВАННЯ ДЕРЖАВНОСТІ

Російська збройна агресія проти України, що триває з 2014 року та набула повномасштабного характеру в 2022 році, не є випадковим спалахом ненависті чи результатом миттєвих політичних рішень. Її глибоке коріння сягає століть імперської політики Росії, яка послідовно заперечувала самостійність українського народу, його право на власну державність та унікальну ідентичність. Розуміння цих історичних процесів є ключовим для усвідомлення сучасної боротьби українців за своє існування та незалежність.

Історія взаємовідносин між українськими землями та Російською державою позначена багатовіковою експансією останньої. Починаючи з приєднання окремих українських князівств, Московське царство, а згодом Російська імперія, неухильно прагнули до поглинання українських територій та асиміляції українського населення. Ця імперська політика базувалася на кількох ключових принципах: концепції «триєдиного руського народу», централізації влади та уніфікації, економічній експлуатації та русифікації та культурної асиміляції.

Концепція «триєдиного руського народу» – це міф, що активно культивувався імперською ідеологією, заперечував існування окремих української та білоруської націй, розглядаючи їх як гілки єдиного руського народу, ядром якого вважалися великороси. Ця концепція слугувала ідеологічним підґрунтям для ліквідації будь-яких проявів української самостійності.

Централізація влади та уніфікація проявлялася в прагненні імперії до максимальної централізації управління та уніфікації всіх сфер життя на приєднаних територіях. Українська автономія, Гетьманщина, поступово ліквідовувалася, а місцеві органи влади замінювалися російськими чиновниками. Українська мова та культура зазнавали обмежень та переслідувань.

Українські землі розглядалися як ресурсна база для імперії, постачальник сільськогосподарської продукції та людських ресурсів. Економічна політика імперії часто ігнорувала інтереси місцевого населення та сприяла його зuboжінню.

Одним з ключових інструментів імперської політики була русифікація – нав'язування російської мови, культури та ідентичності. Українська мова обмежувалася у вжитку, заборонялася в освіті та діловодстві. Українська інтелігенція зазнавала переслідувань за прояви національної свідомості.

Протягом століть імперської влади українці чинили опір цим асиміляційним процесам. Козацькі повстання, діяльність національно-визвольних рухів, розвиток української культури та науки – все це свідчило про незламне прагнення українського народу до самовизначення. Однак імперія жорстоко придушувала будь-які спроби здобуття незалежності.

Заперечення існування окремої української нації та її унікальної ідентичності було наріжним каменем російської імперської політики. Це проявлялося у таких формах, як лінгвоцид, перекручування історії, дискредитація української культури та нав'язування спільної ідентичності.

Систематичне придушення української мови, її оголошення «наріччям» російської, заборона друку книг та навчання українською мовою. Важливими етапами цього процесу стали Валуєвський циркуляр (1863) та Емський указ (1876), які значно обмежили використання української мови.

Імперська історіографія намагалася інтегрувати українську історію в російський контекст, представляючи українців як «молодших братів», які нібито не мали власної повноцінної історії та культури. Активно

фальсифікувалися історичні факти, замовчувалися періоди української державності.

Українська культура представлялася як провінційна, другорядна, позбавлена самостійної цінності. Її розвиток штучно гальмувався, а діячі культури зазнавали переслідувань.

Імперія активно пропагувала ідею спільної «руської» ідентичності, яка мала поглинути національні особливості українців та білорусів.

Радянський період, попри формальне визнання УРСР, не приніс остаточного розриву з імперською політикою. Хоча українська мова та культура певною мірою розвивалися, централізована влада та панівна ідеологія братніх народів продовжували обмежувати суверенітет України та придушувати прояви справжньої національної самосвідомості. Голодомори, політичні репресії, русифікація – все це були продовженням імперської політики в нових формах.

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році, Росія, незважаючи на формальне визнання українського суверенітету, так і не змогла остаточно відмовитися від імперських амбіцій та заперечення української ідентичності. У російському політичному дискурсі продовжувала домінувати теза про «братні народи», «спільну історію» та «штучність» української держави.

Саме ця глибоко вкорінена імперська спадщина та заперечення української самостійності стали ідейним підґрунтям для російської агресії. Анексія Криму, підтримка сепаратистських рухів на сході України, а згодом і повномасштабне вторгнення у 2022 році – це логічне продовження багатовікової політики, спрямованої на підкорення України та знищення її державності.

Сучасна боротьба українського народу за свою державність є не лише боротьбою за територіальну цілісність та суверенітет. Це також боротьба за остаточне звільнення від багатовікового імперського ярма, за утвердження власної національної ідентичності та права на самостійний розвиток.

Українці сьогодні не лише зі зброєю в руках захищають свою землю, але й активно переосмислюють свою історію, очищаючи її від імперських міфів та наративів. Відродження національної культури, мови, традицій, декомунізація, перейменування вулиць та міст – все це є важливими складовими процесу деколонізації та утвердження власної ідентичності.

Міжнародна підтримка України у цій боротьбі є надзвичайно важливою, оскільки вона допомагає не лише зупинити агресора, але й сприяє остаточному руйнуванню імперських амбіцій Росії та утвердженню принципу непорушності кордонів та суверенного права кожної нації на самовизначення.

Висновок. Історичні корені російської агресії проти України глибоко вкорінені в багатовіковій імперській політиці Росії, яка послідовно заперечувала існування української нації та її право на власну державність. Розуміння цієї історичної спадщини є ключовим для осмислення сутності сучасної боротьби українського народу за відстоювання своєї незалежності та суверенітету. Ця боротьба є не лише військовим протистоянням, але й цивілізаційним вибором, остаточним розривом з імперським минулим та

утвердженням України як самостійної, суверенної та європейської держави. Перемога України у цій війні стане не лише захистом її територіальної цілісності, але й важливим кроком на шляху до остаточного подолання імперських фантомів та утвердження справедливого світового порядку, заснованого на повазі до суверенітету та самовизначення кожної нації.

Список використаних джерел

1. Іваненко, О. П. (2023). Сучасні тенденції розвитку української освіти. Інформаційні технології в освіті, № 3(55), 15-28. <https://journal.ite.kpi.ua/article/view/xxxx> (дата звернення: 09.04.2025).
2. Петренко, М. В., & Сидоренко, С. І. (2024). Інноваційні підходи до викладання історії України в умовах воєнного стану. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції "Актуальні проблеми гуманітарних наук", 112-117. <https://conference.org.ua/proceedings/yyyy> (дата звернення: 09.04.2025).
3. Історія без міфів. (2022, 15 березня). Російська пропаганда про «один народ» - розбір істориків [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=zzzz> (дата звернення: 09.04.2025).
4. Снайдер, Т. (2020). Шлях до несвободи: Росія, Європа, Америка (Г. Герасим, Пер.). Львів: Човен. 392 с.

Жиловський В.М., викладач
*Фаховий коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту*

ВНЕСОК ЗАХІДНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ У ФОРМУВАННЯ ДИПЛОМАТИЧНИХ, ОСВІТНІХ ТА КУЛЬТУРНИХ ІНСТИТУЦІЙ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ

Після здобуття Україною незалежності в 1991 році головним викликом для молодшої держави стало не лише забезпечення внутрішньої стабільності, а й формування ефективних дипломатичних, освітніх і культурних інституцій, здатних репрезентувати країну на міжнародному рівні, забезпечувати розвиток національної ідентичності та утверджувати її самобутність у глобалізованому світі. В цьому процесі надзвичайно важливу роль відіграла західна українська діаспора, зокрема громади Канади, США, Аргентини, Бразилії та інших країн Західної півкулі, які впродовж десятиліть були активними носіями української ідеї та її невтомними популяризаторами.

На початковому етапі незалежності українські дипломати зіштовхнулися з проблемами обмеженого міжнародного визнання, відсутності підготовлених кадрів і відпрацьованих механізмів зовнішньої політики. У цій ситуації важливу роль взяла на себе діаспора, яка, маючи багаторічний досвід громадської та політичної діяльності в країнах свого проживання, стала своєрідною «народною дипломатією» нової України.

Зокрема, в Канаді, яка стала однією з перших країн, що офіційно визнала незалежність України, велику роль відіграли організації Конгресу українців Канади, Шевченківського комітету, українських студентських об'єднань, а також численні культурні товариства. Їхні звернення до парламенту, участь у парламентських слуханнях, а також особисті контакти з політичними елітами країни сприяли створенню позитивного образу України у західному політичному дискурсі [1].

Окремої уваги заслуговує діяльність українців Латинської Америки – зокрема в Аргентині й Бразилії, де діяли українські дипломатичні представництва ще за часів УНР. Ці громади, попри меншу чисельність, підтримували ініціативи зі створення українських консульств і посольств, допомагали з перекладами, правовими консультаціями, інформаційною підтримкою. Представники діаспори також брали участь у створенні дорадчих рад при дипломатичних установах України [2].

В освітньому вимірі значний вплив мала діяльність Канадського інституту українських студій (CIUS) при Альбертському університеті. Створений ще у 1976 році, інститут на початку 1990-х років переорієнтував значну частину своєї діяльності на підтримку науковців з України, які часто працювали в умовах фінансової нестабільності, обмежених академічних зв'язків та відсутності сучасної матеріально-технічної бази [3].

CIUS започаткував численні програми фінансування стипендій, перекладів наукової літератури, публікацій монографій, організації конференцій. Окрім цього, інститут долучився до розвитку українознавчих досліджень в Україні – передусім в галузях історії, мовознавства, культурології та політології. Важливим аспектом стала підтримка досліджень Голодомору 1932–1933 рр., що до того часу залишалася малодослідженою темою в академічному середовищі.

Освітні ініціативи діаспори також включали створення стипендіальних фондів (зокрема в Канаді, США, Бразилії), передачу книг та обладнання до університетських бібліотек України, організацію обмінів між студентами та викладачами. У перші роки незалежності діаспорні інституції стали провідними донорами українознавчих кафедр у регіональних університетах.

Культурна діяльність західної української діаспори – одна з найстабільніших і найпослідовніших сфер її впливу. Ще з початку XX століття в Канаді, США, Аргентині, Бразилії діяли хори, театри, мистецькі студії, українські школи, які зберігали та розвивали національну культуру, мову, традиції в умовах чужомовного середовища. Після 1991 року ці ресурси були спрямовані на відновлення і розвиток культурної інфраструктури в самій Україні [4].

Митці українського походження з діаспори приїжджали з гастрольями, брали участь у спільних проектах, ініціювали створення музеїв, пам'ятників, культурних центрів. Значна частина культурного доробку – літературна, музична, образотворча – була вперше перевидана в Україні саме завдяки зусиллям діаспорних фондів та меценатів. У 1990–2000-х роках відбулося повернення в Україну імен та творів митців, які були заборонені в радянський

час, зокрема Івана Багряного, Уласа Самчука, Богдана Кравціва, Леоніда Перфецького, Любомира-Романа Луцишина та ін [5].

Особливої уваги заслуговує благодійна діяльність. Діаспорні організації, фонди, релігійні громади регулярно організовували збір коштів на підтримку українських музеїв, бібліотек, шкіл, дитячих будинків, лікарень. У журналі «Бібліотечна планета» згадуються приклади системної допомоги, що включала як фінансову підтримку, так і передачу літератури, техніки, меблів тощо [6]. Це була реальна допомога, яка дозволяла українським інституціям функціонувати у складних економічних умовах.

Досвід співпраці з діаспорою продемонстрував важливість формування цілеспрямованої державної політики у цій сфері. Попри ентузіазм і багаторічну активність з боку громади, інституційна взаємодія з боку України тривалий час залишалася фрагментарною. Лише на початку 2000-х років з'явилися перші програми підтримки зв'язків з діаспорою, окремі ініціативи при МЗС України, Державному комітеті у справах національностей та міграції. У новітній період, особливо після 2014 року, ці ініціативи активізувалися, але потребують подальшого удосконалення.

Розуміння того, що діаспора – це не лише культурна пам'ять, а й потужний ресурс для дипломатії, освіти, науки, економіки – має стати основою сталого партнерства між українською державою та громадами за кордоном. У цьому контексті досвід західної української діаспори заслуговує на вивчення, узагальнення й включення у державну стратегію розвитку гуманітарної політики [7].

Західна українська діаспора відіграла виняткову роль у формуванні основ державності незалежної України, особливо у сферах дипломатії, освіти та культури. Її внесок – це не лише історичний факт, а й модель громадянської відповідальності та міжнародної солідарності. Інституції, створені або підтримані діаспорою, сприяли утвердженню української ідентичності як у самій Україні, так і на світовій арені. Тому вивчення й активізація цього ресурсу має залишатися одним із пріоритетів державної політики.

Список використаних джерел

1. Дибчук Л. В. Внесок української діаспори Канади та країн Латинської Америки в розвиток економіки і культури незалежної України (1991–2005 рр.): дис. спец. 07.00. 01 «Історія України». Тернопіль, 2006. 313 с.

2. Дибчук Л.В. Сприяння канадської і латиноамериканської діаспори в становленні дипломатичних інституцій України. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Історія.* № 7.2004. С. 203-207

3. Дибчук Л.В. Фінансова підтримка Канадським інститутом українських студій при Альбертському університеті сучасної українознавчої науки. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Історія.* №10. 2006. С. 404-407

4. Дибчук Л.В. Передумови формування української еміграції (на прикладі Канади). *Наукові записки ВДПУ ім. М. Коцюбинського*. 2003.

5. Дибчук Л. Спадщина діячів літератури і мистецтва української діаспори Канади та країн Латинської Америки другої половини ХХ ст. – початку ХХІ ст. *Україна ХХ століття: культура, ідеологія, політика*. №. 16. 2011. С. 202-218.

6. Дибчук Л., Паславський Т. Благодійники українських бібліотек з канадської та латиноамериканської української діаспори. *Бібліотечна планета*. № 1. 2006. С. 17-20.

7. Дибчук Л. В. Внесок західної української діаспори в розвиток українознавчої науки та культури. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського*. Серія: Історія. №. 8. 2004. С. 311-316.

Костиренко Т.О.
асистент кафедри педагогіки та суспільних наук
Полтавський університет економіки і торгівлі

СПОВІДНІ РОЗПИСИ 1775 р. ЯК ДЖЕРЕЛО ВИВЧЕННЯ НАСЕЛЕННЯ ВЕЛИКИХ БУДИЩ, СТАРИХ І НОВИХ САНЖАР

У статті проаналізовано сповідні розписи Великих Будищ, Старих і Нових Санжар за 1775 рік – сотенних містечок Полтавського полку Гетьманщини. Оцінено якість даних за допомогою індексу Уіпла. Високий ступінь збереженості джерел дозволив встановити кількість жителів трьох парафій.

Ключові слова: сповідні розписи, історична демографія, Великі Будища, Старі Санжари, Нові Санжари, Гетьманщина, індекс Уіпла, вік, священники.

Для проведення дослідження були використані сповідні розписи, у яких парафіяльні священники фіксували дані про стать, вік, сімейний стан, соціальний статус та імена парафіян. Перевагою цих джерел є облік жінок і дітей, що рідко фіксувалися в інших облікових документах. До того ж сповідні розписи надають можливість глибше проаналізувати демографічні та соціальні явища суспільства Гетьманщини в другій половині ХVІІІ ст.

Сповідні розписи використовували для вивчення населення міст і сіл Гетьманщини другої половини ХVІІІ ст. такі історики, як Юрій Волошин, Віталій Дмитренко, Олена Бороденко, Оксана Романова, Олександр Сакало, Віталій Тучинський та ін.

Згідно з указом Синоду 1737 року, веденням за єдиним зразком сповідних розписів займалися священники, які фіксували відвідування парафіянами сповіді та причастя. Вони записували поіменно присутніх на цих таїнствах і відсутніх мешканців домогосподарств через стан здоров'я або через вік до 7 років. Сповідні розписи мали оновлюватися щорічно.

Для аналізу статево-вікової структури населення Великих Будищ, Старих і Нових Санжар використано сповідні розписи церков за 1775 рік. Для

дослідження були обрані аркуші зі справи 34, де зафіксовані відомості про парафії: Миколаївської церкви у Великих Будищах, Троїцької церкви у Старих Санжарах та Михайлівської церкви у Нових Санжарах [6].

Ці документи зберігаються у фонді 990 Центрального державного історичного архіву України, у Києві, що містить матеріали Переяславсько-Бориспільської духовної консисторії. У фонді розміщується 1879 справ.

Сповідні розписи, виконані скорописом XVIII ст., збереглися у доброму стані: записи зроблені різними почерками, здебільшого розбірливо, з поодинокими виправленнями. На аркушах помітні сліди чорнила, а внизу сторінок – маргінальні записи. Під реєстрами стоять підписи священників, що засвідчує ретельність упорядників і автентичність документів.

З метою оцінки точності даних, наведених у сповідних розписах, за віковою групою 25–60 років, застосовано індекс Уіпла (Whipple index). Аналіз отриманих показників (див. таблицю 1) здійснювався із використанням стандарту ООН для розрахунку індексу Уіпла [2, с. 7].

Стандарт ООН для обчислення індексу Уіпла			Отримані показники		
<i>Індекс Уіпла</i>	<i>Якість даних</i>	<i>Відхилення від ідеалу, %</i>	<i>Парафії</i>	<i>Індекс Уіпла</i>	<i>Якість даних</i>
<105	дуже точні	<5	-	-	-
105–110	відносно точні	5–9,99	Михайлівська	107	відносно точні
110–125	хороші	10–24,99	-	-	-
125–175	погані	25–74,99	Миколаївська	143	погані
			Троїцька	158	
>175	дуже погані	≥75	-	-	-

Таблиця 1. Якість даних за Індексом Уіпла у сповідних розписах парафій

Наведені в табл. 1 дані свідчать, що неточність в облікових документах зумовлена усною традицією повідомлення та визначення віку в ранньомодерному суспільстві. Вік часто заокруглювали до «0» або «5», нерідко не знали або не пам'ятали точну дату народження, що загалом вважалося несуттєвим. Негативним чинником можна вважати відсутність у більшості мешканців Гетьманщини календарів і годинників, через що орієнтація в часі здійснювалася за церковними дзвонами та релігійними святами [5, с. 58-59]. Зважаючи на ці обставни, мешканцям міст і сіл було складно точно визначити дати, місяці та роки.

Відсутність системи обліку віку призводила до того, що особисті дні народження часто асоціювали з визначними подіями — пожежами, неврожаями, храмовими святами тощо. Дітям давали імена святих, іменини яких наближалися до дати народження. Згодом люди похилого віку нерідко забували рік свого народження та заокруглювали власний вік. Сукупність цих чинників спричинила внесення недостовірних даних про вік, які священнослужителі не могли ретельно перевірити через відсутність метричних книг або поспішність при складанні сповідних розписів [1, с. 33].

Укладачі сповідних розписів могли проявляти неуважність або неграмотність; представники духовенства, як правило, вносили відомості про вік на основі усного опитування або просто переписували дані з попереднього року без належного оновлення. Байдужість людей до точного визначення власного та чужого віку призводила до ненавмисних помилок кліру під час фіксації віку, імен і складу родин прихожан у XVIII столітті [4, с. 125-126].

Відтак на якість інформації, зафіксованої в обраних сповідних розписах, істотно впливали їхні укладачі – представники духовенства [6]. Під реєстром Троїцької церкви сотенного містечка Старі Санжари підписався ієрей Симеон Іосифов. Але створив розпис диякон Яків Данилов, імовірно, під керівництвом вказаного ієрея. Поміж 301 парафіянина було 103 «ювіляри» віком від 25 до 60 років, що сягає 34%. Індекс Уіпла досягнув 158 і вказує на погану якість даних.

Під реєстром Михайлівської парафії у Нових Санжарах підписались ієрей і намісник Павло Іосифов Сачавець та ієрей Іоанн Павлов Сачавець. Серед 435 прихожан віком від 25 до 60 років «ювілярами» були 106 осіб, тобто 21%. Індекс Уіпла становить 107 і вказує на відносно точну якість даних. Наприкінці реєстру Миколаївської церкви, яка знаходилась у Великих Будищах, поставили підписи священник Леонтій Трипольський та диякон Василь Стефанов Стружка. Серед 263 вірян визначено 83 «ювіляри» віком від 25 до 60 років, тобто 32%. Індекс Уіпла становить 143, що підтвердило погану якість даних.

У вказаних парафіях Великих Будищ, Старих і Нових Санжар загалом індекс Уіпла становить 132, що свідчить про погану якість даних. Подібний результат отримав Юрій Волошин, проаналізувавши сповідні розписи 6 церков Полтави другої половини XVIII ст., у яких цей показник сягнув 141 [2, с. 8].

Натомість полтавський історик Віталій Дмитренко визначив, що якість даних 8 з 14 сповідних розписів Пирятинської протопопії 1758 р. відносно точна та добра. За індексом Уіпла учений виявив невелике скупчення «ювілярів» у парафіях таких сіл: Грабарівка (105), Гурбинці (106), Кручі (110), Карпилівка (111), Короваї та Приходьки (115). Матеріали церковного обліку населення з Усівки (126), Харківців (129), Шкурат (131), Яцин (142) вирізняються поганою якістю даних про вік, а з Бубнів (178) та Митченків (181) – дуже поганою [3, с. 11].

Завдяки належному стану збереженості сповідних розписів Великих Будищ, Старих і Нових Санжар вдалося розшифрувати скоропис XVIII ст. та визначити кількість жителів у парафіях сотенних містечок станом на 1775 р. Найбільше вірян було в Михайлівській парафії – 1214 осіб (596 чол. та 618 жін.). У Троїцькій парафії налічувалось 918 осіб (446 чол. та 472 жін.), а найменше – у Миколаївській парафії, де проживало 698 осіб (334 чол. та 364 жін.).

Отже, попри певні неточності у відомостях про вік жителів містечок, їх можна вважати репрезентативними в історико-демографічному дослідженні.

Список використаних джерел

1. Бороденко О.А., Тучинський В.А. Особливості вікових реєстрацій українського населення за матеріалами церковного та фіскального обліку

другої половини XVIII століття. *Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія : Історія.* 2023. Вип. 45. С. 31-38.

2. Волошин Ю.В. Статеві-вікова та шлюбна структура населення міста Полтава в другій половині XVIII століття. *Історична пам'ять.* 2011. №1. С. 5-24.

3. Дмитренко В.А. Вікові характеристики парафіяльних ієреїв Пирятинської протопопії 60-70-х років XVIII століття. *Емінак: науковий щоквартальник.* 2018. №1(21). Т.1. С.10-14.

4. Романова О.О. Сповідальні книги Київської митрополії XVIII ст. як спосіб церковного контролю за мораллю парафіян. *Український історичний журнал.* 2008. № 4. С. 122-148.

5. Сердюк І.О. Особливості відображення вікових категорій населення Лівобережної України в Румянцевському описі Малоросії. *Вісник Черкаського університету. Серія : Історичні науки.* Черкаси, 2008. Вип. 133–134. С. 55–62.

6. Центральний державний історичний архів України м. Київ, ф. 990, оп. 2, спр. 34.

СЕКЦІЯ 19. Культурологія

Мазуркевич О.П.

канд. культурології, доцент

Демуцький Віталій, магістр

Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ РИЗИКІВ КУЛЬТУРИ В КРАЇНАХ З РИНКОВОЮ ЕКОНОМІКОЮ ТА ЇХ ПРОГНОЗУВАННЯ

У сучасній науковій літературі даються різні визначення та класифікації ризиків. Причому їх сенс у будь-якому випадку зберігається, а змінюється лише сфера, у якій виявляються певні ризики. Під ризиками варто розуміти настання або ймовірність настання ряду несприятливих явищ, тенденцій, які можуть спричинити руйнацію фінансово-економічних суб'єктів, збитки у вигляді втрати або знецінення активів, деградацію процесу відтворення, банкрутство, необхідність додаткових витрат, упущену вигоду. Залежно від зміни внутрішнього та зовнішнього навколишнього середовища ризики здатні посилювати або послаблювати вплив на процес відтворення та його суб'єктів. Всі ці ознаки можуть бути притаманні ризикам на мікро-, макро-, та національному рівні. Однак якщо накопичення ризиків до критичних масштабів на рівні корпорації зачіпає інтереси її власників, партнерів та персоналу, на рівні державних установ – інтереси низки суб'єктів господарювання й управління, то на рівні країни – інтереси національної держави, що загрожує їй банкрутством, зниженням міжнародного авторитету, в іншому випадку – втратою державної незалежності. Очевидно, що відсутність моделі

діагностування та управління ризиками на національному рівні або невчасне чи непрофесійне вжиття заходів щодо недопущення або подолання несприятливих подій, які викликають настання ризик-ситуації на суспільному рівні, обходиться країні набагато дорожче, ніж наявність вад у системі управління ризиками на нижчих ієрархічних рівнях. Тому дуже важливо, щоб національні агенти, безпосередньо відповідальні за відвернення ризиків державного існування, а це передусім уряд, центральний банк, парламент та президент країни, були готові до адекватного сприйняття ризиків, спільних дій щодо їх передбачення, ідентифікації, подолання, розподілу можливих успіхів чи відповідальності за поразку в цій справі

Ринкове середовище, у якому на сьогоднішній день функціонують суб'єкти господарювання різних форм власності, протягом останніх років суттєво змінюється: постійно зростає ступінь його невизначеності, з'являються невраховані чинники ризику.

Сучасне управління бізнесом повинно пристосовуватися до ринкового саморегулювання. Все частіше починають говорити про нові підходи до стратегічного управління в умовах ринкової економіки. Головне завдання нового менеджменту – подолання консервативних традицій, які не відповідають об'єктивним реаліям сучасного світу економіки, бізнесу, політики та соціального розвитку.

Стратегічне управління підприємством неможливо уявити без проведення стратегічного аналізу, який розглядається:

- як виконання відповідної функції управління, орієнтованої на перспективу і такої, що має високу невизначеність;
- як дослідження економічної системи за параметрами, які визначають її майбутній стан.

Предметом стратегічного аналізу є концептуальні напрями функціонування і розвитку підприємства, його організаційні, економічні та інформаційні ресурси та можливості, які розглядаються з погляду нарощування стратегічного потенціалу підприємства та зміцнення його позицій на ринку у довгостроковому аспекті.

Основна ціль стратегічного планування полягає в забезпеченні потенціалу майбутньої успішної діяльності підприємства.

Тобто, при розгляді питань стратегічного планування виникає проблема оцінки економічного потенціалу підприємства.

Визначення поняття економічного потенціалу набуває певного значення також у зв'язку з необхідністю розробки підходів до оцінки рівня економічної безпеки підприємств. Безсумнівно, що підвищення потенціалу підприємства веде до зростання його економічної безпеки. Отже, може виявитися можливим використання показника економічного потенціалу як інтегрального критерію економічної безпеки, що потребує детальних досліджень названих категорій.

Для виправлення ситуації, що склалася в економіці України, Уряд має вжити таких заходів:

- збалансувати Державний бюджет; – утриматися від внутрішніх і зовнішніх запозичень;
- спростити умови для ведення малого та середнього бізнесу в Україні;
- визначити пріоритетами економічного розвитку на нинішньому етапі сферу переробки сільськогосподарської продукції, а також сектори, які виробляють продукцію харчової, легкої промисловості та інші товари широкого вжитку;
- вивчити питання щодо запровадження державної монополії на виробництво та торгівлю алкогольними і тютюновими виробами, а також на гральний бізнес.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – [3-є вид., доп. і перероб.]. – Львів : «Львівська політехніка», 2007. – 384 с.
2. Верченко П. І. Багатокритеріальність і динаміка економічного ризику (моделі та методи) : монографія / П. І. Верченко. – Київ : КНЕУ, 2006. – 272 с.
3. Карпенко О. А. Основи антикризового управління : навч.-метод. посіб. – Київ : Вид-во НАДУ, 2006. – 208с.
4. . Подольчак Н. Ю. Класифікація ризиків та методи їх зниження / Н. Ю. Подольчак // Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів, 2002. – № 457. – С. 23–32.
5. Основи бюджетування зовнішньоекономічної діяльності організації : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, Л. С. Ноджак, Н. Я. Петришин, Ю. Л. Логвиненко. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2010. – 216 с.
6. Подольчак Н. Ю. Проблеми оцінювання та регулювання соціально-економічної ефективності систем менеджменту машинобудівних підприємств : монографія / Н. Ю. Подольчак. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2010. – 340 с.

Мазуркевич О.П.

канд. культурології, доцент

Іванець Ярослав, магістр

Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

КУЛЬТУРНО-ДОЗВІЛЛЄВА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНА ПРАКТИКА ТА ЇЇ ПОНЯТТЯ

Поняття соціокультурної практики є недостатньо дослідженим у науковій літературі. Це пояснюється тим, що більшість науковців у своїх працях використовують близькі за змістом, але не ідентичні йому поняття соціокультурної діяльності, культурно-дозвілєвої діяльності і культурнодозвілєвої практики. На сьогодні словосполучення «соціокультурна практика» починає використовуватись деякими вченими, переважно культурологами та соціологами, для позначення певного стандарту,

відтворення якого забезпечує культурно-цивілізаційну ретрансляцію історичного досвіду людства з метою утримання стабільності й легітимності впровадженої моделі соціального устрою.

Перш ніж розглянути поняття соціокультурної практики, слід уточнити сутність терміну «практика». Практика (з грецької – «діяльність») – доцільна і цілеспрямована діяльність, яку суб'єкт здійснює для досягнення певної мети.

Практика має суспільно-історичний характер і залежить від рівня розвитку суспільства, його структури. Практика – діяльність, за допомогою якої людина змінює, перетворює світ [6].

Відтак, можна стверджувати, що будь-яка практика має суспільно важливе значення, а її результат може впливати на прогрес або регрес соціуму. Соціальна практика – вид практики, в ході якої конкретний історичний суб'єкт, використовуючи суспільні інститути, організації та установи, впливаючи на систему суспільних відносин, змінює суспільство і розвивається сам.

Якщо виходити з первісного значення терміну «практика», що характеризується як діяльність, можна припустити, що соціокультурна практика – це важливий для соціуму напрям культурної діяльності, спрямований на участь індивіда у формуванні культурного середовища (або середовищ), яка в ідеалі повинна призвести до високого рівня культуризації суспільства. Щоб підтвердити вірність цього припущення і виокремити зміст соціокультурної практики спочатку проаналізуємо точки зору дослідників на більш загальне поняття «соціокультурна діяльність»

З точки зору деяких науковців, соціально-культурна діяльність – сфера соціальної діяльності, орієнтована на залучення людини до культури, самостійна складова загальної системи соціалізації особистості, соціального виховання та освіти [2]. Ю. Стрельцов розглядає соціокультурну діяльність як синтез відносно самостійних видів діяльності, у контексті яких культурна діяльність пов'язується із світом свідомості особистості та її формуванням, а соціальна діяльність спрямована на розвиток людських взаємин та організацію суспільного життя в цілому [5]. Ю. Стрельцов пропонує розглядати соціально-культурну діяльність як процес, що управляється суспільством та його соціальними інститутами, як процес, до якого активно залучається людина [5]. Деякі вчені визначають соціально-культурну діяльність як діяльність соціального суб'єкта (особистості, спільноти, соціального інституту, етносу, нації), «сутність та зміст якого складають процеси створення, збереження, трансляції, засвоєння та розвитку традицій, цінностей та норм культури – художньої, історичної, духовно-моральної, екологічної, політичної» [3].

Таким чином, можна стверджувати, що соціокультурна діяльність – це процес, генерований і реалізований суспільством в особі працівників соціокультурної сфери з метою культуризації та соціалізації кожного його члена. Відомий український вчений О. Сасихов вважає, що соціокультурний процес складається з трьох «джерел», трьох взаємопов'язаних видів діяльності: високої культурної творчості, культурно-просвітницької роботи та культурно-дозвілєвої діяльності [2].

Усі ці «джерела» тією або іншою мірою передбачають професійну діяльність організаторів дозвілля з розробки та реалізації програм залучення людини до активної культурно-дозвілдової практики, тобто до безпосередньої участі індивіда у соціокультурному процесі. Ця практика буде співвідноситись з культурними потребами суспільства і реалізовуватись у спільній з іншими членами соціуму діяльності.

Логічним у процесі аналізу поняття соціокультурної практики вбачається розгляд ще одного близького йому за змістом словосполучення «культурно-дозвілдова практика».

Враховуючи такі змістовні аспекти культури, як культурні потреби суспільства, культурний розвиток, культурне середовище, культурологічне трактування дозвілдової практики також набуває багатозначності: по-перше, в понятті «культурно-дозвілдова практика» закладено, що вона реалізується у рамках культури конкретного соціуму й організовується на основі суспільно значущих норм та цінностей, які закріплені у даній культурі; по-друге, в культурно-дозвілдовій практиці закладено суспільну корисність та причетність до певних етичних норм та правил. Це передбачає, що людина може використовувати своє дозвілля або з користю, або на шкоду собі та соціуму. І. Петрова першою ознакою культурного дозвілля зазначає його соціальну значимість [1].

Отже, культурно-дозвілдову практику можна розглядати як діяльність людини, наближену за змістом, метою і результатом до соціокультурної практики. На нашу думку, різниця між культурно-дозвілдовою і соціальнокультурною практиками полягає у більшій персоніфікації першої (індивідуальний вибір механізмів і середовища задоволення власних культурних потреб) і суттєвій соціалізації другої (співвідношення власних потреб і шляхів їх задоволення з культурними потребами суспільства) у процесі дозвілдової діяльності. Об'єднуючим чинником цих понять є спрямування соціокультурного процесу у русло гуманітарних, культурних і рекреаційних цінностей.

Науковці справедливо відносять до соціальнокультурної практики досвід роботи з матеріалом, досвід самосвідомості, досвід осмислення своєї участі у дозвілдовій діяльності, досвід пізнання і синтезу культурних смислів, досвід комунікації, сенсорний досвід, досвід рефлексії, дослідження власної прагматики, практику визначення мети й створення нового культурного продукту [1].

Окрім зазначених функцій, соціокультурна практика передбачає також пошук і апробацію нових видів організації життєдіяльності соціуму, форм комунікативної взаємодії, способів поширення морального, естетичного, правового досвіду. Механізмом переходу та пристосування до неминучих соціальних інновацій, на думку С. Ягодзінського, і є соціокультурні практики, які покликані зняти первинні конформістські настрої та продемонструвати переваги й потенціал нововведень [6].

Таким чином, ми робимо висновок, що соціально-культурна практика – це зміст і результат соціокультурної діяльності людей у взаємодії один з одним і з навколишньою дійсністю. При цьому маються на увазі і самі соціокультурні дії, і комунікації, що виникають між людьми у зв'язку з цими діями, і соціокультурні форми, які створюються в результаті цих дій.

Список використаних джерел

1. Петрова І. В. Дозвілля як об'єкт соціально-культурного аналізу І. В. Петрова // Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури : зб. наук. пр. – Київ, 2008. – Вип. 21. – С. 319
2. Сасыхов А. В. Культурно-досуговая деятельность как социокультурный феномен / А. В. Сасыхов. – Київ, 2002. – Ч.1. – 358 с.
3. Социально-культурная деятельность: история, теория, образование, практика : межвуз. сб. науч. ст. / Ред.-сост. В. В. Туев. – Кемерово : КемГАКИ, 2002. – 177 с.
4. Словник іншомовних слів / за ред. О. С. Мельничука. – Київ : УРЕ, 1985. – 966 с.
5. Стрельцов Ю. А. Свободное время и развитие социокультурной деятельности / Ю. А. Стрельцов // Вестн. МГУКИ. – 2003. – № 1. – С.76–85.
6. Ягодзінський С. М. Науковий дискурс в умовах інформаційного суспільства: методологічний і соціокультурний аспекти : автореф. дис... канд. філос. наук : спец. 09.00.02. – Київ, 2008. – 20 с.

Мазуркевич О.П.

канд. культурології, доцент

Кравчук Юрій, магістр

Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, ЯК СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ, ІННОВАЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ НАЦІЇ

Процеси, що сьогодні відбуваються в інформаційній та соціокультурній сферах України, свідчать про якісно новий стан її розвитку. Вітчизняний виставковий ринок, попри суб'єктивні та об'єктивні труднощі реалій економічної кризи, перетворюється на один із перспективних і прибуткових у структурі галузей економіки, що розвиваються. Історичні і культурні традиції, готовність до швидких змін та зростання, приватна ініціатива і технологічна зрілість забезпечили вітчизняній виставковій галузі досить динамічний розвиток – за достатньо короткий час вона сформувалась в цілому і зайняла чільне місце в структурі економіки держави. Очевидним є її вплив на всі сфери суспільного, культурного і мистецького життя. Виставки також є потужним каналом міжнародного співробітництва.

Зазначене свідчить, що сьогодні виставкова діяльність трансформувалась на складну інтегровану маркетингову технологію, успішна реалізація якої

вимагає розуміння її основних функцій. Наразі соціокультурні та комунікативні функції виставкової діяльності набувають все більшого значення.

Як зазначалось вище, сучасний виставковий захід відіграє роль потужного засобу комунікації. Саме комунікативна функція виставкової діяльності визначається сьогодні фахівцями як домінантна. Сутність комунікативної функції не зводиться лише до обміну інформацією та новинами між учасниками та відвідувачами виставки, хоча інформативність заходу є беззаперечною. Виставковий захід – це засіб налагодження інтенсивних особистих професійних і бізнесових контактів з потенційними партнерами, провідними фахівцями галузі, котрі зацікавлені в обговоренні спільних проблем, встановленні пріоритетів, формування стратегій, авторитетної думки, поширенні ідей тощо. Ефективними інструментами виставкової комунікації є робота з громадськістю (PR), реклама, особисті контакти, промоушн, стимулювання та просування товарів і послуг, вивчення ринку тощо. Виставки також є майданчиком спільної діяльності міжнародних фахових об'єднань і галузевих асоціацій – провідних осередків співробітництва фахівців галузі. Наприклад, щорічний Міжнародний Франкфуртський книжковий ярмарок став постійним місцем проведення щорічних засідань Міжнародної асоціації видавців.

Вирізняється інформаційна функція – оскільки саме виставка слугує місцем обміну інформацією про досягнення науки, техніки, новинами та перспективами розвитку певної галузі, забезпечує інформування про сучасний ринок товарів і послуг, сприяє поширенню досвіду між різними країнами. Виставка, як мультифункціональний засіб комунікації, якнайповніше забезпечує безпосередній контакт між учасниками, викликає потребу в отриманні інформації, або задовольняє вже існуючу. За результатами опитування для 90 % представників компаній і організацій саме виставки є першочерговим джерелом інформації, необхідної для ведення власного бізнесу.

Інноваційна функція забезпечує, передусім, технологічний розвиток, оскільки сучасна виставка є майданчиком апробації і застосування інноваційних процесів і технологій в галузі, репрезентує країну на міжнародній арені як прогресивну та розвинену. Статистичні дослідження свідчать, що 50 % відвідувачів мають за мету ознайомитися на виставці з новими продуктами і досягненнями, 74 % відвідувачів використовують виставку для збору актуальної інформації про новітні досягнення та тенденції розвитку їх галузей. Тож, зрозуміло чому практики галузі називають виставки «хронометристами прогресу».

Підкреслимо освітній аспект виставкової діяльності, сутність якого полягає в поширенні спеціальних знань, отриманні фахових навичок і вмінь, підвищення кваліфікації учасників виставкового процесу. Ця функція реалізується через наповнення виставки івент-заходами. Професійні конференції, круглі столи по обговоренню актуальних питань, семінари, форуми, майстер-класи, конкурси – все це не лише підвищує інтерес професіоналів до виставки, а й сприяє підвищенню освітнього рівня учасників.

Беззаперечним є виховний аспект виставки, сутність якого – у визначенні потреб і цінностей конкретної професії, формуванні певного змісту і типу моральних взаємин між людьми в процесі трудової діяльності.

Похідною від функцій освіти і виховання є функція організації вільного часу, що відповідає суспільним потребам в культурних формах дозвілля, емоційної розрядки та ін. Відвідування виставок у вільний час пов'язано, як правило, з мотивами пізнавально-емоційного характеру і в цьому плані являє собою спосіб реалізації освітньо-виховних завдань виставкової діяльності.

У практиці виставкової діяльності вирізняється функція суспільних зв'язків, яка полягає у формуванні та стимулюванні сталого суспільного інтересу та широкого резонансу.

Через виставкову діяльність здійснюється політична та ідеологічна функції – забезпечується широкий діалог і міжнародні зв'язки, здійснюється інтеграція країни у світовий економічний та соціокультурний простір, реалізуються іміджеві цілі, демонструються переваги національних економік, культурної сфери та способу життя.

Окремо акцентуємо увагу на культурному аспекті виставково-ярмаркової діяльності, оскільки вона є частиною культурного процесу країни чи певного регіону, стимулює розвиток таких секторів економіки та суспільного буття як кіно-, шоу- та галерейний бізнеси, реклама, книговидавання та книгорозповсюдження. Зауважимо, що участь у міжнародних та всесвітніх виставкових заходах презентує не лише економічний, технологічний, науково-освітній рівень країни, а й її культурні, духовні надбання, слугує збереженню національної ідентичності, формує позитивний імідж держави. Окремо виділимо виставки, що репрезентують релігійну та духовну складову суспільного життя, а відтак – несуть помітне культурне навантаження.

Сьогодні поширення набули виставкові проекти, тематика яких безпосередньо пов'язана з розвитком культури і мистецтва: виставки реклами, книги та преси, скульптури, художнього та кіномистецтва, антикваріату, музеїв тощо. Їх проведення є яскравими подіями в культурному житті, активізує діяльність творчої спільноти, інтелігенції, засобів масової інформації, впливає на формування ціннісних орієнтирів та естетичних уподобань у суспільстві, підвищує його загальний рівень.

Сучасні виставкові заходи є потужним каталізатором розвитку і реструктуризації мережі розподілення товарів і послуг. Тож, вони виконують не менш важливу функцію формування споживацької культури, що є актуальним завданням в сучасних умовах ринкової економіки та загострення конкуренції серед виробників різних країн. Важливим вбачається сприйняття через виставки цивілізованих норм ведення бізнесу і ринкових правил.

Узагальнюючи викладене, зазначимо, що з подальшим розвитком виставкової діяльності її соціокультурні функції будуть набувати все більшого значення. Оскільки виставки є комплексним каналом комунікації, вони максимально повно задовольняють потреби у знаннях, фаховому і міжособовому спілкуванні, формують ставлення суспільства до різних галузей

та напрямів діяльності, створюють сприятливе поле міжнародного співробітництва у різних сферах життя.

Список використаних джерел

1. Колесніков Б. П. Виставкова діяльність в умовах європейської економічної інтеграції України : монографія / Б. П. Колесніков, О. І. Падашуля ; Донец. держ. ун-т управління, Дніпропетр. нац. ун-т. – Донецьк, 2008. – 101 с.
3. Овчарек В. Є. Виставкова діяльність в Україні: історичний аспект : навч. посіб. / В. Є. Овчарек. – Київ : КНУТД, 2014. – 96 с.
4. Пекар В. О. Виставкова діяльність як новий напрямок освіти / В. О. Пекар // Пед. інновації: ідеї, реалії, перспективи : зб. наук. пр – Київ, 2005. – Вип. 9. – 131 с.
5. Пекар В. О. Основи виставкової діяльності : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. О. Пекар. – Київ : Євро індекс, 2009. – 348 с. 49

СЕКЦІЯ 22. Філологічні науки

Drabovska Vira

PhD in Germanic philology, associate professor

Vinnytsia Cooperative Institute

DIGITAL AND PSYCHOLOGICAL INSTRUMENTS AS MEANS OF ENHANCING MOTIVATION IN LEARNING AND TEACHING FOREIGN LANGUAGES: WHAT TO FOCUS ON

Foreign language learning is the process of acquiring a language not native to an individual. It can be carried out either through formal education or leisure activities. [6]. We normally learn a foreign language for educational and professional goals or as a means of enhancing communication skills to adapt efficiently in a new socio-cultural setting (family, job, travel, contacts, entertainment) and boost awareness of personal integration in the globalized world.

Each of us would like to know at least one or two foreign languages well and communicate easily in them. However, the apparent ease and availability of modern means to learn different languages is often shattered by the harsh reality: only hard and systematic work help to master a new language.

But it is not only about the student's efforts, abilities and, consequently, speed of the process. It is also about what, according to scientists and researchers in the field of teaching methods, psychology and cognitive science, is the main stumbling block - *motivation*.

Starting from A. Maslow's "Hierarchy of Needs" (1943), where he explained motivation as something "*driven by the fulfillment of basic human needs, structured in a hierarchical order*" [7, 370–396] and proceeding onto C.L. Hull (Classic behavioral psychology theory, 1943) [5] and J.W. Atkinson's (Principles of behavior,

1964) visions of the phenomenon as “a function of the drive multiplied by habit strength.” or “the arousal of a tendency to act, to produce one or more effects” [1], all the later numerous definitions of motivation are still more or less similar in their core: they accentuate on the presence of desire / intention and real goal to be achieved.

One way or another, scholars invariably determine motivation as a “*process*” [11, 9], “*tendency*” [8], “*willingness*” and “*ability to satisfy an individual need*” [10]. Many accentuate on its constituents like “*effort plus desire*” [4]. But for a teacher struggling to make their foreign language lessons efficient and successful in all possible senses, I find the most relevant ones those by E.L. Deci and Z. Dörnyei for, for they put forward the idea of presence of “*energy*” in it:

- “Motivation is responsible for determining human behavior by **energizing** it and giving it direction.”[3];
- “Motivation concerns **energy**, direction, persistence and equifinality — all aspects of activation and intention.” [2].

It is also worth mentioning that the following three key elements are critical for a sustainable increase in motivation to learn a foreign language: 1) Realizing the personal meaning & significance of the language (motivation is higher where there is personal significance); 2) Feeling of real progress (visible growth); 3) Emotional involvement (learning should be interesting, not just “useful”, evoking positive emotions!).

So, what modern tools, available to a teacher, can become a lifeline in his practice, and for a student - in learning a foreign language, if motivation is energy and emotional involvement is the driving force?! Surely, the digital era we are living in provides a wide variety of instruments, and here is imperative to mention:

- mobile apps for individual learning (*Duolingo*, *Memrise*, *HelloTalk* etc); platforms to gamify classes (*Kahoot!* or *Quizlet*);
- online courses and simulators (*BBC Learning English*, *Coursera*, *edX* etc.); interactive platforms for group learning (*Padlet*; *Nearpod*);
- apps for training pronunciation (*Elsa Speak*); platforms for keeping a diary (*Penzu*); audio/video content (*TED Talks*; “*Speak English with Vanessa*”, “*English Addict with Mr. Steve*” etc.);
- podcasts (*The English We Speak* (BBC), *Luke’s English Podcast*); platforms with gamified tasks (*Habitica*).

Without doubt, these tools make the learning process varied, interesting and exciting, because one is able to see the progress right away, practice real communication, avoid “cramming” theory, alleviate fear of mistake, as well as they help link learning to personal interests. But here another challenge arises: teacher motivation, their passion and desire to pass knowledge, especially within the context of low-motivated students or the ones with poor basic knowledge of a foreign language.

No matter, how many tools could be suggested here, the root of it all will eventually be narrowed down to the one major principle: keep your personal mission alive in your mind when external motivation drops. Otherwise make a pause, take a

break, and modify your career goals to turn your teaching routine into an inspiring creative coaching, training, scientific activity or stop teaching at all.

References:

1. Atkinson J. W. An introduction to motivation. Van Nostrand, 1978. [<https://archive.org/details/introductiontomo0000atki/page/410/mode/2up>].
2. Deci E. L., Ryan R. M. Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. Plenum Press, 1985. [https://www.academia.edu/116848922/Intrinsic_Motivation_and_Self_Determination_in_Human_Behavior].
3. Dörnyei, Z. Motivational strategies in the language classroom. Cambridge University Press, 2001. [https://www.academia.edu/1110678/Motivation_strategies_in_the_language_classroom].
4. Gardner R. C. Social psychology and second language learning: The role of attitudes and motivation. Edward Arnold, 1985. [<https://publish.uwo.ca/~gardner/docs/SECONDLANGUAGE1985book.pdf>].
5. Hull C. L. Principles of behavior. Appleton-Century-Crofts, 1943. [<https://www.yumpu.com/en/document/view/26112270/principles-of-behavior-clark-hull>].
6. International Encyclopedia of Education. 3rd Edition, 2010. [<https://www.sciencedirect.com/referencework/9780080448947/international-encyclopedia-of-education>].
7. Maslow A. H. A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 1943. - 370–396 pp. [<https://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>]
8. Reigelut C. M. Instructional-design theories and models. Lawrence Erlbaum Associates, 1983. – P. 386 – 434. [https://www.researchgate.net/publication/243781058_Instructional_Design_Theories_and_Models_Vol_I_An_Overview_of_Their_Current_Status_17].
9. Pintrich P. R. A motivational science perspective on the role of student motivation in learning and teaching contexts. Journal of Educational Psychology, 95(4), 2003. – P. 667 – 686.
10. Robbins S. P. Organizational behavior: Concepts, controversies, applications. 6th ed. Prentice Hal, 1993. [https://books.google.com/books/about/Organizational_Behavior.html?id=4LK1bwAACA AJ].
11. Simon H. A. Motivational and emotional controls of cognition. Psychological Review, 74(1), 1967. – P. 29 – 39. [<https://pdfs.semanticscholar.org/9197/a1ffbd1cb8d7457d87f4800166029451927.pdf>].

ТЕХНОЛОГІЇ І ВЗАЄМОДІЯ: ФОРМУВАННЯ ЖИТТЄВИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ СТУДЕНТІВ

Сучасна освіта повинна відповідати вимогам часу, орієнтуючись не лише на передачу знань, а й на розвиток навичок, необхідних для ефективної соціалізації та професійного зростання студентів. Однією з найважливіших складових цього процесу є формування життєвої компетентності – здатності розв'язувати реальні життєві проблеми, ефективно взаємодіяти з оточенням, адаптуватися до змін та приймати самостійні рішення. Оскільки технології невпинно змінюють нашу реальність, то необхідно використовувати їх не лише для покращення засвоєння матеріалу, але й для розвитку в студентів важливих особистісних якостей. Новітні форми та активні методи взаємодії стають важливими інструментами для формування компетентностей, що допоможуть студентам не лише у навчанні, а й у подальшому житті.

Заняття з української мови та літератури відіграють суттєву роль у формуванні життєвих компетентностей студентів, адже саме ці предмети розвивають не лише мовні навички, а й особистісні якості, необхідні для становлення життєво необхідних компетенцій. Однією з ключових є комунікативна компетентність – здатність чітко, грамотно та аргументовано висловлювати думки, вести діалог, адаптувати мовлення до ситуації. Не менш важливою є критичне та аналітичне мислення: аналізуючи художні тексти, студенти вчаться оцінювати інформацію, робити висновки, розпізнавати маніпуляції, що є надзвичайно актуальним у сучасному інформаційному просторі.

Крім того, вивчення літератури сприяє розвитку емоційно-етичної компетентності, адже твори українських авторів дають змогу глибше зрозуміти людські почуття, моральні дилеми, виховують емпатію, толерантність і співпереживання. Через ознайомлення з культурною спадщиною формується культурна компетентність – усвідомлення значення мови та літератури як основи національної ідентичності, повага до історії, традицій і культурних надбань народу.

Особливого значення сьогодні набуває інформаційно-медійна грамотність: робота з текстами різних типів, аналіз джерел, створення власних публікацій чи мультимедійних проєктів навчає студентів орієнтуватися в інформаційному середовищі. Також завдяки обговоренню суспільно важливих тем, що порушуються у літературних творах, формується соціальна та громадянська компетентність – усвідомлення власної ролі в суспільстві, розуміння прав людини, демократичних цінностей, національної гідності.

Заняття з мови та літератури також сприяють розвитку здатності до самоосвіти та саморозвитку: студенти навчаються самостійно здобувати

знання, рефлексувати над власними цінностями, розвивати критичне мислення і творчі здібності. Таким чином, українська мова та література стають не лише інструментом навчання, а й засобом комплексного формування життєво необхідних компетентностей сучасного здобувача освіти.

Застосування цифрових інструментів у навчанні перетворює пасивне сприйняття знань на активну взаємодію, підвищуючи ефективність освітнього процесу. Завдяки дієвим методам, таким як дебати, рольові ігри, а також використанню цифрових платформ, студенти можуть розвивати критичне мислення, творчий підхід до вирішення завдань, а також здатність до результативної комунікації та роботи в команді – всі ці навички є основою базових життєвих умінь.

Технології, що впроваджуються в освітній процес, дозволяють створювати нові форми взаємодії. Платформи, як-от: Kahoot чи Quizizz, дозволяють не тільки проводити інтерактивні тести, а й залучати студентів до командної роботи. Це розвиває комунікаційні навички, вміння працювати в колективі, швидко адаптуватися до нових умов і розв'язувати проблеми в умовах обмеженого часу.

Також важливим засобом є застосування мультимедійних інструментів для більш глибокого вивчення української мови та літератури. Використання Google Jamboard або Padlet дає змогу створювати колективні проекти, відеопрезентації, діаграми, інтерактивні карти, досліджувати літературні твори тощо. Наприклад, під час аналізу творчості Івана Франка студенти не лише знайомляться з його класичними творами, але й готують інтерактивні презентації, де поєднують текст, зображення та відео, що дозволяє глибше розкривати значення творчості в контексті історичних подій.

Активні методи навчання допомагають студентам застосовувати свої знання в реальних умовах, що значно сприяє розвитку життєвих навичок. Під час дискусій студенти не лише вчать логічно та аргументовано висловлювати свою думку, а й повинні враховувати думки інших, адаптувати свої аргументи, шукати компроміси та розв'язувати конфлікти. Наприклад, при обговоренні творчості Василя Стуса студенти можуть сперечатися щодо того, яким чином його твори відображають національну свідомість та боротьбу за права українського народу.

Інсценізації також сприяють глибшому усвідомленню літературних творів. Наприклад, при вивченні драми-феєрії «Лісова пісня» Лесі Українки студенти можуть увійти в роль головних персонажів, вивчаючи їхні мотиви та внутрішні переживання. Такий підхід не лише допомагає краще розуміти персонажів, але й розвиває емпатію, вміння сприймати та аналізувати різні точки зору, що є важливим для набуття життєвої компетентності.

Ідеальним варіантом є інтеграція новітніх технологій та активних методів навчання для створення комплексного підходу формування базових життєвих умінь. Наприклад, під час вивчення творів Оксани Забужко студенти можуть працювати над мультимедійними проектами, де поєднуються аналіз літератури з елементами документального кіно, інтерв'ю з сучасними літературознавцями

та використанням архівних матеріалів. Така робота дозволяє студентам не лише аналізувати літературні твори, а й досліджувати їхній контекст у рамках сучасної української культури.

Платформи для колективної роботи, як-от: Google Classroom, Moodle, Edmodo, Classdojo, «МійКлас» дозволяють обговорювати літературні теми, задавати питання, брати участь в онлайн-дискурсах, а також обмінюватися ідеями з іншими студентами та викладачами. Це сприяє розвитку навичок самовираження, здатності до конструктивного критичного аналізу, а також вміння шукати та використовувати інформацію з різних джерел.

При вивченні української мови можуть бути цікавими для інтеграції наступні сучасні інструменти навчання: створення проєктів з аналізу мовних особливостей ЗМІ, блогів, соціальних мереж; інтерактивні карти та хронологічні таблиці етапів еволюції мови та важливі зміни в її розвитку; реальні приклади з літератури, кіно або реклами для аналізу стилістичних особливостей мовлення в різних контекстах; аналіз поетичних творів з допомогою мультимедійних платформ, що дозволяють досліджувати метафори, алегорії, ритмічні структури; дослідження мовних змін, які виникають під впливом глобалізації, використання англіцизмів та мовної змішаності в сучасному просторі.

Інтеграція сучасних засобів та активної взаємодії в освітній процес має величезний потенціал для формування життєвої компетентності студентів. Вони не тільки полегшують доступ до інформації, а й стимулюють студентів до більш активної участі у навчанні, розвитку творчих здібностей та критичного мислення. Використання сучасних форм та методів допомагає формувати ключові життєві навички – адаптивність, здатність до самоорганізації, ефективну комунікацію та роботу в команді.

Використання новітніх технологій підвищує рівень вивчення української мови та літератури, робить його більш інтерактивним, цікавим і доступним. Завдяки цьому студенти набувають не лише теоретичних знань, але й практичних навичок, які сприяють їхній успішній адаптації в швидко змінюваному світі. Таким чином, ми формуємо не тільки компетентних фахівців, але й активних громадян, готових до викликів сучасного життя.

Список використаних джерел

1. Даниленко Л.І. Теоретико-методичні засади управління інноваційною діяльністю в загальноосвітніх навчальних закладах освіти: автореф. дис. д-ра пед.наук: 13.00.01/ Лідія Іванівна Даниленко; [Ін-т педагогіки АПН України].- К., 2005. 43с.
2. Життєва компетентність особистості: Науково-методичний посібник / за ред. Л.Сохань, І.Єрмакова, Г.Несен. - К.: Богдана, 2003. - 502 с.
3. Миронюк С. Компетентнісний підхід у навчанні української мови і літератури // Вивчаємо українську мову та літературу. - 2007. - №29. - С. 11.
4. Руденко О. Життєва компетенція учнів у вимірі освітніх інновацій // Вивчаємо українську мову та літературу. - 2007. - №24. - С. 2-5.

МОДЕРНІСТСЬКІ ВІЗІЇ ВІКТОРА ДОМОНТОВИЧА

В епоху розвиненого модернізму у 20-30-ті рр. ХХ століття в українській літературі все більш ширшого розповсюдження набув урбаністичний дискурс, тому образ міста є одним із домінуючих у творах художньої літератури. Одним із найкращих зразків української модерністської інтелектуальної прози цього періоду є твори Віктора Домонтовича «Дівчина з ведмедиком» та «Доктор Серафікус».

На думку С. Павличко, у 20-х роках минулого століття саме В. Підмогильний та В. Домонтович дали в українській літературі зразки урбаністичної прози: «Образ міста, його стихію показав Підмогильний, його інтелектуальне дихання відтворив Петров» [4, с. 209]. В Україні модернізм мав свої особливості: злам традиційного реалізму, психологічна глибина, урбаністична тематика, сміливі формальні експерименти, поєднання інтелектуального та художнього. Письменники орієнтувалися на освіченого читача, готового до сприйняття складних текстів з філософською проблематикою [3].

Як зазначила В. Агеєва, «проза Домонтовича виявилася маніфестацією вітчизняного урбанізму хоча би в тому сенсі, що, на відмінну од більшості попередників, у цього письменника зовсім немає протиставлення міста й села, а український Київ зображено культурно самодостатнім простором [1, с. 204].

Роман «Дівчина з ведмедиком» (1928 р.) насичений проблемами ціннісних орієнтацій в новому суспільстві в епоху глобальних перетворень свідомості людини, коли на зміну старим патріархальним підвалинам з'являються нові. В основі твору моральні цінності суспільства в умовах змін, спричинених революційними подіями [5, с. 202].

Про В. Домонтовича як «шостого у гроні» неокласиків Ю. Шерех говорить: «Вони (неокласики) були наскрізь урбаністичні, але їхній *urbs* їх не сприймав, бо він був російський» [6]. Ці слова чітко характеризують і героїв В. Домонтовича, які не знають села та яким ідея його підкорення чи завоювання не відома. Вони мешканці міста, його «власники», але в урбанізованому просторі доби 20-30-х років відчують невпевненість, розгубленість, втрату життєвих орієнтирів. Події зображенні в романі «Дівчина з ведмедиком», є багатшаровими і глибокими, що відображають суттєві зміни, які відбувалися в українському суспільстві на початку ХХ століття. Місто виступає не тільки як географічний простір, але і як символ соціальних, культурних трансформацій та світоглядні позиції його жителів.

Київ у творі виступає важливим інтелектуальним осередком, де зосереджена діяльність інтелігенції. Кав'ярні, бібліотеки, університети та

приватні салони стають місцями, де народжуються і обговорюються ідеї, політичні переконання та культурні течії. Інтелігенція – один із центральних соціальних прошарків роману, і саме її життя найбільше впливає на формування соціокультурного образу міста. Герої роману постійно дискутують про політику, літературу, філософію, що підкреслює високий рівень інтелектуальних пошуків і суперечок у цьому міському середовищі.

Змальовуючи інтелектуальне середовище, автор усвідомлює руйнацію всього минулого й представляє переважно індустріальні міські пейзажі, які увиразнюють світоглядні конфлікти його мешканців. Його місто не є культурним, а технологічним осередком, приховуючи щось важливе, орієнтує героїв на тимчасовий компроміс між їхніми індивідуальними бажаннями та конкретно-історичними умовами існування [3].

Домонтович В. обирає для свого героя професію інженера-хіміка, яка в урбанізованому суспільстві має бути актуальною. Але, як відомо, на початку твору, завод зруйновано й Іполіт Миколайович змушений шукати інший підрібок. Варецький добре знає фізику й математику, але не вміє красиво говорити. Він людина-практик, якій бракує образів, ідей, слів.

Київ у романі постає як місто на зламі епох, де стикаються традиції й модернізм. Молода генерація, до якої належить героїня Зина, прагне до нових культурних ідей і свобод, що контрастує з традиційними поглядами старшого покоління. Місто постійно змінюється під впливом нових ідей, технічного прогресу і культурних змін, що робить його місцем соціальних і культурних трансформацій.

Домонтович намагався показати українську людину в нових суспільних умовах. Герой його твору мусить якимось виживати та існувати в міському просторі. Цю проблему найкраще вдається зрозуміти через стосунки героїв із жінками.

Місто, формуючи модерного героя, породжує й модерну героїню. Як правило, вона завжди змальовується авторами в зіставленні з традиційними жінками. Класичне протиставлення традицій і модернізму Домонтович моделює на прикладі двох сестер із сім'ї інтелігентів нової доби. Старша дочка Леся схожа в поглядах на маму й символізує класичну жінку минулої патріархальної епохи. Зина – модерна жінка нового часу. Вона мріє «завоювати світ». Її модерність проявляється в запереченні традицій, у системі ідей заперечення: на роль жінки в суспільстві й сім'ї, на кохання і шлюб.

У великому місті спокус і можливостей більш ніж досить, і письменник майстерно оречевлює уявлення про модерну жіночність. Дівчину, котра нарешті вирвалася в публічний простір, хвилюють контрасти, заборонені вдома розваги й ігри. Їй здається, що екстравагантна поведінка й модний одяг якраз і дають змогу бути собою, а не відповідати очікуванням батьків. «Усе здавалося їй ясним, простим, дозволеним, приступним і можливим: кохання, плоть, радість, поцілунок, столик у кав'ярні чи в барі, карбованець, поставлений у рулетку, джазбандовий вереск. Гримувальний олівець, парфуми, манікюр, коротка спідниця, шовкові панчішки, сонце, вітер, пляж, купальний костюм,

засмалене тіло, оголеність, горілка, коньяк, шоколад, тютюн, лайка, міцна, як махорка, і папіроса в губах, кандьориста, як лайка» [1, с. 208].

Перша світова війна стала поштовхом залучення жінок до чоловічих посад та занять. Емансиповані погляди на життя та внутрішня свобода спричинила репрезентацію жіночого тіла. Тому в героїні твору з'являється нове захоплення міським пляжем та засмагою жіночого тіла. Перші пляжі розпочали роботу в Києві у 1918 році. Також Зина з гордістю розповідає, як фотографувалась без убрання в ательє Мистецького інституту.

Для багатьох героїв Київ є не лише фізичним простором, але й місцем їхніх внутрішніх пошуків і конфліктів. Місто стає сценою, на якій вони намагаються вирішити свої особисті проблеми, знайти сенс життя і своє місце в суспільстві. Зокрема, Зина використовує місто як простір для своєї емансипації, відчуючи себе вільною у великому і сучасному місті, яке дає їй можливості для самовираження. Але неконтрольованість поведінки, суперечність між наміром і дією призводять до того, що вона стає повією і закінчує життя самогубством. Домонтович наголошує на ірраціональності людини, почуття, вчинки якої не керуються розумом.

У романі «Дівчина з ведмедиком» зустрічаємо важливий київський культурний ландшафт міста: магазини, кав'ярні, кондитерські, театри, саме вони формують європейську атмосферу Києва, відображаючи культурні, соціальні та інтелектуальні процеси міського життя. Цей міський антураж для багатьох героїв є не лише засобом для відпочинку, а й простором для спілкування, особистих роздумів і спостережень. Усі ці топоси міста формують культурний та соціальний пейзаж Києва, але й служать символами інтелектуальних пошуків, соціальних взаємодій та європейських впливів. Ці місця допомагають краще зрозуміти світогляд і поведінку героїв, відображаючи складний міський контекст, у якому вони живуть.

У романі «Дівчина з ведмедиком» зображено різні соціокультурні національні групи жителів Києва початку XX століття. У творі розкрито соціокультурну неоднорідність міста, показуючи, як різні національні групи впливають на атмосферу і життя столиці.

Українська культура в романі постає у контексті національних пошуків і самовизначення. Незважаючи на те, що центральні персонажі часто належать до російськомовної інтелігенції, українська мова, література і традиції мають важливе значення як частина національної ідентичності. Герої твору нерідко стикаються з питаннями національної належності та особистого ставлення до української культури. Київ зображений як місто, де національні прагнення українців співіснують з впливом інших культур. У романі немає головного персонажу, який був би яскравим представником української національної ідентичності. Але українська культура присутня у контексті твору, її можна зрозуміти через образ Києва, як символу рідної землі та трактування історичних подій.

У творі є представники російської культури, які представлені через освічену інтелігенцію. Вони виховувалися на російській літературі, філософії, і

були відірвані від української національної самосвідомості. Це найбільше відображено у таких персонажів як Святослав Михайлович (Свояк) та Тамара Василівна Тухменєва, які є представниками російської інтелігенції та культури, їм важко зрозуміти виклики модернізації та змін у житті Києва.

Європейська культура у романі відображена через вплив модерністських ідей, які проникали в Київ через літературу, філософію та мистецтво. Персонажі твору цікавляться західними культурними тенденціями, зокрема, філософськими ідеями та новими літературними напрямками. Найкраще це відображено через головного персонажа Зину, яка належить до міської інтелігенції, проявляє своє сучасне мислення, а її поведінка та стосунки демонструють особисту свободу та індивідуалізм.

Київ змальований символом складної мозаїки національних ідентичностей, кожна з яких має своє місце у соціальному та культурному житті. Домонтович показує, як ці культури впливають на інтелектуальне і духовне життя героїв, їхній світогляд, поведінку і внутрішні конфлікти, що робить образ Києва багатограним і динамічним.

У творах Віктора Домонтовича, зокрема в романі «Дівчина з ведмедиком», простежується соціальний поділ жителів Києва початку ХХ століття. Письменник зображає різні соціальні групи містян, відтворюючи конфлікт між традиційними цінностями та новими модерністськими ідеями, а також боротьбу за самоідентифікацію в умовах швидких змін. Центральні персонажі твору належать до інтелігенції, саме науковці, вчителі, лікарі, письменники та митці були рушійною силою суспільних і культурних змін у Києві. Домонтович зображає інтелігенцію як найбільш активну групу, що бере участь у дискусіях про нові філософські, наукові та культурні ідеї. Водночас ця група переживає кризу ідентичності, оскільки відчуває тиск між новими модерністськими ідеями і старими цінностями.

У творі змальована вагома соціальна група – буржуазія, яка представлена підприємцями, землевласниками, купцями і банкірами. Вона активно впливала на економічний розвиток Києва, дбала про свої матеріальні інтереси, і старалась стояти осторонь соціально-культурного життя містян.

У романі автор показує робітничий клас, який відіграє певну роль у соціальному житті Києва. Він активно задіяний у промисловості, на заводах та фабриках буржуазії, тому бачимо соціальну нерівність і трудові конфлікти, які існували в міському просторі.

У творі «Дівчина з ведмедиком» автор відображає складну і багатшарову картину міського життя, де переплітаються різні соціальні класи, культурні впливи та ідеологічні течії. Письменник був попереду свого часу, він зумів показати встановлення нового соціокультурного життя, нового стилю, змалював пошук філософських сенсів головних героїв твору, порушив питання урбаністичних ідентичних гендерних уявлень. У романі спостерігаємо відображення соціологічних, культурних та психологічних концепцій початку ХХ століття.

Творчість В. Домонтовича перегукується з європейським модернізмом: Фройдом (психоаналіз і підсвідоме), Кафкою (абсурд і відчуження), Томасом Манном (інтелектуальний роман), Альбером Камю (сенси життя, відчуження).

Я вважаю, що роман Віктора Домонтовича «Дівчинка з ведмедиком» заслуговує на включення до шкільної програми з української літератури, оскільки він поєднує інтелектуальну глибину, модерну естетику та актуальні для сучасної молоді теми – самотність, втечу від реальності, пошук себе, емоційну відстороненість, складність міжособистісних стосунків. Такий твір сприятиме формуванню критичного мислення, емоційного інтелекту й естетичного смаку здобувачів освіти, а також продемонструє, що українська література може бути не лише традиційною, а й філософською, психологічною, урбаністичною та інтелектуально провокаційною.

Список використаних джерел

1. Агеева В. Марсіани на Хрещатику. Літературний Київ початку ХХ століття. Київ : Віхола, 2023. 408 с.
2. Домонтович В. Доктор Серафікус. Дівчина з ведмедиком. Харків : Фоліо, 2023. 288 с.
3. Коновалова М.М., Шкурят Ю.В. Людина в урбаністичному просторі романів «Місто» В. Підмогильного та «Дівчина з ведмедиком» В. Домонтовича. Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2020. Том 31 (70). №4. Ч.4. С. 24-119.
4. Павличко С. Дискурс модернізму в українській літературі: монографія. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Либідь, 1999. 447 с.
5. Фоменко В. Г. Українська урбаністична проза ХХ століття: еволюція, проблематика, поетика. Дис. д-ра філол. наук. Луганськ, 2008. 378 с.
6. Шевельов Ю. Шостий у гроні. В. Домонтович в історії української прози. *Вибрані праці*: у 2 кн. Київ: Вид. дім «Києво – Могилянська академія», 2009. Кн II: Літературознавство. С. 833-878.

Коцюба Н. Ф.

спеціаліст вищої категорії

викладач української мови та літератури

Фаховий коледж економіки і права

Вінницького кооперативного інституту

ОСОБЛИВОСТІ ЕМОЦІЙНО-ОЦІННОЇ ЛЕКСИКИ У ХУДОЖНЬОМУ ТВОРІ (НА ПРИКЛАДІ РОМАНУ ДАРИ КОРНІЙ «МІСЯЦІВНА»)

Анотація. У статті представлено семантичний аналіз емотивно-експресивної лексики у романі Д. Корній «Місяцівна». Емоційність художнього тексту стає однією із засад його існування, визнається одним із провідних мотивів комунікації. У процесі дослідження автор посиляється на емотивність як одну з основних категорій художнього тексту, за допомогою

якої відбувається реконструкція вписаної в художній текст програми його інтерпретації. Маркована лексика у творі «Місяцівна» Д. Корній слугує засобом вираження індивідуально-авторської мовної картини світу, через яку письменниця увиразнює сприйняття прочитаного реципієнтом.

Ключові слова: семантика, емотивно-експресивна лексика, емотиви, маркована лексика, роман Д. Корній «Місяцівна».

Постановка проблеми. Гуманістична лінгвістична парадигма, центром якої постає людина як носій і активний користувач мови, зумовила зацікавленість сферою емоцій з боку лінгвістів, адже мова як головний інструмент людського спілкування не лише забезпечує мовців обміном інформацією, але й відображає їхній внутрішній емоційний стан. Лексичним експресивам належить особливий статус у творенні художнього тексту, зокрема, їхньому семантико-стилістичному навантаженню.

Необхідність вивчення кореляції мови та емоційно-психічного стану людини визначає актуальність нашого дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчує те, що емоції та їхній потенціал у художніх творах неодноразово ставали об'єктом вивчення в сучасній лінгвістиці (праці І. Арнольд, Н. Бойко, Б. Волек, С. Гладь, К. Ізард, О. Дорош, А. Білас, Я. Гнезділова, В. Іващенко, В. Шаховський, Г. Лукаш тощо).

Емоційний компонент мови – вербальне вираження почуття або емоції. На думку, А. Стадній, в емоційно забарвленому мовленні здебільшого переважають або негативно-емоційні оцінки, або позитивно-емоційні [4]. Виразниками емотивності постають засоби різних мовних рівнів – лексичного, граматичного, синтаксичного, семантичного (денотативного, конотативного), а також контекстуального.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливістю ідіостилю Дари Корній є помірковане поєднання об'єктивно-номінативної функції слова із суб'єктивною. Стилiстично забарвлені слова відмежовуємо від нейтральних за параметрами об'єктивності/суб'єктивності, нейтральності/експресивності. Ця лексика виражає емотивно-експресивно-оцінне та стилістично марковане суб'єктивне ставлення мовця до дійсності, до об'єкта мовлення тощо.

Емоційність художнього тексту стає однією із засад його існування, оскільки у психофізіологічних дослідженнях потреба у висловленні емоцій визнається одним із провідних мотивів комунікації. Мовна особистість автора тексту емоційно насичує окремі події та явища, що є індивідуально значущими для нього [2]. С. Гладь визначає емотивність як одну з основних категорій художнього тексту, за допомогою якої відбувається реконструкція вписаної в художній текст програми його інтерпретації в емотивному ракурсі та прогнозується ймовірний емоційний вплив тексту на читача [1], що є головним чинником комунікативного текстотворення.

У романі Дари Корній «Місяцівна» емотивно маркована лексика постає потужним засобом вираження індивідуально-авторської мовної картини світу, зокрема через неї письменниця характеризує персонажів, передає емоційний

стан мовця та його ставлення до висловленого, увиразнює сприйняття прочитаного реципієнтом: І якщо тут є **невігласи**, **зухвальці** та **хоми невірні**, які сумніваються в словах **чесної шляхтянки** й аристократки Кароліни Комаровської, вона їх здивує [3, с. 33]; Але не треба думати, що пані Кароліна якась «**зацофана**» домогосподарка. Ні. [3, с. 33].

Характерно, що основну частину емотивно-експресивної лексики роману представляє переважно розмовна лексика. Це, зокрема, такі її групи:

а) **просторічні та лайливі лексеми**, які авторка використовує із забарвленням невимушеності або зневажливості як загальновідомі й загальноновживані в щоденному спілкуванні конструкції, або як засоби вираження сильних емоцій (страху, злості, ненависті тощо): Знаєш, я поки не вирішила, чи було то мудро так ризикувати і вступати із цим **одороблом** у суперечку? [3, с. 132]; Може той **вилупок** хоче її смерті, але ж вона зовсім не мертва [3, с. 204];

б) **суржикова лексика**, що слугує засобом мовленнєвої характеристики персонажів, створення комічного або іронічного ефекту, змалювання місцевого колориту тощо: – Дідусю, я знаю, що Місяцівною ви мене кличете **по приколу** [3, с. 47]; Він у постійному пошуку роботи, бо задурно **пахати на дядю** не хоче [3, с. 108]; Хто такий той дядя, Катя не знала, але напевне **лихий чувак**, раз через нього тато безбожно пив [3, с. 108];

в) **діалектизми**, що постають інструментом зображення місцевого колориту, для стилізації та для мовленнєвої характеристики персонажів: Пан Біг вівці на небі пасе, а ви **лайдакуєте** [3, с. 257]; Та спочатку треба прибратися, **ринки, начинне помити**, підлогу підмести та подякувати як слід їжакам, що мишей до себе не пускали. І **чугайстру** гостинець залишити. То він цілу ніч вовків від **колиби** одганяв [3, с. 258];

г) **слова-паразити, вульгаризми**: Але...**Блін**, Місяцівно моя, ти не помилилася – ти знову правду сказала! [3, с. 192]; Бо ті, хто погоджувався на його **оборудку**, не вміли любити [3, с. 130]; Що за **фігня**? Ну що за **фігня**? [3, с. 204].

Високий рівень експресивності транслюють також емотиви-звертання, причім і на рівні власних, і на рівні загальних назв. Емоційна інформація, закладена в них, є важливішою за понятійну, саме тому, на нашу думку, в окремих випадках заміна таких слів нейтральними лексичними одиницями видається неможливою: **Марисечко, сонечко моє зрадливе!** [3, с. 144]; Кажі їй, **Теодорчику, дороженький**, що мусить тепер особливо ретельно берегти своє здоров'ячко [3, с. 156]; Двадцять перше століття надворі, **голубонько**. Отямся, **рідна** [3, с. 171].

Виразність емотивних лексем у прозі Дари Корній залежить не лише від їхньої змістової та функціонально-стилістичної конкретизації, а й від ступеня їхньої стилістичної насиченості. Особливо цікавими є градації-повтори, які сприяють інтенсифікації описуваного, наприклад: А потім Тереза з Теодором читали ці **листи, листи** проклятого чоловіка, як його називали в Сокалі, **листи**

закоханого юнака, **листи** ув'язненого злочинця, **листи** найбільшого грішника, **листи** з потойбіччя [3, с. 144].

Зазначимо, що виразниками емоцій та емоційно-психічних станів людини можуть бути прислів'я та приказки, афоризми, стилістичні засоби та фігури мовлення. Наприклад: Зрештою, **по вірі нашій нам дається**, чи не так? [3, с. 13]; Уже в десять років вона розуміла, що **сльози й щирий сміх роблять нас живими** [3, с. 17]; Бо **«із бракованої глини доброго горщика не зліпиш»** [3, с. 21].

Зауважимо, що серед оцінних одиниць лексико-синтаксичного рівня на особливу увагу заслуговують порівняння і порівняльні звороти. Порівняння Дари Корній у романі «Місяцівна» вражають своєю оригінальністю, несподіваністю, психологічною глибиною. Наприклад: **Поводилася, як мізантроп** [3, с. 67]; Він прочитав щоденник Василини – і **наче пелена впала з очей** [3, с. 44]; Стара жінка, зморщена й худорлява, **наче бадиллина** [3, с. 207].

Висновки. У романі Дари Корній «Місяцівна» емотивно-маркована лексика постає потужним засобом передачі індивідуально-авторського сприймання національної картини світу та виконує характеристичну, оцінну та зображальну функції.

Перспективи подальшого вивчення окресленої проблеми вбачаємо в поглибленому аналізі емоцій у творах сучасних українських письменників в зіставному аспекті на різних мовних рівнях (фонетичному, лексичному, синтаксичному).

Список використаних джерел:

1. Гладько С. В. Емотивність художнього тексту: семантико-когнітивний аспект (на матеріалі сучасної англо-мовної прози): автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.04. Київ, 2000. 19 с.
2. Дорош О. «Тілесні» засоби відображення емоцій у жіночому художньому тексті. Проблеми семантики слова, речення та тексту: Зб. наук. пр. Київ : Вид. центр КНЛУ. Вип. 19. 2004. С. 28–33.
3. Корній Д. Місяцівна. Харків : Віват, 2019. 232 с.
4. Стадній А.С. До питання конотативної семантики. Наук. зап. Вінницького держ. пед. ун-ту ім. Михайла Коцюбинського: зб. наук. праць. Вінниця: ВДПУ, 2003. Вип. 6. С. 91–94.

Коломієць С. І.

викладач української мови та літератури

ВСП «Чернятинський фаховий коледж

Вінницького національного аграрного університету»

ФІЛОСОФІЯ ТА РЕЛІГІЯ: ДІАЛОГ ВІРИ Й РОЗУМУ

Філософія та релігія – дві найдавніші форми духовного освоєння світу, що супроводжують людину протягом усієї її історії. Вони відповідають на одвічні запитання: «Хто я?», «У чому сенс життя?», «Що є добро і зло?», «Чи існує Бог?». Попри відмінність у підходах, ці форми пізнання часто перетиналися, сперечалися, але водночас взаємно збагачувалися. У добу глобальних викликів та духовної нестабільності їхній діалог стає особливо актуальним.

Філософія – це раціональне осмислення дійсності, яке опирається на логіку, аналіз, критику та аргументацію. Вона прагне досягти істини через розум. Релігія, у свою чергу, базується на вірі, об'явленні, сакральному досвіді, традиції та містичному сприйнятті світу.

Втім, обидві системи ставлять одні й ті самі екзистенційні запитання, намагаючись пояснити походження світу, природу людини, мету її існування. Вони формують моральні уявлення та сприяють становленню цілісного світогляду. Якщо філософія запитує: «Що є істина?», то релігія відповідає: «Я є Істина» (Євангеліє від Івана 14:6).

У добу Античності філософи, як-от Платон і Арістотель, розробляли метафізичні системи, що пізніше вплинули на християнську теологію. Платонівське розуміння світу ідей лягло в основу середньовічних уявлень про трансцендентне.

У Середньовіччі відбувся синтез філософії й релігії. Християнські мислителі (Августин Блаженний, Тома Аквінський) поєднували віру з розумом, стверджуючи, що філософія – служниця теології (*ancilla theologiae*). Тома Аквінський писав: «Філософія є наукою про все суще, про останні підстави всього сущого».

Епоха Відродження і Просвітництва принесла секуляризацію: розум почав домінувати над вірою. Філософи Нового часу (Декарт, Спіноза, Кант) намагалися переосмислити місце релігії в світі розуму, часто критикуючи церковні інституції, але не заперечуючи самої духовності.

XX–XXI століття характеризуються поверненням до діалогу між філософією і релігією. Екзистенціалісти (Ясперс, Камю, Бердяєв) порушують питання про абсурд, свободу і трансценденцію.

Філософія релігії – це напрям філософської думки, що досліджує сутність релігії, природу віри, проблему зла, аргументи за і проти існування Бога. На відміну від теології, вона не спирається на догми, а намагається раціонально

осмислити релігійні феномени. Цей напрям аналізує: логіку віри, типи релігійного досвіду, мовні вирази релігії, етику й моральність релігійних норм.

Відомі представники – Блез Паскаль, Фрідріх Шлейєрмахер, Пауль Тілліх, Карл Ясперс, Мирослав Попович. Паскаль, наприклад, сформулював знаменитий аргумент на користь віри: «Якщо Бога немає – ми нічого не втрачаємо, якщо віримо. Якщо Він є – ми набуваємо все».

Історія взаємин філософії та релігії в Україні має глибоке коріння й особливий характер, що сформувався під впливом як західноєвропейської, так і візантійської традиції. Вже з часів Київської Русі релігія – передусім християнство – стала основою духовного життя, а перші прояви філософської думки були тісно пов'язані з богослов'ям.

Видатною постаттю ранньої української філософської думки є Іларіон – перший митрополит київського походження, автор «Слова про закон і благодать» [1]. У цьому творі він поєднав богословське мислення з елементами християнської філософії, заклавши основу української ментальності, де віра та розум ідуть пліч-о-пліч.

У добу Києво-Могилянської академії (XVII–XVIII ст.) філософія та релігія існували в тісному симбіозі. Мислителі, як-от Сильвестр Косів, Феофан Прокопович, Лазар Баранович, опрацьовували метафізичні та етичні теми в межах християнського світогляду [2].

XIX століття ознаменувалося поступовою секуляризацією української філософії. Визначні діячі культури – Тарас Шевченко, Пантелеймон Куліш, Іван Франко – ставили питання духовної свободи, сенсу страждання та віри в контексті національного визволення.

У XX столітті радянська влада різко обмежила релігійне життя, натомість в еміграції українські філософи – Дмитро Чижевський, Іван Мірчук, Мирослав Трофимук – розвивали філософське осмислення християнства [3]. Сучасні дослідники, як-от Мирослав Попович, Вахтанг Кебуладзе, Тарас Лютий, працюють над переосмисленням релігійного у світлі національної ідентичності, етики, діалогу.

У наші дні філософія та релігія в Україні відіграють важливу роль у формуванні суспільної моралі, підтримці духовної опори в умовах війни, кризи та пошуку цінностей. Їхній діалог – це шлях до національного примирення, оновлення й мудрості.

Філософія і релігія формують цінності, які становлять основу гуманного суспільства. Вони навчають відповідальності, любові до ближнього, пошуку істини та служіння вищим ідеалам. Через діалог між вірою і розумом особистість набуває цілісності, духовної зрілості та внутрішньої свободи.

Особливо важливо це в умовах кризи ідентичності, коли людині складно зорієнтуватися в морі інформації й змін. Саме філософія допомагає критично мислити, а релігія – надає сенс.

Сьогодні ми живемо в добу плюралізму, постправди та наукового прогресу. Традиційні релігії стикаються з викликами секуляризму, а філософія змушена адаптуватися до нових типів мислення, як-от постмодерн чи

трансгуманізм. В умовах воєнних конфліктів, моральних криз і глобальних катастроф релігія та філософія можуть стати джерелом консолідації суспільства, пошуку сенсу, формування морального вибору.

Однак обидві системи залишаються актуальними. Вони можуть співпрацювати в питаннях екологічної етики, прав людини, культури миру. У глобалізованому світі важливим стає діалог – між релігіями, між релігійними та світськими переконаннями, між вірою та розумом.

Отже, філософія і релігія як два способи досягнення буття не суперечать одне одному, а взаємодіють у межах єдиного духовного простору. Їхній діалог сприяє глибшому розумінню світу, людської сутності, цінності життя. Особливо актуальним цей діалог стає в Україні, де національна ідентичність формується не лише політичними, а й духовними чинниками. Майбутнє належить відкритому світоглядному діалогу – між вірою і розумом, сакральним і раціональним, традицією та інновацією.

Список використаних джерел

1. Іларіон. Слово про закон і благодать / Іларіон ; пер. з давньорус. М. Сагарда. – Київ : Дніпро, 1991. 128 с.
2. Прокопович Ф. Вибрані філософські твори / Феофан Прокопович ; ред. і вступ. ст. В. Шевчука. – Київ : Наукова думка, 1986. 512 с.
3. Августин Блаженний. Сповідь / Августин ; пер. з лат. Ю. Лісняка. – Львів : Свічадо, 2000. – 352 с.
4. Аквінський Т. Сума теології. Вибране / Тома Аквінський ; упоряд. О. Дондюк. – Київ : Вид. дім «КМ Академія», 2003. 384 с.
5. Попович М. Нарис історії культури України / Мирослав Попович. – Київ : АртЕк, 1998. 728 с.
6. Лютий Т. Філософія. Курс лекцій / Тарас Лютий. Київ : Лібра Терра, 2020. 376 с.
7. Філософія релігії : навч. посіб. / за ред. О. В. Лисого. – Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2015. – 312 с.

Андросова Т.В.
к.е.н., професор кафедри економіки та бізнесу
Апросіна О.Б.,
здобувач РВО “магістр”, ФЕВФ
Державний біотехнологічний університет

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Однією з сучасних тенденцій розвитку української економіки є перехід до ринково-орієнтованого управління бізнес-процесами, кінцевою метою якого є створення системи прийняття рішень, що сприяє в умовах інтеграції до конкурсного європейського середовища стійкому, довгостроковому функціонуванню суб'єктів господарювання. В її основі – встановлення органічних взаємозв'язків між такими елементами, як стратегія, ключові фактори успіху, архітектура бізнес-процесів. Їх розробка багато в чому залежить від обраного підходу до структурування системи менеджменту, який потребує наукового вивчення, а багатоаспектність категорії “ефективність” обумовлює переосмислення її базисних характеристик з наступним теоретичним доповненням у контексті стратегічного менеджменту [1].

У той самий час, оцінка ефективності має поєднувати у собі єдність підходів на усіх рівнях адміністрування: регіональному, галузевому і рівні підприємства. Вона, як і будь-який динамічний процес, потребує постійного вдосконалення, оскільки за умов відсутності універсальної системи управління бізнес-процесами, множинності та певної умовності показників ефективності, вкрай актуальна проблема теоретичного обґрунтування та практичної реалізації традиційних та прогресивних систем її оцінки. При цьому найважливіше значення має бути відведено вивченню можливостей розширеного застосування у вітчизняній практиці збалансованого підходу до управління ефективністю підприємства.

Теоретичні та практичні аспекти формування ефективної системи бізнес-адміністрування з різним ступенем деталізації започатковані в роботах М. Брауна, П. Друкера, Ф. Кене, Р. Коха, В. Петі, М. Портера, Д. Рікардо, А. Сміта та ін. В той же час, деякі концептуально-методологічні аспекти ефективності управління та адміністрування підприємствами є довгий час дискусійними і на сьогодні потребують більш поглибленого вивчення. Продовжують залишатися актуальними питання щодо можливості застосування фінансових показників як базисних для аналізу результативності виробничої діяльності. Вимагають уточнення технологія обчислення прибутку, порядок інтегрування фінансових та нефінансових інструментів управління ефективністю, механізм формування системи збалансованих показників її оцінки, у тому числі на регіональному

рівні. Недостатність наукового опрацювання окресленого кола проблем зумовила актуальність нашого дослідження [2].

Важливим атрибутом бізнес-орієнтованого управління в ринкових умовах є ефективність. У загальнометодологічному аспекті даний термін є об'єктивною категорією, що охоплює економічну систему в цілому та її окремі елементи. Управління ефективністю підприємства на сучасному етапі є комплексом прийняття та реалізації стратегічно значущих рішень з метою продукування конкурентних переваг. На тлі прогресивного розвитку технологій стратегічного менеджменту необхідним є перегляд існуючих традиційних систем оцінки ефективності підприємства у напрямі побудови збалансованих з динамічною архітектурою та переміщенням акцентів на показники бізнес-прибутку та економічної доданої вартості.

Визначальним стабілізатором, що приводить підприємство до стану постійного досягнення економічної ефективності, виступає ключова галузь компетенції, яка є сукупністю технологій, навичок, продуктів-рішень, що є у користуванні компанії [3;4].

У контексті управління ефективністю пропонуємо використовувати чотирирівневу модель генерації ключових компетенцій:

- рішень-наслідків евристичного та/або системного аналізу процесів;
- аналізу «минулого досвіду» та перегляду бізнес-процесів;
- мутацій та конфліктів, що відбуваються всередині самої системи управління ефективністю;
- коннектинг-адміністрування бізнес-процесами та учасниками економічних відносин.

Оскільки економічна ефективність дедалі частіше стала асоціюватися зі стратегічним менеджментом, орієнтованим на створення і підтримку ключових галузей компетенції, то для її оцінки доцільно використовувати збалансовані системи адміністрування. Можливо найкращій варіант той, що включає три економічні перспективи: «фінанси», «клієнтів», персонал». Система виходить з оцінки потенціалу працівників з урахуванням шкали відповідності оплати праці можливостям самореалізації, а також мотивації клієнтів, персоналу, менеджерів з урахуванням механізму перерозподілу економічного прибутку.

Підвищення значущості стратегічного управління економічними системами обумовлено дедалі більшим усуненням «центру» підтримки конкурентних переваг на рівень суб'єкта – держави. Відповідно, в таких умовах управління ефективністю набуває регіональної спрямованості. В такому випадку найважливіша роль відводиться побудові раціональної просторової організації регіону, взаємопов'язанні галузей і стратегічно значимих підприємств із загальною системою територіального управління, пріоритетне значення у якому має бути відведено використанню збалансованих систем показників (ЗСП) ефективності [5, с. 50-60; 6, с. 48-52, 164-186].

При розробці ЗСП важливе значення приділяється їхньому раціональному вибору. В якості критеріїв раціональності можуть виступати:

- цільове призначення системи;

- технологія її побудови;
- терміни впровадження та механізм оцінки результатів, що здійснюється за такими концептуально значущими напрямками, як швидкість перетворення витрат у доходи;
- ступінь досягнення цілей;
- ефективність коннектинг-адміністрування всередині підприємства, і порівняльної оцінки «збалансованості» управління.

Підводячи підсумки вищевикладеному, необхідно зазначити основні результати щодо удосконалення технологій оцінки на рівні бізнес-адміністрування підприємством.

1. Осучаснено змістовну сутність поняття “ефективність” за рахунок включення наступних елементів: ключових факторів успіху, стратегічного структурування, коннектинг-адміністрування, комплексної нефінансової змістовності.
2. На основі переосмислення систем управління ефективністю визначено функціональні відмінності між класичною (традиційною) та збалансованою системами її оцінки на рівні бізнес-процесів та на регіональному рівні.
3. Удосконалено збалансований підхід до оцінки ефективності підприємства, що базується на причинно-наслідковій ув'язці та структуруванні фінансових та нефінансових показників.
4. Рекомендується до використання система показників ефективності управління підприємством, що включає індекс задоволеності оплатою праці, критерій мінімальності розподілу економічного прибутку, що припадає на персонал, клієнтів, а також економіко-психологічну шкалу, що ставить в залежність величину оплати праці працівника до рівня його самореалізації.
5. Пропонується метод збалансованої оцінки ефективності підприємства, що охоплює структурно-логічну схему взаємозв'язку фінансових та нефінансових показників;
6. На основі комплексності регіональних проблем можна сформулювати наступні способи вирішення – заходи щодо вдосконалення системи управління ефективністю, раціональної просторової організації бізнес-одиниць, оптимального перерозподілу та використання ресурсів та технологій.

Список використаних джерел

1. Андросова Т. В., Кулініч О. А., Ставнича І. В. Принципи інтеграції України до міжнародної торгово-економічної системи. //Економіка та підприємництво в умовах сучасних викликів. 2024. С. 80. URL:
- 2 Андрушків Б. М., Мельник Л. М. Формування системи бізнес-процесів підприємства у контексті сталого розвитку / // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. - 2015. Вип. 2(1). С. 91-97
3. Грінько А. П. и др. Методологія керування бізнесом в умовах цифровізації: монографія. Х. : МОНОГРАФ, 2022. 199 с.

4. Андросова Т.В., Кулініч О.А., Помінова І.І., Федоренко Н.М. Місце цифрової економіки в загальній системі сучасних господарських відносин. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2021. Вип. 1(33). С. 118-132.

5. Практичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів / О.Б. Данченко. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2017. – 238 с.

6. Ушакова Н. Г. и др. Регіональна економіка. – 2019. URL: <https://repo.btu.kharkov.ua/handle/123456789/10425>

Багдасаров В.В., бакалавр
Науковий керівник: *к.е.н., в.о. зав. кафедри*
менеджменту, маркетингу та підприємництва
Пиріжок С.Є.
Вінницький кооперативний інститут

МОТИВАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Співробітники є невід’ємною частиною будь-якої компанії, від їх продуктивності залежить кінцевий результат та успіх компанії. Їх досвід, знання та навички, якими вони володіють, є найефективнішою конкурентною перевагою, якою, зможе оволодіти будь-яка компанія, яка прагне відстояти або покращити своє становище на ринку. Оскільки люди використовуються як основний ресурс не лише для здійснення діяльності, але й для створення та впровадження нових ідей, інновацій та рішень, важливим є піклування про співробітників і створення для них приємної атмосфери в робочому середовищі та можливість надання їм позитивної мотивації для їх діяльності.

Мотивація є одним із основних будівельних блоків для розвитку компанії та залучення співробітників. Мотивація – це спонукання персоналу до ефективної, сумлінної діяльності для досягнення цілей компанії, що полягає у визначенні потреби в персоналі, розробці систем винагороди за виконану роботу, використанні різних форм винагороди, застосуванні стимулів для ефективної взаємодії суб’єктів спільної діяльності.

Компанії, які використовують оплату за результатами роботи, можуть очікувати отримання переваг. Оплата за результатами роботи може прив’язувати винагороди до кількості дій та проблем, зроблених та вирішених персоналом.

У мотивованого працівника повинно створюватися враження, що він не байдухий до свого керівника, і водночас керівник дає йому заряд для самореалізації та саморозвитку.

Програму мотивації, яку використовують керівники компанії, можна трактувати як структуровану із чіткою послідовністю різних варіантів вирішення питань, пов’язаних з мотивацією у компанії. Головне – усвідомити, що успіх створюють співробітники даної компанії.

Мотиваційна програма являє собою конкретизацію системи управління людьми із конкретним напрямом, що матиме позитивний мотиваційний вплив на трудову діяльність співробітників компанії.

Але, створення такої програми – складний процес. Ця система регулюється за допомогою певних організаційних заходів, внутрішніх правил та процедур, які в свою чергу, адаптовані та спрямовані на реалізацію стратегії компанії.

Основною метою цих програм є налаштування співробітників компанії до бажаного підходу до роботи через оптимальну систему та методи мотивації.

Структура таких програм індивідуальна для кожної компанії та орієнтована як на поточну, так і на довгострокову мотивацію. Це певна система роботи з людьми, процес якої має позитивно впливати на людину. Мотиваційна програма повинна бути складена відповідно до аналізу структури співробітників компанії. Психологічні та соціологічні дослідження також слід включити в аналіз. Завдяки цим опитуванням можна оцінити початковий стан компанії з точки зору людських ресурсів, виявити сильні та слабкі сторони системи управління та елементи впливу на мотивацію. Після отримання базових знань і перевірки пріоритетів працівників можна створити мотиваційну програму. Від чіткої розробки ефективної системи мотивації залежить як підвищення працездатності персоналу, так й кінцеві результати діяльності.

Таким чином, можна визначити, що ефективність роботи персоналу, бажання та отримання задоволеності від роботи, також залежить від:

- отримання співробітниками конкретного шансу для перспективного професійного зростання та ієрархічного просування;
- різноманітного навантаження з можливістю особистісного розвитку;
- оцінки працівників пропорційно кількості та якості виконаної ними роботи;
- якісної інформації по всій структурі компанії – не тільки деталі про специфіку діяльності працівника, а й інформації про організацію та культуру компанії;
- виконання співробітниками своїх обов'язків в умовах сприятливого соціального клімату і врахування взаємної толерантності та взаємоповаги.

Так, відповідно до теорії очікування, люди більше прагнуть працювати, якщо знають, що їхні додаткові зусилля будуть визнані та винагороджені.

Список використаних джерел

1. Лукашевич Ю. Стимулювання персоналу як підтримка стратегічного розвитку підприємства. UPL: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2010_14/Lukashevich%20UL.p df](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2010_14/Lukashevich%20UL.p%20df)
2. Мазур В.С. Менеджмент : теорія і практика: навч.метод.комплекс / В.С.Мазур/. Тернопіль : ТНЕУ, 2015. с.200.

Балан В. В., здобувачка освіти
Драбовський А. Г.,
д.е.н., професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут

МЕТОДИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Управління персоналом як специфічна діяльність здійснюється за допомогою різних методів (способів) впливу на співробітників. Методи управління – це способи впливу на персонал з метою досягнення певних управлінських цілей, необхідних для функціонування компанії в цілому. При цьому треба мати на увазі, що на практиці мають місце різні класифікації таких методів. Аналіз наукової літератури демонструє, що у залежності від характеру впливу на людину вітчизняні вчені виокремлюють такі методи як: – методи стимулювання, зв'язані з задоволенням визначених потреб співробітника; – методи інформування, що припускають передачу співробітнику відомостей, які дозволять йому самостійно будувати свою організаційну поведінку; методи переконання, тобто безпосереднього цілеспрямованого впливу на внутрішній світ, систему цінностей людини; – методи (адміністративного) примушування, засновані на погрозі чи застосуванні санкцій.

Наука і практика менеджменту виробили три групи методів управління персоналом організації. В основі адміністративних, або організаційно-розпорядчих методах лежить застосування влади і нормативне забезпечення трудової діяльності співробітників. Зазвичай реалізуються у вигляді наказів, розпоряджень, вказівок і орієнтовані на такі мотиви людської поведінки, як почуття обов'язку, усвідомлення необхідності дотримання трудової дисципліни, прагнення працювати в певній організації.

До економічних методів відносять всі методи матеріальної стимуляції персоналу. Основний економічний метод – це заробітна плата, а також отримання частки прибутку, система заохочень за якість праці і його ефективність, система покарань у вигляді відрахувань і штрафів. У цю ж групу входять деякі елементи соціального забезпечення персоналу – оплата харчування, проїзду, надання медичного страхування. Застосування економічних методів базується на їх окупності. Інвестування коштів в матеріальне стимулювання має мати віддачу у вигляді прибутку за рахунок підвищення якості роботи [1].

Соціально-психологічні методи засновані на законах психології і соціології. Один з найбільш важливих результатів застосування психологічних методу – мінімізація особистісних конфліктів. Крім того, з їх допомогою можна управляти кар'єрою кожного працівника, формувати корпоративну культуру на основі образу ідеального співробітника [2].

Соціологічні методи допомагають визначити місце кожного в колективі, виявити неформальних лідерів, вирішити виробничі конфлікти.

Технології управління – це своєрідний інструмент впливу, який використовує спеціальну систему методів, способів і цілей. Всі розроблені технології можна розділити на кілька груп залежно від кінцевої мети, масштабів застосування або походження.

Вибір тієї чи іншої технології управління розвитком персоналу має спиратися на розуміння того, якими ресурсами володіє компанія і які базові завдання. Фахівці рекомендують використовувати на практиці кілька технологій, щоб підвищити ефективність управління персоналом. Наприклад, поєднання традиційних та інноваційних підходів в сфері підбору кадрів допомагає точніше виявити перспективних кандидатів на посаду, визначити лідерські якості претендентів. Економічна ефективність у сфері управління персоналом означає досягнення цілей організації шляхом використання співробітників за принципом економічної витрати обмежених ресурсів. Цей принцип реалізується при найбільш сприятливому співвідношенні між результатом праці і масштабом його використання (продуктивність праці) і відповідно при найбільш сприятливому співвідношенні між результатом праці персоналу і витратами на персонал (економічність праці) [3].

Опрацювання наукової літератури в галузі менеджменту дало змогу визначити, що управління персоналом в контексті ефективності слід розглядати як безперервний процес, спрямований на залучення висококваліфікованих працівників та їх закріплення на підприємстві задля отримання максимальної віддачі[4].

На сьогоднішній день відсутня єдина методика оцінки ефективності системи управління персоналом. З позиції різноманіття систем управління персоналом єдиний підхід до оцінки їхньої ефективності повинен припускати наявність загальних для всіх систем параметрів. Таким загальним параметром є збіг цілей організації і системи управління персоналом. Система управління персоналом є убудованою частиною системи управління підприємством і її ефективність у кінцевому рахунку визначається кінцевим результатом діяльності організації. Отже, ефективною треба визнати таку систему управління персоналом організації, яка є конкурентоздатною з позиції продукції, що випускається, (послуг), самої організації і роботи в ній.

Список використаних джерел

1. Герасименко О. Ефективність управління персоналом на малому підприємстві: індикатори стану та пріоритетні напрями підвищенн. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2015. № 7 (172). С. 29–37.

2. Головчук Ю. О., Галаченко О. О., Ночвіна О. А., Дибчук Л. В., Мазур Г. М. Кадровий менеджмент та стратегічне планування у сфері охорони здоров'я в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. № 1/2025. С.44-52

3. Дибчук Л. В. Гендерний підхід в урвлінні персоналом. *Реалізація гендерної політики в умовах суспільних трансформацій*: зб.матер. наук.-практ. конф. Черкаси: Східноєвропейський універ. Ім. Р. Аблязова, 2023. С.140–143

4. Кальєніна Н. В. Сутність категорії «управління персоналом». *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 3. С. 111-115

Бублик К. С., здобувачка освіти
Кашпрук Ю. А., к.е.н.,
доцент кафедри гуманітарних, економічних
та фінансово-облікових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут

СУТНІСТЬ, РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ТЕХНІЧНИХ ЗАСОБІВ У ПРОЦЕСІ УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах господарювання жодне підприємство не існує у відриві від зовнішнього середовища, яке постійно змінюється під впливом глобалізаційних, технологічних, соціально-економічних та політичних чинників. Це середовище не лише формує контекст функціонування підприємства, а й чинить істотний вплив на всі внутрішні господарські процеси, які відбуваються в межах його організаційної структури. У таких умовах управлінська система підприємства виступає як складне динамічне утворення, що складається з функціональних підсистем. Ці підсистеми перебувають у постійному взаємозв'язку та взаємодії, що дає змогу узгоджено реалізовувати управлінські функції, координувати діяльність усіх організаційних одиниць підприємства та ефективно адаптуватися до мінливих умов зовнішнього середовища з метою забезпечення сталого розвитку й досягнення стратегічних цілей.

Підприємство доцільно розглядати як відкриту систему, яка взаємодіє з оточенням через низку внутрішніх підсистем, що забезпечують адаптацію до зовнішніх впливів – як з боку макросередовища (економічні, правові, політичні, технологічні чинники), так і мікросередовища (споживачі, конкуренти, постачальники, посередники). Така взаємодія можлива лише за умови ефективного менеджменту, що передбачає неперервне й своєчасне виконання управлінських функцій: планування, організації, мотивації, контролю, комунікації тощо. Завдяки цьому підприємство не лише забезпечує внутрішню стабільність, а й підвищує свою спроможність до адаптації, інноваційного оновлення та стратегічного розвитку.

Внутрішнє середовище підприємства формується під впливом низки змінних, що безпосередньо впливають на функціонування усіх сфер його діяльності: виробництва, торгівлі, логістики, фінансових операцій та інших видів господарської активності. До основних елементів внутрішнього середовища відносять такі змінні, як організаційні цілі, структура управління, розподіл завдань, застосовувані технології та кадровий потенціал.

Системний підхід до аналізу внутрішнього середовища підприємства, запропонований вітчизняними вченими (зокрема, Шершньовою З. Є. та Оборською С. В.), дозволяє трактувати його як сукупність виробничих, організаційних і людських ресурсів, що становлять виробничий потенціал підприємства. Особливу роль у цьому контексті відіграє технологічна складова, яка визначає спосіб перетворення ресурсів (матеріалів, капіталу, інформації) у

кінцеві результати діяльності підприємства – продукцію, послуги, прибуток, нові ринки, підвищення задоволеності персоналу тощо.

З розвитком науково-технічного прогресу, зокрема впровадженням комп'ютерних технологій, підприємства отримали можливість модернізувати свої виробничі й управлінські процеси. Інформаційні технології стали не лише інструментом обробки даних, а й потужним засобом підвищення оперативності прийняття рішень, автоматизації документообігу, контролю за ресурсами, організації взаємодії між підрозділами. Сучасна інформаційна технологія є багатокомпонентною системою, що включає методи, засоби та процедури збирання, обробки, зберігання, передачі та використання інформації з метою прийняття управлінських рішень.

На жаль, українські підприємства нерідко стикаються з проблемами, пов'язаними зі зношеністю технічної бази. Значна частина основних фондів морально та фізично застаріла, потребує заміни або реновації. Це гальмує процеси модернізації, знижує конкурентоспроможність і обмежує можливості диверсифікації діяльності. Для розв'язання цих проблем необхідна розробка цілісної стратегії розвитку технічної підсистеми, яка має включати раціональне фінансування, моніторинг ринку технічних інновацій, своєчасну заміну зношеного обладнання, впровадження сучасних інформаційних систем управління та розвиток персоналу.

Загалом, ефективне управління технічною підсистемою підприємства потребує комплексного підходу, що враховує специфіку діяльності підприємства, доступність ресурсів, стан матеріально-технічної бази та стратегічні орієнтири його розвитку. Лише за таких умов технічні засоби перетворюються з інструменту підтримки у чинник, що забезпечує довготривалу ефективність функціонування підприємства в умовах складного й мінливого зовнішнього середовища.

Кожне підприємство функціонує і розвивається у середовищі, що швидко змінюється і здійснює значний вплив на господарські процеси, які відбуваються в межах його підсистем. Система управління, у свою чергу, складається із функціональних підсистем, взаємозв'язок і взаємодія яких дозволяють досягати цілей організації, виконувати функції управління, здійснювати координацію діяльності з метою пристосування до середовища і майбутнього розвитку.

Підприємства здійснюють свою діяльність як відкриті системи, що складаються із ряду підсистем, які забезпечують ефективний взаємозв'язок із зовнішнім середовищем: макро- і мікрооточенням. Ця взаємодія неможлива без ефективного процесу управління на самих підприємствах – своєчасного і неперервного виконання функцій менеджменту в організації, що спрямовані на її розвиток і досягнення кінцевих цілей [6, с. 476].

Внутрішнє середовище підприємства формується під впливом змінних, які здійснюють безпосередній вплив на процес виробництва, оптової, роздрібною торгівлі та іншої діяльності. Основними внутрішніми змінними, тобто елементами внутрішнього середовища підприємства є: цілі, структура, завдання, технологія і людські ресурси

Всі елементи внутрішнього середовища підприємства взаємопов'язані між собою і діють як єдине ціле. Взаємозв'язки між елементами внутрішнього середовища підприємства постійно підтримуються за допомогою інформації.

Взаємозв'язки між елементами внутрішнього середовища підприємства постійно підтримуються за допомогою інформації. Шершньова З. Є. і Оборська С. В. використовують системний підхід до аналізу внутрішнього середовища, вважаючи, що його доцільно трактувати як виробничий потенціал.

Складові технічного забезпечення формують виробничий потенціал соціально-економічної системи у сукупності основних її елементів. Особливе місце у внутрішньому середовищі підприємства займає його технологія, що є засобом перетворення вхідних елементів (матеріалів, сировини, капіталу, інформації та інших ресурсів), у вихідні (прибуток, виріб, продукт, засвоєння нових ринків збуту, задоволення персоналу та ін.).

Технологія – це система взаємопов'язаних способів опрацювання матеріалів та прийомів виготовлення продукції у виробничому процесі.

Технологія змінюється під впливом розвитку науково-технічного прогресу. Так, наприклад, поява комп'ютерних технологій дозволила підприємствам торгівлі автоматизувати робочі місця керівників і спеціалістів, запровадити нові прогресивні форми торгівлі пластиковими міжнародними картками, автоматизувати облік руху товарних, фінансових та інших ресурсів.

Особливою складовою, що пов'язує технічну підсистему підприємства з окремими технологічними процесами є інформаційні технології опрацювання інформації. Інформаційна технологія (ІТ) – процес, що передбачає використання сукупності методів і засобів реалізації операцій збирання, реєстрації, передачі, накопичення і обробки інформації на базі програмно-апаратного забезпечення для вирішення управлінських завдань економічного об'єкту [4, с. 208].

У підвищенні продуктивності управлінської праці, ефективності управління важливу роль відіграють технічні засоби, за допомогою яких здійснюється механізація і автоматизація управлінських робіт. Тому технічному оснащенню управлінської праці в наш час приділяється все більша увага з боку менеджерів всіх рівнів управління. Особливо важливе значення має застосування різних технічних засобів для обробки інформації, що сприяє значному скороченню витрат ручної праці працівників апарату управління підприємств. Технічні засоби управління – це знаряддя праці, які застосовуються для здійснення управлінських робіт [5, с. 145].

Системна роль і значення технічних засобів управління полягає в тому, що завдяки їх застосуванню можна: підвищити продуктивність управлінської праці, прискорити обробку інформації, підвищити оперативність та обґрунтованість управлінських рішень, сприяти зростанню культури управлінської праці та її якості, полегшити працю управлінського персоналу, підвищити економічну та соціальну ефективність управління, скоротити понаднормову чисельність робітників апарату управління [4, с. 166].

Технічні засоби управління, передусім електронно-обчислювальні машини, дають змогу вирішувати нові складні завдання, які практично неможливо виконати без застосування обчислювальної техніки [5, с. 134]. Як визначають окремі науковці, роль технічних засобів праці в сучасних умовах функціонування підприємства не можна недооцінювати, оскільки вони:

- 1) забезпечують механізацію та автоматизацію інформаційних процесів у процесі управління;
- 2) прискорюють документальне оформлення управлінських рішень;
- 3) заощаджують час керівників і спеціалістів апарату управління підприємства для виконання творчих робіт;
- 4) дають можливість підвищити продуктивність праці управлінського персоналу;
- 5) скорочують час обробки інформації;
- 6) підвищують ефективність, оперативність та обґрунтованість розробки і прийняття управлінських рішень;
- 7) формують і підвищують культуру управлінської праці;
- 8) дають можливість вирішувати нові складні завдання, які практично неможливо виконати без застосування обчислювальної, комп'ютерної техніки [3, с. 56].

Більш високих результатів досягають завдяки комплексному використанню технічних засобів управління. Як показують дослідження, при комплексному використанні різних технічних засобів управління керівник може зекономити близько третини свого робочого часу. Для того, щоб визначити, які технічні засоби доцільно використовувати для механізації та автоматизації управлінської праці, необхідно знати їх асортимент, призначення, техніко-технологічні можливості і форми раціонального використання.

Підвищення продуктивності і якості праці керівника можна досягти за рахунок широкого використання сучасних технічних засобів управління, особливо засобів зв'язку, за допомогою яких забезпечується організація його роботи. Керівники повинні вміти користуватися ними і наполегливо впроваджувати ці засоби у практику роботи підрозділів власного підприємства.

Підвищення технічної оснащеності управлінської праці повинно бути економічно обґрунтованим. Ефективним вважається такий варіант використання технічних засобів, що забезпечує зниження собівартості при найменших витратах.

Крім того, використання технічних засобів покращує якість управління, в тому числі управлінських рішень, що призведе до зростання прибутковості. Ефективність впровадження технічних засобів багато в чому залежить від їх правильного вибору у відповідності до специфіки, обсягів робіт та організаційних форм їх використання [2, с. 43]. Технічні засоби у сукупності складають матеріально-технічну базу підприємства, його технічне забезпечення.

Слід відзначити, що нині підприємства нашої країни переживають складні часи, коли необхідно вирішувати питання пошуку джерел

фінансування, розширення обсягів виробництва і збуту власної продукції, інвентаризації діючого і реновації (заміни) обладнання, скорочення понаднормових виробничих витрат та подальшого збільшення ринкової вартості суб'єктів ринку. Досить часто ці проблеми вирішити не вдається. Основними причинами цього є те, що: близько 80-90% основних засобів підприємств застаріли морально і фізично; вони продовжують функціонувати незважаючи на те, що давно були списані та проамортизовані, а їх інвентаризація проводиться досить рідко і не дає бажаних результатів; нематеріальним активам в Україні приділяється недостатня увага, внаслідок чого підприємства не в змозі диверсифікувати обсяги своєї діяльності; існує нерациональна структура витрат виробництва та обігу, що не дозволяє підприємствам маневрувати власними грошовими потоками, підвищувати швидкість обертання основних і оборотних засобів, поліпшувати процес використання фінансових ресурсів та вирішувати інші господарські проблеми.

Можна виділити основні вимоги, що висуваються до процесу управління технічною підсистемою організації: забезпечення всіх підрозділів цілісним комплексом технічних засобів, своєчасна заміна пошкоджених і морально зношених основних засобів, слідкування за світовими тенденціями на ринку технічного устаткування і оснащення приміщень, належне фінансування і стабільність діяльності структурних підрозділів, застосування технічних засобів у виробничому процесі за суворо цільовим призначенням, інноваційне мислення керівництва підприємства, розробка загально корпоративної стратегії розвитку підприємства в цілому і його технічної підсистеми зокрема [1, с. 203].

Список використаних джерел:

1. Галаган, Л.М. Специфіка інформаційного забезпечення органів державної влади в Україні в контексті впровадження електронного урядування: матеріали конференції [«Місце і роль бібліотек у формуванні національного інформаційного простору»] / Л.М. Галаган. – Режим доступу: <http://conference.nbuv.gov.ua/report/view/id/298>
2. Колодюк, А.В. Цифровий розподіл – нова форма соціального розмежування в умовах глобалізації / А.В. Колодюк // Вісник Державної академії керівних кадрів культури і мистецтва. – 2004. – №4. – С.124-129.
3. Клімушин П.С. Програмні комплекси автоматизації управлінських технологій підприємств / П.С. Клімушин // Державне будівництво: електр. наук. фах. вид. – Х.: Вид-во ХарРі НАДУ «Магістр», 2007. – №1 ч.2. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>, <http://www.nhlu.gov.ua>, <http://www.kbuara.kharkov.ua>
4. Колеснікова, М.В. Поняття, сутність та значення інформаційного забезпечення правоохоронних органів / М. В. Колеснікова // Право і безпека. – 2011. - №5. – С.116-119.
5. Матвієнко О. В. Основи організації електронного документообігу [Текст]: навчальний посібник / О. В. Матвієнко, М. Н. Цивін. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 112 с.

6. Матієшин, Л. Використання досвіду Польщі для впровадження еурядування в Україні [Електронний ресурс] / Л. Матієшин, Ю. Серов . – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/33208/1/067-148-149.pdf>

Волкодав Т. А.
к. п. н., старший викладач кафедри
фінансово-економічних дисциплін,
Мельник Р. В.
студент 41-Е групи
Комунальний заклад вищої освіти
«Вінницький гуманітарно-педагогічний коледж»

ГРИВНЯ ВІД ЧАСІВ УКРАЇНИ-РУСІ ДО СЬОГОДЕННЯ

Офіційною національною валютою України є гривня. Її назва походить від слова «гривна», яке за часів Київської Русі позначало нашійну прикрасу. Вже у VIII-IX століттях під час торговельних операцій і сплати данини гривна використовувалась як міра ваги і лічби. Пізніше, у різні історичні періоди, слово «гривня» неодноразово змінювало своє значення.

На українських землях карбування власної валюти, златників та срібляників, започаткував київський князь Володимир Великий. Ці монети – перші державні документи, що зберегли зображення тризуба – знака київських князів.

На лицьовому боці монети зображено князя, який сидить на престолі, тризуб і напис "ВЛАДИМИР НА СТОЛЕ". На зворотному боці – карбовано лик Ісуса Христа і напис "А СЕ ЕГО ЗЛАТО".



Рис. 1. Зображення золотих монет (златників) часів Київської Русі

На відміну від країн Заходу, які починали карбування власних монет, копіюючи римські, з чужими портретами та написами, златники і срібляники містять виключно давньоруські написи і зображення своїх князів.



Рис. 2. Зображення срібних монет (срібляників) часів Київської Русі

Карбування срібних монет продовжили Святополк Окаянний, Ярослав та Олег Тмутараканський.

У XII-XIV століттях Київська Русь переживала період феодальної роздробленості, а карбування монет припинилося. Роль грошей виконували переважно срібні злитки, що називалися "гривнями".



Рис. 3. Зображення срібного злитка номіналом «Одна гривня» часів Київської Русі

Після тривалої перерви у середині XIV століття на українських землях відродився не тільки монетний обіг, а й ненадовго карбування монет – червоноруських півгрошей у Львові і срібняків Володимира Ольгердовича у Києві. Гривні поступово зникли з обігу, перетворившись на грошово-лічильне поняття.

Пізніше відродити власне карбування монет планував Богдан Хмельницький. Ще від початку Визвольної війни 1648-1654 років гетьман прагнув проводити самостійну фінансову політику, вважаючи її однією з основних ознак державності. Чи вдалося гетьману реалізувати задум, не знаємо, адже писемні згадки до цього часу не підтверджені археологічними знахідками.

У часи національно-визвольних змагань у 1917-1921 роках велике значення у розбудові самостійної і суверенної Української держави мало

впровадження національної валюти й створення незалежної банківської системи.

22 грудня 1917 року Центральна Рада прийняла закон про перетворення Київської контори Держбанку Росії на Український державний банк. Його першим директором став Михайло Кривецький. Саме він підписав першу банкноту самостійної Української держави – державний кредитовий білет вартістю 100 карбованців, який було емітовано 5 січня 1918 року. Його вартість дорівнювала 17,424 долі щирого золота (1 доля = 0,044 г золота).

Художник Георгій Нарбут, проектуючи ескіз банкноти у 100 карбованців, звернув увагу на тризуб як знак, характерний для найдавніших національних грошей України – златників та срібляків князя Володимира, і вмонтував його до композиції ескізу.

А 1 березня 1918 року Центральна Рада прийняла закон про запровадження нової грошової одиниці – гривні, яка поділялася на 100 шагів і дорівнювала 1/2 карбованця.



Рис. 4. Зображення купюри номіналом «Сто гривень» Української Народної Республіки

Гетьман Павло Скоропадський, прийшовши до влади у квітні 1918 року, відновив як основну грошову одиницю Української Держави карбованець, що поділявся на 200 шагів. Було підготовлено ескізи банкнот вартістю 10, 25, 50, 100, 250 та 1000 карбованців.



Рис. 5. Зображення купюри номіналом «Одна тисяча карбованців»
Української Держави

Після переходу влади в Україні у грудні 1918 року до рук Директорії на чолі з Володимиром Винниченком та Симоном Петлюрою основною грошовою одиницею відновленої УНР знову проголошено гривню. Усього за 1917-1921 роки в обіг введено 24 паперових грошових знаків.

Тривала боротьба вояків ОУН-УПА за незалежність України вимагала постійної допомоги від населення. У ті часи розраховувалися "бофонами" – однобічними (рідше двобічними) грошовими документами з національною символікою та символікою ОУН і УПА.

Загалом, за 1939-1954 роки виготовлено близько 500 різновидів бофонів, які перебували у вжитку щонайменше у дванадцяти областях України та Білорусі, а також частково на території Австрії, Німеччини, Польщі, Словаччини та Чехії.

Творцем найвідомішої серії бофонів, "Волинської", створеної у 1945-1946 роках, став один із найталановитіших графіків ХХ століття – Ніл Хасевич.

Із здобуттям Україною незалежності надзвичайно важливим було створення національної грошової системи. Уже 10 січня 1992 року Національний банк ввів в обіг купони багаторазового використання. Правову підтримку купонокарбованці отримали 20 березня 1991 року з прийняттям Закону України "Про банки і банківську діяльність".

Деякий час одночасно в обігу перебували і рублі, і купонокарбованці. А з 12 листопада 1992 року єдиним засобом платежу України у готівковому і безготівковому обігу став український карбованець.

З 2 по 16 вересня 1996 року в Україні відбулася грошова реформа, у наслідок якої національною валютою стала гривня. Національний банк України ввів банкноти номіналом 1, 2, 5, 10, 20, 50 і 100 гривень.



Рис. 6. Зображення купюри номіналом «Одна гривня» сучасної незалежної України

Ще 1992 року розпочато роботу над гривнею. Перші банкноти за дизайном художників Василя Лопати і Бориса Максимова надруковані у Канаді та Великобританії.

Якщо вибір назви "гривня" для національної валюти України відбувся без суперечок, то потенційна назва сотої частини банкноти викликала жваву дискусію.

Розглядалися такі назви, як "сотий", "резана", "бофон", "цент", "куна", "гріш" та "шаг". Саме шаги мали увійти в обіг разом із гривнею. Навесні 1992 року до Луганського верстатобудівного заводу навіть надійшли з Києва ескізи розмінних монет – 1, 5, 10 та 25 шагів – та була відкарбована перша пробна партія.

Проте комуністичне лобі наполягло на назві "копійка", яка використовувалася в сср, російській імперії і московському царстві. 2 березня 1992 року Постановою Президії Верховної Ради України затверджено назву "копійка" та відповідно замінено назву "шаг" на попередньо отриманих ескізах.

Перші копійки карбувалися на Луганському верстатобудівному заводі та частково на монетному дворі Італії. Випущено номінали вартістю 1, 2, 5, 10, 25 і 50 копійок



Рис. 7. Зображення купюри номіналом «П'ятсот гривень» сучасної незалежної України

З 1994 року в Україні відкрито Банкнотну фабрику, у квітні 1998 року засновано Монетний двір. Тепер українська гривня друкується за найсучаснішими світовими технологіями, а віднедавна – з використанням українського льону. Банкнота найбільшого номіналу – 1000 грн, на якій зображено президента Української академії наук Володимира Вернадського.

В майбутньому також можуть з'явитися нові банкноти - 2000 гривень і 5000 гривень. На них, імовірно, будуть зображені оперна співачка Соломія Крушельницька та кінорежисер Олександр Довженко.

Список літератури

1. Колесников О. В., Бойко Д. І., Коковіхіна О. О. К 60 Історія грошей та фінансів. 2-ге видання виправлене та доповнене: Навч. пос. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 140 с

2. Офіційний сайт Національного банку України URL: <http://www.bank.gov.ua>

Гавенко М. С.,
доктор філософії, доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут,
Шарко В. В.,
д.е.н., професор, професор
кафедри товарознавства, експертизи
та торговельного підприємництва,
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ

ОМНІКАНАЛЬНІСТЬ В КОНТЕКСТІ КАТЕГОРІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій особливої актуальності набуває пошук ефективних підходів до управління асортиментом торговельних мереж. Категорійний менеджмент, який виник як відповідь на потребу в більш ефективному управлінні товарними категоріями, сьогодні перетворився на комплексну систему управління, що охоплює всі аспекти діяльності підприємства торгівлі – від формування асортименту до взаємодії з постачальниками та розвитку програм лояльності.

Активізація поширення використання мережі Інтернет у веденні сучасного бізнесу та діджиталізація сфери торгівлі посприяли до зростання електронної торгівлі як складової бізнес-портфелю суб'єктів торговельного підприємництва, а також появи можливості впровадження омніканальності у роздрібній торгівлі.

На рис. 1 представлений механізм діючого підприємства торгівлі. Дана структура чітко демонструє канали взаємодії між учасниками торговельного процесу.

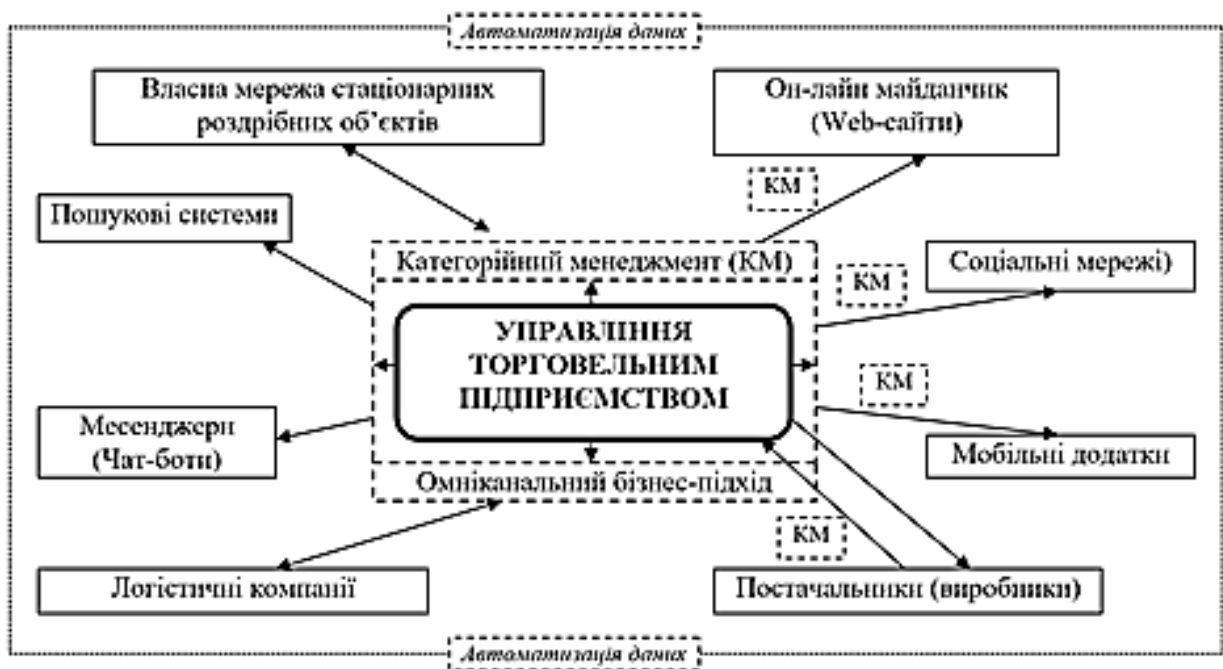


Рисунок 1 – Механізм автоматизації управління підприємством торгівлі при омніканальному бізнес-підході та систематизації категорій товарів

Джерело: розробка авторів

Омніканальність в управлінні торговельним підприємством являє собою бізнес-підхід, спрямований на забезпечення безперешкодного та інтегрованого клієнтського досвіду через численні канали та точки взаємодії [1]. Це передбачає об'єднання різних каналів комунікації та дистрибуції, таких як онлайн-платформи, фізичні магазини, мобільні додатки, соціальні мережі та центри обслуговування клієнтів, в єдину та злагоджену систему.

Головні аспекти омніканальності включають послідовний брендинг та обмін повідомленнями, синхронізовані взаємодії з клієнтами та плавні переходи між каналами. Завдяки омніканальному підходу клієнти можуть переглядати товари онлайн, робити покупки через мобільний додаток та забирати або повертати їх у фізичному магазині, відчуваючи єдину, безперервну взаємодію з брендом [1].

Важливість омніканальності для сучасного ритейлу полягає в наступному: клієнтський досвід; зростання продажів та витрат; лояльність та утримання клієнтів; збільшення залучення та взаємодії з клієнтами; краще розуміння даних та персоналізації; покращення доступності та зручності; зміцнення ідентичності бренду; отримання конкурентної переваги.

Виходячи з цього, впровадження омніканальної стратегії має значний вплив на процес категорійного менеджменту. Зокрема, на управління асортименту ціноутворення та просування товарів тощо.

Національна федерація роздрібної торгівлі (NRF) визначає омніканальну стратегію як таку, що забезпечує послідовні, персоналізовані та безперешкодні взаємодії в усіх точках контакту з клієнтом, що призводить до підвищення задоволеності, лояльності та покращення сприйняття бренду [2]. Основний принцип полягає в тому, щоб зосередитися на шляху клієнта та забезпечити

послідовний досвід незалежно від використовуваного каналу.

Еволюція від багатоканальності до омніканальності є значною. Багатоканальність передбачає присутність на різних каналах, але вони часто функціонують ізольовано. Омніканальність, при цьому підкреслює інтеграцію цих каналів для забезпечення єдиного та послідовного клієнтського досвіду.

Це відображає розуміння того, як сучасні споживачі взаємодіють з брендами через різні точки контакту. Споживачі більше не йдуть лінійним шляхом до покупки; вони переключаються між онлайн-дослідженнями, залученням до соціальних мереж та відвідуванням фізичних магазинів. Бізнес, який розглядає кожен канал як окремий, ймовірно, забезпечить фрагментований та розчаровуючий досвід. Омніканальність визнає цю плинність та прагне створити цілісну подорож, підвищуючи задоволеність та лояльність клієнтів.

Категорійний менеджмент в роздрібній торгівлі, згідно з визначенням ECR (Efficient Consumer Response), є процесом управління категоріями як стратегічними бізнес-одинацями, що забезпечує покращені бізнес-результати шляхом зосередження на наданні споживчої цінності [3].

Основна увага приділяється управлінню категоріями як стратегічними бізнес-одинацями для збільшення обсягу бізнесу шляхом підвищення споживчого попиту. Ключові види діяльності включають планування асортименту, розробку асортименту та планування промоакцій за співпраці роздрібних торговців та постачальників для задоволення потреб споживачів. Стратегічні цілі включають збільшення трафіку, збільшення продажів та збільшення прибутковості для роздрібного продавця [4]. Основний принцип полягає в тому, що категорії визначаються потребами споживачів, а не розділами магазину [5].

Категорійний менеджмент являє собою стратегічний напрям від управління окремими продуктами або брендами до управління групами продуктів, які споживачі сприймають як взаємопов'язані та такі, що задовольняють певну потребу. Цей підхід дозволяє роздрібним торговцям та постачальникам оптимізувати всю категорію, щоб краще обслуговувати споживача та підвищувати загальну ефективність категорії.

Управляючи категорією цілісно, роздрібні торговці можуть приймати управлінські рішення щодо асортименту, ціноутворення та промо-акцій та для щоб максимізувати продажі та задоволеність клієнтів у цій конкретній сфері потреб.

Список використаних джерел

1. Omnichannel vs. Multichannel: What's the Difference? - Stibo Systems, URL: <https://www.stibosystems.com/blog/omnichannel-vs-multichannel>.
2. Insights - NRF '25: Omnichannel and Composability Define Meaningful Experiences, URL: <https://www.oneviewcommerce.com/blog/nrf25>.
3. The drivers of consumer value in the ECR Category ..., URL: https://www.researchgate.net/publication/228520739_The_drivers_of_consumer_value_in_the_ECR_Category_Management_model.

4. Brand and Category Management. URL: <https://www.hhs.se/contentassets/c2d762f0b1dc445b852e7cd9adc83090/cfr-course-note-004-lange-and-kaij-2021-category-management.pdf>.
5. Marketing 320-chapter 1 Flashcards – Quizlet. URL: <https://quizlet.com/570075223/marketing-320-chapter-1-flash-cards/>.

**Григус А. В. здобувач освіти,
Колотій С. В., к.е.н.,
доцент кафедри гуманітарних, економічних
та фінансово-облікових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут**

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність управління сучасною організацією визначається досягнутим рівнем її корпоративної культури. У зарубіжній літературі можна знайти приклади досліджень з використання корпоративної культури як інструменту управління компаніями та їх розвитком. Так, результати досліджень І. Пітерса та Р. Уотермана показали, що серед досліджених ними високоприбуткових компаній 88% мали спеціалізовані підрозділи, що відповідали за впровадження моральних цінностей; 58% компаній використовували програми культури обслуговування; 65% – розробляли програми з впровадження моральних цінностей та здійснення заходів підвищення рентабельності [1, с.68].

Сьогодні корпоративна культура важлива для будь-якої організації, оскільки управляючи нею можна впливати на мотивацію працівників; привабливість підприємства як роботодавця, що відбивається на плинності кадрів; моральність кожного працівника, його ділову репутацію; продуктивність та ефективність трудової діяльності; якість роботи працівників; характер особистісних та виробничих відносин в організації; творчий потенціал службовців [2, с.477].

Водночас Г. Копець відзначає безпосередній вплив корпоративної культури на стійкість організації. У своїх працях автор виходить з того, що «гнучка корпоративна культура дозволяє компанії адаптуватися до змін зовнішнього середовища, а також пропонує модель вимірювання внеску корпоративної культури в розвиток компанії».

А. К. Кондратюк вказує, що культура організації пов'язує всі види діяльності, функціональні елементи та відносини зсередини організації, робить при цьому згуртованішим колектив, а також формує імідж організації, покращує її зовнішній образ, репутацію, впливає на якість відносин з постачальниками, партнерами, покупцями, контактними аудиторіями.

Наявність ефективної корпоративної культури має велике значення для організації [3, с. 240].

По-перше, культура надає працівникам корпоративної ідентичності, визначає внутрішньо групове уявлення про організацію, є важливим джерелом стабільності і наступності. Це створює у працівників почуття надійності організації і свого місця в ній, соціальної захищеності.

По-друге, знання цінностей, норм і правил, які сформувалися в організації, допомагають новим працівникам правильно інтерпретувати події, що відбуваються в ній, і відповідно визначити свою поведінку.

По-третє, культура більше, ніж щось інше, стимулює самосвідомість і високу відповідальність працівника, що виконує поставлені перед ним завдання.

Механізми впливу корпоративної культури на діяльність організації полягають у тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, щодо якої, керуючись цінностями, оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки та спілкування [4].

Розглянемо трактування економічного поняття механізм управління. У вузькому розумінні – це інструмент, система за допомогою якої відбувається генерація управлінських явищ та процесів в організації. У широкому трактуванні прийнято вважати, що це засіб реалізації управлінських рішень, приведення всієї одних ланок керованої системи з метою стимулювання інших ланок системи на необхідний рух, який націлений на отримання позитивного результату. Складовими механізму управління є методи, форми, інструменти, принципи, об'єкти управління, вплив на які здійснюється з метою досягнення визначених раніше задач та поставлених цілей [4].

Механізми впливу корпоративної культури на діяльність організації полягають у тому, що працівники прогнозують розвиток ситуації, щодо якої, керуючись цінностями, оцінюють і вибудовують моделі своєї поведінки та спілкування.

Тоді механізм управління корпоративною культурою можна розглядати як складну систему взаємодій та елементів, що розробляють спосіб функціонування та спілкування всередині підприємства. Це не просто набір правил чи вказівок; це є основою, на якій обґрунтовується спільний менталітет та цінність усіх членів організації, оскільки він є каркасом на якому ґрунтується успішна та стійка організаційна ідентичність.

Отже, ефективне управління розвитком корпоративної культури вимагає постійного моніторингу, адаптації та взаємодії з працівниками на всіх рівнях організації. Вплив культури на ефективність організації визначається насамперед її відповідністю загальній стратегії.

Список використаних джерел

1. Артеменко М.Г. Корпоративна культура: мотиви управлінської діяльності. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна*. 2010. № 917.
2. Дибчук Л.В., Пітик О.В. Комунікації в колективі: формування корпоративного духу. *Соціально-компетентне управління корпораціями в*

умовах поведінкової економіки: матер. міжн. наук.-практ. конф.. Луцьк, 2018. С. 475–478

3. Дибчук Л. В., Тищук Б. І. Характеристика моделей та методів управління людськими ресурсами. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Львів: вид-во Львівського торговельно-економічного університету, 2023. С. 239–241

4. Ковтун О. С. Корпоративна культура організації у структурнофункціональному вимірі. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2013. № 4 (37). С. 49–52.

Гринчук Т. П.

*к.е.н., доцент, в.о. завідувача кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-облікових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут*

БЕНЧМАРКІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних економічних умовах конкурентоспроможність підприємства виступає одним із його основних показників успішності на ринку. Вона передбачає постійну боротьбу суб'єктів економіки за покращення своїх економічних позицій. Чим успішнішим буде продаж виробленої продукції серед наявних аналогів, тим стійкішою буде економічна позиція підприємства на ринку.

Існує багато способів підвищити рівень конкурентоспроможності продукції (послуг, робіт) чи підприємства в цілому. Одним з дієвих є бенчмаркінг [3]. Бенчмаркінг є інструментом удосконалення управлінням конкурентоспроможністю підприємства. При цьому керівництво підприємства порівнює і аналізує свою діяльність з передовими підприємствами та переймає досвід розвитку і вдосконалення напрямів конкурентоспроможності.

Родоначальником бенчмаркінгу є японські компанії, які навчилися ідеально вивчати, систематизувати та копіювати чужі досягнення. Вони ретельно досліджували європейські та американські товари та послуги, щоб виявити їхні сильні та слабкі сторони, а потім випускали дещо схоже по нижчій ціні. При цьому японські виробники успішно переносили технології та ноу-хау з однієї сфери бізнесу в іншу [2, с. 57]. В Японії бенчмаркінг співвідноситься за змістом зі словом “dantotsu”, що означає прагнення кращого стати ще кращим, досягнути ідеалу у кожній деталі створюваного продукту. Цей термін, добре відображає сутність процесу зі створення японцями конкурентних переваг, та був започаткований Т. Кобаясі із “Фуджи-Ксерокс” (Fudji Xerox) [4, с. 140]. Вважається, що використовувати бенчмаркінг на практиці вперше стала саме компанія Хегох, використавши його вперше у 1979 році. У той час основні конкуренти компанії досягли низьких цін на продукцію офісної техніки, і корпорація Хегох замислилася про те, щоб знайти способи зменшити ціну на

свої товари. Проаналізувавши витрати на своєму підприємстві, було вжити ряд заходів щодо зниження собівартості продукції, при цьому дані заходи не позначилися на підсумковій якості продукції, що випускається. Проект приніс свої плоди, і компанія змогла не тільки вийти з кризового становища, а й зміцнити свої лідерські позиції на ринку офісної техніки.

Вдалим історичним прикладом використання бенчмаркінгу є історія компанії Ford. До бенчмаркінгу її фахівці та керівники вдалися у 90-х роках XIX століття, коли становище компанії на ринку стало нестійким. У ході використання бенчмаркінгу проводились дослідження якості 50 запропонованих моделей автомобілів компанії. Дані дослідження проводилися для того, щоб з'ясувати переваги та недоліки кожної моделі. За результатами порівняльного аналізу були виявлені параметри найбільш вдалого автомобіля, які дозволили досягти параметрів автомобільних компаній конкурентів і згодом перевершити їх. В результаті проведеного аналізу обрали виробництво автомобіля моделі Taurus, що став моделлю року.

За допомогою бенчмаркінгу збирається інформація про конкурентів на ринку, аналізується саме підприємство та його підрозділи, вивчаються бізнес-процеси, продукти та послуги, порівнюються різні типи обладнання, прийоми роботи. Досягнення найбільшого результату бенчмаркінгу направляють на конкретний вид діяльності підприємства. У зв'язку з цим виділяють такі основні види бенчмаркінгу:

1. Внутрішній. Порівняння ефективності роботи окремих підрозділів (цехів, відділень, філій тощо) в межах самої компанії, що розташовані в різних містах або країнах для виявлення можливостей щодо вдосконалення, впровадження кращих методів організації виробничих процесів.

2. Конкурентний. За його реалізації порівнюються основні характеристики підприємства з основними параметрами конкурентів. У зв'язку з цим підприємство удосконалює асортимент продукції, методи управління і простежуються для актуалізації інші можливості. Поширюється практика створення бенчмаркінгових альянсів, коли декілька підприємств об'єднують свої зусилля для пошуку та аналізу необхідної інформації. Такий тип бенчмаркінгу називають асоціативним або спільним.

3. Функціональний. Підприємство дуже уважно аналізує та порівнює окремі показники на підприємствах, які виводять конкуруючі підприємства на лідируючі позиції на ринку. Наприклад, можна проаналізувати ефективність функціонування кадрової служби шляхом вивчення бізнес-процесів, пов'язаних із залученням, адаптацією, навчанням і оцінюванням персоналу. При цьому важливе значення мають умови, за яких існує можливість використовувати досягнення провідних підприємств.

4. Загальний. Ефективність функціонування підприємств порівнюється за показниками оцінки підприємств, що найбільш широко використовуються. До них відносяться показники виробництва та реалізації підприємства. За цими загальними показниками конкуренти, які мають аналогічний бізнес, можуть вибрати найбільш ефективні напрями інвестування.

Бенчмаркінг надає можливість зрозуміти як працюють передові підприємства та з його допомогою добитися кращих результатів, а саме: зменшити витрати на виробництво, підвищити прибутковість, оптимізувати структуру витрат та вибір стратегії діяльності підприємства, збільшити частку компанії на ринку, завоювати нові ринки, знизити витрати на маркетингові дослідження [1, с. 44]. Бенчмаркінг формує системне мислення при прийнятті управлінських рішень, які змушують враховувати внутрішню систему компанії та зовнішнє середовище, що впливає на неї.

Виділяють наступні етапи бенчмаркінгу, які є наявними у кожному бенчмаркінговому проєкті: планування, дослідження, спостереження, аналіз, адаптація й удосконалення [4, с. 141].

Важливим фактором при використанні бенчмаркінгу є пошук еталонного підприємства. Організації необхідно якісно підійти до вибору критеріїв порівняння, які справді необхідні вивчення. Чисельна оцінка показників який завжди точна і вимагає великого обсягу інформації. Однак успішні компанії не прагнуть викладати своїх ефективних методик управління на загальний огляд. Вирішенням такої проблеми може стати звернення до консалтингової фірми, яка об'єктивно та компетентно проведе аналіз конкуруючої сторони.

Аналізуючи світовий ринок, можемо помітити, що найбільш ефективно бенчмаркінг використовують у Японії та США. Що ж стосується України, то застосування бенчмаркінгу українськими підприємствами знаходиться на низькому рівні. Можна виділити 2 основні проблеми, які цьому сприяли: брак досвідчених фахівців відповідної спеціалізації; небажання вітчизняних підприємств розкривати секрети свого успіху [1, с. 45]. Концепцію бенчмаркінгу почали успішно впроваджувати на своїх підприємствах ЗАТ “Оболонь”, ВАТ “Фармак”, компанія “Сандора” та ін. Як свідчить досвід цих підприємств, бенчмаркінг, за умови дотримання вимог систематичності та відповідальності чіткому плану, може стати найефективнішим інструментом позитивних організаційних змін [4, с. 139].

Отже, бенчмаркінг сьогодні отримує визнання в економічному просторі, оскільки є сучасною технологією управління. Це пояснюється кількома причинами. Перш за все, новий інструмент аналізу зовнішнього середовища економить час на процес підвищення ефективності роботи компанії. Фірма в короткий термін може проаналізувати поточні практики управління, адаптувати їх та вдосконалити. Також бенчмаркінг дозволяє підприємствам використовувати передові та сучасні технології ринку. Вивчаючи досвід успішних організацій, компанія буде змушена вийти на новий рівень управління. Таким чином, бенчмаркінг є рушійною силою у вдосконаленні фірми, творчим процесом, а не копіюванням досвіду інших компаній. Творчість здатна не просто досягти тих бажаних результатів, а й перевершити їх, адже саме це є одним із критеріїв успішного існування організації на ринку сьогодні.

Список використаних джерел

1. Афанасьєва О. О., Сучков А. В. Бенчмаркінг як один із інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. URL:

<http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/09march2015/57.pdf>

2. Біленький О. Ю. Бенчмаркінг як інструмент стратегічного аналізу: світовий досвід. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 7 (170). С. 56-58.

3. Завербний А. С., Ніценко Д. О. Проблеми та перспективи застосування бенчмаркінгу підприємствами як елемент конкурентного розвитку. *Економіка та суспільство*. 2022. № 45. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1947/1874>

4. Ткаченко А. М., Дробецька Т. О. Бенчмаркінг – альтернативний метод стратегічного планування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2015. № 3. Т. 2. С. 139-143.

Гуменюк О.В., аспірант

Басок О.С., к.е.н., доцент

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Мороз І.В., викладач

Морозова Н.І., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ТЕОРІЯ ТА СУТНІСТЬ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЦИФРОВОЇ СТРАТЕГІЇ

У добу цифрової трансформації маркетинг зазнав суттєвих змін, що вимагає перегляду традиційних стратегічних підходів. Поява цифрових каналів комунікації, мобільних додатків, соціальних мереж, Big Data та штучного інтелекту спричинила необхідність формування нової форми маркетингової діяльності – цифрової маркетингової стратегії. Вона забезпечує ефективну взаємодію з цільовою аудиторією, підвищує конкурентоспроможність і сприяє досягненню довгострокових бізнес-цілей. Метою цієї статті є дослідження теоретичних основ та сутності процесу формування маркетингової цифрової стратегії як ключового елементу сучасного управління підприємством.

1. Теоретичні основи цифрової маркетингової стратегії

Цифрова маркетингова стратегія – це систематичний план застосування цифрових інструментів і каналів для досягнення маркетингових цілей. Вона базується на класичних теоріях стратегічного управління (Портер, Ансофф), проте адаптується до нової реальності цифрового середовища. Теоретично цифрова стратегія включає:

- аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища (SWOT, PEST, 5 сил Портера);
- визначення цільової аудиторії через створення персон (buyer personas);
- сегментування та позиціонування з використанням даних аналітики;
- формування цілей за SMART-критеріями;
- вибір цифрових каналів (SEO, SMM, email-маркетинг, контекстна реклама тощо);

- моніторинг та оптимізацію KPI.

2. Етапи формування цифрової маркетингової стратегії

Формування ефективної цифрової стратегії складається з кількох послідовних етапів:

- Аналіз ринку та цільової аудиторії. Включає використання інструментів Google Analytics, соціологічних досліджень, CRM-аналітики тощо.
- Визначення унікальної торгової пропозиції (УТП). Це основа ефективного позиціонування бренду.
- Розробка контент-стратегії. Контент відіграє вирішальну роль у побудові довіри та залученні клієнтів.
- Вибір цифрових каналів. Визначається на основі медіаспоживання цільової аудиторії.
- Планування бюджету та розподіл ресурсів. Включає SEO, PPC, програматик-рекламу, e-mail-кампанії.
- Моніторинг і аналітика. Постійний контроль KPI (конверсії, CTR, CAC, ROI тощо) дозволяє гнучко адаптувати стратегію до змін ринку.

3. Сучасні тенденції у формуванні цифрових стратегій

Цифрові стратегії дедалі більше інтегрують новітні технології:

- Штучний інтелект для персоналізації комунікацій та автоматизації маркетингу;
- Big Data для точнішого прогнозування поведінки клієнтів;
- Маркетинг впливу (influencer marketing) як ефективний інструмент залучення молодіжної аудиторії;
- Омніканальність – забезпечення уніфікованого досвіду споживача в усіх точках взаємодії.

Також важливу роль відіграє етика в цифровому середовищі – прозорість обробки персональних даних, достовірність реклами та соціальна відповідальність брендів.

Отже, формування цифрової маркетингової стратегії – це складний, багатокомпонентний процес, що вимагає інтеграції класичних теорій маркетингу з інноваційними технологіями. Ефективна цифрова стратегія повинна базуватись на глибокому аналізі ринку, чіткому розумінні потреб цільової аудиторії, використанні сучасних цифрових інструментів та постійному моніторингу результатів. Успішна реалізація такої стратегії дозволяє підприємствам досягати високого рівня адаптивності, конкурентоспроможності та стійкого зростання в умовах цифрової економіки.

Список використаних джерел

1. Войтко Н.М. Особливості застосування методу нарахування доходів в бюджетних установах // Вісник ЖІТІ. – 2022 № 7. – С.231-233
2. Гуцалюк Л.П. Організація перевірок використання бюджетів усіх рівнів // Фінанси України. – 2023. – № 7. – С.27-3

Дибчук Л.В.
*к.і.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут*

МАРКЕТИНГОВА АНАЛІТИКА ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УМОВАХ ТУРБУЛЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сучасне бізнес-середовище зазнає безпрецедентних змін, зумовлених глобалізацією, технологічним проривом, політичною нестабільністю та економічними кризами. Підприємства все частіше стикаються з викликами, які вимагають від керівництва не лише оперативного реагування, а й стратегічного мислення, орієнтованого на довготривалу стійкість. У таких умовах надзвичайно важливу роль відіграє маркетингова аналітика як інструмент, що дозволяє сформулювати обґрунтовану, гнучку й адаптивну стратегічну політику.

Маркетингова аналітика забезпечує управлінців глибоким розумінням ринкової ситуації, потреб споживачів, дій конкурентів, а також внутрішнього потенціалу підприємства. У поєднанні з інструментами стратегічного менеджменту вона стає потужною системою підтримки прийняття рішень у нестабільному середовищі.

Маркетингова аналітика – це процес збирання, обробки, аналізу та інтерпретації даних з метою вдосконалення маркетингових рішень. Вона охоплює як кількісні, так і якісні методи дослідження, включаючи статистичне моделювання, соціологічні опитування, аналіз великих даних (Big Data), прогнозування та інші підходи.

Згідно з класичними теоріями стратегічного менеджменту Г. Мінцберга [1], М. Портера [2], І. Ансоффа [3], прийняття ефективних стратегій неможливе без належного інформаційного забезпечення. Маркетингова аналітика саме і виконує цю функцію, виступаючи «інтелектуальним ядром» стратегічного менеджменту. Вона дозволяє відповісти на такі ключові питання: хто є нашим клієнтом? Як змінюються його потреби? Які можливості та загрози формуються у зовнішньому середовищі? Як можна оптимізувати наші продукти, ціни, канали дистрибуції та комунікації?

Серед головних напрямів маркетингової аналітики виокремлюють:

- аналіз ринку та конкурентного середовища;
- аналіз поведінки споживачів;
- цінова аналітика;
- аналіз ефективності маркетингових кампаній;
- прогнозування та моделювання попиту;
- геомаркетинг і аналіз каналів збуту.

У нестабільному, турбулентному середовищі, де зміни відбуваються швидко та непередбачувано, маркетингова аналітика виконує стратегічну роль. Вона не лише дозволяє вчасно виявити тенденції, але й дає змогу підприємству

перебудувати свою стратегію, уникаючи непродуктивних витрат та зменшуючи ризики [4].

Турбулентність зовнішнього середовища – це не тільки загроза, але й можливість для зростання. Підприємства, які спроможні оперативно реагувати на зміни, випереджаючи конкурентів, отримують стратегічні переваги. Маркетингова аналітика надає інструменти для: виявлення нових сегментів споживачів, визначення ефективних ринкових ніш, адаптації продуктового портфеля, оцінки доцільності виходу на нові ринки, моніторингу ефективності партнерств та альянсів [5].

В умовах війни, економічної нестабільності, змін у споживацьких звичках і глобальних логістичних збоїв підприємства змушені швидко переорієнтовуватись. Аналітика дозволяє це зробити не інтуїтивно, а на основі реальних даних і обґрунтованих висновків.

Сьогодні маркетингова аналітика дедалі більше опирається на цифрові технології. Серед найпоширеніших рішень - CRM-системи, Business Intelligence-платформи, штучний інтелект, машинне навчання, платформи обробки Big Data. Це дозволяє здійснювати аналіз у режимі реального часу, швидко виявляти тренди, проводити A/B-тестування, сегментувати аудиторії та прогнозувати поведінку клієнтів [6].

Наприклад, системи типу Google Analytics, Power BI, Tableau, Salesforce надають гнучкі інструменти для інтеграції та візуалізації даних. Завдяки цьому стратегічне управління більше не ґрунтується лише на досвіді менеджера, а підтримується аналітичним обґрунтуванням, що знижує рівень невизначеності.

Українські компанії все активніше впроваджують аналітичні інструменти, що особливо помітно в аграрному, логістичному та ритейл-секторі. Наприклад, підприємства молочної галузі використовують маркетингову аналітику для визначення регіонів із підвищеним попитом, оптимізації логістики, аналізу цінової чутливості та побудови ефективних комунікаційних стратегій [7].

Гарним прикладом є компанія "Люстдорф", що діє в умовах економічної турбулентності, маркетингова аналітика є головним інструментом адаптації її асортиментної політики, контролю над дистрибуцією, визначення ефективності торгових агентів [8]. Зокрема, використання dashboard-аналітики дозволяє керівництву оперативно реагувати на зміни в попиті, а аналіз соціальних медіа - краще розуміти уподобання кінцевих споживачів.

Незважаючи на численні переваги, маркетингова аналітика має низку викликів: відсутність культури прийняття рішень на основі даних, брак кваліфікованих аналітиків, складність інтеграції різних джерел даних, висока вартість складних аналітичних платформ.

Подолання цих викликів можливе за рахунок: навчання управлінців цифровій грамотності, впровадження спрощених аналітичних інструментів для малого і середнього бізнесу, державної підтримки програм цифрової трансформації підприємств, співпраці бізнесу з науковими установами для впровадження сучасних підходів до аналітики [9].

У сучасних умовах маркетингова аналітика не є просто допоміжним елементом маркетингової діяльності - вона виступає центральною складовою стратегічного управління. Саме завдяки аналітиці підприємства можуть адаптуватися до динамічного середовища, виявляти нові можливості, мінімізувати ризики та забезпечувати стабільний розвиток [10].

У поєднанні з інструментами стратегічного менеджменту маркетингова аналітика перетворюється на системний інструмент ухвалення ефективних рішень, що базуються на реальних даних і враховують як внутрішні, так і зовнішні фактори впливу. Подальший розвиток цього напрямку є запорукою стійкості та конкурентоспроможності українських підприємств у глобальному ринку.

Список використаних джерел

1. Ансофф І. Стратегічне управління. К.: Центр навчальної літератури, 2007. 519 с.
2. Мінцберг Г., Альстренд Б., Лемпель Дж. Школи стратегічного мислення. К.: Основи, 2001. 280 с.
3. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягти високого результату та забезпечити його збереження. К.: Основи, 2005. 596 с.
4. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 15th ed. Pearson Education, 2016. 832 p.
5. Kostiuk V. et al. Logistics infrastructure management in the system of digital transformation of the economy of Ukraine. *AD ALTA: Journal of Interdisciplinary Research*. Volume 14, Issue 2, Special Issue XLIII, 2024. P.133–137 <https://doi.org/10.33543/j.140243.133137>
6. Tanasiichuk A. et al. International Marketing Diversification: A Path to Sustainable Enterprise Development. *European Journal of Sustainable Development*, (2025). 14(1), 266–282. <https://doi.org/10.14207/ejsd.2025.v14n1p266>
7. Дибчук Л. В. Інформаційні комунікаційні технології як потужний інструмент системи дистрибуції. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2018. №. 5 (2). С. 54-58.
8. Офіційний сайт компанії «Люстдорф». <https://www.lustdorf.ua/>
9. Дибчук Л. В., Паночишин Ю. М. Цифровий маркетинг як ефективний інструмент сучасних комунікацій. *Людина віртуальна: нові горизонти: зб. наукових праць*. Монреаль: СРМ «ASF. 2018. С. 208-211.
10. Дибчук Л. В. Мобільна аналітика та її роль у дослідженні поведінки споживачів у цифровому світі. *Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правовий аспекти*: збірник матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19 березня 2025 р. Київ: Академія праці, соціальних відносин та туризму. Київ. 2025. С. 35-37.

Драбовський А.Г.
*д.е.н., професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут*

ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В СУЧАСНОМУ УПРАВЛІННІ: СУТЬ, ВИКЛИКИ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПІДХОДИ

У ХХІ столітті цифровізація стала головним чинником змін у бізнесі, державному управлінні та суспільстві загалом. Організації більше не можуть існувати за традиційними моделями – сучасне середовище вимагає гнучкості, інноваційності та здатності адаптуватися до стрімких технологічних змін. Цифрова трансформація – не просто модернізація технологій, а глибоке стратегічне перетворення способу функціонування організацій.

Цифрова трансформація – це багаторівневий процес інтеграції цифрових технологій у всі сфери діяльності організації. Вона не обмежується ІТ-інфраструктурою, а передбачає радикальну зміну логіки створення цінності, управлінських підходів і корпоративної культури. За G. Westerman, D. Bonnet і A. McAfee, вона є стратегічним оновленням бізнес-операцій для підвищення інноваційності та ефективності.

Штучний інтелект, хмарні технології, Big Data, Інтернет речей (IoT), автоматизація – усе це перетворює характер процесів. Ці інструменти сприяють зниженню витрат, оптимізації ресурсів і персоналізації послуг. Результатом стає динамічна, адаптивна екосистема, яка відповідає на зміни в режимі реального часу [1].

У цифрову епоху інноваційна стратегія включає не лише впровадження технологій, а переосмислення всього способу ведення бізнесу. М. Портер зауважує, що конкуренція нині точиться між платформами, алгоритмами і доступом до даних. Успішна стратегія має ґрунтуватися на цифрових компетенціях, гнучкості та здатності швидко адаптуватися.

Digital leadership відіграє важливу роль у впровадженні змін. Цифровий лідер – це не лише технічний експерт, а візіонер, який бачить можливості в нових технологіях і вміє надихати команду. Гнучкі організаційні структури – децентралізовані, проєктні, адаптивні – доповнюють цю трансформацію.

Штучний інтелект (AI) автоматизує аналітику, передбачає тенденції, покращує обслуговування клієнтів. Big Data допомагає виявляти закономірності й ухвалювати рішення на основі глибокої аналітики. IoT дозволяє контролювати процеси в режимі реального часу. Разом вони формують основу для «розумних організацій», де дані стають основним активом.

Ці технології не тільки змінюють структури, а й формують новий стиль управління – data-driven. Він вимагає від керівників вміння працювати з інформацією, довіряти алгоритмам і застосовувати цифрові інструменти стратегічно [2].

Інноваційні управлінські стратегії формуються навколо відкритості до змін, співпраці та переосмислення традиційних моделей. Важливим стає створення платформ, розвиток екосистем, цифровізація клієнтського досвіду та впровадження нових джерел доходів [3].

Стратегія відкритих інновацій передбачає активну співпрацю з зовнішніми партнерами – університетами, стартапами, спільнотами. Це дозволяє прискорити цикл розробки нових рішень, мінімізувати ризики та інтегрувати передові ідеї у власні продукти й послуги.

Сучасні організації діють у непередбачуваному середовищі, тому ефективне управління потребує адаптивності. Адаптивне управління поєднує системне мислення, швидке тестування гіпотез (agile), зворотний зв'язок і цифрову аналітику. Це дозволяє гнучко реагувати на зміни та швидко адаптувати стратегії.

Управління змінами (change management) є дуже важливими. Їх завдання – мінімізувати опір змінам, залучити персонал до трансформації та забезпечити сталу реалізацію інновацій. Тут особливо важливими є комунікація, емоційна підтримка та розвиток цифрової культури [4].

Попри переваги, цифрова трансформація несе численні виклики. Це і кібербезпека, і нестача цифрових навичок, і організаційна інертність. Часто виникає опір працівників, пов'язаний зі страхом змін або втратою контролю. Для подолання таких бар'єрів важливо створювати культуру відкритості, навчання та експериментування [5].

Отже, цифрова трансформація – це не лише технологічне оновлення, а глибока стратегічна зміна парадигми управління. Вона вимагає нових компетенцій, лідерських підходів, адаптивних структур і відкритості до інновацій. Успіх у цифрову епоху досягається не через впровадження окремих рішень, а через цілісну зміну мислення, способів співпраці та взаємодії з клієнтами. Організації, які зуміють інтегрувати цифрові технології в основу своєї діяльності, отримають стратегічну перевагу в умовах зростаючої конкуренції та динаміки змін.

Список використаних джерел

1. Поліщук І.І., Довгань Ю.В., Якушевська О.В. Маркетингова стратегія в цифровому середовищі: огляд компонентів та ключових аспектів. *Ефективна економіка*. 5, 2024. DOI:[10.32702/2307-2105.2024.5.11](https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.5.11)
2. McKinsey & Company (2017). The case for digital reinvention. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-case-for-digital-reinvention>
3. Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., & Kiron, D. (2019). *Accelerating Digital Innovation Inside and Out: Agile Teams, Ecosystems, and Ethics*. MIT Sloan Management Review and Deloitte Insights. UPL: https://www2.deloitte.com/content/dam/insights/us/articles/4930_MIT-SMR/Accelerating%20Digital%20Innovation%20Inside%20and%20Out.pdf
4. Приймак Н. С. Класифікація опору змінам та його оцінювання в рамках системи управління змінами підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6.

5. Stone D. L., Deadrick D. L. Challenges and opportunities affecting the future of Human Resource Management. *Human Resource Management Review*. – 2015. – No. 25. – DOI: 10.1016/j.hrmr.2015.01.003

Імшеницька І.Г., викладач
Рибчинський Б.В., аспірант,
Гуменюк О.В., аспірант
Череватов А.В., аспірант

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РЕПУТАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Згідно з оцінками експертів Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2019 році було зафіксовано близько 1,5 мільярда міжнародних туристичних прибуттів, що забезпечили понад 1,6 млрд доларів надходжень. Очікувалось, що у 2020 році ця позитивна динаміка збережеться. Проте пандемія COVID-19 радикально змінила ситуацію: кількість міжнародних туристів скоротилася на рекордні 74 % – тобто на 700 мільйонів осіб, що спричинило втрати у розмірі приблизно 730 млрд доларів.

Ці дані ще раз підкреслюють, що туризм слід розглядати як форму інвестицій – не лише в економіку, а й у репутацію держави, регіону чи окремого міста. Адже кожен турист – це носій доданої вартості, а також амбасадор дестинації, яку він відвідав.

У цьому контексті репутація туристичної дестинації набуває критичного значення. Вона виступає не лише як показник привабливості, а як стратегічний актив, який прямо впливає на туристичні потоки – тобто на обсяги «інвестицій» у сферу туризму.

Українська туристична дестинація: досягнення та проблеми. Згідно з даними Державного агентства розвитку туризму, у 2019 році Україну відвідали 13,6 млн іноземних туристів. У 2020 році через пандемію цей показник зменшився до 3,3 млн осіб. Уже в 2021 році кількість туристів зросла до 4,2 млн, що на 26 % більше, ніж попереднього року. Це зростання було обумовлено підвищенням інтересом із боку туристів із країн Перської затоки – ОАЕ та Саудівської Аравії. Причинами цього стали сприятливий клімат, спрощення візового режиму та позитивний імідж України як відкритої й гостинної країни.

Цей приклад наочно демонструє важливість репутаційної складової в управлінні туристичною дестинацією: саме репутація здатна впливати на рішення туриста та формувати довгострокові позитивні тренди у сфері туризму.

Однак загалом імідж України як туристичної дестинації досі залишається слабким як на національному, так і на міжнародному рівнях. Причинами цього є:

- нестабільна політична та економічна ситуація;
- відсутність ефективної стратегії управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ;
- слабка промоція бренду України;
- фрагментарність туристичного простору;
- нерозвинена система національного маркетингу туризму.

Репутаційна конкурентоспроможність та виклики воєнного часу. У рейтингу туристичної конкурентоспроможності, оприлюдненому Всесвітнім економічним форумом у 2019 році, Україна посіла лише 78-е місце зі 140 країн. У подальшому рейтинги лише погіршувалися. На це вплинули не лише пандемічні обмеження 2020–2021 років, а й повномасштабна війна, що розпочалась у 2022 році.

Попри значний туристичний потенціал, Україна фактично зупинила активний розвиток туристичної індустрії в традиційному форматі. Натомість почався перехід до віртуальних форм туризму, зокрема за допомогою цифрових технологій і платформ.

Управління репутацією DESTИНАЦІЇ в епоху цифрової трансформації. В умовах викликів і нестабільності управління репутацією туристичних DESTИНАЦІЙ стає пріоритетним завданням як на національному, так і на регіональному рівнях. Це потребує комплексного аналізу, наукового обґрунтування та практичного вдосконалення.

Туризм сьогодні активно трансформується. Його моделі змінюються відповідно до поведінкових уподобань нових поколінь. Основними споживачами туристичних послуг стають представники покоління міленіалів та покоління Z, які надають перевагу онлайн-сервісам. Усе більше туристичних послуг формується, просувається й реалізується у цифровому просторі.

Цифровізація стає визначальним фактором у формуванні репутації туристичної DESTИНАЦІЇ. До основних інструментів належать:

- платформи онлайн-бронювання та рейтингові сервіси;
- цифровий маркетинг у соцмережах;
- інструменти моніторингу споживчих відгуків у реальному часі.

Наукова база й теоретичне підґрунтя. Питанням репутаційного менеджменту на рівні підприємств приділено значну увагу в економічній науці, однак на рівні регіональних туристичних DESTИНАЦІЙ дослідження мають фрагментарний характер. Особливо це стосується умов цифровізації.

Серед іноземних вчених, що досліджували питання брендингу територій, маркетингу DESTИНАЦІЙ та управління туристичними системами, слід відзначити Ф. Котлера, Р. Батлера, Д. Аакера, Ж. Бодрійара, А. Деяна, П. Друкера, Дж. Еванса та ін. Вперше поняття DESTИНАЦІЇ як цілісної системи було введено Н. Лейпером.

Суттєвий внесок у розвиток національного туризмознавства зробили А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, Г. І. Михайліченко, Н. О. Роскладка, А. Г. Охріменко, О. А. Сущенко, Ю. Б. Миронов, О. Г. Дерев'янка, О. А. Біловодська, Т. О. Тимошенко, В. В. Шкроміда та інші.

Дослідженням територіального брендингу й репутаційної політики держав займалися також Л. В. Батченко, Л. А. Гончар, Г. С. Буряк, Ю. С. Ковальчук, З. І. Тимошенко. У контексті цифрових процесів у туризмі варто відзначити роботи Perry H.J.S., Williams A.P., Czaplewski M., а також вітчизняних авторів - А. Глебової, Є. Домашевої та інших.

Висновок. Основою ефективної системи управління туристичною дестинацією є якісний туристичний продукт. Всі управлінські рішення мають оцінюватися через призму їх впливу на якість цього продукту та на зміцнення репутації дестинації. У сучасних умовах це неможливо без стратегічного підходу до репутаційного менеджменту, активного використання цифрових технологій і формування сталого туристичного бренду.

Список використаних джерел

1. Апалькова В.В. Концепція розвитку цифрової економіки в Євросоюзі та перспективи України. Вісник Дніпропетровського ун-ту. Серія «Менеджмент інновацій». 2015. № 4. С. 9–182.
2. Чернега О. М. Репутаційний менеджмент національної туристичної дестинації. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2021. №2 (29). С. 8-10.

Кальніченко А. С., здобувачка освіти
Кашпрук Ю. А. к.е.н.,
доцент кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-облікових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Персонал є одним з найбільш складних об'єктів управління на підприємстві, оскільки на відміну від матеріальних чинників виробництва персонал має можливість приймати рішення і критично оцінювати вимоги, що пред'являються до них. Персонал також має суб'єктивні інтереси і надзвичайно чутливий до управлінських дій, реакція на які не визначена.

Управління персоналом сьогодні має особливу значущість, оскільки дозволяє реалізувати, позначити цілий спектр питань адаптації індивіда до зовнішніх умов, обліку особистого чинника в побудові системи управління персоналом організації. Нині ні у кого не викликає сумнівів, що персонал є найважливішим ресурсом підприємства, що забезпечує їй стійке положення і розвиток.

При цьому як ресурс персонал підприємства має наступні особливості:

1. Він активний, тобто люди завжди мають власні бажання і спрямування, тому усі спроби управляти ними вони сприймають через призму своїх власних

потреб, отже, персонал здатний відбивати спрямовані на нього дії, що може призводити до результатів, протиставлених очікуванням керівництва.

2. У управлінні персоналом в тому або іншому ступені беруть участь як усі керівники організації, так і фахівці кадрових служб, що може бути джерелом певних протиріч між обумовленими потребами виробництва бажаннями керівників і рекомендаціями фахівців.

3. Як керівники, так і фахівці служб управління персоналом, самі є персоналом підприємства, що призводить до зростання суб'єктивних моментів в управлінні цим ресурсом [1, с. 41].

Під персоналом розуміється повний особистий склад найнятих робітників. Та його частина, яка перебуває в штаті організації, називається кадрами. Розглянемо різні підходи вчених до визначення сутності поняття «управління персоналом»:

- В.А.Рульєв, С.О.Гуткевич, Т.Л. Мостенська [2, с. 25] – системно організований процес відтворення й ефективного використання всіх кадрів організації, спрямований на досягнення поставленої мети;
- О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук [3, с. 31] – системний планомірно організований вплив через систему взаємопов'язаних організаційно-економічних і соціальних заходів, спрямованих на створення умов нормального розвитку й використання потенціалу робочої сили на рівні підприємства;
- В.С. Пономаренко [4, с. 47] – охоплення основних принципів і функціональних завдань, необхідних об'єкту управління для досягнення мети діяльності; економічних та юридичних законів; функціональної структури органів управління; інформацію й методи та технічні засоби її переробки;
- В.І. Дериховська [5, с. 343] – стратегічна функція, що передбачає розроблення кадрової стратегії, підбір персоналу виходячи з філософії підприємства, заохочення колективних зусиль, спрямованих на його розвиток, стимулювання з урахуванням якості індивідуальної діяльності, мінімізацію трудових затрат і створення позитивного соціальнопсихологічного клімату на робочих місцях;
- В.О. Храмов, А.П. Бовтрук [5, с. 45] – як «частина функціональної сфери кадрового господарства як основного механізму організації»;
- Л.В. Балабанова, О.В. Сардак, Ф.І. Хміль [5, с. 91] – як специфічну функцію менеджменту (управлінської діяльності)

Отже, як видно вчені дають різні визначення даного поняття. Узагальнюючи підходи, слід зазначити, що управління персоналом (англ. Human Resource Management) – галузь знань і практичної діяльності, спрямована на забезпечення підприємства "якісним" персоналом (здатним виконувати покладені на нього трудові функції) і ефективного використання його потенціалу з урахуванням інтересів працівників і підприємства.

З точки зору статистики персонал (кадри) характеризуються структурою, чисельністю і в цілому і по окремих групах. За характером виконуваних

функцій промислово-виробничий персонал (ППП) підрозділяється на чотири категорії: керівники, фахівці, робітники і службовці. Керівники – працівники, що обіймають посади керівників підприємств і їх структурних підрозділів (функціональних служб), а також їх заступники. Вони підрозділяються на лінійних, що очолюють відносно відособлені підрозділи, і функціональних, що очолюють функціональні відділи і служби (наприклад, начальник цеху і начальник відділу кадрів). Фахівці – працівники, виконуючі інженерно-технічні, економічні і інші функції. До них відносяться інженери, економісти, бухгалтери, соціологи, юрисконсультанти, нормувальники, техніка та ін. Робітники – це працівники, безпосередньо зайняті виробництвом продукції (послуг), ремонтом, переміщенням вантажів і тому подібне. До них також відносяться прибиральниці, двірники, гардеробники, охоронці. Залежно від характеру участі у виробничому процесі робітники, у свою чергу, діляться на основних (що виробляють продукцію) і допоміжних (обслуговуючих технологічний процес). Службовці – працівники, що здійснюють підготовку і оформлення документів, облік і контроль, господарське обслуговування. На сьогодні важливо уміти управляти персоналом на підприємстві. Адже без хорошої дисципліни, на підприємстві не буде позитивної динаміки.

Отже, управління персоналом є управління людиною в організації, спрямоване на забезпечення умов для ефективного і якнайповнішого використання його інтелектуальних і фізичних можливостей, підвищення якості життя, зміцнення трудових стосунків, зміну мотивації і отримання від працівників максимальної віддачі. Керівники і працівники підрозділів системи управління персоналом організації вирішують питання оцінки результативності праці керівників і фахівців управління, оцінки діяльності підрозділів системи управління організації, оцінки економічної і соціальної ефективності вдосконалення управління персоналом, аудиту персоналу.

В процесі управління відбувається взаємодія двох сторін об'єкту управління (того, чим управляють) і суб'єкта управління (того, хто управляє). Первинним етапом проектування і формування системи управління персоналом організації є формулювання цілей цієї системи. Для різних підприємств мета системи управління персоналом варіюється залежно від характеру діяльності, обсягів виробництва, стратегічних завдань і так далі. На сьогодні можна говорити про два підходи до визначення цілей управління персоналом:

- згідно першого, основною метою управління персоналом є використання з найбільшою ефективністю кадрового потенціалу організації для досягнення її цілей;
- згідно другого, основною метою управління персоналом є мінімізація соціально-економічних витрат досягши цілей працівників і колективних цілей організації.

Аналізуючи суть двох цих підходів необхідно відмітити, що люди приходять на підприємство, переслідуючи свої власні цілі і прагнучи задовольнити свої власні потреби. Тому використання з найбільшою ефективністю потенціалу персоналу для досягнення цілей підприємства

можливо тільки при створенні умов, що дозволяють співробітникам власні інтереси.

Список використаних джерел

1. Кравченко В.О. Основи менеджменту: навч. посібник. Одеса: Атлант, 2012. 211 с.
2. Рульєв В.А., Гуткевич С.О., Мостенська Т.Л. Управління персоналом: навч. посібник. К.: КОНДОР, 2012. 324 с.
3. Крушельницька О.В., Мельничук Д.П. Управління персоналом: навч. посібник. К.: Кондор, 2003. 296 с.
4. Головчук Ю. О., Галаченко О. О., Ночвіна О. А., Дибчук Л. В., Мазур Г. М. Кадровий менеджмент та стратегічне планування у сфері охорони здоров'я в Україні. Інвестиції: практика та досвід. № 1/2025. С.44-52
5. Дериховська В.І. Взаємозв'язок розвитку персоналу та стратегії управління персоналом. Бізнес Інформ. 2013. № 7(426). С. 341–347.

Коваль Ю.А.

*доктор філософії (PhD), доцент кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово-облікових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут*

ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Страховання здавна є надійним фінансовим механізмом захисту від ризиків, спрямованим на забезпечення матеріальної компенсації у разі настання непередбачуваних подій, таких як нещасні випадки, хвороби, стихійні лиха або матеріальні збитки. Економічна сутність страхування полягає в у фінансовому відшкодуванні збитків постраждалим, спричинених непередбачуваними або неминучими подіями. Це здійснюється за рахунок попередньо сплачених внесків осіб, які можуть опинитися під загрозою таких подій і зобов'язані законом або договором робити ці внески до їх настання. Страховання виступає важливою складовою фінансової системи будь-якої соціально-економічної структури, спрямованою на охорону майнових інтересів громадян, бізнесу та держави.

Сучасне страхування охоплює такі основні напрямки, як майнове, що забезпечує захист нерухомого майна, транспортних засобів та техніки, особисте страхування, яке охоплює життя і здоров'я, страхування відповідальності, спрямоване на покриття витрат у разі заподіяння шкоди третім особам, а також медичне страхування, що компенсує витрати на лікування та медичні послуги.

Стратегічний курс України на інтеграцію до Європейського Союзу та глобальної спільноти і зміни у житті суспільства, що диктує сьогодення стають вирішальним чинником економіко-правових реформ у державі, зокрема й в контексті подальшого розвитку страхового ринку.

Страховий ринок – це частина фінансового ринку, що є сферою економічних відносин з приводу купівлі-продажу страхових продуктів.

Показники ринку страхових послуг формуються під впливом багатьох чинників, які визначають розвиток ринку в сучасних умовах. Їх можна розглядати як на мікрорівні, так і на макрорівні. На мікрорівні важливими є конкуренція серед страхових компаній, що визначає їх активність на ринку, зміни в клієнтських потребах та запитах на страхові продукти, які суттєво впливають на формування цінової політики, якості обслуговування та рівень задоволеності клієнтів [1].

На макрорівні такий чинник як, економічні умови, включаючи стан економіки, рівень доходів населення та інфляцію, істотно впливають на загальний попит на страхові послуги.

Терористичні атаки росії проти України призводять до колосальних фінансових втрат населення та бюджету держави. Крім того, внаслідок обстрілів мирних територій, страховики зазнають великомасштабних збитків. Війна, розпочата росією проти України, продемонструвала низьку готовність деяких постачальників небанківських фінансових послуг до серйозних потрясінь. Внаслідок реалізації операційних ризиків багато гравців на ринку були змушені призупинити або зменшити обсяги своєї діяльності.

Кількість учасників страхового ринку України в грудні 2024 року зменшилася з 892 до 976, кількість страховиків скоротилась з 68 до 65, кількість банків залишилась незмінною – 62.

Станом на 1 січня 2025 року на страховому ринку України працювали 55 страховиків non-life (було 57), 10 life-страховиків (було 11), один страховик зі спеціальним статусом та 44 страхових брокери (було 43) [2].

Як відомо, війна є винятком зі страхових договорів по всьому світу. Однак слід констатувати, що після початку повномасштабного вторгнення страхові компанії відгукнулися на запит людей і бізнесу та запропонували нові продукти, що страхують життя, здоров'я, житло, приміщення і майно від ризиків, які пов'язані саме з воєнними подіями.

Основні виклики для страхування під час війни:

1. Зниження довіри до страхових компаній. Під час воєнних дій у населення виникає невизначеність щодо можливості компенсації збитків, пов'язаних із пошкодженням або втратою майна. Чи буде страхова компанія спроможна виконати свої зобов'язання у разі масових звернень клієнтів? Постає питання про стабільність самих страхових компаній, надто ж в умовах безпекової й фінансової нестабільності.
2. Винятки з покриття. Багато страховиків традиційно включають «військові ризики» до переліку винятків, тобто таких ризиків, які не підлягають компенсації за стандартними полісами. Це ставить під сумнів можливість страхового захисту в умовах війни, особливо для майна та бізнесу у прифронтових регіонах та зонах активних бойових дій.
3. Зростання кількості страхових випадків. Пошкодження і руйнація будівель, транспортних засобів, підприємств та інфраструктури – це лише

частина збитків, які потребують відшкодування. Інфраструктурні втрати від ударів росії та пов'язаних із ними подій мають величезні масштаби, і страховикам важко оперативно опрацьовувати велику кількість заявок на компенсацію.

4. Фінансова нестабільність. В умовах воєнного стану економіка України потерпає, є залежною від зовнішніх донорів, що впливає і на платоспроможність як клієнтів страхових компаній, так і самих компаній. Погіршення фінансового стану страховиків може призвести до банкрутства або неспроможності виплачувати страхові компенсації [4].

Однак, не зважаючи на складнощі, війна сприяє появі нових підходів і можливостей для страхового ринку в Україні. Деякі страхові компанії почали розробляти спеціальні програми страхування, які покривають воєнні ризики. Наприклад, можливе страхування військовослужбовців або громадян, які зазнали фізичних чи матеріальних втрат внаслідок бойових дій. Такі поліси можуть включати медичне страхування для тих, хто постраждав від воєнних дій, страхування житла та автомобілів з урахуванням ризиків війни. Однак і в таких пропозиціях дія страхових ризиків залежить від того, чи перебуває громадянин або військовослужбовець у зоні підвищеної небезпеки на момент настання страхової події. Здебільшого, включити воєнні ризики в договір страхування можна лише в тилу, адже прорахувати можливість страхових виплат тим, хто перебуває занадто близько до лінії фронту, дуже складно. Страховики можуть аналізувати тільки ту статистику, що стосується обстрілів тилових регіонів (ракетами та ударними безпілотниками, але не артилерією). Тому, як правило, компанії не оформлюють страховки для майна в зоні менш як 30–50 кілометрів від території активних бойових дій. Також волонтери, які працюють у небезпечних регіонах, можуть отримати страхові продукти, що покривають ризики, пов'язані з їхньою діяльністю [3].

Отже, удосконалення діяльності страхового ринку в умовах воєнного стану та повоєнної відбудови вимагає комплексного підходу, який включає розробку нових страхових продуктів, таких як страхування воєнних ризиків, життя та здоров'я військових, а також бізнесу в умовах війни. Державна підтримка у вигляді гарантій для страхових компаній, розширення державних програм страхування та регуляторних стимулів є ключовими факторами для зменшення фінансових ризиків і підвищення стабільності ринку. Впровадження цифрових технологій, таких як онлайн-страхування і використання штучного інтелекту для оцінки ризиків, дозволить адаптувати страхову діяльність до сучасних викликів. У той же час реструктуризація ринку через консолідацію компаній і залучення іноземних інвесторів сприятиме підвищенню фінансової стійкості галузі. Важливим напрямком у повоєнний період стане страхування реконструкційних та інфраструктурних проектів, а також підтримка малого і середнього бізнесу, що стимулюватиме економічне зростання. Одним із викликів також є розвиток страхування природних ризиків, пов'язаних із можливими екологічними наслідками війни.

Список використаних джерел

1. Наглядова статистика. Показники діяльності страхових компаній. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/supervision-statist>
2. Статистика страхового ринку України: Forinsurer. URL: <https://forinsurer.com/stat>
3. Черняхівський В. План Маршалла для українського страхового ринку. НВ Бізнес. 2022. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/experts/yak-vplinula-viyna-na-strahoviy-rinok-ekspert-ostanninovini-50237940.html>
4. Чуницька І. І., Богріновцева Л. М. Особливості діяльності страхових компаній на фінансовому ринку України в умовах воєнного стану. Інфраструктура ринку. 2023. ВІП. 71. С. 251–258. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2023/71_2023/46.pdf

Копачинський С. В., здобувач освіти
Драбовський А. Г. д.е.н.,
професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут

МЕТОДИКИ ВИВЧЕННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Аналіз функціонування господарських суб'єктів показує, що важливим фактором їх успішного розвитку є мотивація співробітників підприємства до праці та професійного зростання. Сучасна комерціалізація роботи з персоналом має на увазі, що в нових умовах саме від кадрової служби компанії потрібні грамотні пропозиції і рішення по оплаті праці і стимулювання праці працівників. Відсутність прийняттого механізму мотивації праці співробітників веде до відпливу кваліфікованих кадрів у багатьох компаніях, що є справжньою катастрофою для організацій з високим рівнем спеціалізації. Існує достатня кількість методик, заснованих на застосування тестів, опитувальників, діагностик, які дозволяють оцінити рівень мотивації працівників і визначити дії застосування системи мотивації.

Різні методики дозволяють розглянути, які інструменти – матеріальні або нематеріальні – застосовні в різних сферах. В якості прикладів наведені характеристики деяких методик [3]:

«Діагностика самооцінки мотивації схвалення» (Д. Марлоу і Д.Краун). Використовується в рамках даної системи тест дозволяє визначити бажання людини отримати схвалення, з боку оточуючих, щодо власних вчинків. Чим вище мотивація схвалення, тим вище потреба у спілкуванні.

«Ієрархія потреб» (А. Маслоу). Дана методика дозволяє оцінити задоволеність за такими шкалами: матеріальне становище, потреба в безпеці, у встановленні міжособистісних зв'язків, у повазі, самореалізації.

«Мотивація до уникнення невдач» (Т. Елес). Методика дозволяє визначити рівень захисту людини і випробувати мотивацію до запобігання невдач у трудовій діяльності.

«Мотивація успіху або страх невдач» (А. А. Реан). Методика дозволяє визначити тип мотивації який підходить для людини – мотивація успіху, орієнтовану на досягнення успіхів у трудовій діяльності, або мотивація боязні невдач, яка проявляється в прагненні людини уникати зриву, покарання або будь-яких негативних проявів у сфері трудової діяльності.

З метою виявлення типу темпераменту особистості використовувався тест-опитувальник «Діагностики темпераменту» (ЕРІ) (Г. Айзенк).

З метою виявлення реактивної та особистісної тривожності використовувалася методика «Оцінка рівня реактивної та особистісної тривожності» (Ч. Д. Спілбергер, Ю. Л. Ханін).

З метою виявлення ступеня розвитку усвідомленої саморегуляції та її індивідуальних профілів, компонентами яких являються певні регуляторні процеси, використовувалася багатошкальна опитувальна методика – «Стиль регуляції поведінки – ССП-98» (В. М. Моросанова, Р. Р. Сагієв).

З метою виявлення ціннісних орієнтацій у кар'єрі використана методика «Якоря кар'єри» (Е. Шейн, переклад та адаптація В. О. Чикер, В. Е. Вінокурова) [1, с. 286].

Серед застосовуваних у практиці методик можна назвати методики, орієнтовані на проведення анкетування: «Аналіз карти мотиваторів», «Вивчення заохочень», «Інформаційний стандарт аналізу робочого місця», «Рівень лояльності», «Аналіз причин звільнень», «Анкету вивчення задоволеності працею», «Вивчення мотивації» [2].

Також застосовують різноманітні дослідницькі методики для оцінки рівня мотивації, настрою персоналу; діагностичні методики особистості, ступеня готовності до ризику, визначення мотиваційних тенденцій тощо; тестування оцінки вираженості мотивів до праці, мотивації Герчикова, мотивації організаційної поведінки, орієнтації уваги тощо; експрес-опитування.

Список використаних джерел

1. Воронкова В. Г. Філософія управління персоналом: Монографія / Під ред. В.Г. Воронкової. Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2005. 472 с.
2. Друкер П.Ф. Управління, направлене на результат; пер. з англ. К.: Технол. шк. Бізнесу, 2004. 200 с.
3. Хоменко І. М. Оцінка рівня мотивації праці персоналу машинобудівних підприємств. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2013. № 10. С. 293–298.

Кулініч О.А.
к.е.н., доцент кафедри економіки та бізнесу
Богуж Д.В.,
здобувач РВО «магістр», ФЕВФ
Державний біотехнологічний університет

МІКРОЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

В умовах посилення конкуренції на товарному ринку дуже важливим стає забезпечення сталого розвитку підприємництва. Реальна практика доводить існування цілого ряду факторів на мікроекономічному рівні, що перешкоджають стабільному розвитку підприємницької діяльності та посилюють її регіональну та галузеву диференціацію. Зважаючи на це, на першому плані постає необхідність розробки чітких визначень, критеріїв і кількісних оцінок сталого розвитку бізнесу. Крім того, зростає реальна потреба у розкритті факторів забезпечення його сталого розвитку в конкурентному середовищі, спрямованих на усунення протиріч та диспропорцій у розвитку підприємництва. Ці аспекти визначили актуальність даного дослідження [1].

На сучасному етапі відзначається істотна нерівномірність у розвитку підприємництва як у галузях економіки, так і за регіонами країни. Ця нерівномірність обумовлена як економічними, так і воєнно-політичними причинами. Український бізнес має багато проблем через повномасштабне вторгнення та воєнний стан. Проте в Україні ще є регіони, де бізнес-середовище є задовільним або навіть добрим. Європейська Бізнес Асоціація (ЕБА) вже п'ять років поспіль проводить дослідження психології українських бізнесменів, і роки повномасштабного вторгнення не стали винятком. Тож, в Західноукраїнському регіоні України підприємці вважають бізнес-середовище стабільно задовільним; у Дніпровському регіоні не вистачає кадрів та електроенергії (ситуація майже не змінюється); в Одесі стагнація бізнесу на межі, а у Харкові бізнес-оцінки погіршуються і для підприємців положення є надзвичайно складним [2].

Але диспропорції у розвитку підприємництва простежуються й у рамках високорозвинених в економічному відношенні регіонах, і у форматі традиційних галузей діяльності.

В Україні є сфери бізнесу, які традиційно вважаються перспективними. Зокрема, їх визначено базовими на загальнодержавному рівні. Це галузі енергетики, сільського господарства, хімічного виробництва, торгівлі, видобутку копалин та ІТ-сфери. Очікується, що ці напрями не зміняться суттєво в 2025 році. Географія доходності за сферами підприємницької діяльності представлена на рис. 1 [3].

Крім того, оскільки сьогоденний світ стурбований зміною клімату, реалізується багато програм, спрямованих на перехід на відновлювані джерела енергії. Таким чином, підприємства, які займаються енергетикою,

відновлюваними джерелами енергії, скорочують або сприяють переробці викидів, отримуватимуть більше уваги та фінансування [4].

Як відомо, сталий розвиток обумовлений дією цілого комплексу факторів, де особлива роль відводиться ендегенним чинникам (факторам внутрішнього середовища). Наше дослідження присвячене не лише докладному аналізу дії даних факторів, але й розробці критеріїв оцінки сталого розвитку [2, С. 612-620].

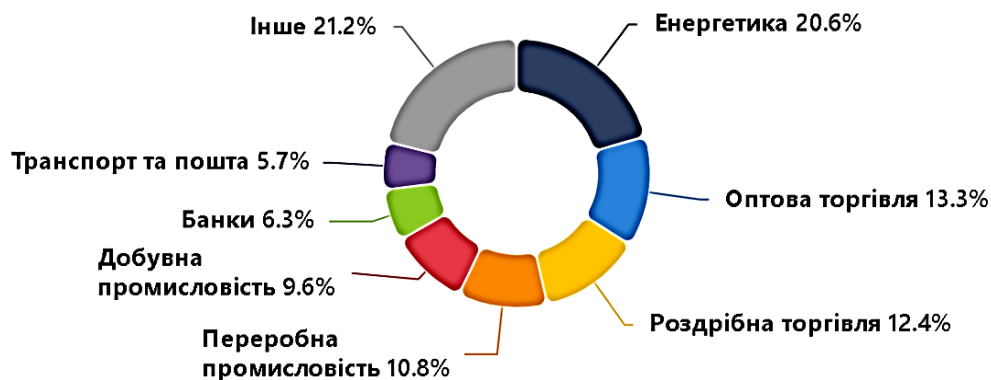


Рис.1. Розподіл підприємств України за виторгом у галузях [4]

На сьогодні остаточно практично не розроблено систему понять, які дозволяють охарактеризувати сутність такого багатогранного поняття, як забезпечення сталого розвитку підприємництва. На основі детального аналізу зарубіжних і вітчизняних робіт нами пропонується уточнення поняття “економічної стійкості”, яке поєднує у собі фінансову стабільність, рентабельну діяльність, високі показники продуктивності праці та фондівіддачі, прискорення оборотності матеріальних засобів, низьку плинність кадрів тощо.

До критеріїв та показників кількісної оцінки сталого розвитку підприємств можна віднести: наявність господарської діяльності, превалювання сум власних коштів над сумою позикових коштів, перевищення суми обороту над середньою вартістю основних фондів (у динаміці зростання фондівіддачі), прискорення оборотності запасів (матеріальних оборотних засобів), зниження рівня плинності кадрів відповідно до показника обумовленого лише природними причинами (вихід на пенсію, покликання до лав збройних сил, перебування у декретній відпустці з причин вагітності тощо).

Сутність розуміння термінології сталого розвитку, щодо економічного аналізу, вимагає чітких кількісних характеристик. Ці показники використовуються як в основі традиційних статистичних методів (наприклад, дисперсійний і варіаційний аналіз), так і в основі економічних показників фінансово-господарської діяльності, ефективності використання основних, оборотних засобів і людських ресурсів. Однак, такі загальнотеоретичні критерії та показники повинні розроблятися у зв'язку з адаптацією їх стосовно окремо взятих господарюючих суб'єктів.

Сучасна економічна ситуація у сфері підприємництва характеризується наступним:

- превалюванням позикових коштів у фінансуванні господарської діяльності, заборгованістю перед постачальниками товарів,

- збільшенням розмірів товарних запасів,
- низькою питомою вагою капіталів та резервів у складі пасивів балансів підприємств,
- низькою ліквідністю їхніх активів, що супроводжується низькою фондовіддачею основних фондів.

При урахуванні вищезазначених факторів велике значення має галузева структура, динаміка, територіальні відмінності в розвитку.

На основі найбільш значущих вагових показників критеріальних оцінок сталого розвитку підприємництва пропонується методика побудови зведеного індексу, на базі застосування розрахунку середньої геометричної величини за трьома приватними індексами: рентабельності діяльності, фінансової стійкості та фондовіддачі. Запропонована формула зведеного індексу дозволяє отримати конкретний результат динаміки сталого розвитку підприємницької діяльності. На основі даної методики пропонується використання функціональної формули показника забезпечення сталого розвитку підприємництва, яку необхідно застосовувати на галузевому та регіональному рівнях.

При визначенні характеристики станів нестійкості підприємства галузі певного регіону передбачається необхідність ухвалення управлінських рішень різного рівня. Для використання у перехідній області призначаються рішення першого рівня, які створені задля інтенсифікації роботи підприємства з погляду збільшення доходної частини. В разі незворотного банкрутства доцільно використовувати управлінські рішення другого рівня, що розроблені задля організаційних перетворень та призводять до реструктуризації підприємств.

Розглянувши принципи організації державної підтримки підприємництва, можна зробити висновок про необхідність системного підходу з боку держави до забезпечення підтримки та регулювання підприємницької діяльності. Також у ході аналізу та вивчення даної проблеми підтверджуємо тезу про необхідність забезпечення гарантій бізнесу з боку держави, як важливої запоруки сталого розвитку вітчизняного підприємництва.

Таким чином, результати дослідження можуть знайти застосування у процесі управління діяльністю підприємств, що перебувають у нестійкому стані та дозволять прийняти своєчасні управлінські рішення, спрямовані на виведення підприємств із кризи і спрямувати на формування механізму сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Levkina R., Kotko Ya., Kulinich O., Sukachova S. Business Planning of a Business Entity in the Context of Sustainable Development/ Бізнес-планування суб'єкта підприємницької діяльності в контексті сталого розвитку. URL: <https://doi.org/10.15276/EJ.01.2025.4>
2. Кулініч О.А. Підприємницька оцінка впливу пандемії на вітчизняний бізнес. Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституційних змін. Всеукраїнська науково-практична конференція Полтавський державний аграрний університет (27 жовтня 2022 р.). Полтава. 2022. С.124-127

3. Де в Україні заробляють найбільше: названі найприбутковіші сфери та регіони URL: <https://delo.ua/news/de-v-ukrayini-zaroblyayut-naibilse-nazvani-naipributkovisi-sferi-ta-regioni-442984/>

4. Які сфери бізнесу будуть актуальними в Україні? URL: https://24tv.ua/business/perspektivni-galuzi-2025-rotsi-pro-kogo-ydetsya-24_n2757949

Кучмар Є.В., аспірант

Савчук О.О., аспірант

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Буряченко О.В., к.політолог.н, професор

Горішна Н.П., к.ю.н, доцент

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ВПЛИВ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА НА РОЗВИТОК АДАПТИВНОГО СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ

Сучасна економіка характеризується постійними трансформаціями, ускладненням економічних взаємодій, загостренням конкуренції та загрозами, спричиненими пандемією COVID-19. Ці фактори зумовлюють потребу в розробці інноваційних механізмів забезпечення ефективної діяльності підприємств у сучасних умовах. Одним із ключових елементів забезпечення успішного розвитку підприємства є його здатність до превентивної адаптації до змін у зовнішньому середовищі, що дозволяє оперативно реагувати на виклики та успішно досягати стратегічних цілей. Формування та впровадження дієвих механізмів адаптації сприяє стабільності підприємства на ринку, підтримує його конкурентоспроможність, навіть за умов значного впливу політичних, економічних і соціальних чинників.

Особливу актуальність ці питання набувають в епоху глобальної цифровізації бізнес-процесів. Комплексний та всебічний розвиток підприємств потребує сучасних управлінських механізмів, які базуються на провідному світовому досвіді управління та адаптації до цифрових змін. Сучасне бізнес-середовище характеризується високим динамізмом і швидкими змінами, що вимагає максимальної гнучкості до глобальних трендів, серед яких:

1. активне використання підприємствами глобальних маркетплейсів для пошуку міжнародних партнерів і укладання угод;

2. розвиток цифрових сервісів для експортоорієнтованих компаній, що забезпечують фінансові операції та документообіг (виставлення рахунків, проведення платежів тощо);

3. зростання ролі транскордонної електронної комерції;

4. поширення адаптивних стратегій просування товарів і послуг у цифровому просторі міжнародних ринків.

Крім того, цифровізація трансформує не лише зовнішні канали взаємодії підприємства з партнерами та клієнтами, а й внутрішні бізнес-процеси – управління ланцюгами поставок, аналітику, кадрові процеси, маркетинг. Це

вимагає перегляду традиційних підходів до стратегічного планування та створення нових моделей адаптації, які базуються на гнучкості, швидкості прийняття рішень та цифровій грамотності управлінського персоналу.

Водночас зростає науковий інтерес до розробки теоретичних та методологічних основ адаптації підприємств до цифровізації комерційної діяльності, активізації електронної комерції та транскордонної взаємодії. Значний внесок у розвиток концепцій адаптивного стратегічного управління зробили зарубіжні дослідники, такі як Ш. Ассадінія, Р. Вірвіляйте, Г. Грегорі, А. Зеріті та інші.

Проте, незважаючи на широкий спектр досліджень, низка питань, пов'язаних з розробкою ефективних адаптивних механізмів стратегічного управління у цифровому середовищі, залишається недостатньо вивченою. Потребують додаткового аналізу драйвери, які визначають вплив електронної комерції на формування міжнародної стратегії підприємств, а також вибір найбільш актуальних адаптивних інструментів стратегічного управління в умовах цифровізації. Також важливим є питання практичної реалізації теоретичних підходів у реальному бізнес-середовищі, з урахуванням галузевої специфіки, рівня цифрової зрілості компаній та доступності технологічної інфраструктури.

Дане дослідження спрямоване на подолання зазначених прогалин через розробку, теоретичне обґрунтування та практичну перевірку адаптивного механізму управління стратегіями підприємств у цифровому бізнес-середовищі, що дозволить їм ефективніше використовувати можливості електронної комерції, забезпечувати стійкий розвиток та підвищувати свою конкурентоспроможність у глобальній економіці.

Список використаних джерел

1. Spring, M. & Araujo, L. (2013) Beyond the service factory: Service innovation in manufacturing supply networks. *Industrial Marketing Management*. Vol. 42. No 1, pp. 59-70. URL: <http://doi.org/10.1016/j.indmarman.2012.11.006> (accessed: 12.09.2020).

2. Ніколаєв М.Г. Потенціал цифрових драйверів стратегічного управління розвитком українських компаній. *Розвиток наукової думки постіндустріального суспільства: сучасний дискурс*: матеріали II міжнародної наукової конференції, 8 жовтня 2021 р. Дніпро, 2021. Том 1. С. 34-38.

Кушнір О.Ю., Вечірко О.Г.,
викладачі кафедри фінансових, комерційно-технологічних
дисциплін та готельно-ресторанного господарства
Фахового коледжу економіки і права ВКІ

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОГО ТА МІСЦЕВОГО БЮДЖЕТІВ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ (на прикладі бюджету Вінницької міської територіальної громади)

На сьогодні в Україні актуальною є проблема формування стабільної фінансової бази для реалізації усіх функцій, завдань та викликів покладених на органи державної влади та місцевого самоврядування в умовах воєнного стану. При цьому повинен забезпечуватися безперервний процес бюджетних надходжень, пошуку альтернативних джерел формування доходів бюджетів, виявлення відповідних резервів їхнього зростання, а також їх оптимізації. Сутність бюджету держави проявляється через утворення централізованого фінансового фонду який необхідний для виконання функцій держави, планування бюджетних показників доходів і витрат та використання централізованих фондів грошових коштів. Такий централізований фонд грошових коштів охоплює весь комплекс розподільчих і перерозподільчих відносин в суспільстві за рахунок участі як фізичних, так і юридичних осіб. Доходи Державного бюджету залежать від таких чинників як: стан економічного розвитку держави, політична ситуація, рівень сплати податків, зборів та обов'язкових платежів до бюджетів різних рівнів, ефективність системи контролю за ними.

Дослідження даної проблеми функціонування державних фінансів, а також формування дохідної частини бюджетів становлять наукові праці вітчизняних науковців Андрущенка В. Л., Базилевича В. Д., Буковинського С. А., Василика О. Д., Геєця В. М., Дем'янишина В. Г., Кириленко О. П., Лободіної З. М., Лютого В. А., Луніної І. О., Огня Ц. Г., Павлюк К. В., Суторміної А. М., Тулай О. І., Юрія С. І., Мочерний С. В. та ін [1].

Бюджети країн складаються з дохідної та видаткової частини, в залежності від їх співвідношення бюджет може знаходитись в різних станах: рівновага доходів та видатків, перевищення доходів над видатками (профіцит), перевищення видатків над доходами (дефіцит).

Доходи бюджетів різних рівнів розподіляються між загальним та спеціальним фондами.

Державний бюджет є основним інструментом фінансової політики будь-якої країни, що забезпечує реалізацію соціальних, економічних та оборонних пріоритетів. В умовах війни, економічної нестабільності та обмежених ресурсів, наповнення бюджету України в останні роки, зокрема у 2024 році, стало надзвичайно складним завданням.

За оперативними даними Міністерства фінансів України, у 2024 році Державний бюджет України складався з:

1. Податкові надходження – 1647189,6 млн грн. (52,75%);

2. Неподаткові надходження – 974398,5 млн грн. (31,20%);
3. Доходи від операцій з капіталом – 183,9 млн грн. (0,01%);
4. Офіційні трансферти і кошти від закордонних організацій – 500467,5 млн грн. (16,03%);
5. Цільові фонди – 473,9 млн грн. (0,02%) [2].

Однією з головних засад успішного розвитку держави є ефективна та дієва система місцевого самоврядування. Для забезпечення виконання своїх функцій, органи місцевого самоврядування повинні мати достатні фінансові ресурси, основу яких складають кошти відповідних бюджетів. Важливими джерелами наповнюваності бюджетів місцевого самоврядування є різноманітні податки, платежі, збори та надходження.

У 2024 році до загального фонду місцевих бюджетів України надійшло близько 451 млрд грн, що на 87,6 млрд грн більше, ніж у 2023 році. Це зростання на 24,1% відбулося завдяки збільшенню надходжень від основних податків та зборів, а також позитивній динаміці в окремих регіонах. Найбільший приріст доходів спостерігався у місті Києві (+36,8%) та в таких областях: Миколаївська (+29,5%), Закарпатська (+27,5%), Київська (+27,2%), Волинська (+26,1%) та Вінницька (+25,1%).

3 жовтня 2023 року було ухвалено рішення про перерозподіл «військового ПДФО», що призвело до втрати частини доходів місцевих бюджетів. Однак, незважаючи на це, загальний обсяг надходжень у 2024 році все одно зріс на 24,1% порівняно з попереднім роком.

На прикладі Вінницької міської територіальної громади розглянемо особливості наповнюваності міського бюджету який складав 679530846886,54 грн станом на 01.01.2025 року, згідно даних Міністерства фінансів України, основними складовими якого є:

1. Податкові надходження – 441094152786,27 грн. (66,91%);
2. Неподаткові надходження – 43603703845,31 грн. (6,42%);
3. Доходи від операцій з капіталом – 4854888552,09 грн. (0,71%);
4. Від органів державного управління – 187932439887,59 грн. (25,66%);
5. Від Європейського союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій, донорських установ – 1427401141,01 грн. (0,21%) [2].

Загальний фонд бюджету Вінницької міської територіальної громади сформовано з таких джерел:

- податкові надходження – 439622435755,02 грн. (69,94%);
- неподаткові надходження – 11452559266,63 грн. (1,82%);
- доходи від операцій з капіталом – 4676947,24 грн. (0,001%);
- від органів державного управління – 177450719021,10 грн. (28,23%).

Спеціальний фонд бюджету Вінницької міської територіальної громади сформовано з таких джерел:

- податкові надходження – 1471717031,25 грн. (2,88%);
- неподаткові надходження – 32151144578,68 грн. (63,04%);
- доходи від операцій з капіталом – 4850211604,85 грн. (9,51%);

- від Європейського союзу, урядів іноземних держав, міжнародних організацій, донорських установ – 1427401141,01 грн. (2,79%);
- цільові фонди – 618260674,27 грн. (1,21%);
- від органів державного управління – 10481720866,49 грн. (20,55%) [2].

Загалом, структура доходів місцевих бюджетів у 2024 році демонструє стабільне зростання, зокрема завдяки ефективному адмініструванню основних податків та зборів. Регіональні відмінності в динаміці доходів свідчать про вплив внутрішньої міграції та економічної активності на фінансову спроможність місцевих громад.

Не зважаючи на виклики сьогодення Україна здійснює пошук нових джерел фінансування, зокрема через розвиток цифрових технологій та електронного урядування, оптимізує видатки, а саме ефективне використання бюджетних коштів, зокрема через скорочення неефективних витрат та боротьбу з корупцією, залучення інвестицій, поглиблення співпраці з міжнародними партнерами укріплення фінансової підтримки з боку міжнародних організацій та країн-донорів [3].

Наповнення державного бюджету є важливою складовою економічної стабільності та розвитку країни. Зокрема, в умовах сучасних економічних викликів, таких як глобальні кризи, пандемії та політична нестабільність, процес формування та наповнення бюджету стає дедалі більш складним і важливим. Формування та виконання державного бюджету України в умовах війни є складним та багатогранним процесом. Незважаючи на значні труднощі, держава змогла забезпечити фінансування ключових напрямків

Список використаних джерел

1. Виконання бюджету в умовах війни: прогноз тенденцій. URL: <https://niss.gov.ua/news/komentari-ekspertiv/vykonannya-byudzhetu-v-umovakh-viynyprohnoz-tendentsiy>
2. Міністерство фінансів України. Офіційний сайт. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/>
3. Інституційні проблеми української податкової системи та шляхи її вирішення. URL: <https://rpr.org.ua/uploads/files/source/%D0%9F>

Мазур Г.О., к.е.н. доцент

Мельник В.І., викладач

Білецький В.В., аспірант

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Лопатюк Р.І., к.е.н. доцент

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ АГРАРНОГО СЕКТОРУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ

Сьогодні розвиток інтернет-маркетингу набуває дедалі більшого значення для будь-якого виду бізнесу, у тому числі й для підприємств аграрного сектору.

Активне поширення цифрових технологій і постійне зростання ролі Інтернету в житті людей зумовлюють те, що споживачі все частіше шукають потрібні їм товари та послуги саме через онлайн-канали. Аграрні підприємства, які ефективно використовують інструменти інтернет-маркетингу, здатні значно розширити аудиторію, привернути увагу нових споживачів та посилити свою присутність на ринку.

Цифрові платформи забезпечують аграрному бізнесу можливість не лише створювати індивідуалізовану рекламу, але й детально аналізувати поведінку споживачів, оперативно адаптуючись до змін у ринковій кон'юктурі. Водночас, зростання важливості онлайн-присутності ставить перед аграрними підприємствами завдання формування та реалізації комплексних інтернет-маркетингових стратегій, які відповідають специфіці галузі та їхнім індивідуальним потребам. Вкладення в цифровий маркетинг та розвиток онлайн-комунікацій сприяє підвищенню конкурентоспроможності та забезпечує стабільний розвиток у сучасному цифровому середовищі.

Особливо важливим це питання є для українського агробізнесу, адже паралельно зі світовими тенденціями цифровізації відбувається поступовий перехід від традиційного сільського господарства до агровиробництва, заснованого на цифрових технологіях. Інформаційні системи та цифрові інструменти дозволяють аграрним підприємствам отримувати вагомий споживчий ефект завдяки ефективному застосуванню у маркетингових кампаніях. Внаслідок цього значно зростають можливості комунікації підприємств зі своїми споживачами та покращується якість цих комунікацій.

З огляду на економічну нестабільність і високу конкуренцію, підприємства аграрного сектору повинні активно опановувати та впроваджувати сучасні цифрові технології, у тому числі інтернет-маркетинг, який стає ключовим інструментом для досягнення бізнес-цілей і забезпечення сталого зростання.

Проте, попри активне дослідження питань цифрового маркетингу, досі бракує комплексного підходу до аналізу взаємодії різних цифрових інструментів та недостатньо висвітлено вплив соціальних мереж на поведінкові особливості цільових аудиторій. Саме тому існує нагальна потреба у формуванні єдиного підходу до розуміння ролі та значення інтернет-маркетингових стратегій в аграрній сфері. У цьому контексті значний внесок зробили дослідники, серед яких Д. Семенда, О. Виноградова, Н. Недопалко, Ф. Котлер, О. Романенко, Г. Армстронг та інші, які у своїх працях визначили базові положення сучасної теорії інтернет-маркетингу. Також активно вивчали особливості та проблеми впровадження інтернет-маркетингу в аграрний сектор такі вчені як Н. Резнік, С. Кобернюк, В. Бондаренко, Я. Ларіна та багато інших.

Отже, актуальність і необхідність вирішення методичних і теоретичних проблем розвитку інтернет-маркетингу в аграрних підприємствах є очевидною і вимагає подальших досліджень та практичного впровадження. Крім того, варто зазначити, що стрімкий розвиток інтернет-маркетингу відкриває нові можливості для аграріїв щодо просування екологічно чистої продукції, нішевих товарів і локальних брендів. Сучасні онлайн-інструменти

дають змогу формувати позитивний імідж підприємства, підвищувати рівень довіри споживачів і забезпечувати прозорість діяльності. Це особливо важливо в умовах зростаючого попиту на якісні та безпечні продукти харчування. Водночас цифрові технології дозволяють аграрним компаніям не лише реагувати на потреби ринку, а й проактивно формувати ці потреби, використовуючи аналітику великих даних, автоматизовані CRM-системи та інструменти персоналізованого маркетингу.

Таким чином, цифрова трансформація агросектору є не просто вимогою часу, а стратегічною необхідністю для забезпечення ефективності, інноваційності та довгострокової конкурентоспроможності аграрних підприємств. Подальше вивчення цієї теми дозволить поглибити наукові підходи та вдосконалити практичні рішення у сфері інтернет-маркетингу.

Список використаних джерел

1. Вавриш О. С., Савчук О.В. Проблеми становлення та перспективи розвитку інтернет-маркетингу в українській економіці. *Інноваційна економіка*. 2018. № 5. С. 235–237.
2. Омеляненко О. В., Бондаренко В. М. Особливості впровадження інтернет-маркетингу в діяльність агропідприємств. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2023. Т. 8. № 3. С. 211–219
3. Ivanova N. et al. Peculiarities of the E-commerce Development in the Conditions of Digital Economy. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. VOL. 21. No 12. December 2021, 193–202 <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.28>

Мазуркевич О.П.

канд. культурології, доцент

Омельчук В., магістр

Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ДОЗВІЛЛЯ ЯК ОДИН ІЗ АСПЕКТІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Сфера дозвілля поєднує найрізноманітніші види людської життєдіяльності, адже людина на дозвіллі не обмежена зовнішніми чинниками і залежить лише від своїх внутрішніх бажань та уподобань. Діяльність, якою людина займається у вільний час, відбиває сутність, взаємозв'язок та розподіл основних видів дозвілля, таких як самоосвіта, любительські заняття, оздоровча діяльність, споживання культурних цінностей, спілкування, пасивний відпочинок, творчі зайняття тощо. Людина як індивідуальність – соціальна істота, саморозвиток якої, самоактуалізація відбувається в середовищі її проживання – у сім'ї, спілкуванні з друзями, сусідами, в освітньо-виховному закладі, у виробничому колективі. У таких спільнотах виникає певне ставлення до явищ або проблем соціального життя, що зачіпають спільні інтереси,

усвідомлюються актуальні соціальні проблеми, які потребують вирішення, зіставляються і стикаються різні погляди і позиції з обговорюваного питання, схвалюються, підтримуються або, навпаки, заперечуються, засуджуються ті чи інші дії, вчинки або лінії поведінки людей.

Слід зазначити, що суспільство виступає системою суб'єктивного типу, тому воно є носієм соціальної та культурної активності, яка проявляється в потребі членів громади змінювати або підтримувати основи своєї життєдіяльності відповідно до власних ціннісних орієнтацій. Істинно соціально-культурна активність полягає в спрямованості на зміну обставин життя з користю для себе та інших людей. Соціальні та культурні проблеми, що є досить поширеними у суспільстві будь-якої місцевості, потребують нових шляхів і підходів у їх вирішенні. Оскільки самі мешканці найкраще знають, які питання їх турбують, ефективним є залучення громадян до участі у визначенні та ліквідації нагальних проблем [2, с. 41]. Наприклад, серед сільського населення таку соціально-культурну діяльність здійснюють центри місцевої активності на базі будинків культур. Вони почали виникати ще на початку ХХ ст. та згодом стали поширеними у Європі та США [3, с. 18–22]. В Україні прообразами таких центрів є інформаційно-консультативні пункти, які виникли у 1999 р. при закладах культури і були орієнтовані на пошук та залучення позабюджетних коштів і додаткових ресурсів, необхідних для їх виживання. Ці установи ставлять собі за мету не просто надання послуг у сфері дозвілля, а й розвиток спільноти, залучення жителів до вирішення соціальних та інших проблем [3, с. 24–25].

Варте уваги твердження, що ідея інтеграції місцевого співтовариства на базі будинків культури, шкіл та інших структурних утворень місцевої громади не втратила своєї актуальності й сьогодні. При пошуку сучасних форм і методів роботи центру важливо спиратися на попередній досвід, на те позитивне, що накопичено на всіх етапах розвитку ідеї залучення громадян до вирішення проблем місцевого соціуму.

Сьогодні можна навести безліч прикладів роботи таких центрів на території України, серед яких деякі працюють вже давно, інші лише починають свій шлях. Ефективну соціально-культурну роботу здійснює Новобогданівський центр місцевої активності. У 2010 р. місцеві активісти центру в рамках Антикризової гуманітарної програми Міжнародного Фонду «Відродження» отримали підтримку свого проекту «Сонячно нашим дітям», що спрямований на інтеграцію громади у вирішенні проблем дошкільнят, а саме – на ремонт приміщення дитячого садку. Дитячий садок у селі знаходиться у напівзруйнованому стані і мета проекту полягала у тому, щоб силами громади відновити його роботу. Тому, варто зазначити, що центри місцевої активності на базі будинків культури діють, перш за все спрямовуючи свою діяльність на зміну життя населення на краще [1, с. 13].

У процесі розвитку дозвілєвого життя суспільства поряд із підвищенням соціального рівня не менш важливу роль відіграє і економічний чинник. Бажання громадян відпочивати, активно проводити свій вільний час

підкріплюються їх прагненнями працювати задля фінансової спроможності отримати матеріальні і нематеріальні блага.

Більшість товарів і послуг, яких прагнуть люди, ставши багатшими, це позиційні товари, – такі як будинок, розташований у певному популярному районі місцевості або робота у вищій школі чи університеті. Одночасно, такий сценарій може запропонувати прагнення і нематеріальних цілей, а також, передбачати конкурентоспроможність для ресурсів задля досягнення цих цілей. У той час, коли одна частина суспільства намагається наздогнати решту, що стосується способу проведення вільного часу, інша – постійно зосереджує зусилля на тому, щоб залишатись попереду. Отже, здається, знайдено рецепт для дозвілєвого існування.

Слід зазначити, що цей процес поширюється і відтворюється на міжнародному рівні. Свідченням цього являється важливість економічного зростання в якості показника політичної ефективності у багатих і бідних країнах. Однак, згодом, така тенденція починає оскаржуватися. На думку вчених, економічне зростання не підвищує загальне благополуччя громадян. Гарним суспільством є те, у якому люди щасливі і правильна діяльність є та, яка виробляє найбільше щастя [4, с. 215–216].

В результаті, поліпшення життя громадян та збільшення рівня споживання дозвілєвих послуг призводить до покращення та розвитку технології виробництва товарів дозвілля. Технологічні інновації, у свою чергу, передбачають покращення продуктів. Таким чином, нові можливості для дозвілєвого споживання часто постають щоб випереджати будь-яке збільшення багатства, що виникає з підвищення продуктивності праці. Це призводить до прагнення все більших і більших доходів, щоб забезпечити доступ до більш широкого спектру товарів і послуг, що пропонуються. Враховуючи той факт, що товари для відпочинку отримують користь від технологічного прогресу і стають дешевшими, надання дозвілєвих послуг, чи то дозвілєвими організаціями, чи то фізичними особами, які використовують куплені товари для відпочинку, потребує значно більше коштів. Така тенденція споживання також слугує приводом для роботи задля збільшення доходів та покращення матеріального становища споживачів дозвілєвої сфери обслуговування [4, с. 216–217].

Враховуючи усе вищесказане, можемо стверджувати, що дозвілля відіграє одну з провідних ролей у процесі соціально-економічного прогресу. Соціалізація та самореалізація особистості за допомогою згуртування членів громади, підвищення продуктивності праці через розширення спектру дозвілєвих товарів та послуг, які пропонуються споживачам та збільшення їхньої вартості – усе це сприяє розвитку сучасного суспільства, зокрема у соціальній та економічній сферах.

Список використаних джерел:

1. Абрамов Л. К. Будинок культури – платформа для центру місцевої активності / Л. К. Абрамов, Т. В. Азарова // Громадянське суспільство. – 2011. – №1(15). – С. 40–44.

2. Абрамов Л. К. Центр місцевої активності для розвитку громади / Л. Абрамов, Т. Азарова. – Кіровоград : ІСКМ, 2012. – 144 с.

3. Абрамов Л. К. Центр місцевої активності на базі будинку культури : методологія та технологія розвитку територіальної громади / Л. Абрамов, Т. Азарова. – Кіровоград : ІСКМ, 2010. – 116 с.

4. Haworth John T. Work and leisure / John T. Haworth, A. J. Veal. – East Sussex : Hove : Routledge, 2004. – 283 p.

Мекшун П.В.

*к.е.н., докторант кафедри економіки, обліку та оподаткування
Національний університет «Чернігівська політехніка»*

ВПЛИВ СФЕРИ БЕЗПРОВОДОВОГО ЕЛЕКТРОЗВ'ЯЗКУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

В умовах глобального комунікаційного простору сфера безпроводового електрозв'язку відіграє важливу роль в забезпеченні інформаційної безпеки населення країни, адже здатна впливати на суспільну свідомість. Безпроводовий електрозв'язок базується на передачі інформації за допомогою електромагнітних хвиль без використання кабелів чи оптоволоконних ліній. Його основою є використання спектра радіочастот, що дозволяє передавати дані на різні відстані з різною якістю і швидкістю. У Класифікаторі видів економічної діяльності (КВЕД) розділ 61 присвячений телекомунікації (електрозв'язку), а група 61.2 визначена як діяльність у сфері безпроводового електрозв'язку, який включає мобільний зв'язок, радіозв'язок, мобільний інтернет [1].

Інформаційна безпека розглядається нами як стан захищеності інформаційного середовища за допомогою сукупності заходів, які унеможливають появу небезпечних інформаційних впливів. Вона розглядається в різних сферах життя суспільства: управлінні, економіці, військовій справі, технологіях, науці. Мобільний зв'язок та інтернет можуть позитивно і негативно впливати на інформаційний простір людини. Позитивний вплив проявляється в створенні ефективної комунікації між людьми, а негативний – у навімисній чи ненавімисній шкоді від поданої інформації. В умовах війни для досягнення політичних та воєнних цілей все більше використовуються інформаційно-психологічні операції.

Поняття інформаційної безпеки передбачає аналіз зовнішніх і внутрішніх загроз та сукупність заходів, за допомогою яких можна протистояти цим загрозам.

Зовнішні загрози пов'язані із надходженням інформації ззовні до споживача через соціальні мережі, фейкові повідомлення на телефони, дзвінки з незнайомих номерів тощо. Найбільш поширеними зовнішніми загрозами є: подача неправдивої інформації з метою формування певного напрямку

поведінки людей, пропаганда суїциду, насилля, екстриму, інтернет-шахрайство, кібербулінг та ін.

Розглянемо ці зовнішні загрози більш детально та з'ясуємо, яким чином їм можна протистояти.

Неправдива або фейкова інформація подається з метою впливу маніпуляторів на необхідну їм поведінку людини. В умовах війни в Україні ця інформація може слугувати додатковим стрес-фактором, викликати пригніченість і страх, що негативно впливає на емоційний стан людини та її ментальне здоров'я. Під впливом такої інформації знижується здатність критично оцінювати ситуацію і формуються панічні очікування. Фахівці, що досліджують дану проблему, показують, як розпізнати ознаки фейку і радять не читати інформацію на неперевіраних сайтах, перевіряти новину на декількох сайтах, визначати, чи не була інформація спростована на офіційних сайтах, перевіряти, чи не є фішкою сайту саме подання неправдивої інформації тощо [2]. Також дослідники даної проблеми визначають правила безпечної поведінки в інтернеті під час війни. Згідно з цими рекомендаціями: доцільно не передавати стороннім особам приватну інформацію (номера телефонів, місце проживання), особливо стосовно родичів-військових або військових підрозділів; не додавати людину в якісь невідомі групи без її згоди; не знімати розміщення чи пересування військових і техніки, місця вибухів; мінімізувати ризик кібератаки на своєму пристрої та ін.

Пропаганда суїциду, насилля, екстриму шкодить в першу чергу фізичному здоров'ю людини, підштовхує її до необдуманих кроків і смерті. В умовах війни вона може негативно впливати на світосприйняття, породжувати агресію, викликати бажання знищувати інших людей тощо. Збройне насилля передбачає проведення спеціальних медіа-кампаній, здатних вплинути на громадську думку з метою маніпулювання свідомістю особистості. Так, в інформаційній війні проти України російська пропаганда почала формувати ідеї про «неправильність українців», «бандерівців», «хунти», роблячи негативний акцент на діяльності українських військових [3]. Саме така пропаганда і бажання «заробити» викликали у окремих українців прояв насилля по відношенню до наших військових у вигляді знищення їх автівок, пошкодження дошок пам'яті загиблим воїнам, підпалом дверей будинків та ін. Протистойть російській інформаційній брехні українська держава за допомогою розсилки повідомлень від Центру протидії дезінформації, пропагуванні патріотизму і формуванні позитивного іміджу українського захисника.

Інтернет-шахрайство проявляється в трьох основних формах – крадіжка особистих даних, грошове шахрайство, фінансове шахрайство. Крадіжка особистих даних (фішинг) проводиться шахраями з метою їх незаконного використання. За допомогою фішингу найчастіше викрадають інформацію про особисті дані, PIN-коди і паролі, медичну інформацію. В умовах війни зустрічаються шахрайські публікації із пропозиціями українцям отримати грошові виплати від міжнародних організацій. Для цього шахраї пропонують

перейти за посиланням та ввести дані для входу в онлайн-банкінг, які зрештою потраплять до злодіїв [4].

Для уникнення фішингової атаки потрібно ніколи не натискати на посилання в небажаних повідомленнях в електронній пошті, у текстових повідомленнях чи в соціальних мережах, особливо, якщо це передбачає розкриття конфіденційної інформації. Також необхідно захистити фінансову інформацію, використовуючи унікальні надійні паролі для кожного облікового запису.

В умовах війни частина українців виїхала за кордон і користується відносно новою послугою мобільного зв'язку – віддалена заміна номера. Надання цієї послуги також може бути використано шахраями для незаконного отримання персональних даних людини. Відбувається це наступним чином: на номер людини телефонують із організації та схиляють перетелефонувати. Після цього замовляють в оператора послугу по відновленню SIM-картки, використовуючи для ідентифікації останній номер телефону, тобто той, з якого дзвонили шахраї. Окрім цього, зловмисники можуть перерахувати незначну суму коштів на мобільний рахунок, щоб знати точну дату останнього поповнення рахунку. Таким чином вони отримують фінансовий номер людини для подальшого привласнення грошових коштів з банківських рахунків.

Злам акаунта – це форма інтернет-шахрайства, коли зловмисники крадуть пароль людини та отримують доступ до її профілю. В умовах війни акаунт відомих людей може бути використаний для розповсюдження фейкової інформації проти України.

Кібербулінг, або цькування із застосуванням цифрових технологій, може відбуватися в соціальних мережах, на ігрових платформах, в месенджерах і мобільних телефонах. Його мета – поширення брехні про людину, надсилання погроз і повідомлень, які можуть її образити чи принизити. В умовах війни, коли велика кількість стрес-факторів завдає особистості психологічної або фізичної шкоди [5] цькування може стати додатковим фактором, що викликає неадекватну поведінку людини.

Внутрішні загрози інформаційної безпеки людини пов'язані з її сприйняттям певної інформації. Психологічні виклики, спричинені війною можна умовно розділити на дві групи: виклики ментальному здоров'ю особистості і виклики психологічному благополуччю. Захистом від негативного інформаційного впливу повинна стати психо-інтелектуальна гігієна, розум і толерантність.

Таким чином, інформаційна безпека може здійснюватися на індивідуальному, груповому та масовому рівні за допомогою методів пропаганди і маніпулювання. Сфера безпроводового електрозв'язку передбачає активне використання комунікативних інструментів та швидке донесення інформації до споживача, що робить їх ідеальним засобом реалізації заходів інформаційної безпеки в умовах війни.

Список використаних джерел

1. КВЕД-2010. Розділ 61 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://rsp.ukrstat.gov.ua/KVED2010/61/KVED10_61.html
2. Скрипка Г., Єфіменко С., Колтунов О. Інформаційна безпека дітей під час війни. URL: <https://sites.google.com/view/urok2022/>
3. Денищенко Д.В. Вплив збройного насилля на інформаційну складову політичного простору. *Актуальні проблеми політики*. 2024. Вип. 73. С.114-119. URL: http://app.nuoua.od.ua/archive/73_2024/18.pdf
4. Щур С. Онлайн-шахрайство: як розпізнати та захистити себе. URL: <https://legalclinics.in.ua/consult/consultation-06-10-2023-2/>
5. Мекшун Л.М. Вплив стрес-менеджменту на працездатність людини і ринок праці в умовах війни. *Проблеми і перспективи економіки і управління*. 2023. №2 (34). – С.77-87. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/issue/view/17008>

Мельник О.С. аспірант,

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Покровщук Л.М., к.пед.н, доцент

Куляс Д.І., викладач

Матвійчук Н.А., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОРПОРАТИВНИХ ІНТЕРЕСІВ ТА ЦІЛЕЙ

Сільське господарство відіграє ключову роль у національній економіці, виступаючи одним із стратегічно важливих секторів. Його стабільний розвиток є пріоритетним завданням для забезпечення сталого економічного зростання, продовольчої безпеки та підвищення рівня життя населення. З огляду на зростаючу конкуренцію на глобальному ринку, ефективність функціонування аграрного сектору залежить не лише від технічного та технологічного забезпечення, а й від людського капіталу, мотивація якого значною мірою визначає результативність виробничих процесів.

Одним із визначальних факторів підвищення ефективності агровиробництва є впровадження дієвого мотиваційного механізму, спрямованого на регулювання трудової поведінки працівників. Такий механізм має відповідати динамічно змінюваним стратегічним цілям підприємств та враховувати їхню інституційну специфіку. Сільськогосподарські підприємства відрізняються за рівнем розвитку, етапами життєвого циклу, обсягами діяльності, наявними ресурсами, ринковою позицією та іміджем, що зумовлює потребу в індивідуалізованому підході до побудови системи мотивації. При цьому важливо не лише адаптувати наявні підходи до конкретних умов, а й розробляти нові моделі мотивації з урахуванням специфіки сільськогосподарської праці.

Для досягнення стабільного розвитку та конкурентних переваг важливо враховувати вплив як внутрішніх, так і зовнішніх чинників на управління

персоналом. Ефективний мотиваційний механізм має бути гнучким, адаптивним і проактивним – тобто здатним передбачати зміни та реагувати на них на випередження. Його побудова повинна здійснюватися з урахуванням стратегічної спрямованості підприємства, специфіки його функціонування у просторі та часі, рівня економічного потенціалу та можливостей розвитку. В умовах нестабільного ринкового середовища особливої актуальності набуває здатність мотиваційної системи швидко адаптуватися до нових викликів і підтримувати високий рівень залученості працівників.

Успішний стратегічний розвиток підприємства значною мірою залежить від здатності системи управління до оперативної адаптації. У цьому контексті мотиваційний механізм виступає не просто підсистемою, а структурним ядром, що визначає динамізм управлінських процесів і формує основу для досягнення цілей. Його ефективність полягає у забезпеченні гармонійної взаємодії між стратегічними завданнями керівництва та інтересами працівників, що сприяє створенню продуктивного й стабільного трудового середовища.

Актуальною є потреба у поглибленні розуміння мотиваційного механізму як самостійної, динамічної складової управлінської системи, яка змінюється відповідно до поточних і перспективних цілей розвитку. Це передбачає чітке структурування цілей залежно від етапів розвитку підприємства, обраної стратегії та ресурсної бази. Мотиваційний механізм у цьому випадку слід розглядати як локальну, але цілісну систему, здатну забезпечити ефективну взаємодію між працівниками та керівництвом. Не менш важливо – забезпечити сталість і системність у впровадженні мотиваційних інструментів, що підвищує рівень довіри з боку персоналу й посилює організаційну культуру.

Наукові дослідження розвитку підприємств охоплюють широкий спектр проблем, над якими працюють як вітчизняні, так і зарубіжні економісти: І. К. Адізес, Р. Акофф, В. О. Василенко, В. Г. Герасимчук, В. П. Горьовий, А. Грейнер, О. Д. Гудзинський, В. С. Збарський, Е. М. Коротков, Л. Ц. Масловська, Ю. С. Погорєлов, В. С. Пономаренко, О. В. Раєвнева, Н. М. Сіренко, Е. А. Смирнов, І. П. Отенко, З. Є. Шершньова, Й. Шумпетер та інші. Проблематику мотивації праці висвітлювали у своїх роботах: Д. П. Богиня, О. А. Бугуцький, О. М. Бородіна, Г. А. Дмитренко, М. С. Дороніна, А. Л. Єськов, Й. С. Завадський, Є. П. Ільїн, А. М. Колот, Г. Т. Куліков, М. С. Пономарьова, М. В. Семикіна, Г. Л. Хаст, Є. І. Ходаківський, Л. П. Червінська, А. Д. Чикуркова, О. В. Шкільов, Т. В. Штерма та ін.

Попри наявні напрацювання, проблема формування ефективного мотиваційного механізму в системі управління підприємством залишається недостатньо опрацьованою. Потребує уточнення концепція мотиваційного механізму як інтегрованої системи, адаптованої до умов ринкової трансформації та взаємоузгодженої з новими завданнями стратегічного розвитку. Брак системних підходів до формування мотиваційної політики ускладнює досягнення належного рівня продуктивності та знижує загальну ефективність функціонування аграрних підприємств.

Особливо гостро стоїть потреба в удосконаленні теоретико-методичних засад побудови мотиваційних механізмів у сільськогосподарських підприємствах. Існуючі методичні підходи до оцінювання ефективності таких систем часто не враховують специфіку аграрної сфери, сезонність праці, залежність від природно-кліматичних факторів, рівень автоматизації та ринкових ризиків. Саме тому необхідно розробити адаптивні інструменти аналізу й удосконалення мотиваційної політики, які дозволять підвищити продуктивність праці та забезпечити сталий розвиток аграрного сектора в умовах економічних викликів. Такі інструменти мають поєднувати індивідуальні стимули з колективними формами мотивації, а також враховувати морально-психологічні та соціальні аспекти трудової діяльності.

Список використаних джерел

1. Вечеря С. В. (Думановська С. В.) Система наукових підходів до побудови результативного мотиваційного механізму на сільськогосподарських підприємствах. *Проблеми та перспективи розвитку менеджменту сучасних підприємств*: Всеукраїнська науково-практична Інтернет-конференція, м. Полтава, 29 жовтня 2014 р.: тези доповіді. Полтава, 2014. С. 14–182.
2. Гуцалюк Л.П. Організація перевірок використання бюджетів усіх рівнів. *Фінанси України*. 2023. № 7. С.27-33.

Мороз В. В., викладач

Яковлєв В. С., здобувач освіти

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ НА ОСНОВІ БАЙЄСІВСЬКОГО ПІДХОДУ

Зміна структури світового виробництва підвищує інтерес до механізмів інвестування в інноваційні проєкти, особливо в контексті теорії оптимальних механізмів за умов невизначеності. Варто зазначити, що чинні механізми оцінки ефективності інноваційних проєктів видаються доволі неефективними: фінансування отримують менше ніж 10% інноваційних проєктів, і багато з них так і не реалізуються успішно. Можливість створення оптимального механізму або навіть підвищення ефективності наявних емпіричних механізмів залишається відкритою проблемою.

Особливо важливо те, що джерелами неповноти інформації є не тільки невизначеність майбутнього, а й апіорні викривлення з боку інноваторів стосовно їхніх проєктів, асиметрія знань та значний рівень "шуму" в оцінках експертної узгодженості.

Одним із ключових питань інвестування в інноваційні проєкти є виявлення шахрайських ("фейкових") проєктів. Їх визначаємо як проєкти, що базуються на свідомо нездійсненних концепціях, мета яких – виключно отримання

фінансування, після чого через кілька років або заявляється про об'єктивну неможливість завершення проєкту, або створюється продукт, що не відповідає заявленим характеристикам.

Прикладами з недавньої історії є, зокрема, компанія Theranos – один із найвідоміших прикладів стартап-шахрайства, що отримала загалом близько 1,1 мільярда доларів США фінансування. Компанія пропонувала нову технологію аналізу крові з використанням мінімальної кількості зразка, вводячи інвесторів в оману протягом понад десяти років (Hartmans і Leskin, 2020). Можна навести приклади інших «фейкових» проєктів: Quintillion, який отримав понад 270 мільйонів доларів США на встановлення трансарктичного підводного оптоволоконного кабелю (Peters, 2019), Pixelon, який залучив понад 30 мільйонів доларів США для створення онлайн-відеокомпанії, що навіть не мала технології потокової трансляції, і т.д.

Розглянемо ігрову модель взаємодії між інвестором та інноватором в умовах наявності на ринку певної кількості фейкових інноваторів. Ця модель відрізняється від традиційних підходів до оцінки інноваційних проєктів, де зазвичай припускається, що невизначеність щодо якості проєкту є повністю стохастичною [1].

Варто зазначити, що подібний підхід, який враховує можливість шахрайської поведінки та відрізняє її від чистої невизначеності, зустрічається в деяких сучасних дослідженнях щодо переговорних процесів [2].

На відміну від класичних ігрових моделей ринку з інформаційною асиметрією [3], розглядаємо багатоперіодичну переговорну гру з байєсівським коригуванням суб'єктивних оцінок.

У результаті аналізу моделі отримуємо умови, за яких інвестор може прийняти рішення щодо вибору оптимальної стратегії на поточний ігровий період. Ці умови залежать лише від параметрів, які або безпосередньо спостерігаються, або суб'єктивно оцінюються інвестором.

Однією з важливих проблем інвестування в інноваційні проєкти є проблема фільтрації шахрайських проєктів. Розглянемо такі проєкти, які базуються на свідомо нездійснених концепціях і спрямовані виключно на отримання фінансування, а потім через кілька років або повідомляють про неможливість реалізації проєкту з причин, що не залежать від «інноватора», або випускають продукт, який не має заявлених характеристик.

Визначимо шахрайський проєкт як проєкт, метою якого є виключно отримання безповоротного фінансування, тобто проєкт, який, за оцінками його творців, не має перспективної прибутковості.

Взаємодію економічних агентів з різними, непередаваними та неповними знаннями (асиметрія знань) можна змоделювати через гру з неповною інформацією [4].

У такій грі приховані знання визначають так званий «тип» певного гравця.

Гру можна описати як скінченну гру:

$$G_h = (N, S_i, T_i, p_i, u_i), \quad i \in N, \text{ де:}$$

N – множина гравців (інноватор і інвестор);

S_i – множина стратегій (участь або неучасть для інноватора, певна форма підтримки для інвестора);

T_i – множина типів гравців;

p_i – уявлення гравців про розподіл типів гравців;

u_i – виграші гравців.

Припускається, що у байєсівській грі кожен гравець принаймні *ex interim* знає свій тип і виграші гри.

Однак у даній моделі гравець має лише ймовірнісну оцінку свого типу.

У повторюваній грі з комунікацією ця різниця впливає на стратегії гравців і можливі рівноваги. Це дозволяє описати механізм інвестування в інноваційні проекти як замкнену систему послідовних ігор із асиметрією знань, відстроченими виграшами і байєсівською переоцінкою типу гравця.

Модель гри будується на припущеннях:

1. Існують два класи гравців: інноватори (E) та інвестори (F).
2. Два типи проєктів: реальні (H) і шахрайські (L).
3. Час t дискретний, у кожний період t відбувається одна ігрова взаємодія.
4. Наявна спільна і приватна інформація у гравців.
5. Немає інфляції та кредитування.
6. У кожен період t_i кожен проєкт представляється хоча б одному інвестору.
7. Представлення проєкту супроводжується витратами з боку інноватора.
8. Інноватор оптимістичний і нейтральний до ризику; один інноватор презентує лише один проєкт.
9. Інвестор схильний до ризику.

Можливі стратегії гравців у такій системі можна подати як набір рішень щодо таких змінних.

Інноватор вибирає:

- запитувану суму фінансування, C (оцінка мінімальної вартості – $C_{\min}$ і додаткової вартості – C_{extra}). Припускаємо, що винагорода за працю та інші прямі вигоди, які отримує інноватор під час реалізації проєкту, включені до C_{extra} , а не до $C_{\min}$;
- участь у витратах, C_e (інноватор бере або не бере участь у фінансуванні проєкту);
- запропоновану частку інвестору у проєкті, S ;
- апріорну ймовірнісну оцінку успіху проєкту, $q < 1$;
- оцінку середньої майбутньої вартості проєкту (NPV) у разі успішної реалізації – v_e ;
- оцінку середнього відхилення від майбутньої вартості проєкту у разі успіху – σ_{v_e} ;
- оцінку часу до успішної реалізації проєкту – t_e .

Інвестор визначає:

- тип фінансування проєкту (повне фінансування, часткове фінансування з певною часткою s_i , або відмова від фінансування);
- переговори (вести переговори з інноватором чи ні);
- апріорну ймовірнісну оцінку успіху проєкту, $p < 1$;
- оцінку середньої майбутньої вартості проєкту (NPV) у разі успішної реалізації – v_i ;
- оцінку середнього відхилення від майбутньої вартості проєкту у разі успіху – σ_{v_i} ;
- оцінку часу до успішної реалізації проєкту – t_e ;
- коефіцієнт дисконтування невизначеності майбутнього, $r_t < 1$.

Розглянемо два типи інноваторів – чесні (H) та шахрайські (L).

Припустимо, що чесний інноватор має такі характеристики:

- 1) $C_{\min} > 0$; 2) $C_{\text{extra}} > 0, 0 < C_{\text{extra}} < C_{\min}$; 3) $C_e \leq C_{\min}$;
- 4) $0 < q < 1, 0 < p < 1/2$; 5) $v_e \leq (C_{\text{extra}} + C_{\min})$; 6) $t_e > 0$;
- 7) $\sigma v_{\min} < \sigma v_e < v_e, \sigma v_{\min} < (C_{\text{extra}} + C_{\min})$.

Чесний інноватор має обмежений обсяг витрат, позитивну ймовірність успіху й високу очікувану вартість проєкту.

Припустимо, що шахрайський інноватор має такі характеристики:

- 1) $C_{\min} = 0$; 2) $C_{\text{extra}} > 0$; 3) $C_e \leq C_{\text{extra}}$; 4) $q = 0$; 5) $v_e = 0$;
- 6) $t_e > 0$; 7) $\sigma v_e = 0$.

Шахрайський інноватор має нульову мінімальну вартість і нульову ймовірність успіху.

Нормальна форма початкової моделі гри полягає у тому, що проєкт оцінюється за двома складовими: мінімальними витратами та додатковими витрати. Виплати оцінюються по різному інноватором та інвестором через різні оцінки ймовірності успіху.

Нехай оцінку вартості проєкту в разі успішної реалізації можна погодити між інвестором і інноватором (як випадкову величину з нормальним розподілом, з математичним сподіванням v та стандартним відхиленням σv). Однак апріорні оцінки шансів на успіх проєкту з боку інвестора та інноватора все ще різні.

Оцінка вартості проєкту складається з двох частин:

- необхідні витрати (мінімальні витрати на реалізацію проєкту);
- додаткові витрати (що передбачають преміальні витрати, просування, покращені умови реалізації тощо).

Переговори щодо додаткових витрат можна описати за допомогою модифікованої моделі принципала-агента.

Різні гравці мають різні знання про матрицю виплат у моделі: інвестор вважає, що проєкт буде успішним з ймовірністю p , а інноватор – з ймовірністю q . Отже, для інвестора очікувані виплати (як інвестора, так і інноватора) будуть відрізнятися від очікувань самого інноватора. Крім того, апостеріорна рівновага буде відмінною від проміжної рівноваги.

У нормальній формі один період гри виглядає наступним чином (табл. 1):
Таблиця 1 – Оцінка елементів матриці гри.

Стратегія гравця	Підтримка (часткова або повна, $S = \sum s_i < 1$)	Відмова	Переговори ($P^b < 1$, $0 < s_i^b < 1$, $S = \sum s_i + s_i^b < 1$)
Чесний – бере участь у витратах (C_e)	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e$ $q(1-S)v_e - C_e + C_{\text{extra}}$	0 0	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e)]$ $P^b q(1-S-s_i^b)v_e - C_e + C_{\text{extra}}$
Чесний – витрати вже понесені (C_e)	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e$ $q(1-S)v_e - C_e + C_{\text{extra}}$	0 $-C_e$	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e)]$ $P^b q(1-S-s_i^b)v_e - C_e + C_{\text{extra}}$
Чесний – не бере участі у витратах	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}}$ $-C_e + C_{\text{extra}}$	0 0	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}})]$ $P^b q(1-S-s_i^b)v_e + C_{\text{extra}}$
Шахрайський – бере участь у витратах	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e$ $-C_e + C_{\text{extra}}$	0 0	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e)]$ $-C_e + C_{\text{extra}}$
Шахрайський – витрати вже понесені	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e$ $-C_e + C_{\text{extra}}$	0 $-C_e$	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}} - C_e)]$ $-C_e + C_{\text{extra}}$
Шахрайський – не бере участі у витратах	$ps_i v_i - s_i C_{\min} + C_{\text{extra}}$ C_{extra}	0 0	$P^b [p(s_i + s_i^b)v_i - s_i(C_{\min} + C_{\text{extra}})]$ C_{extra}

У табл. 1 беруть участь величини:

- $C_{\min}$ – оцінка мінімальних витрат;
- C_{extra} – оцінка додаткового бюджету, що включає винагороду та інші прямі вигоди, які отримує інноватор під час реалізації проєкту;
- C_e – участь інноватора у фінансуванні витрат;
- S – частка, запропонована інвестору в проєкті;
- p, q – апіорні оцінки ймовірності успіху проєкту з боку інвестора та інноватора відповідно ($p < 1, q < 1$);
- v – очікувана чиста приведена вартість (NPV) проєкту у випадку його успішної реалізації;
- s_i – частка участі інвестора i у фінансуванні проєкту;
- P^b – оцінка ймовірності успішного завершення переговорів (успіх означає, що інноватор погоджується на зустрічну пропозицію інвестора);
- s_i^b – додаткові майбутні виплати інвестору i без збільшення обсягу фінансування проєкту (результат переговорів).

Кожен наступний крок гри частково розкриває інформацію про наміри учасників і дозволяє проводити переоцінку матриці гри на основі байєсівського

підходу переоцінювання апріорних ймовірностей уявлення гравців про розподіл типів гравців.

Запропонована ігрова модель взаємодії інвестора та інноватора, у реальних умовах має обмеження через оптимістичні викривлення оцінок інноваторами та високі мінімальні бюджети інноваційних проєктів.

Модель дає можливість створення ефективного інституційного механізму для фінансування інновацій, але потребує подальших досліджень для практичної реалізації.

Список використаних джерел

1. Nie P.-Y., Wang C., Chen Y.-H., Yang Y.-C. Effects of switching costs on innovative investment. *Technol. Econ. Dev. Econ.* 2018, 24(3), P. 933–949.
2. Kim J.Y. Neutral bargaining in financial over-the-counter markets. *AEA*, 2019. *Pap. Proc.* 109, P. 539–544.
3. Lester B., Shourideh A., Venkateswaran V., Zetlin-Jones A. Screening adverse selection in frictional markets. *J. Polit. Econ.*, 2019, 127(1), P. 338–377.
4. Послайко Н.І. Дослідження операцій. Задачі з умовами невизначеності та конфлікту: навч. посіб. / Н.І. Послайко. Дніпро: Стандарт-Сервіс, 2019. – 53 с.

Мурза М.С., здобувач освіти

**Науковий керівник: к.е.н., в.о. зав. кафедри
менеджменту, маркетингу та підприємництва**

Пиріжок С.Є.

Вінницький кооперативний інститут

СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА КОРПОРАТИВНА ЕТИКА

Корпоративна бізнес-етика тісно пов'язана із менеджментом та має вирішальне значення для ефективного керівництва бізнесом. Керівники бізнес-структур відіграють значну роль у формуванні організаційної (корпоративної) культури, створюючи клімат, який зміцнює відносини та репутацію, від яких залежить успіх усієї організації. Для створення клімату в колективі, що заохочує «відмінну» поведінку, потрібен комплексний підхід.

Дисципліна є і залишається необхідною складовою будь-якої етичної системи. Розроблені стратегії доброчесності відрізняються своїм масштабом, напрямками дій; вони спрямовані на визначення керівних цінностей, прагнень і моделей мислення та поведінки членів компанії. Отже, концепцію етики можна застосовувати в якості рушійної сили.

Важливу роль у формуванні культури доброчесності та відповідальності у фінансовій сфері відіграє корпоративне управління.

Використання цифрових технологій, зокрема блокчейну та великих даних, відкриває нові можливості для підвищення прозорості та мінімізації фінансових правопорушень [1].

Забезпечення доброчесності в процесах отримання джерел фінансування є одним з основних викликів для сучасних фінансових систем, оскільки це

безпосередньо впливає на економічну стабільність, довіру інвесторів та прозорість фінансових транзакцій. Слабка нормативно-правова база, недостатній рівень корпоративного управління та неналежні механізми нагляду сприяють нецільовому використанню коштів та фінансовим зловживанням, що призводить до системних ризиків. В умовах розвитку фінансових ринків та впровадження нових технологічних досягнень забезпечення прозорості та підзвітності в процесах фінансування вимагає поєднання дотримання регуляторних норм, етичних фінансових практик та інноваційних технологічних рішень [2].

Етичні же цінності, в свою чергу, формують пошук можливостей, модель організаційної системи і процес прийняття управлінських рішень.

Практична реалізація програм ділової етики передбачає зміни в процесах прийняття рішень як на індивідуальному, так і на корпоративному рівнях. Це стало загальною вимогою, яка є послідовною, оскільки вона обіцяє довгострокові переваги для бізнесу, схильність робити раціональний вибір, діяти відповідно до принципів справедливого розподілу, забезпечення моральних прав працівників, піклування про різні зацікавлені сторони та розгляд наслідків ділової діяльності з точки зору того, як вони сприяють соціальному добробуту, та наскільки вони відповідають сталому розвитку. Це основні складові сильної етичної культури ведення бізнесу.

Так, процес прийняття етичних управлінських рішень в бізнесі має вирішальне значення для підтримки позитивної репутації, зміцнення довіри між зацікавленими сторонами та забезпечення довгострокового успіху на перспективу.

Багато сучасних фірм, організацій відкидають звичайні концептуальні межі, які розділяють мораль і особистий інтерес. Натомість вони визначають правильну поведінку як логічну, доцільну та морально правильну. Менеджери навчають співробітників при прийнятті рішень враховувати потреби клієнтів, постачальників і громади, а також потреби фірми та її працівників.

Натомість основна увага приділяється командній роботі та обслуговуванню клієнтів. Менеджери інформують нових працівників, що абсолютна чесність, взаємна ввічливість і повага є стандартною робочою процедурою.

Таким чином, прихильність керівництва етичним цінностям сприяє конкурентоспроможності, позитивному моральному духу працюючих, а також міцним стійким відносинам із потенційними клієнтами. Зрештою, створення клімату, який заохочує зразкову поведінку, може бути найкращим способом перешкодити шкідливій поведінці.

Список використаних джерел

1. Штерма Т.В. Стратегії забезпечення доброчесності в процесах залучення джерел фінансування / Т.В.Штерма, В.В.Мізюк, С.Ю. Чокан//. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 8.

URL: <https://a-economics.com.ua/index.php/home/article/view/229/243>

2. Некрасова Л. Формування стратегії сталого розвитку підприємства в контексті євроінтеграційних процесів / Л.Некрасова, М.Таха // *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. №12. С. 60-65.

Новікова О. В.,
студентка спеціальності «Економіка»
група Е PhD тр – 21
Науковий керівник: д.е.н. Манжура О. В.
Полтавський університет економіки і торгівлі

ЛОГІСТИЧНІ РІШЕННЯ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Інтернет-торгівля, як одна з найдинамічніших сфер сучасної економіки, вимагає високого рівня логістичної організації для забезпечення її ефективного функціонування. Швидкість обробки замовлень, точність доставки, оптимізація складських процесів та управління ланцюгами постачання виступають ключовими чинниками, що визначають конкурентоспроможність компаній в електронній комерції. В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій та зростання очікувань споживачів щодо якості обслуговування, логістичні рішення стають не лише підтримкою операційної діяльності, а й стратегічним інструментом підвищення рівня клієнтського досвіду.

Ефективне управління логістикою в Інтернет-торгівлі передбачає використання сучасних інноваційних підходів, зокрема автоматизації складських процесів, систем управління транспортом (TMS), інтеграції IT-рішень для обміну даними в режимі реального часу. Застосування таких інструментів дозволяє підвищити гнучкість і адаптивність логістичних систем до змін ринку, знизити витрати та скоротити час доставки товарів кінцевому споживачу. Тож, дослідження логістичних рішень у сфері електронної комерції є актуальним як для вдосконалення внутрішніх бізнес-процесів, так і для формування ефективної логістичної стратегії на національному та глобальному рівнях [3, с. 273].

У контексті забезпечення високої ефективності функціонування систем електронної комерції ключовим елементом логістичного контуру виступає складська логістика, яка охоплює процеси зберігання, обробки та комплектації товарних позицій. Сучасні виклики Інтернет-торгівлі, зокрема необхідність оперативного реагування на нестабільний попит, скорочення часу виконання замовлень і забезпечення безпомилковості операцій, зумовлюють потребу у впровадженні інноваційних технологічних рішень у сфері складування. Основними напрямками оптимізації є застосування систем управління складом (WMS), що дозволяють централізовано координувати переміщення товарів, інтегрувати складські операції з іншими логістичними ланками та забезпечити прозорість процесів у режимі реального часу [2, с. 116].

Подальше підвищення продуктивності досягається шляхом автоматизації і роботизації внутрішньоскладських процедур: використання конвеєрних систем,

автоматизованих стелажів, мобільних роботів та сортувальних машин істотно скорочує трудомісткість, знижує ймовірність помилок та оптимізує просторову конфігурацію складів. Крім того, застосування аналітики великих даних і алгоритмів прогнозування дозволяє адаптивно керувати запасами, мінімізувати надлишки та запобігати дефіциту продукції, що критично важливо в умовах мінливих споживчих переваг і сезонних коливань попиту. Таким чином, раціоналізація складської логістики на основі цифрових технологій стає необхідною передумовою підвищення конкурентоспроможності компаній, що функціонують у сфері електронної торгівлі [4].

Попри значний вплив оптимізації внутрішньоскладських процесів на загальну ефективність електронної комерції, вирішальним чинником у забезпеченні повного логістичного циклу залишається якісна організація транспортної логістики, зокрема процесів доставки товару кінцевому споживачу.

У системі електронної торгівлі доставка виступає критично важливим елементом, що безпосередньо формує споживацький досвід, рівень лояльності клієнтів і репутаційний капітал компанії. З огляду на специфіку онлайн-продажів – географічну розпорошеність замовлень, високі очікування щодо швидкості та точності доставки – підприємства змушені активно переглядати традиційні транспортні моделі та впроваджувати адаптивні логістичні стратегії. Основу таких стратегій складає багаторівнева система доставки, яка включає співпрацю з зовнішніми логістичними операторами (3PL, 4PL), використання хмарних TMS-платформ (Transportation Management System) та застосування алгоритмів оптимізації маршрутів у реальному часі з урахуванням трафіку, погодних умов і завантаженості складів [1].

Особливе значення в сучасній парадигмі логістики набуває концепт «останньої милі», яка, незважаючи на відносно коротку відстань, становить до 40% загальної вартості логістичних витрат. Для її ефективної реалізації дедалі частіше використовуються інноваційні рішення, такі як автономні дрони для експрес-доставки у важкодоступні райони, мережі поштоматів для безконтактного отримання товарів, а також гнучкі кур'єрські сервіси з динамічним розподілом маршрутів. Крім того, моделі краудсорсингової доставки (наприклад, gig-економіка) дозволяють масштабувати логістичні потужності без значного інфраструктурного навантаження. Практичне застосування таких підходів не лише скорочує час очікування, але й підвищує ефективність ресурсного використання та знижує рівень екологічного впливу за рахунок оптимізації транспортного навантаження [2, с. 119].

Слід зазначити, що у контексті динамічного розвитку електронної комерції інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) виступають системоутворюючим чинником, який забезпечує інтегрованість, адаптивність і прозорість логістичних процесів. Високий ступінь децентралізації логістичних операцій, велика кількість транзакцій і необхідність безперервного моніторингу переміщення товарів зумовлюють потребу у впровадженні комплексних

цифрових рішень. Насамперед ідеться про ERP-системи (Enterprise Resource Planning), які забезпечують централізоване управління ресурсами підприємства, координацію дій між підрозділами та інтеграцію логістичних, фінансових і комерційних процесів.

Важливою ланкою є CRM-системи (Customer Relationship Management), що дозволяють аналізувати поведінкові характеристики клієнтів, прогнозувати попит та індивідуалізувати логістичні пропозиції. У транспортній логістиці ключову роль відіграють TMS-платформи, які забезпечують планування, виконання та контроль за перевезеннями, а також дають змогу мінімізувати витрати шляхом аналізу маршруту, навантаження та часу доставки. Особливої уваги заслуговують системи відстеження замовлень (tracking systems), основними функціями яких є:

- Моніторинг переміщення товару в реальному часі – фіксація місцеперебування вантажу на кожному етапі логістичного ланцюга.

- Повідомлення про статус замовлення – автоматичне інформування клієнта про етапи доставки (обробка, відвантаження, транзит, доставка).

- Аналіз та прогнозування затримок – виявлення потенційних збоїв у доставці та формування альтернативних маршрутів.

- Документальне супроводження вантажу – забезпечення автоматизованого обміну та обліку супровідної документації (накладних, митних декларацій, сертифікатів) через інтеграцію з системами електронного документообігу.

- Контроль відповідності часу доставки – порівняння фактичного часу доставки з плановими параметрами для оцінки ефективності логістичних партнерів.

- Збір і обробка аналітичних даних – формування звітності щодо обсягів, швидкості, надійності та вартості доставок.

- Підвищення клієнтського досвіду – забезпечення прозорості для споживача, що зменшує кількість звернень до служби підтримки.

- Інтеграція з мобільними додатками та e-commerce платформами – надання доступу до інформації про замовлення через зручні інтерфейси.

- Безпека вантажу – сповіщення про зміну маршруту, зупинку чи відкриття упаковки у разі встановлення відповідних сенсорів.

- Зворотний зв'язок і контроль якості сервісу – збір оцінок та скарг клієнтів після завершення доставки для удосконалення логістичних процесів [5, с. 7267–7268].

Практичне значення ІКТ полягає не лише у підвищенні ефективності логістичних процесів, але й у формуванні стратегії цифрової трансформації підприємств електронної комерції. Наприклад, використання IoT-технологій (Internet of Things) у поєднанні з Big Data дозволяє створювати адаптивні логістичні моделі, що самостійно коригують параметри постачання в умовах змін зовнішнього середовища. Тож, інформаційно-комунікаційна інфраструктура є не просто допоміжним засобом, а фундаментальним

інструментом для забезпечення сталого функціонування логістичних систем в умовах високої невизначеності та цифрової конкуренції [1].

Забезпечення ефективного функціонування логістичного ланцюга в електронній комерції вимагає не лише досконалих рішень на етапах постачання й доставки, але й комплексного управління зворотними потоками товарів, що дедалі більше визначають конкурентоспроможність компаній у цифрову епоху.

Зворотна логістика (reverse logistics) є ключовим елементом стратегії сталого розвитку електронної комерції, оскільки охоплює процеси повернення товарів, їх обміну, повторного введення в обіг (ресейлу) або утилізації. Умови високої частоти онлайн-покупок, відсутності можливості попереднього фізичного огляду продукції та зростаючих очікувань споживачів формують середовище, у якому механізми управління поверненнями перетворюються з додаткової функції на критично важливу конкурентну перевагу.

З науково-практичної точки зору, ефективна зворотна логістика передбачає впровадження стандартизованих процедур приймання товару назад, моделювання сценаріїв повторного використання (re-commerce), а також автоматизацію рішень щодо подальшої дії з повернутим товаром: повторна реалізація, передача на переробку або екологічна утилізація. Значну роль відіграють спеціалізовані ІТ-рішення – модулі RLM (Return Logistics Management), що інтегруються з CRM і ERP-системами та дозволяють прогнозувати обсяги повернень, оптимізувати складські площі та мінімізувати витрати на повторну логістику.

Крім економічного ефекту, розбудова прозорості та клієнтоорієнтованої політики повернень сприяє формуванню довіри до бренду, зниженню бар'єрів до покупки та підвищенню конверсії. Наприклад, компанії, що пропонують безкоштовне повернення або самостійне оформлення зворотної доставки через мобільний додаток, демонструють вищі показники повторних продажів [4].

Отже, Інтернет-торгівля як один із провідних секторів сучасної економіки висуває високі вимоги до логістичної організації, що охоплює складську, транспортну та зворотну логістику. Ефективне функціонування логістичних процесів у сфері електронної комерції базується на впровадженні цифрових технологій, таких як системи WMS, TMS, ERP, CRM, трекінг-платформи та аналітика великих даних. Це дозволяє підприємствам адаптуватися до швидких змін ринку, оптимізувати витрати, покращити точність та швидкість доставки, а також забезпечити високий рівень клієнтського сервісу. Особливу роль відіграє автоматизація складських і транспортних процесів, використання хмарних платформ і інноваційних рішень «останньої милі», що суттєво підвищують операційну ефективність і конкурентоспроможність.

У сукупності сучасні логістичні рішення перетворюють логістику з операційної функції на стратегічний інструмент цифрової трансформації бізнесу, що забезпечує гнучкість, прозорість і стійкість логістичних систем в умовах глобальної конкуренції.

Список використаних джерел

1. Логістика в e-commerce: проблеми та перспективи: веб-сайт. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/logistika-v-e-commerce> (дата звернення: 02.05.2025).
2. Сумець О., Климович Р. Фулфілмент & логістика – інноваційний інструментарій для обслуговування клієнтів у системі інтернет-торгівлі. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. №4 (76). С. 114–123. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-76-114-123>.
3. Тимчик А. М. Особливості управління логістичними процесами електронної комерції підприємства. *Бізнес Інформ*. 2024. №2. С. 272–278. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-272-278>.
4. Шостак Л., Милько І., Павлова С. Електронна торгівля та інтернет-технології в логістиці. *Економіка та суспільство*. 2023. №55. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2930> (дата звернення: 01.05.2025). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-97>.
5. Gomes A. C., De Lima-Jr., F. B., Soliani R. D. et al. Logistics management in e-commerce: challenges and opportunities. *Revista De Gestao E Secretariado (Management and Administrative Professional Review)*. 2023. Vol. 14. Iss. 5. P. 7252–7272. DOI: <https://doi.org/10.7769/gesec.v14i5.2119>.

Островська І.Ю.
викладач кафедри фінансових,
комерційно-технологічних дисциплін та
готельно-ресторанного обслуговування,
Фаховий коледж економіки і права
Вінницького кооперативного інституту

ЦИФРОВІ ІННОВАЦІЇ В СИСТЕМІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Цифрові інновації відіграють визначальну роль в трансформації усіх сфер діяльності сучасного середовища. Так у бухгалтерському обліку вони наразі є основною частиною автоматизації обробки даних й прийняття ефективних управлінських рішень.

Стрімкий розвиток хмарних обчислень, штучного інтелекту, технологій, таких як блокчейн, значно змінили традиційні підходи щодо ведення обліку та роботи самої бухгалтерії.

Вплив на процеси бухгалтерського обліку цифрових інновацій передбачає підвищення точності фінансової звітності підприємства, ефективності стратегічного менеджменту в системі фінансового управління підприємством.

В той же час необхідно запровадити систему адаптації інформаційної системи конкретного підприємства до стрімко змінюваного техніко-технологічного середовища. Якщо підприємство не встигає інтегруватись до сучасних технологій у фінансово-обліковій системі, то воно не тільки ризикує

втратити обігові кошти, а й утратити конкурентну перевагу власної продукції та власного іміджу. Автоматизація бухгалтерських облікових процесів дозволяє не лише прискорити обробку великих обсягів даних, але ще мінімізувати ризики механічних помилок, знизити операційні витрати, забезпечити в режимі реального часу доступ до фінансової інформації підприємства за великий період часу. Все це підвищує ефективність поточного управління наявними фінансами і сприяє прийняттю більш слушних рішень.

Впровадження сучасних цифрових технологій у процес бухгалтерського обліку підвищує прозорість і достовірність оприлюдненої звітності, що є важливим як для внутрішніх так і для зовнішніх фізичних та юридичних осіб, які мають легітимний інтерес у діяльності підприємства.

Спільник І. й Палюх М. досліджуючи питання цифровізації у сфері облікових процесів зосереджують увагу на достовірній оцінці стану фінансового обліку підприємства, вивчаючи особливості його діяльності та перспективи в умовах цифровізації економіки. Вони наголошують на необхідності створення нової "цифрової облікової парадигми", яка би враховувала сучасні виклики [1]. Ключовими питаннями облікової практики, на які вони посилаються є використання ідентифікації активів методом безконтактного зчитування даних, технологій блокчейн за допомогою блоків обробки інформації, електронного формату формування і подання звітності, а також облік криптоактивів, які створюється за допомогою інформаційних технологій та блокчейн-системи.

В умовах підвищення вимог до відповідності законодавчим стандартам та прозорості фінансової інформації, підприємства вимушені досить активно запроваджувати такі технологічні рішення, які зможуть забезпечити автоматизований систематичний контроль за дотриманням вимог відповідних нормативів.

Сучасні хмарні технології забезпечують постійний доступ до програм і збережених даних з якого завгодно місця, де є доступ до Інтернету. Такі можливості кардинально змінюють методи і способи роботи фінансово-бухгалтерських служб. В той же час це дозволяє підприємствам більш ефективно впорядковувати віддалену роботу, зберігаючи в той же час високий рівень захищеності даних.

Автоматизовані інформаційні системи, які використовують для ведення бухгалтерського обліку, складання та оприлюднення фінансової звітності вимагають меншого використання ресурсів людської праці і робочого часу на виконання завдань, отже, цифрові інноваційні технології зменшують операційні витрати як на ведення бухгалтерського обліку так і на формування звітності. Вивільнені фінансові, людські та інші ресурси перенаправляються суб'єктами господарювання на стратегічні проекти, розширення асортименту, акцентність рекламної діяльності і, таким чином, підвищує конкурентоспроможність підприємства на сучасному ринку.

Сучасний бухгалтер повинен розумітися на цифрових технологіях, мати практичні навички роботи з документальними й аналітичними інструментами,

вміти адаптувати свою роботу до змін у бізнесовому середовищі. Процес системної автоматизації облікових процесів вимагає від фахівців з бухгалтерського обліку постійного навчання, підвищення кваліфікаційних здобутків, адаптації до сучасних умов роботи, що є одним із ключових факторів успішного функціонування в умовах цифрової економіки. Цифрові інноваційні технології значною мірою змінюють фінансовий облік, через що він стає більш ефективним і прозорим.

Використання новітнього програмного забезпечення стало необхідним і у процесі здійснення обліку. Діджиталізація процесів ведення бухгалтерського, та управлінського обліку дозволяє суттєво підвищити точність роботи і пришвидшити обробку і передачу інформації, покращити можливості обміну даними та забезпечити повний доступ до інформаційної бази із будь-якого місця. Діджиталізація спонукає підприємство до осучаснення технічної спроможності з метою накопичення, аналізу, обробки, зберігання й передачі інформації внутрішнім і зовнішнім користувачам. Що стосується економічного персоналу підприємства, то він повинен мати достатньо високу кваліфікацію в питаннях організації обліково-аналітичної роботи за для підвищення ефективності виробничих комунікацій, покращення рівня обслуговування клієнтів, спрощення процесів обліку і узагальнення даних, зменшення кількості центрів обробки даних, технічного заміщення оснащення інформаційних систем обліку та технологій узагальнення та оприлюднення звітних показників.

Оптимізація й розвиток всієї системи обліку можливий лише за умов щільному зв'язку із нормативно-правовою базою. На державному рівні в Україні дуже важливою є діджиталізації національної економіки, а також підтримка формування і розвитку інформаційного суспільства.

Так, у цьому аспекті прийнято розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні» [2], «Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації» [3] та інші.

Фактори, які вплинули на теперішній стан обліку в сучасних умовах цифровізації - це впровадження електронного документообігу, виділення частки нефінансових даних у звітності у формі показників прогресу, соціальної відповідальності тощо, та зміна технічних й технологічних підходів щодо обробки облікової інформації.

На сьогоднішній день в Україні виявлено чинники, що стримують процеси цифрових трансформацій. До них відносять: інституційні бар'єри, пов'язані з державною політикою, зокрема, із необхідністю розробки та впровадження регулюючих механізмів для процесів цифровізації, що включає створення стратегій розвитку, що відповідають сучасним світовим тенденціям на рівні держави, регіонів та галузей, а це, у свою чергу, впливає на економічну та суспільну сферу [4].

Незавершеність формування інноваційної, посередницької, інформаційної ринкової інфраструктури є ще одним викликом, які стосуються розвитку

цифрової інфраструктури. Нерівномірний доступ різних верств населення до окремих цифрових технологій - "цифрові розриви", і недостатнє покриття України належною цифровою інфраструктурою.

Загалом, цифрові інноваційні технології відкривають новітні можливості для системного розвитку процесів бухгалтерського обліку, але успішне впровадження таких нововведень вимагає системного аналізу та глобального стратегічного підходу.

Список використаних джерел

1. Спільник І., Палюх М. Бухгалтерський облік в умовах цифрової економіки. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Вип.1-2. С. 83–96.

2. Про схвалення Стратегії розвитку інформаційного суспільства в Україні. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 386-р від 15.05.2013 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/386-2013-%D1%80#Text>

3. Про схвалення Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки та затвердження плану заходів щодо її реалізації. Розпорядження Кабінету Міністрів України № 67-р від 17.01.2018 р.. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>

4. Федун В., Люба А., Ковтонюк І. Цифрові інновації та їх вплив на бухгалтерський облік. *Економічний аналіз*. 2024. Том 34. № 2. С. 440-452. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2024.02.440>

Паламарчук Я. Ю., здобувачка освіти
Кашпрук Ю. А. к.е.н., доцент кафедри
гуманітарних, економічних
та фінансово-облікових дисциплін
Вінницький кооперативний інститут

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Управління конфліктами на підприємстві вимагає гнучкості, розуміння специфіки робочого середовища та вміння вирішувати проблеми, пов'язані з взаємодією між співробітниками та внутрішньою динамікою підприємства.

На підприємстві виникають різні конфлікти, типологію найпоширеніших конфліктів є:

- ❖ Конфлікти між працівниками – мотивом конфлікту є конкуренція або бажання бути кращим; формою реалізації конфлікту є змагання між працівниками за посаду, краще завдання, робоче місце тощо.
- ❖ Різниця в поглядах та стилі роботи – мотивом конфлікту є суперечки та незгода з стилем роботи, ідеями тощо; формою реалізації конфлікту є темперамент та риси характеру.
- ❖ Конфлікт через стосунки, несприйняття один одного – мотивом конфлікту є несправедливість та нерівність в винагороді, обов'язках

тощо; формою реалізації конфлікту є висловлення незадоволеності та претензії.

- ❖ Конфлікти між керівництвом та підлеглими – мотивами конфліктів може бути різниця в очікуваннях та вимогах щодо робочих обов'язків, завдань тощо, неприйняття керівництва, формою реалізації конфлікту є різниця в цілях та пріоритетах; формами реалізації конфліктів є непорозуміння, що виникають внаслідок несприйняття вимог, нечіткості вказівок та поставлених завдань тощо, несправедливість та нерівність в винагороді, обов'язках тощо, непорозуміння, опортуністична діяльність між членами, протистояння та висловлення незадоволеності та претензії.
- ❖ Конфлікти в команді – мотивом конфлікту є команди конфлікт через ролі та обов'язки, різниця в стилях роботи та комунікації, неприязнь, недовіра та інші особисті розбіжності між членами команди; формою реалізації конфлікту є несприйняття рівня відповідальності, суперечки щодо розподілу обов'язків, непорозуміння та різні стилі вирішення проблем, неефективні комунікації; конфлікти через особисту неприязнь, конкуренція чи недовіра.
- ❖ Конфлікти між акціонерами, де мотивом конфлікту є боротьба за контроль над стратегічними рішеннями організації, різниця в стратегіях інвестування (як використовувати фінансові ресурси організації), різниця в цілях, інтересах, бажаннях отримати максимальний прибуток; формою реалізації конфлікту є змагання за більшість голосів на зборах акціонерів, дискусії та конфлікти щодо напрямків інвестування, витрат та розподілу прибутку, суперечки через стратегії розвитку, місію, бачення та цілі організації.
- ❖ Конфлікти між акціонерами та вищим менеджментом / керівництвом – мотивом конфлікту є бажання акціонерів здійснювати більший контроль над управлінням підприємства, різні цінності та інтереси акціонерів та вищого менеджменту / керівництва, різні уявлення про рівень прибутку, дивідендів та фінансові стратегії, різні погляди на стратегічні напрямки, розвиток та управління підприємством; формою реалізації конфлікту є конфлікти через різницю в управлінських рішеннях та бажанні впливати на управління підприємством, конфлікти через різницю у сприйнятті соціальної відповідальності, етичних аспектів та цінностей підприємства, конфлікти через різні вимоги до прибутковості, розподілу прибутку та інвестицій, суперечки під час прийняття стратегічних рішень, різниця в управлінських підходах.
- ❖ Конфлікти між підприємством та споживачами / клієнтами – мотивом конфлікту є якість продукту / послуг та обслуговування, незадоволеність ціною або відчуття переплати, недостатня або нечітка інформація про продукт/послугу, або проблеми комунікації з споживачами / клієнтами; формою реалізації конфлікту є скарги, вимоги та звернення до підприємства з вимогою повернення коштів або

заміну товару, публічні виступи проти продукції / послуг, вимоги щодо зниження цін, акції протесту, відмова від купівлі продукції / послуг підприємства на користь продукції / послуг конкурентів, невдоволення недостатньою інформацією, протести через неправдиву рекламу або інформаційні кампанії проти підприємства.

Управління конфліктами на підприємстві є важливим для забезпечення продуктивності та гармонійної співпраці між співробітниками, врахування інтересів всіх сторін. І може включати розвиток ефективних стратегій комунікацій, вирішення конфліктних ситуацій за допомогою медіації або тренінгів з управління конфліктами, створення відкритого середовища для обговорення проблем та спільного пошуку рішень, що задовольняють інтереси всіх сторін.

Етапи управління конфліктами на підприємстві представлені:

Етап 1. Виявлення конфлікту

Етап 2. Дослідження причин виникнення конфлікту

Етап 3. Планування стратегії вирішення конфлікту

Етап 4. Реалізація стратегії управління конфліктами

Етап 5. Оцінка та перегляд результатів

Етап 6. Створення профілактичних заходів

Циклічний характер конфлікту може бути складним, оскільки конфлікт може відновлюватися, навіть після його вирішення. Тому важливо розуміти причини конфлікту та застосовувати різні методи та способи його вирішення в залежності від фази на якій перебуває конфлікт. На фазі підйому конфлікту на підприємстві необхідно створити безпечне середовище для обговорення питань, виявлення точок зору кожної сторони, здійснити пошук загального бажання вирішити проблему та досягти спільної фази. Фаза підйому – початкова фаза, 1-й цикл 2-й цикл 3-й цикл – пік конфлікту, фаза спаду – пік конфлікту, пік конфлікту – фаза підйому фаза підйому мети, шляхом використання відкритого діалогу, вислуховування всіх сторін, виявлення проблеми конфлікту, а також, визначення спільної мети вирішення конфлікту. На фазі піку конфлікту на підприємстві необхідно знайти компромісне рішення, яке задовольнить конфліктуючі сторони та сприяти зменшенню напруги, шляхом залучення третьої сторони (медіатора) для полегшення діалогу, а також, застосування технік зняття стресу та психологічної підтримки. На фазі спаду конфлікту на підприємстві необхідно сприяти реалізації узгоджених домовленостей, вивчити та узагальнити досвід щодо даного конфлікту для запобігання подібним ситуаціям у майбутньому, шляхом підготовки та виконання плану дій на основі узгодженого рішення, а також, аналізу причин конфлікту та результатів його вирішення.

Список використаних джерел

1. Луцишин Г. І. Конфліктологія та теорія переговорів: навч. посіб. / Г. І. Луцишин. – Львів: Вид-во Львів. політехніки, 2015. – 200 с.
2. Орлянський, В. С. Конфліктологія : навч. посібник для вузів / В. С. Орлянський; Мін. освіти України, Запоріж. нац. техн. інститут. – Київ : Центр

учбової літератури, 2007. – 159 с.

3. Петрінко В. С. Конфліктологія: курс лекцій, енциклопедія, програма, таблиці: навчальний посібник / В. С. Петрінко. – Ужгород: УжНУ «Говерла», 2020. – 360 с.

4. Пірен М. І. Конфліктологія: підручник / М. І. Пірен. - Київ: МАУП, 2003. – 360 с.

5. Проведення майстер-класів
<https://cookeryschool.com.ua/uk/korporatyvyta-timbildyngy/> дата звернення 01.11.2023).

6. Русинка І. І. Конфліктологія. Психотехнології запобігання і управління конфліктами / І. І. Русинка. – Київ : Професіонал, 2007. – 278 с.

7. Скібіцька Л. І. Конфліктологія: навчальний посібник / Л. І. Скібіцька. – Київ: Кондор, 2009 – 384 с.

8. Скібіцька Л. Конфліктологія: навч. посіб. для студ. ви- щих навч. зал. / Л. Скібіцька. – Київ: Центр учб. л-ри, 2007. – 383 с.

Пеліпенко Т. В., здобувачка освіти
Колотій С. В. к.е.н., доцент кафедри
гуманітарних, економічних та
фінансово-облікових дисциплін
Вінницький кооперативний інститут

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ В УПРАВЛІННІ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Аналіз сформованої ситуації на вітчизняних організаціях свідчить, що значним недоліком організації й керування їхньої діяльності, які в більшості спрямовані на забезпечення ефективності функціонування, підвищення якості продукції, послуг або виконуваних робіт є недостатня увага, формальний підхід керівників по формуванню корпоративної культури. Досить часто керівники українських організацій розуміють під корпоративною культурою лише зовнішній вигляд співробітників, загальні розважальні вечірки й не усвідомлюють важливості створення єдиного корпоративного духу, стилю поведінки, самосвідомості в професійній діяльності співробітників. А тому доцільно вивчати досвід іноземних компаній миру, їхніх філій, що функціонують в умовах українських ринкової економіки, де до рішення питань по формуванню корпоративної культури, у більшості, ставляться професійно, відповідально [1].

Фахівці вважають, що на зміну колишньому жорсткому ієрархічному «механістичному» облаштуванню організації приходить нова культура управління, заснована на системі корпоративних цінностей. Раніше, в періоди «спокійного існування ринку» корпоративна культура формувалася під впливом двох чинників : ієрархічної структури, успадкованої корпораціями і сучасного міфу про організаційний «механізм». «Диктат цих двох чинників,

підкреслює у своїй книзі «Перебудова управління» Д. Чемпи, перетворював корпоративну культуру на різновид культури покори наказам, що поширюються по командному ланцюжку, і вимог, виконання яких потрібне для досягнення строго контрольованих начальством цілей».

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки «ми зобов'язані мати таку культуру, яка заохочує розвиток певних доброчесностей: здібності до постійної гонитви за клієнтом, невичерпної фантазії, вміння бездоганно працювати в команді разом з незалежністю і самостійністю». Погляди теоретиків, фахівців з реструктуризації організації на основі нових управлінських пріоритетів красномовно підтверджує досвід сучасних успішних організацій.

Відношення до бізнесу як до «механізму», а до працівників як до взаємозамінних «гвинтиків» – ця спадщина індустріальної епохи, вважають представники електронної еліти, вони добре розуміють, що ключ до успіху – людська індивідуальність. Керівники таких компаній, як Microsoft, Dell, Intel, Apple є прибічниками управлінської концепції «корпорація - співтовариство» на противагу підходу «корпорація – машина». Ось що Біл Гейтс говорить про той тип управлінської культури, який він вирощував в своїй організації: «Наша корпоративна культура покликана створювати сприятливу атмосферу для творчості і для повної реалізації потенціалу кожного співробітника. При тому, що Microsoft - величезна компанія, що активно використовує величезні ресурси, вона зберігає структуру невеликих динамічних груп, де кожен відчуває, що від нього багато що залежить. Ідеї генеруються конкретними людьми, і Microsoft робить усе, щоб дати цим творчим людям можливість довести справу до реального результату» [2].

Майкл Делл, один з найуспішніших підприємців свого покоління, управляє компанією «Dell» що входить по рейтингу журналу «Fortune» в число кращих американських компаній, так само наполягає на важливості для успіху почуття співтовариства: «Люди бачать в компанії місце, де їм хочеться побудувати свою кар'єру, для них ця справа життя, а не місце, куди вони заходять ненадовго покурити. Ми серйозно прагнемо викликати в співробітниках почуття приналежності до чогось значного. Є усі шанси добитися цього в організації, яка росте так швидко, як наша. Було б просто безглузде дати «прогоріти» ентузіазму людей, що вірять в те, що вони будують прекрасну компанію» [2].

Створення саме співтовариств, а не систем «механізмів» дало можливість американським організаціям, працюючим у галузі електронних високих технологій, швидко добитися успіху. Протилежних поглядів дотримуються прибічники управлінської концепції «корпорація - машина». Д. Чемпи у своїй роботі відмічає, що саме цей традиційний підхід став однією з причин втрати конкурентоспроможності багатьма компаніями.

Характерними рисами «корпорації – машини» являються: широкий бюрократичний прошарок управлінців, жорстке розділення функцій, покора наказам, централізація влади, дегуманізація, контрольний і фіскальний апарат.

Концепція «корпорація - машина» примушує вищих менеджерів почувати себе операторами за пультом велетенського апарату : «Я почуваю себе капітаном авіаносця. Я повертаю штурвал і намагаюся повести судно в іншому напрямі, але я не можу перевірити, чи виконуються мої вказівки».

Розглянемо конкретні приклади. До 1993 року компанія «IBM», один з гігантів американської індустрії і лідерів своєї галузі, трохи не виявилася на межі фінансового краху. Рада директорів запросила на фірму зовнішнього консультанта з компанії «Маккінзи». Діагноз, поставлений Л. Герстнером: IBM рекомендується змінити культуру управління, для цього необхідно: 1. уважно стежити за ринком і пропонувати споживачеві те, що хоче він, а не бюрократ; 2. компанія повинна твердо дотримуватися у своїй діяльності лінії на задоволення попиту на ринку; 3. увесь управлінський апарат повинен працювати разом як єдина команда.

Герстнер встановив вісім принципів управління, тим самим змінивши корпоративну культуру IBM, яка була актуальна в умовах, коли фірмі належало 40% прибутку на світовому комп'ютерному ринку. Громіздкий бюрократичний апарат виявився не здатним зрозуміти, що навколишній світ змінився, причому так швидко і в таких напрямках, що під загрозу було поставлено фінансове благополуччя організації.

Таким чином, відмітимо, що на сьогодні при формуванні корпоративної культури строга ієрархія не вітається, хоча повністю заперечувати її значення не доцільно.

«Вертикальний менеджмент» потрібний там, де в роботі немає творчості, де праця стандартизована і вимагає дотримання дисципліни», вважає Надя Крилов, консультант із США. «Вертикальний менеджмент – це агресивний спосіб управління, проте, він незамінний на початкових етапах роботи організації, коли успіх або провал залежить від злагодженості і узгодженості дій усіх рівнів управління», вважає А.Рощин, менеджер проекту USAI/Центру Ділової Співпраці. Він також вважає, що зайва кількість наданої менеджерів ініціативи веде до хаосу і з'ясування стосунків. Завдання менеджерів вищої ланки знайти «золоту середину» між жорсткою субординацією і наданням самостійності нижче стоячим менеджерам, щоб виключити можливі негативні тенденції горизонтального менеджменту: боротьбу за сфери впливу і компетенції, конфлікти повноважень, приховання важливої для колег інформації, «перетягування ковдри на себе»[3].

До прибічників вертикального менеджменту не можна віднести комерційного директора агентства дизайну і реклами «Contradesign» А. Ватушина, який висловлює наступну думку: «Дизайнер – це швидше вільний художник, чим гвинтик в робочій бригаді. Втиснути його в чіткі рамки неможливо, та і просто згубно для роботи, оскільки сама суть роботи полягає в творчій свободі і експериментах; ...а питання про відповідальність вирішується так: кожен відповідає за свою роботу сам, і якщо виконує її погано, то втрачає гроші». При цьому, вважає Ватушин, у співробітників є стимул до самодисципліни. Як видно з вищевикладеного, питання стилю управління,

структури організації, ієрархії є досить добре розробленими компонентами корпоративної культури. Проте, автори робіт на ці теми мало звертають уваги на те, як до цих питань відноситься простий співробітник. Адже, наприклад, структура організації може бути далека від досконалості, а організації, що служать, все одно відноситимуться до організації з любов'ю, повагою і гордістю, і навпаки, організація, як структура, як ієрархія може бути ідеальна, але при низькому рівні корпоративної культури ці досягнення можуть бути зведені нанівець». Тому, автори вважають, що працюючи із структурними і управлінськими елементами корпоративної культури, необхідно домагатися не лише економічної (процесуальної) доцільності, але і піклуватися про адекватне відношення до цих питань з боку співробітників.

Важливою сферою управління корпоративною культурою є кадрова система. Значною інформацією про специфіку підходів до відбору кадрів, системою вимог до професійних, особових якостей персоналу володіють співробітники рекрутингових агентств. Матеріали інтерв'ю з ними, а також з керівниками відділів персоналу великих іноземних організацій, які працюють на українському ринку, є дуже корисними для розуміння ролі корпоративної культури в сучасних організаціях [4]. Ці фахівці одностайно відмічають, що нині разом з професійними навичками вимоги працедавців до психологічних, іміджевих, поведінкових характеристик претендента продиктовані специфікою корпоративної культури організації, її ціннісними орієнтаціями, етичними обмеженнями, особливостями національного менталітету [5].

Отже, можна відзначити, що корпоративна культура являє собою певні цінності й норми, які розділяються всіма співробітниками даної організації. Ці цінності знаходять своє втілення в символах, легендах, героях, девізах і церемоніях. У завдання менеджерів, зацікавлених у позитивному розвитку й процвітанні організації, входить процес формування всіх складових корпоративної культури.

Список використаних джерел

1. Дишкант Ю.С. Організаційна культура закладу охорони здоров'я: актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах іноваційного розвитку економіки. Матеріали доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною угодою. (15 травня 2020 р.) Тернопіль ТНЕУ частина друга ст. 139-141.

2. Корпоративна культура / за заг. ред. Г.Л. Хаста. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.

3. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності. *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 2. С. 68-73.

4. Дибчук Л.В., Драбовський А.Г. Гнучкий кадровий менеджмент як основа ефективного управління підприємством. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 28 лист. 2018 р. Луцьк, 2018. С. 39–42

5. Дибчук Л.В., Пітик О.В. Комунікації в колективі: формування корпоративного духу. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 28 лист. 2018 р. Луцьк, 2018. С. 475–478

**Петренко М.І., д.е.н., професор
кафедри гуманітарних, соціально-економічних
та фінансових дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут**

АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛADOVA ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Анотація. Розглядаються теоретичні та практичні підходи формування системи управління активами та напрямки підвищення ефективності управління активами підприємства, їх класифікація і аналіз використання.

Ключові слова: активи підприємства, необоротні та оборотні активи, оборотні кошти, оборотний капітал, дебіторська заборгованість, система управління активами підприємства, аналіз використання активів.

Постановка проблеми. За останні роки вітчизняні промислові підприємства втратили значну частину власного капіталу, у тому числі і оборотного, а в структурі оборотних активів найбільшу долю займає дебіторська заборгованість, яка постійно зростає. Одночасно, в структурі джерел формування активів найбільшу долю займає кредиторська заборгованість.

Відбувається постійне зменшення оборотних активів у сфері виробництва і накопичення їх у розрахунках, а в результаті цього, підприємствам в обіг потрібно залучати додаткові фінансові ресурси. Отже, проблема управління активами та джерелами їх формування (аналіз їх використання в сучасних умовах) є актуальною і потребує подальшого вирішення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сфері управління активами та пасивами підприємства існує велика кількість фундаментальних наукових робіт та низка нормативно-правових актів, що регламентують діяльність топ-менеджерів підприємств щодо формування, розподілу та використання певних ресурсів підприємства. В українській економічній літературі це роботи провідних українських економістів, таких як Большакова С.І., Бланк І.О., Качури А.Є., Кірсанової Т.О., Момота Т.В., Павленко І.М., Петренко М.І., Петруні Н.В., Шинкаренко О.М. та інші. Різним аспектам управління активами підприємства присвячені праці таких зарубіжних учених-економістів, як Е.Р. Брігхем, І.В. Зелгавіс, В.В. Ковальов, Б. Коллас, М.Н. Крейніна, Т. Манесс, Л.Н. Павлова.

Мета дослідження. Вивчення теоретичних питань процесу управління активами та пасивами підприємства, здійснення аналізу ступеня оптимізації їх складу та ефективності використання та розробка заходів щодо вдосконалення управління активами та пасивами діючого підприємства.

Виклад основного матеріалу. Система управління активами – це система цілеспрямовано організованих взаємодій між об’єктом (елементами активів і джерелами їх фінансування та економічними відносинами в процесі їх формування та використання в межах даної економічної системи та у взаємозв’язку із зовнішнім середовищем) та суб’єктом управління (органами управління підприємства, які причетні до прийняття управлінських рішень щодо ефективного функціонування активів і капіталу) шляхом реалізації функцій управління із застосуванням комплексу методів, засобів і фінансово-економічних інструментів дослідження і трансформації взаємопов’язаних процесів формування та використання активів і джерел їх фінансування за обсягом, складом, структурою з урахуванням дії на них чисельних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища.

В першу чергу для здійснення господарської діяльності кожен суб’єкт господарської діяльності повинно мати у своєму розпорядженні майно, яке повинно належати власникам бізнесу. Майно, яке належить власникам і яким вони користуються та розпоряджаються, відображається в його балансі [5, 6].

Активи підприємства – це економічні ресурси, контрольовані підприємством у формі майнових цінностей у господарській діяльності з метою отримання прибутку.

Вчені-економісти розглядають активи за різними класифікаційними ознаками, основні яких з позицій фінансового менеджменту вказані на рис. 1.



Рисунок 1. Класифікація активів підприємства за основними ознаками

Управління і аналіз активами підприємства, тобто його майном, дозволяє оцінити його динаміку і прийняти рішення про необхідні напрями їх зміни. Структура активів характеризує, в першу чергу, рівень мобільності майна

підприємства, дозволяє визначити за рахунок яких їх складових ця мобільність забезпечується.

Система управління активами може бути представлена як замкнутий цикл послідовної реалізації функцій управління цілеполягання, планування, організації, контролю і регулювання. У реальній практиці господарювання і управління система управлінського циклу перетворюється у послідовність етапів вироблення, прийняття, реалізації і оцінки виконання управлінських рішень.

Чисельність таких етапів більше, ніж число загальних функцій управління, так як окремі функції за характером свого утримання потребують для практичної реалізації більшого періоду. Цикл управління активами підприємства представляє собою послідовність функцій управління, а також послідовність етапів реалізації управлінських рішень. Нами пропонується наступна система управління активами підприємства, яка базується на їх аналізі (рис. 2) [7, Т.І, с. 203-210].

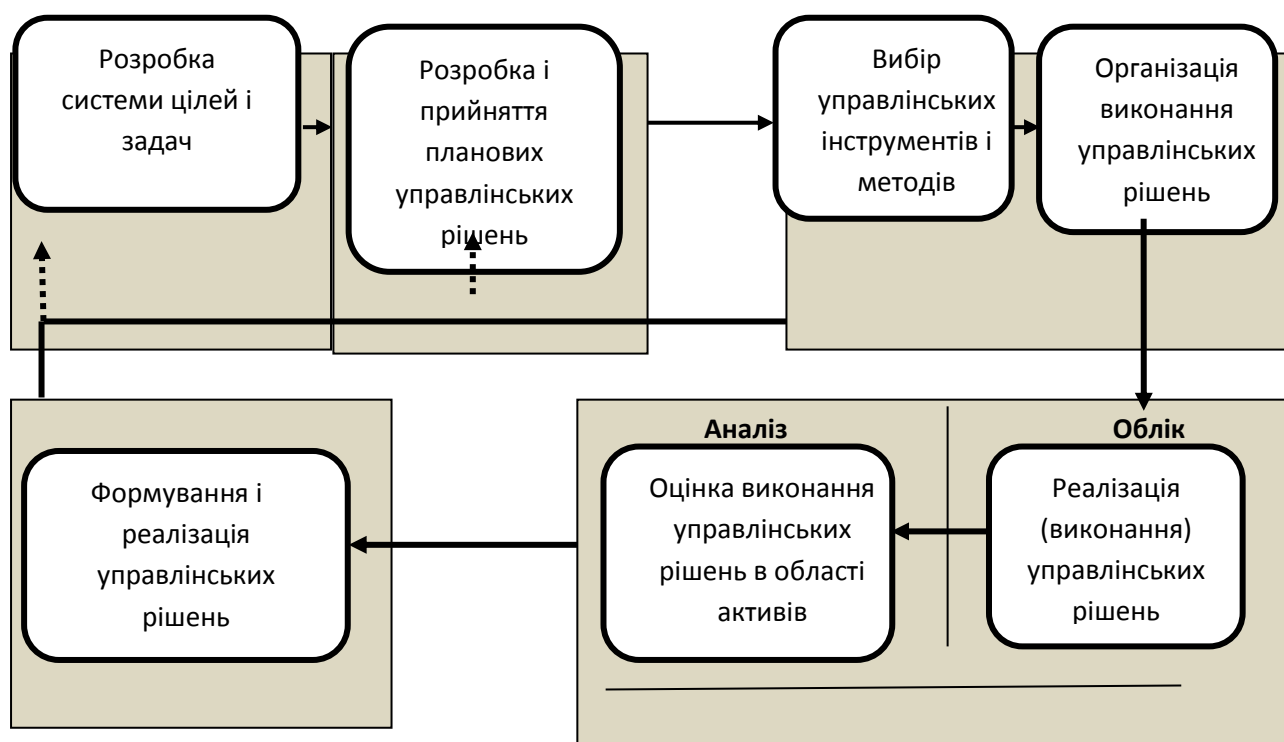


Рисунок 2. Система аналізу активів підприємства, як складова управління ними у системі фінансового менеджменту, яка пропонується

З точки зору практичного фінансового менеджменту даний управлінський цикл виступає як певна управлінська технологія, яка передбачає послідовність дій фінансових менеджерів, які базуються на застосуванні комплексу специфічних методів і інструментів управління активами підприємства.

Враховуючи те, що роль активів у діяльності підприємства є основною, тому виробнича форма капіталу, тобто активи, здатні реалізувати саму ідею і місію створення і функціонування підприємства як бізнес-одиниці. Виходячи з

цього, управління активами повинно бути ефективним і забезпечувати досягнення максимального виробничого і фінансового результату діяльності господарюючого суб'єкта.

Аналіз господарської діяльності є важливим етапом в діяльності підприємства, він сприяє підвищенню ефективності прийняття управлінських рішень, контролю та прогнозуванню діяльності підприємства шляхом дослідження змін і розвитку економічних явищ, виявлення відхилень фактичних даних від заданих параметрів та встановлення причинно-наслідкових зв'язків, які спровокували ці відхилення.

Аналізуючи літературні джерела в частині повноти розкриття методики аналізу стану активів, власного та залученого капіталу, встановлено, що визначене питання не достатньо розкрито у навчальній літературі, що, пояснюється тим, що автори розглядають лише окремі етапи здійснення аналізу стану активів та пасивів, які необхідні для визначення конкретних аспектів фінансового стану підприємства, ігноруючи при цьому вагому впливовість безпосередньо аналізу стану активів та пасивів на контроль та планування діяльності підприємства.

При проведенні аналізу господарської діяльності підприємства мають вирішуватися наступні завдання:

1) на основі вивчення причинно-наслідкового взаємозв'язку між різними показниками

виробничої, комерційної і фінансової діяльності дається оцінка виконання плану по надходженню фінансових ресурсів і їх використанню з позиції покращення фінансового стану підприємства;

2) прогнозування можливих фінансових результатів, рентабельності, виходячи з реальних умов в господарській діяльності і наявності власного і позикового капіталу, розробка моделей фінансового стану при різноманітних варіантах використання ресурсів;

3) розробка конкретних заходів, спрямованих на ефективніше використання фінансових ресурсів і зміцнення фінансового стану підприємства.

Петренко М.І., Драбовський А.Г., Іванюта П.В., зазначають такі завдання класичного економічного аналізу активів:

1) оцінка стану, структури та динаміки зміни активів підприємства;

2) оцінка впливу зміни активів на зміну фінансового стану підприємства;

3) аналіз та оцінка ефективності функціонування активів підприємства;

4) виявлення причин позитивних і негативних тенденцій зміни активів підприємства [6, Т.І с. 322-327]. Вищезазначені завдання виконуються у ході виконання бухгалтерського, фінансового та стратегічного аналізу активів підприємства.

Усі етапи аналізу активів не є самодостатніми. Здійснювати стратегічне управління компанією не можливо лише на основі даних бухгалтерського обліку та фінансової звітності. У той же час неможливо провести стратегічний аналіз активів без їх кількісних оцінок, які відображаються у бухгалтерських та фінансових звітах. В умовах інноваційної економіки задача економічного

аналізу активів ускладнюється. Оскільки, крім проходження всіх зазначених етапів аналізу, необхідно адаптувати їх до умов сучасності.

Характеризуючи активи як об'єкт фінансового управління та аналізу, слід відзначити особливості їх окремих складових:

1. *Необоротні активи* – найменш мобільна та ліквідна складова майна, головна відмінність якої полягає у багаторазовому їх використанні у виробничому процесі та частковому переносі своєї вартості (амортизації) протягом кожного операційного циклу. При цьому, необоротні активи не змінюють своєї натурально-речовинної форми. Функціонування активів за їх основними формами:

1.1. *Необоротні активи* – характеризуються як активи підприємства, що мають матеріальну форму. До їх складу згідно до П(С)БО 2 «Баланс» входять:

- а) основні засоби;
- б) незавершене будівництво;
- в) довгострокові фінансові інвестиції;
- г) відстрочені податкові активи;
- д) інші необоротні активи.

У процесі формування й управління необоротних активів необхідно враховувати їх переваги і недоліки порівняння з оборотними активами (рис 3) [6, 7].

1. Переваги необоротних активів

1. Менший ризик впливу інфляційного процесу та можливе збільшення ринкових цін на нерухомість швидшими темпами, ніж темпи інфляції.
2. Менший ризик втрати в процесі операційної діяльності.
3. Тривалий період використання у виробничому процесі.

2. Недоліки необоротних активів

1. Низький рівень маневреності .
2. Можливість морального зносу за швидкої змінюваності технологічних процесів, інноваційних технологій і продуктів.
3. Неможливість швидко змінити структуру вкладених коштів.

Рисунок 3. Переваги і недоліки використання необоротних активів

2. *Оборотні активи* – до даної групи активів відносять ті види майнових цінностей, які повністю споживаються за один виробничий цикл. Частина оборотного капіталу, яка постійно перебуває у сфері виробництва, називається *оборотними фондами*, їх складовими є:

- а) запаси (виробничі запаси, незавершене виробництво);
- б) інші види матеріальних активів;
- в) витрати майбутніх періодів.

Та частина оборотного капіталу яка перебуває у сфері обігу відноситься до *фондів обігу* (готова продукція на складі, товари відвантажені відповідно до договорів, грошові кошти на рахунках підприємства і у касі, дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, інші оборотні активи).

2.1. *Нематеріальні активи* – вартість об'єктів, які віднесені до складу нематеріальних активів та характеризують активи підприємства, які не мають матеріальної форми та приймають участь у господарській діяльності та приносять прибуток. Бухгалтерський облік нематеріальних активів ведеться щодо кожного об'єкта, до їх складу відносять:

- а) права користування природними ресурсами;
- б) права користування майном;
- в) права на знаки для товарів і послуг (товарні знаки, торгові марки, фірмові назви тощо);
- г) права на об'єкти промислової власності (право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорт рослин, ноу-хау, тощо:
 - «ноу-хау» це сукупність технічних, технологічних, управлінських, комерційних і інших знань, які оформлені у виді технічної документації, опису, накопичення виробничого досвіду, і є предметом інновацій, що не запатентовані;
- д) права на промислові зразки і моделі;
- ж) товарні знаки – емблема, рисунок або символ, які зареєстровані в установленому порядку;
- з) права на використання комп'ютерних програм;
- к) «гудвіл» – різниця між ринковою вартістю підприємства як цілісного майнового комплексу і його балансової вартістю, яка створена у зв'язку з можливостями отримання більш високого рівня прибутку.

3. *Фінансові активи* – характеризують різні фінансові інструменти, які належать підприємству або знаходяться у його володінні. До фінансових активів підприємства відносять:

- а) грошові активи в національній валюті;
- б) грошові кошти в іноземній валюті;
- в) дебіторська заборгованість у всіх її формах;
- г) короткострокові фінансові вкладення;
- д) довгострокові фінансові вкладення.

Щодо основних ознак активів, пропонуємо наступну класифікацію:

4. *Залежно від характеру володіння активами:*

- а) *власні активи* – до них належать активи підприємства, які постійно перебувають у його володінні і відображаються в балансі;
- б) *орендовані активи або які знаходяться у лізингу* (оперативному, фінансовому) – активи, які тимчасово перебувають у володінні підприємства відповідно до укладених угод оренди (лізингу).

5. *За характером обслуговування видів діяльності:*

а) *операційні активи* – безпосередньо використовуються в комерційно-виробничій діяльності підприємства з метою отримання операційного прибутку;

б) *інвестиційні активи* – характеризують сукупність майнових цінностей підприємства, пов'язаних із здійсненням його інвестиційної діяльності.

6. *За характером фінансових джерел формування активів:*

а) *валові активи* – сукупність майнових цінностей підприємства, які сформовані за рахунок як власних так і залучених коштів;

б) *чисті активи* (Чакт.) – це вартісна сукупність майнових цінностей підприємства, сформованих виключно за рахунок власного капіталу. Вартість чистих активів розраховується за формулою [1, с.264]:

$$\text{Чакт.} = \sum A - \sum Z_{\text{кап.}} \quad (1.1.)$$

де $\sum A$ – загальна сума активів підприємства;

$\sum Z_{\text{кап.}}$ – загальна сума запозиченого капіталу підприємства.

7. *За ступенем ліквідності активів:*

а) *активи в абсолютно ліквідній формі*, які не потребують реалізації – це грошові кошти в національній і іноземній валютах;

б) *високоліквідні активи* – характеризують групу активів підприємства, яка може бути швидко може бути конвертована в грошову форму без відчутних втрат своєї поточної ринкової вартості з метою своєчасного забезпечення платежем по поточним фінансовим операціям (короткострокові фінансові вкладення, короткострокова дебіторська заборгованість);

в) *середньоліквідні активи* – це активи, які можуть бути конвертовані в грошову форму без відчутних втрат своєї та поточної ринкової вартості (всі форми дебіторської заборгованості, крім короткострокової і безнадійної, запаси готової продукції на складах підприємства);

г) *низьколіквідні активи* – до них відносяться активи підприємства, які можуть бути конвертовані в грошову форму без відчутних втрат своєї та поточної ринкової вартості лише після закінчення значного періоду часу, до них відносять:

- запаси сировини і матеріалів;
- незавершене виробництво;
- незавершені капітальні вкладення;
- нематеріальні активи;
- довгострокові фінансові вкладення.

8. *Неліквідні активи* – активи, які не можуть бути реалізовані самостійно (тільки у складі цілісного майнового комплексу). До їх складу входять:

а) безнадійну дебіторську заборгованість;

б) витрати майбутніх періодів;

в) збитки поточні і минулих років, які відображаються у складі активу балансу підприємства).

Основні завдання управління необоротними активами підприємства полягають у забезпеченні своєчасного оновлення основних виробничих фондів та високої ефективності їх використання.

Основні етапи політики управління необоротними активами підприємства наведені на рис. 4.



Рисунок 4. Основні етапи формування політики управління необоротними активами підприємства

1. *Аналіз необоротних активів підприємства у попередньому періоді* – у результаті аналізу вивчається динаміка загального їх обсягу і складу, ступеню придатності, інтенсивності оновлення і ефективності їх використання.

2. *Оптимізація загального обсягу і складу необоротних активів підприємства* – здійснюється з урахуванням отриманих у результаті аналізу можливих резервів підвищення виробничого використання необоротних активів у попередньому періоді. До основних резервів можна віднести наступні:

- підвищення продуктивності використання необоротних активів у часі, особливо їх активної частини, (підвищення коефіцієнтів змінності і використання необоротних активів по потужностям обладнання);

- підвищення продуктивності використання необоротних активів по потужності (за рахунок підвищення продуктивності окремих їх видів у відповідності до передбаченої технічної потужності).

Формула для визначення необхідного загального обсягу необоротних активів підприємства в плановому періоді має наступний вигляд (операційні необоротні активи) [1, с.281]:

$$ЗПона = (ОВА_{кп} - ОВА_{нк}) \cdot (1 + \Delta K_{Boa}) \cdot (1 + \Delta K_m) \cdot (1 + \Delta OPI_{тп}), (1.2)$$

де ЗПон – загальна потреба підприємства в операційних необоротних активах у плановому періоді;

ОВА_{кп} – вартість операційних необоротних активів підприємства, які використовуються на кінець звітного періоду;

ОВА_{нк} – вартість операційних необоротних активів підприємства, які не беруть участі в виробництві продукції, на кінець звітного періоду;

ΔK_{Boa} – плановий приріст коефіцієнта використання операційних необоротних активів у часі;

ΔK_m – плановий коефіцієнт використання операційних активів підприємства;

$\Delta OPI_{тп}$ – плануємий темп приросту обсягів реалізації продукції.

3. *Забезпечення своєчасного оновлення необоротних активів підприємства* для чого на підприємстві необхідно розрахувати необхідний рівень інтенсивності оновлення окремих груп активної частини необоротних активів; крім того, розраховується загальний обсяг активів, які доцільно оновити у поточному періоді; визначаються фінансові джерела та загальні суми витрат для кожної групи активів.

4. *Забезпечення ефективного використання необоротних активів підприємства* – за результатами аналізу розробляється система заходів, які повинні бути направлені на підвищення коефіцієнтів рентабельності і фондівіддачі активної частини необоротних активів.

5. *Формування основних принципів і оптимізація структури джерел формування необоротних активів підприємства.* На даному етапі формуються джерела фінансування оновлення, модернізації необоротних активів підприємства як за рахунок власних так і кредитних фінансових коштів або використання фінансового лізингу і т.п.

Висновки з постановкою проблем на подальше дослідження. В результаті проведених досліджень можна виділити основні напрямки підвищення ефективності управління та використання активів підприємства:

- що аналіз стану активів та пасивів є невід’ємною складовою проведення аналізу фінансового стану підприємства

- прискорення оборотності оборотних активів за рахунок визначення зайвих запасів та їх ліквідації, оптимального вибору постачальників і поліпшення організації постачання; впровадження нових технологій та підвищення ефективності праці; раціональної організації збуту, формування і

реалізація ефективної кредитної політики;

- дозволяє оцінити фінансову стійкість, ліквідність та ділову активність підприємства;

- формування такого обсягу та структури запасів, які б забезпечили неперервність і стабільність виробничого процесу при мінімальних витратах на утримання запасів;

- оптимізація обсягу дебіторської заборгованості, розрахунків та визначення оптимального залишку грошових коштів, складання бюджетів поточних надходжень і витрат;

- вирішення цього завдання можливе шляхом створення та розвитку методологічних аспектів діагностики активів і пасивів підприємства, яка передбачатиме системне дослідження фінансів підприємств, та виявлення комплексу питань, які дають відповідь на стан справ підприємства та її системи управління.

Проведені дослідження дозволили сформувати систему управління активами підприємства, що передбачає визначення оптимальної величини оборотних активів, їх ефективне використання та розробку варіантів фінансування оборотних активів підприємства.

Список використаних джерел

1. Бланк І.А. Управління активами. Навчальний посібник. К.: «Ніка-Центр», 2000. 720 с. (Серія «Бібліотека фінансового менеджера»).
2. Григор'єва Т.Ю. Управління оборотними активами підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intkonf.org/grigoreva-tyu-upravlinnya-oborotnimi-aktivami-pidpriemstva/>
3. Економіка підприємства: підручник /за заг. ред. Г.О. Швиданенко [вид. 4-те перероблене і доповнене]. КНЕУ, 2018. 816 с.
4. Ізмайлова Н.В. Управління оборотними активами підприємств. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня канд. екон. наук. Київ. 2019. 24 с.
5. Павленко І.М., Верба В.А., Семененко А.С. Аналіз активів підприємства: задачі і пріоритети. *Формування ринкової економіки*. 2021. №25. С. 52– 62.
6. Петренко М.І., Драбовський А.Г., Петренко В.М. Економіка підприємства: навч. посіб. /За заг. ред. проф. М.І. Петренко. Вінниця: Консоль, 2018. Т. II, 510 с.
7. Фінансовий менеджмент: підручник. За заг. ред проф. М.І. Петренко
8. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу: навчальний посібник / З.Петряєва. Харків: Вид. ХНЕУ, 2019. 236 с.
9. Пілецька С.Т. Управління структурою капіталу підприємства. *Вісник Запорізького національного університету*. 2022. №3(7). С. 79–83.

Петренко М. І., професор
кафедри гуманітарних, соціально-економічних
та фінансово-облікових дисциплін
Кашпрук Ю. А., к.е.н.
Вінницькій кооперативний інститут

МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЇ У СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Актуальність теми. У сучасних умовах проблема підвищення ефективності господарської діяльності промислових підприємств вимагає нових підходів, а саме розробку і реалізацію елементів стратегії інноваційної діяльності підприємств.

У даний час недостатньо повно обґрунтовані і методичні підходи до розробки інноваційної стратегії розвитку промислових підприємств різної галузевої приналежності.

Проблеми оцінки ефективності капітальних вкладень знаходились і знаходяться в центрі уваги, як вчених економістів, так і керівників-практиків підприємств і організацій. Протягом останніх 10-15 років було видано велику кількість наукових робіт, присвячених цим проблемам, розроблений цілий ряд методичних вказівок і рекомендацій з питань економічного обґрунтування капітальних вкладень в різні об'єкти інвестування, призначених для різних рівнів використання – державного, галузевого і регіонального.

Значний вклад в формування наукового уявлення про інновації внесли праці наступних зарубіжних вчених: П.Друкера, С. О'Доннела, Н. Мончева, І. Перлаки, Э. Роджерса, Би. Санто, Би. Твисса, В. Д.Хартмана, Й. Шумпетера, С. Янга і інших.

Вітчизняні дослідники також приділяли увагу цієї категорії. Серед них виділяються І.А. Бланк, В. Я. Горфінкель, Е.М. Купряков, В. Г. Мединський, М.І.Петренко, П.В. Іванюта

Разом з тим, до недавнього часу основним документом, що регламентує порядок оцінки економічної ефективності капітальних вкладень, були «Методичні рекомендації по комплексній оцінці ефективності заходів, направлених на прискорення науково-технічного прогресу», але до теперішнього часу в Україні цьому питанню не приділяється належної уваги.

Якщо слідувати класичним канонам теорії ринкової економіки, згідно яким діяльність первинних господарюючих суб'єктів (виробника, покупців і кінцевих споживачів продукції і послуг) заснована на волі вибору сфер і напрямків цієї діяльності, а функції держави зводяться до регулювання процесів взаємодії первинних господарюючих суб'єктів, то напрошується висновок про необхідність виділення, принаймні, двох видів критеріїв ефективності їх діяльності:

а) *локальних критеріїв* ефективності діяльності первинних господарюючих суб'єктів, які в рамках заданих зовнішніх обмежень прагнуть отримання найбільших вигод (прибутковості, прибутку) в довгостроковій перспективі.

б) *загальних критеріїв* ефективності діяльності всієї економічної системи які повинні лежати в основі державної політики, направленої на забезпечення розвитку держави.

Визнання наявності двох груп – неоднорідних і в загальному випадку суперечливих критеріїв, вимагає розробки і різних методів оцінки ефективності капітальних вкладень, які відповідно до прийнятої класифікації можуть бути названі макро- і мікроекономічними.

Для інноваційних підприємств, наукових організацій, що працюють в умовах ринкових відносин на основі комерційного розрахунку (самофінансування і самоокупності) здійснюючих інвестування, дуже важливим є питання про перспективну вигідність – кінцевої економічної ефективності таких інвестицій. У зв'язку з цим інноваційні підприємства (організації) повинні враховувати той або інший ступінь невизначеності, прогнозувати, який сумарний дохід від цих інвестицій може бути одержаний.

Для цього повинен використовуватися відповідний інструментарій економічних обґрунтувань ухвалених рішень.

В сучасних умовах кардинального реформування господарського механізму, його орієнтації на ринкові моделі економічного розвитку, проблема економічного обґрунтування інвестиційних рішень набуває особливої актуальності.

Такого роду проблеми виникають як на рівні первинних господарюючих суб'єктів (інноваційних підприємств і організацій), так і у вищих ешелонах управління національною економікою, зокрема, при розподілі бюджетних коштів на фінансування наукових, соціальних і інших загальнодержавних програм та пріоритетних напрямків.

Прийняття рішення про реалізацію інноваційного проекту (в умовах ринкової економіки) повинне передувати вирішення двох взаємопов'язаних методичних задач:

- 1) економічної оцінки всіх можливих варіантів реалізації проекту;
- 2) порівняння варіантів і вибір найкращого (більш ефективного) серед них.

При цьому необхідно враховувати, що в умовах інтеграції економіки України в світову економічну систему, способи вирішення вказаних задач не повинні вступати всупереч з методами економічних порівнянь і обґрунтувань, які прийняті в світовій практиці.

Необхідно враховувати, що в умовах панування державної форми власності і централізованих методів управління економікою, переважав і відповідний централізований, єдиний для всіх підприємств і організацій підхід до оцінки ефективності господарських рішень. Суть його зводилася до принципу, згідно якому все, що вигідне для держави, повинно бути вигідно і для кожного з господарюючих суб'єктів. Цей принцип передбачав єдиний для всіх суб'єктів глобальний критерій ефективності капітальних вкладень –

економічний ефект, одержаний на всіх стадіях і етапах реалізації нововведення, тобто від проведення досліджень і розробок до практичного використання нових технологій (конструкцій) споживачем. Методичні суперечки в основному торкалися тільки показників, на основі яких оцінювався цей ефект:

- «приведені витрати» на реалізацію нововведень;
- «інтегральний» або «річний економічний ефект».

Штучність і можлива умовність розрахунків ефективності на основі порівняння приведених витрат обумовлюється трьома причинами:

1. Використанням показника *«річні приведені витрати»* для прийняття господарських обґрунтованих рішень тільки при дотриманні двох умов: по-перше, якщо одноразові витрати (капітальні вкладення) здійснюються за рік, безпосередньо передуючий року функціонування об'єкту нової техніки, по-друге, якщо поточні витрати на функціонування цього об'єкту визначені в інтервалі від першого року до «Т», рівного нескінченності (нескінчений термін служби), і при цьому залишаються незмінними. Тобто, показник річних приведених витрат обґрунтований тільки для ідеальних, практично нереалізованих, умов. Тому використання цього показника для кінцевого періоду є умовним прийомом, що спрощує процедуру розрахунків при обґрунтуванні вибору одного з варіантів реалізації інноваційного проекту, але при цьому не гарантує правильності такого вибору. Дотримання вказаних вище умов призводить до того, що в розрахунках до кінця враховується економічна динаміка, а точніше, може бути врахована лише динаміка перед виробничих витрат (шляхом приведення розподілених в часі капітальних вкладень до одного року). Поточні витрати реалізації проекту приймаються як постійні величини, не залежні від часу. Це на нашу думку велика умовність, оскільки не враховується динаміка виробництва і експлуатаційних параметрів техніки, що використовується, можлива динаміка цін і платежів, а також нерівномірність економічних оцінок різночасних витрат і результатів.

На підставі з вищевикладеного, можна зробити однозначний висновок про неприйнятність вживання показника приведених витрат для економічної оцінки і відбору інноваційних проектів.

2. Використання, як початковий методичний принцип, порівняльної ефективності (*«мінімум приведених витрат»*) припускає обов'язкове дотримання умови тотожності результатів за даними інвестиційними проектами, оскільки безпосереднє порівняння проектів з різними результатами, а тим більше реалізованих в різних галузях, практично неможливе. При оцінці економічного ефекту цим методом передбачається обов'язкове приведення порівнюваних варіантів в спів ставний вигляд, тобто введення «проміжних», умовних варіантів, тотожних по кінцевих результатах і що виходить з порівнюваних варіантів шляхом перерахунку витрат. Оскільки порівнюються вже не реальні, а приведені, умовно-розрахункові варіанти (незалежно від способів здійснення такого приведення), це може викликати серйозні спотворення в розрахунках і в результаті спровокувати ухвалення помилкового рішення.

3. Використання традиційних методів, заснованих на зіставленні приведених витрат, не узгоджується з методами оцінки результатів господарської діяльності, що використовуються в сучасних умовах. В цих умовах порівняльна ефективність, як початковий методичний принцип відбору інноваційних проектів знаходиться в суперечності з абсолютною ефективністю господарських заходів. Таким чином, в сучасних умовах використання методів порівняльної ефективності з властивими їм умовністю, відривом від системи ціноутворення, визначення прибутку, на нашу думку, стає переважно непридатним.

Важливим етапом в розвитку методології оцінки економічної ефективності інвестиційних рішень з'явилося видання Методичних рекомендації з оцінці ефективності інвестиційних проектів [1].

В даних рекомендаціях, як узагальнюючий показник, пропонується використовувати величину економічного ефекту, яка визначається як різниця вартісних оцінок сукупних результатів (продукція, роботи, послуги у вартісному виразі, одержані в результаті реалізації проекту) і повних витрат на їх досягнення.

Показник порівняльної економічної ефективності при єдності результатів в даних Методичних рекомендаціях розглядається як окремий випадок при порівнянні варіантів реалізації заходів або проекту.

Використання різниці результатів і витрат, як критерію для оцінки ефективності варіантів і вибору кращого з них, дозволяє уникнути цілого ряду недоліків, властивих методам порівняльної ефективності.

При цьому, по-перше, усувається умовність, яка можлива при проведенні різних варіантів інноваційних проектів до порівняного вигляду. При такому підході вдається уникнути виникнення «проміжних» варіантів. При використанні критерію абсолютного інтегрального економічного ефекту, в число проектів, які розглядаються включаються всі представлені проекти, у тому числі і ті, які забезпечують тотожний економічний результат, але з урахуванням специфіки кожного проекту, включаючи реальні витрати на досягнення відповідного результату, а не шляхом перерахунку витрат на тотожний результат.

По-друге, використанні для економічної оцінки критерію абсолютного економічного ефекту дає можливість порівнювати інвестиційні проекти, що розрізняються не тільки витратами, але і результатами від їх реалізації, тобто з» являється можливість порівняння проектів по ступеню задоволення певного роду потреб. В зв'язку з цим до фінансування може бути прийнятий проект з великими питомими витратами, але який забезпечує при цьому великі результати і які при цьому забезпечують більшу масу прибутку за період його здійснення.

По-третє, застосування даного методичного підходу до економічної оцінки інноваційних проектів дозволяє враховувати в розрахунках економічну динаміку (динаміку виробництва і експлуатаційних параметрів техніки, що використовується, можливу динаміку цін і платежів, а також нерівноцінність

економічних оцінок різночасних витрат і результатів), оскільки розрахунок величини економічного ефекту охоплює весь часовий період реалізації того або іншого проекту, починаючи від наукових досліджень. Таким чином, у величині інтегрального економічного ефекту знаходять віддзеркалення зміни в часі обсягів виробництва, цін, тарифів і т. п., а також враховується нерівноцінність в часі вартісних величин.

По-четверте, оцінка ефективності альтернативних проектів з метою ухвалення рішення по їх фінансуванню, що проводиться відповідно до пропонованого методичного підходу, носить комплексний характер, оскільки дозволяє врахувати всю сукупність чинників, що визначають формування і величину як вартісної оцінки результатів впровадження і реалізації проекту, так і вартісної оцінки витрат, що забезпечили їх досягнення.

По-п'яте, початкові методичні положення пропонованого підходу відповідають загальноприйнятим в світовій практиці методам економічних вимірювань.

В умовах переходу до ринкових відносин, суб'єктами яких є повністю самостійні підприємства (організації), необхідність в проведенні економічних обґрунтовувань, господарських заходів не тільки не зменшується, але, навпаки, посилюється, оскільки зростає «ціна» неправильно ухвалених рішень. Разом з тим необхідно відзначити і ряд методичних проблем, які або залишилися невирішеними в Методичних рекомендаціях, або в сучасних умовах представляються спірними по наступних міркуваннях: хоча методичні рекомендації і претендують на комплексність оцінки ефективності заходів НТП, практично вони переслідують мету визначення лише однією з складових комплексної оцінки, а саме економічної оцінки заходів НТП. Для визначення економічного ефекту потрібен всі результати і витрати представити у вартісній формі, що не завжди можливе, якщо ці заходи направлені на рішення глобальних народногосподарських задач, розвиток соціальної сфери і т.п.

Висновки. В умовах трансформації економіки, переходу на інноваційний рівень розвитку промисловості важливе значення має економічне обґрунтовування та прийняття рішень, при відборі та фінансуванні інноваційних проектів та програм. Причому, такі задачі виникають, як на рівні окремих господарюючих суб'єктів (підприємств, організацій), так і на рівні державних органів, що ухвалюють рішення про направлення фінансових бюджетних коштів на реалізацію наукових пріоритетних програм і проектів.

Не дивлячись на очевидну актуальність ефективності інвестицій в інновації, методичні аспекти даної проблеми не знайшли ще гідного освітлення у вітчизняній економічній літературі.

В статті розглянуті деякі аспекти і методичні питання оцінки економічної ефективності інновацій в сучасних умовах інноваційного розвитку економіки.

Список використаних джерел

1. Бланк І.А. Основи фінансового менеджменту. К.: Ніка-Центр, 2012. 592 с.

2. Горовий Д.А. Економічна діагностика: конспект лекцій. Харків, ХНАДУ, 2019. 93с.
3. Должанський І.З. Бізнес-план: технологія розробки. К.: ЦУЛ. 2022. С. 89-98.
4. Мороз О.В., Сметанюк О.А. Фінансова діагностика у системі антикризового управління на підприємстві: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2016. 167 с.
5. Петренко М.І., Драбовський А.Г., Іванюта П.В. Петренко В.М. Фінансовий менеджмент з основами фінансової діагностики підприємства: підручник /за заг. ред. професора М. Петренко. 0 Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля», 2021. Т. II.

Петровський М. В., здобувач освіти
Драбовський А. Г. д.е.н.,
професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут

ПРИНЦИПИ ТА МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Менеджмент персоналу багатогранний та виключно складний процес, що має свої специфічні властивості та закономірності та повинен набути системного характеру та завершеності на базі комплексного вирішення кадрових проблем, запровадження нових та удосконалення існуючих форм та методів роботи. Ефективність управління полягає у тому, щоб відшукати саме такі підходи та методи, що забезпечать бажаний перебіг подій в організації та будуть спонукати її робітників до продуктивнішої праці. В даних умовах управління людьми важлива складова менеджменту, яка сприяє збільшенню ефективності роботи підприємства шляхом визначення цілей, функцій, задач й принципів управління підлеглими.

Принципи управління персоналом є сукупністю фундаментальних правил керівництва персоналом, послідовне дотримання яких це обов'язкова умова досягнення поточних та перспективних цілей підприємством [1].

Основні принципи управління персоналом компанії є такі:

1. Принцип плановірності, який передбачає здійснення всіх операцій і дій на підприємстві по відтворенню і використанню персоналу, що відбувається на плановірній основі, скоординовано та налагоджено. Відсутність плановірності, неузгодженість під час виконання окремих планів порушують ритм виробництва, погіршують якість виконання певних робіт і продукції, а в підсумку призводять до втрат робочого часу.
2. Принцип системності потребує реалізацію системного підходу у менеджменті компанією, як цілісним організмом, структурними підрозділами та виконавцями.

3. Принцип єдиноначальності показує точний розподіл повноважень поміж керівниками і структурними підрозділами по вертикалі та горизонталі, адміністративну підпорядкованість кожного робітника, кожної структурної одиниці тільки одному керівнику.

4. Принцип соціального партнерства орієнтований на досягнення порозуміння між керівником та підлеглими, досягнення балансу інтересів поміж працюючими, соціальної згоди та бажання працювати спільно задля досягнення вигідних кінцевих результатів [2].

5. Принцип економічної ефективності має під собою ефективне використання фінансових ресурсів для утримання та підготовки кадрів, оптимальних витрат на оплату праці та утримання робочих місць, інших витрат, що характеризують віддачу персоналу і їх окупність.

6. Принцип демократизму потребує оптимального поєднання єдиноначальності, особистої відповідальності менеджера за стан справ у компанії чи підрозділі, де він керує, із активним залученням найманого персоналу до формування стратегії підготовки і використання кадрів, прийняття стратегічних та оперативних рішень, виявленні резервів збільшення ефективності виробництва, формуванні демократичного стилю управління.

7. Принцип економічної заінтересованості має під собою розробку гнучкої системи стимулів, що побуджує весь персонал підприємства працювати із максимальною віддачею, щоб досягти поставлених цілей.

8. Принцип соціальної доцільності значить, що різні заходи на підприємстві, будь-які дії керівників, умови праці кадрів повинні бути соціально виправданими і обґрунтованими [3].

Засоби управління підлеглими включають широке коло речей, що використовують для практичного керування людьми на підприємстві: інтелект, управлінські здібності кадрів, фінансове забезпечення організації, матеріальне та технічне оснащення робочих місць й службових приміщень, нормативно-правове забезпечення, інформативне забезпечення, технологію менеджменту. Управління персоналом це ефективний засіб забезпечення виконання компанією поточних завдань та досягнення перспективних цілей.

Основне завдання управління персоналом це забезпечення робочою силою й спеціалістами усіх структурних підрозділів компанії, відповідальність за розвиток працівників і ефективну мотивацію їх до роботи, створення безпечних умов праці. До завдань служби персоналу входять ділові контакти із навчальними закладами (університетами, технікумами, професійними училищами), центрами зайнятості, кадровими службами інших організацій, статистичними органами, і т.д. [4].

Методами управління називають засоби здійснення управлінських впливів на працівників задля досягнення цілей організації. На базі класифікації за способом впливу на робітника розрізняють адміністративні, економічні й соціально-психологічні методи менеджменту.

Адміністративні методи управління направлені для забезпечення дисципліни і стимулювання до роботи. Для них притаманний прямий характер дії, який передбачає обов'язкове виконання адміністративних актів.

Економічні методи управління працівниками роблять свій вплив на базі економічних законів і категорій. Економічні методи це досить ефективний інструмент та залежить він від виду господарської діяльності організації, системи оплати праці й матеріального заохочення робітників, ситуації на ринку робочих місць у частині наявності робітників відповідної якості і потрібної кількості.

Соціально-психологічні методи керування працівниками ґрунтуються на використанні впливів, які є у арсеналі соціології й психології. Якщо соціологічні методи направлені на групи осіб і їх взаємодію під час виробничої діяльності, то психологічні в свою чергу - на особистість певного робітника.

Психологічними методами управління персоналом користуються всім арсеналом психологічної науки (психофізіологією, психоаналізом, психологією праці, психологією управління, психотерапією) та складаються з таких елементів: - психологічного планування; - визначення типу особистості (наприклад організаційний, аналітичний, інженерний, творчий або інтуїтивний); - визначення типу темпераменту, характеру, спрямованості, інтелектуальних і когнітивних здібностей, методів впливу, моделей поведінки, рівня стресостійкості і конфліктності [5].

Правильно вибрані соціально-психологічні методи впливу дозволять створити філософію організації і механізми її впровадження в виробничу діяльність, корпоративну культуру. Вони посприяють формуванню партнерських відносин поміж робітниками, підтримці ініціативи й відповідальності, забезпечують здоровий психологічний клімат в колективі. Використання незвичних методів найму персоналу таких як лізинг, аутсорсинг, аутстафінг у тій чи іншій формі надає компанії необхідну гнучкість.

Звичайно про вище згадані методи роботи із працівниками згадують тоді коли постає питання невідповідності наявних трудових ресурсів та потреб організації у них. Вирішенням даної проблеми є розроблення програми зміни кількісних і якісних параметрів трудових ресурсів організації. Дана програма може передбачити задоволення потреб в кадрах через додатковий прийом на роботу фахівців певного профілю, передачу завдань на виконання іншим організаціям чи інші заходи.

Список використаних джерел

1. Дибчук Л.В., Драбовський А.Г. Гнучкий кадровий менеджмент як основа ефективного управління підприємством. *Соціально-компетентне управління корпораціями в умовах поведінкової економіки*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 28 лист. 2018 р. Луцьк, 2018. С. 39–42
2. Крушельницька О. В., Мельничук Д. П. Управління персоналом: навч. посіб. [2-ге вид., переробл. й доп.]. К.: Кондор, 2006. 308 с.
3. Никифоренко В. Г. Управління персоналом: навч. посіб. [2-ге вид.,

виправ. та допов.]. Одеса : Атлант, 2013. 275 с.

4. Петрова І. Л. Стратегічне управління людськими ресурсами: навч. посіб. К. : КНЕУ, 2013. 466 с

5. Дибчук Л. В., Тищук Б. І. Характеристика моделей та методів управління людськими ресурсами. *Сучасні напрями розвитку економіки, підприємництва, технологій та їх правового забезпечення*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Львів: вид-во ЛТЕУ, 2023. С.239–241

Пиріжок С.Є.

*к.е.н., в.о. зав. кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут*

СТРАТЕГІЇ ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ КЕРІВНИКА В УМОВАХ БАГАТОЗАДАЧНОСТІ ТА ЦИФРОВОГО НАВАНТАЖЕННЯ: АДАПТИВНІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ЧАСОМ

У сучасному цифровому середовищі керівник стикається з безпрецедентним рівнем інформаційного навантаження та постійною необхідністю працювати в режимі багатозадачності. Таке швидкозмінне середовище вимагає впровадження нових підходів до управління часом, які базуються не лише на класичних принципах планування, а й на адаптивних моделях, що враховують когнітивні обмеження, цифрові фактори та зміну темпу організаційного розвитку.

Актуальність теми обумовлюється тим, що за результатами дослідження понад 68% керівників вказують на перевантаженість як основний бар'єр для прийняття стратегічних рішень [1]. Крім того, згідно з аналітикою, цифрова багатозадачність знижує продуктивність до 40% через часті перемикання уваги та когнітивну втому [2].

Серед адаптивних стратегій управління часом для керівників ми виокремили найбільш результативні на нашу думку, а саме:

1. Time-blocking (блокування часу). Ця стратегія передбачає планування конкретних часових блоків для окремих типів діяльності або завдань. Вона дозволяє уникнути постійного перемикання між задачами, чітко окреслюючи межі робочого часу та зон фокусу. Ефективність time-blocking зростає при використанні кольорового кодування календаря та встановленні чітких рамок для відповіді на електронну пошту чи участі в нарадах.
2. Регулярна переоцінка пріоритетів (adaptive prioritization). В умовах динамічних змін у зовнішньому середовищі важливо щоденно або щотижнево коригувати пріоритети відповідно до стратегічних цілей. Метод «Eisenhower Matrix» або «ABCDE-аналіз» дає змогу ідентифікувати завдання, які варто делегувати або відкласти. У

критичних ситуаціях застосовується принцип «just-in-time focus», коли увага концентрується виключно на задачах із максимальним впливом.

3. Використання цифрових інструментів автоматизації. Такі платформи, як Trello, Notion, Asana чи ClickUp, забезпечують можливість делегування завдань, контролю виконання та візуалізації прогресу. Ключовим фактором є правильна інтеграція цих інструментів у щоденну практику керівника, уникнення дублювання та перевантаження системою нагадувань. Автоматизовані чек-листи, шаблони завдань і звітності скорочують час на рутинну організаційну діяльність.
4. Мікропаузи та цифровий детокс. Високий рівень когнітивного навантаження вимагає регулярного відновлення ресурсів. Практики мікропауз (по 3-5 хвилин кожні 60 – 90 хвилин) сприяють збереженню концентрації, а методика «Pomodoro» може застосовуватись для коротких циклів інтенсивної роботи. Цифровий детокс – навіть 1 година на день без гаджетів – підвищує рівень усвідомленості та зменшує вплив інформаційного шуму.
5. Формування культури відповідального тайм-менеджменту в команді. Ефективне управління часом керівника неможливе без синхронізації з командою. Формування командної культури, де поважають часові межі, прийняті інтервали відповідей та стандарти планування, значно знижує рівень стресу. Варто розвивати навички самоорганізації у співробітників і стимулювати використання єдиних цифрових систем планування.

Ефективна реалізація стратегій тайм-менеджменту вимагає трансформації не лише індивідуальної поведінки керівника, а й організаційної культури загалом. У цьому контексті доцільно застосовувати структурований підхід до впровадження ключових методик, адаптованих до умов багатозадачності та цифрового навантаження. У таблиці 1 представлено практичні кроки реалізації стратегій управління часом на рівні управлінської діяльності.

Таблиця 1. Практичні рекомендації щодо реалізації стратегій тайм-менеджменту керівниками

Назва стратегії	Практичні дії	Очікуваний результат
Time-blocking	- створити щотижневу сітку задач із чітким розподілом часу; - забронювати "тихі години" для стратегічної роботи.	- підвищення концентрації; - зменшення контекстного перемикавання.
Переоцінка пріоритетів	- синхронізація ритму команди; - підвищення командної відповідальності за час.	- підвищення ефективності рішень; - уникнення "операційного шуму".
Цифрова автоматизація та делегування	- використовувати цифрові інструменти для розподілу задач і контролю строків; - довіряти підлеглим виконання рутинних завдань	- зниження перевантаження керівника; - підвищення автономності команди.
Мікропаузи та цифровий детокс	- інтегрувати правило "Pomodoro"; - створити гігієну цифрового середовища (відключення сповіщень, розклад пошти).	- зменшення когнітивної втоми; - покращення фокусування.

Формування командної культури тайм-менеджменту	- встановити правила комунікації (наприклад, "без листів після 18:00"); - навчити команду базових технік планування.	- синхронізація ритму команди; - підвищення командної відповідальності за час.
--	---	---

Джерело: Сформовано, систематизовано та узагальнено автором на основі опрацьованих джерел.

Застосування представлених рекомендацій дозволяє керівнику системно інтегрувати стратегії тайм-менеджменту у щоденну практику, знижуючи ризики перевантаження та втрати фокусу. Формування культури раціонального управління часом у команді сприяє підвищенню загальної продуктивності та адаптивності організації в умовах цифрової турбулентності.

У дослідженні підкреслюється, що українські керівники в умовах війни демонструють тенденцію до інтуїтивного управління часом, комбінуючи класичні методики з гнучкими практиками реагування на кризові виклики [3]. Водночас, Шевченко С.В. акцентує увагу на проблемі цифрової перевантаженості, яка знижує якість прийняття рішень і потребує комплексного підходу до оптимізації цифрової взаємодії.

Таким чином, адаптивний тайм-менеджмент для керівника – це не набір технік, а система, що інтегрує управлінські інструменти, цифрову грамотність і психологічну стійкість. Такий підхід дозволяє не лише зберегти ефективність в умовах багатозадачності, а й перетворити цифрове навантаження на ресурс для розвитку.

Список використаних джерел

1. Philippe Burger, Pip Dexter, Will Gosling, Steve Hatfield. Global Human Capital Trends: New Fundamentals for a Boundaryless World. Deloitte. 2023 P.17-23, 29-37. UPL: <https://www2.deloitte.com> (дата звернення 04.04.2025)
2. Md Kamrul Hasan. Digital multitasking and hyperactivity: unveiling the hidden costs to brain health. Annals of Medicine & Surgery. 2024. 86(11):p 6371-6373, November DOI: 10.1097/MS9.0000000000002576 UPL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/j.isjea.20220104.02.pdf>
3. Крикун О. Особливості застосування методів тайм-менеджменту в роботі керівника. International Science Journal of Management, Economics & Finance. Vol. 1, No. 4, 2022, pp. 48-56. DOI: 10.46299/j.isjmef.20220104.02. UPL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/j.isjea.20220104.02.pdf>
4. Грабовська С. Л., Мусаковська О.М. Інформаційне перевантаження: психологічний ракурс. Psychologacal journal. Volume 6 Issue 7. 2020. DOI: <https://doi.org/10.31108/1.2020.6.7> UPL: <file:///C:/Users/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD/Downloads/admin,+7-2020-18-29.pdf>

Поліщук О.Д., здобувач освіти
Іванюта П.В., д.держ.упр., доцент,
професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут

ЗНАЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСАМИ ЩОДО ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Протягом періоду існування секторів економічної діяльності в Україні як на загальнонауковому, так і навіть практичному рівні постійно проводяться дискусії щодо ефективності використання ресурсів в супроводі із здійсненням грошових внесків, чим ґрунтуються безпосередні операційні процеси.

Тому що під час управління підприємством власним ресурсним потенціалом розкривається економічна цілеспрямованість стосовно ведення технологічних циклів та в ньому бізнес-процесів [1, с. 194]. А це залежить від організаційно-правових форм ведення підприємницької діяльності, на підставі чого розвивається комплекс аналітичних, прогностичних та інноваційних здібностей керівництва і працюючого персоналу, необхідних для розрахунку очікуваних позитивних фінансових результатів та підвищення конкурентоспроможності підприємства [2, с. 20].

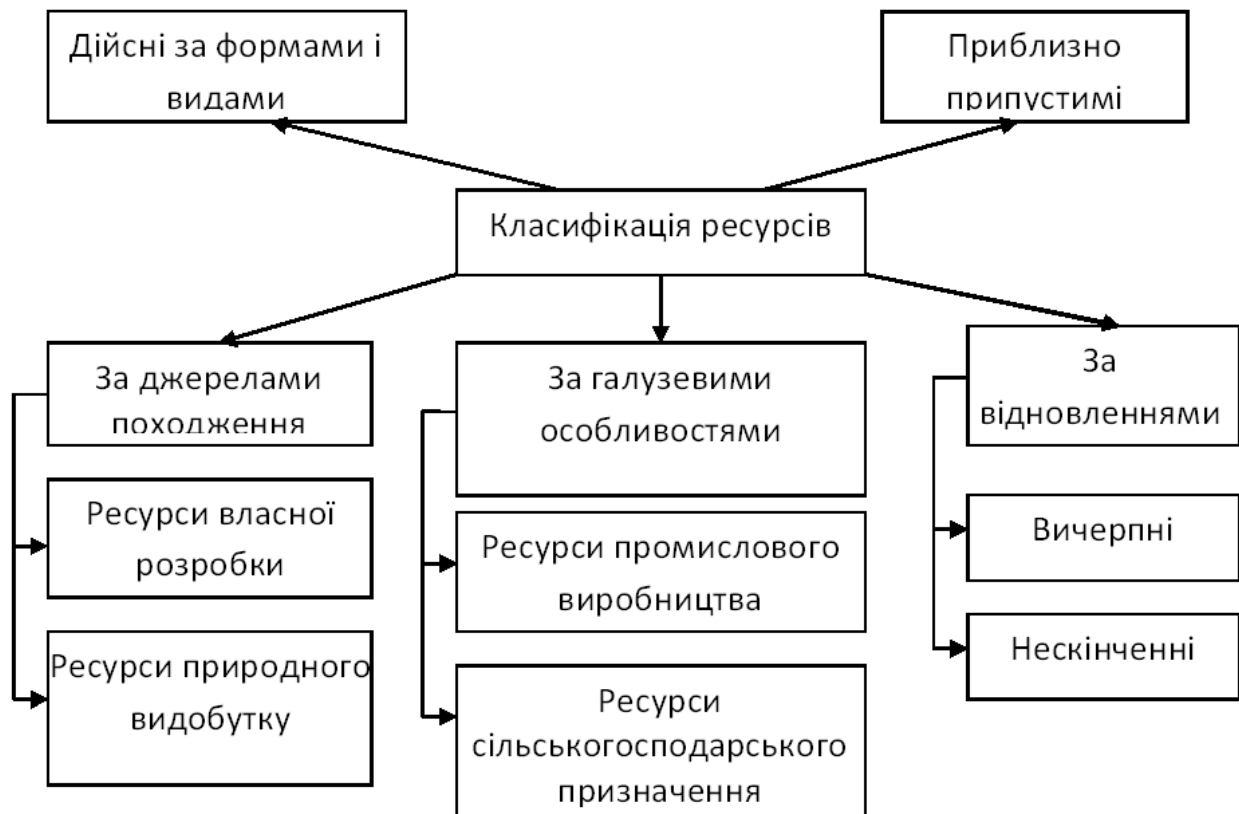


Рис. 1. Відображення класифікаційних ознак ресурсів

Оскільки предметне обґрунтування управління ресурсами є чітким відображенням керуючих дій і впливів від окремих осіб, домогосподарств і підприємств, чим зумовлюється отримання прибутку шляхом взаємодії продуктивних сил та виробничих відносин. В основі управлінської діяльності лежить насамперед особистий інтерес, що в умовах ринкових відносин задовольняється та має співвідношення із реалізаціями суспільних потреб [3, с. 404]. Для цього і зумовлюються призначені процеси управління ресурсами на підприємстві відповідно до конкретних видів і форм. Оскільки за рахунок цього утворюється цілісна керуюча система як на підприємстві, так і в різних секторах діяльності, які існують і ведуть власну відтворювальну політику згідно державних галузевих класифікацій.

Оскільки категорія «ресурси» має багатогранне поняття через їх застосовність у економічних та промислових секторах, побуті, комплексною побудовою матеріально-сировинної бази у суб'єктах підприємницької діяльності. І тому ресурси за видами, формами, підходами до управління ними і джерелами їх утворення чи добування доцільно класифікувати за такими ознаками: походженням, галузевим призначенням, здатністю до відновлення та надання різних благ, вичерпності (рис. 1).

Сучасні тенденції, які стосуються управління ресурсами, полягають у поєднанні кращого керівного досвіду, напрацювань і підходів, чим відображається досконалість і ефективність ведення підприємницької діяльності. Це пояснюється тим, що на сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності ресурсне забезпечення, яким здебільшого є матеріально-сировинна база, у загальній структурі посідає важливе місце у функціонуванні технологічних циклів та бізнес-процесів.

Список використаних джерел

1. Жарська І. О., Хачирова Ю. С. Сучасні моделі управління запасами на підприємстві. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. 2023. № 11–12 (312–313). С. 192–196. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-11-12-312-313-192-196> URL: <http://n-visnik.oneu.edu.ua/collections/2023/312-313/pdf/192-196.pdf>
2. Заюков І. В. Вплив запасів на фінансові результати підприємств. *Економіка і організація управління*. 2024. № 1(53). С. 19–29. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/15982>
3. Спірідонова К., Каширнікова І., Кірнос О. Управління товарними запасами торгівельних підприємств в сучасних умовах. *Економічний простір*. 2024. № 191. С. 401–405. DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/191-68>

Попова А.Б., к.е.н, доцент
Любчак С.Ю., аспірант
ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права
Коцераба Н.В., к.е.н, доцент
Дячук Є.О., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

СУТНІСТЬ І СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ТОРГІВЛІ

Сучасні підприємства змушені працювати в умовах жорсткого дефіциту ресурсів, що значною мірою зумовлено негативними зовнішніми чинниками — насамперед повномасштабною війною. Саме тому раціональне та цілеспрямоване використання наявних активів і коштів стає вирішальною передумовою для забезпечення стабільності й довготривалого розвитку компанії.

В основі цієї здатності лежить поняття потенціалу підприємства, ключовим компонентом якого є фінансовий потенціал. Механізми його формування й управління повинні бути адаптовані до динамічних змін зовнішнього середовища: лише так можна гарантувати своєчасне фінансування стратегічних ініціатив, мінімізувати ризики нестачі обігових коштів і забезпечити безперервність операційної діяльності.

Однією з найважливіших галузей економіки України є торгівля. За офіційними даними Державної служби статистики, її частка у доданій вартості коливалася в межах 20–23 % (ВВП-сегмент близько 12–15 %) навіть до початку великої війни. Однак воєнні дії спричинили потужний економічний шок:

- у 2022 році роздрібний товарообіг зменшився на 23,1 %;
- до 30 % торговельних точок тимчасово або назавжди призупинили роботу;
- доходи населення впали на 25–30 %;
- логістичні витрати зросли через руйнування інфраструктури та блокаду портів;
- обсяги онлайн-торгівлі скоротилися на 46 %.

Втрати торговельних площ, масова міграція населення за кордон і високий рівень невизначеності унеможливили планування подальших кроків і точної прогностики. Як результат, обсяги реалізації у 2022 році опустилися до рівня пандемійного 2020 року (164,45 трлн грн) і лише завдяки швидкій адаптації за рік виросли на 29,7 % (до 5,78 трлн грн).

Водночас фінансові ресурси торговельних підприємств використовуються недостатньо ефективно: темпи зростання активів (45 % за п'ять років) випередили приріст чистого доходу (32,8 %), а прибутковість зросла лише на 29,2 % при доході, що збільшився на 32,8 %. Операційна рентабельність виросла на 2,70 п. п., тоді як загальна рентабельність знизилася на 4,88 п. п. Це

свідчить про дисбаланс у фінансуванні та недостатню увагу до оптимізації капіталовкладень.

Необхідність удосконалення управління фінансовим потенціалом є важливим прикладним завданням. Щоб змінити ситуацію, торговим компаніям слід:

1. Переглянути правила фінансування, встановивши пріоритети у розподілі обігових і довгострокових коштів.
2. Впровадити інструменти бюджетного контролю й оперативної аналітики для моніторингу ключових фінансових показників.
3. Застосувати стрес-тестування фінансових моделей задля оцінки стійкості до потенційних шоків.

Ефективне формування та управління фінансовим потенціалом допоможе підприємствам своєчасно мобілізувати наявні й очікувані надходження, що сприятиме як відновленню після війни, так і подальшому зростанню торговельної галузі загалом.

Виклики кризового середовища й роль цифрових технологій теж відіграють свою роль. Під час криз значуща невизначеність економічної кон'юнктури й майбутніх грошових потоків ставить під загрозу навіть найбільш усталені бізнес-моделі. Тому у період підвищеної волатильності формування фінансового потенціалу набуває першочергового значення: дефіцит ресурсів чи їх нераціональне використання може призвести до фінансових труднощів і навіть банкрутства.

Водночас цифровізація відкриває нові можливості для управління грошовими потоками. Запровадження програмних рішень Big Data-аналітики, систем автоматичного прогнозування та планування дозволяє точніше оцінювати майбутні потреби в капіталі та швидше реагувати на зміни:

- аналітичні платформи збирають і опрацьовують великі обсяги даних у режимі реального часу;
- AI-алгоритми прогнозують коливання попиту й оптимізують запаси;
- цифрові інструменти бюджетування підвищують прозорість використання коштів.

Питання структури й механізмів формування фінансового потенціалу підприємства в різних аспектах розглядали Блакита Г. В., Бланк І. О., Бов В. А., Кавтиш О. П., Канар М. О., Корнійчук Г. В., Красноткутська Н. С. та інші. Методичні підходи запропонували Богма О. С., Камінський С. І., Филипенко О. М., Колеснік Т. С., Криховецька З. М., Ситник Г. В., Ребрик Ю. С., Павлюченко М. А. тощо. Пропозиції щодо практичних механізмів вносили Приступа В. І., Маршук Л. М., Пілецька С. Т., Білоус Н. П.

Дослідження інформаційного забезпечення здійснювали Плиса В. Й., Мунтян Б. Г., Цюпка А. В., Андрющенко І. Є., Потась С. Г., Житар М. О., Ярлова Л. С., Мицишин О. Я., Боднар В. Я., Рудь Ю. Л., Ткаченко С. О., Шкригун Ю. О., Трушкіна Н. В. та інші.

Отже, враховуючи сучасні умови функціонування української економіки, перед науковцями й практиками можуть стояти наступні завдання:

- уточнити теоретичні засади сутності фінансового потенціалу;
- виробити методичні положення для його оцінки та розвитку в умовах високої волатильності;
- інтегрувати цифрові інструменти аналітики й планування в систему управління фінансами.

Лише комплексний підхід до формування, моніторингу та оптимізації фінансових ресурсів дозволить торговельним підприємствам пережити кризу, відновити свою діяльність і закласти міцний фундамент для подальшої цифрової та економічної трансформації.

Список використаних джерел

1. Терещенко А. Аналіз діючої практики формування фінансового потенціалу на підприємствах торгівлі України. *Економічний аналіз*. 2024. № 3 (34). С. 70-79.
2. Пілецька, С. Т., Васюткіна, Н. В., & Білоус, Н. П. (2024). Теоретичні аспекти управління фінансовим потенціалом підприємства в умовах економіки знань. *Бізнесінформ*, (1), 241–248

Прохорчук С.В., к.е.н., професор

Тхоржевський В.В., викладач

Басок О.С., аспірант

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Михальчишина Л.Г. к.е.н., доцент

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ТЕОРЕТИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ТА СУТЬ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

В умовах сучасної економіки ефективність фінансової політики країни значною мірою визначається правильною організацією управління фінансами підприємств, що повністю або частково перебувають у державній власності. Це пов'язано із тим, що такі підприємства переважно функціонують у стратегічно важливих галузях, які суттєво впливають на здатність держави гарантувати національну безпеку, захист політичних та соціально-економічних інтересів громадян, а також забезпечення життєдіяльності суспільства.

Таким чином, ухвалення правильних стратегічних та тактичних рішень у сфері управління фінансами цих підприємств визначає не лише їхню фінансову стійкість, а й рівень задоволення суспільних потреб. Водночас державні підприємства є значущими учасниками фінансової системи загалом. За даними Організації економічного співробітництва та розвитку, такі підприємства формують понад 20% світового фінансового обороту, активно беруть участь у процесах створення, розподілу та перерозподілу валового внутрішнього продукту та є найбільшими гравцями на ринку капіталів.

Проте, у випадку України спостерігається значна фінансова неефективність окремих державних підприємств, що підтверджується, зокрема, масштабами їхніх збитків. Так, за перші 9 місяців 2021 року збиток державних підприємств досяг 8,1 млрд грн, що еквівалентно загальному обсягу бюджетних витрат на охорону довкілля або майже 12% бюджетних видатків на освіту. Це свідчить про необхідність перегляду фінансової політики держави щодо управління цими підприємствами, з метою запобігання втраті їхнього фінансового потенціалу та підтримки розвитку національної економіки.

Багато наукових праць було присвячено дослідженню сутності фінансової політики держави, її функціям, механізмам та завданням. Внесок у розвиток цієї тематики зробили відомі науковці, такі як Дж. Б'юкенен, Дж. М. Кейнс, Е. Ліндаль, А. Маршалл, В. Федосов, А. Татаркіна, Дж. Армоур, Д. Брюммерхорф та інші. Водночас залишається недостатньо вирішеним питання удосконалення фінансової політики саме щодо підприємств з державною участю.

Така політика має подвійне завдання. З одного боку, вона повинна створити умови для успішної діяльності державних підприємств, забезпечуючи достатній обсяг інвестицій для інновацій, зростання виробництва, підтримки фінансової стійкості й стабільності. З іншого боку, політика має передбачати ефективні механізми розподілу фінансових результатів цих підприємств, що дозволить спрямовувати отримані ресурси на фінансування інших важливих суспільних завдань через бюджетні канали.

Тому ключовим напрямом вдосконалення фінансової політики України є створення збалансованої системи управління фінансами підприємств з державною участю, яка б включала продуману дивідендну політику та податкові механізми, здатні підтримувати фінансову стійкість підприємств та ефективно задовольняти потреби суспільства в цілому.

У цьому контексті важливо наголосити, що фінансова політика щодо підприємств з державною участю має будуватися не лише на засадах контролю та нагляду, а й на принципах стратегічного партнерства між державою та менеджментом цих підприємств. Це передбачає запровадження чітких критеріїв оцінки ефективності управління, прозорих процедур прийняття рішень, а також підвищення підзвітності керівників за досягнення фінансових та соціальних результатів.

Крім того, необхідно посилити інституційні спроможності державних органів, відповідальних за формування та реалізацію фінансової політики у сфері державної власності, зокрема через впровадження сучасних аналітичних інструментів, цифрових рішень і регулярного моніторингу фінансових показників підприємств.

Також важливо враховувати європейські практики корпоративного управління, які акцентують увагу на незалежності наглядових рад, об'єктивності фінансової звітності та дотриманні принципів доброчесності у веденні бізнесу. Застосування таких підходів дозволить не лише зменшити збитковість підприємств, а й підвищити довіру до системи державного управління фінансами.

Загалом, модернізація фінансової політики щодо державних підприємств повинна бути частиною ширшої стратегії економічного розвитку, що передбачає зростання інвестиційної привабливості, покращення бізнес-клімату та ефективне використання державних ресурсів задля забезпечення сталого розвитку країни.

Список використаних джерел

1. Возняк Г. Фінансова-політика регіонального розвитку: зміст та підходи до формування. Актуальні проблеми економіки. 2014. №2 (152). С.239-
2. Задохайло Д. Економічна політика держави в системі правового і законодавчого забезпечення. Вісник Національної академії правових наук України. № 3 (74). 2013.С. 214- 221

Решітко Н. І.,
здобувач вищої освіти гр. АСД072-24
Науковий керівник – Мініна О. В. к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки, обліку і оподаткування
Національний університет «Чернігівська політехніка»
(м. Чернігів, Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ ВІДНОВЛЕННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

Протягом активної фази війни в Україні було зафіксовано руйнування сотень тисяч будівель, включаючи об'єкти енергетичної інфраструктури та кілометри доріг. Оцінки ООН свідчать, що вартість відновлення найбільшої за площею країни в Європі сягає \$411 млрд на сьогоднішній день, проте ця сума може бути неостаточною[1]. Крім фінансових вкладень, процес відбудови вимагатиме величезних людських і матеріальних ресурсів.

Ще до початку війни в будівельній сфері спостерігався значний відтік досвідчених працівників за кордон, зокрема в Польщу. За кордоном фахівцям часто пропонували кращі умови роботи, ніж ті, які були доступні в Україні. Ця проблема торкнулася практично всіх галузей будівельної індустрії, включаючи робочі та управлінські посади.

Зараз спостерігається відчутний дефіцит кваліфікованих працівників у будівельній галузі та суміжних секторах. Під час активної фази війни кількість персоналу у компаніях, що працюють у сфері нерухомості та будівництва, скоротилась через евакуацію працівників за кордон і мобілізацію в Збройні сили чи територіальну оборону.

Також відзначається велика кількість повісток, які видаються в різних регіонах України, включаючи працівників виробничих підприємств. Це призвело до значного дефіциту кваліфікованих фахівців у зв'язку із мобілізацією.

Пошук заміни профільному спеціалісту, який обіймає важливі посади в сфері будівництва, особливо в містах або регіонах з невеликою кількістю

населення, представляє собою серйозний виклик для підприємств. Для вирішення цієї проблеми держава вже визначила можливість бронювання військовозовоб'язаних працівників під час воєнного стану для критично важливих підприємств.

Однак багато підприємств не підпадають під ці критерії, що вимагає знаходження балансу між забезпеченням безпеки країни та утриманням бізнесу, який є основою економіки. Брак персоналу має великий вплив на обсяги виробництва та темпи реалізації будівельних проєктів.

Після закінчення війни важливо впроваджувати широкомасштабні реформи на загальнодержавному рівні та економічні стимули, які сприятимуть збереженню робочої сили та стримуванню переїздів за кордон. Також необхідно активно працювати над покращенням рівня професійної освіти, переглядати застарілі методи підготовки спеціалістів та змінювати уявлення суспільства про будівельні професії [2].

Воєнні події значно скоротили ринок будівельних матеріалів в Україні. Багато підприємств працюють з низькими оборотами через знижений попит, труднощі з оборотними коштами та зростання вартості ресурсів. Пошкоджені та зруйновані виробничі потужності внаслідок окупації чи бойових дій, а також логістичні перешкоди спричиняють дефіцит деяких будівельних матеріалів, таких як скло, арматура, ізоляційні матеріали, призводячи до загального підвищення цін на ринку.

З урахуванням руйнувань та зруйнованих виробничих потужностей, а також логістичних викликів, дефіцит певних категорій будівельної продукції може ще поглибитися, спричинюючи подальше зростання цін. Повоєнна потреба у будівельних матеріалах буде зростати, зокрема з початком відновлення інфраструктурних об'єктів.

Від початку воєнних дій, кількість заявок на відновлення пошкодженого чи зруйнованого житла в Україні сягнула понад 335 тисяч, з обсягом руйнувань еквівалентним близько 23 мільйонам квадратних метрів житла. Відновлення цих об'єктів, а також розвиток нових виробництв, є пріоритетом для країни.

Уряд може впроваджувати політику стимулювання внутрішнього сектора виробництва будівельних матеріалів через заходи, такі як зниження ставок оподаткування, доступ до банківських кредитів, в тому числі через державні банки та іноземні інвестиційні фонди. Ці заходи сприятимуть зменшенню собівартості продукції та підвищенню конкурентоспроможності підприємств.

Зокрема, залучення іноземних інвестицій може бути важливим чинником у відновленні економіки та розвитку виробництва будівельних матеріалів. Посилення інфраструктури та зменшення адміністративних бар'єрів для бізнесу також може визначити успішний розвиток галузі будівельних матеріалів в Україні.

Закон про компенсацію за пошкодження та знищення окремих категорій об'єктів нерухомого майна внаслідок збройної агресії російської федерації, який набув чинності 22 травня, може виявитися важливим інструментом для

підтримки будівельної галузі в Україні. Цей закон передбачає компенсацію за завдані збитки та пошкодження об'єктів нерухомості внаслідок збройної агресії.

Підтримка з боку держави у відновленні та компенсації може стимулювати активність у будівельній галузі, особливо в умовах післявоєнного відновлення. Застосування цього закону може допомогти відшкодувати втрати, що виникли внаслідок збройної агресії, та сприяти відновленню житлового та інфраструктурного секторів.

Поряд з цим, важливим є також впровадження комплексу заходів, спрямованих на покращення інвестиційного клімату, підтримку внутрішнього виробництва будівельних матеріалів, розбудову інфраструктури та здійснення інших ініціатив, спрямованих на розвиток будівельної галузі в Україні.

Розміри зруйнованих об'єктів інфраструктури та міст вимагають перегляду традиційних методів їх відновлення. Процес відновлення та нового будівництва повинен вирішувати наявні виклики, такі як низька енергоефективність, та відповідати сучасним європейським вимогам і стандартам. Сам підхід до організації міського середовища повинен змінитися, ставши більш орієнтованим на потреби людей.

Наприклад, акцент на поліцентричність міста дозволяє вирішити проблеми з перенаселеністю деяких районів, оптимізувати транспортні потоки та створювати функціональні території без чіткого розподілу на житлові та комерційні райони.

Згідно з досвідом, швидке будівництво соціального житла може призвести до формування депресивних районів у подальшому. Тому, замість виділення окремих житлових об'єктів, раціонально враховувати аспекти доступності інфраструктури, наявності зон відпочинку, ефективних транспортних розв'язок та інших факторів, що сприяють створенню сприятливого міського середовища. У багатьох країнах світу міський розвиток реалізується в рамках плану, що представляє собою стратегічний документ із загальною візією розвитку населеного пункту на середньострокову перспективу, часто на 20 років вперед.

Слід зазначити, що плани переважно спрямовані на фахівців у сфері будівництва та пов'язаних галузях. Ці документи встановлюють конкретні параметри для територіальних одиниць міста та регулюють питання землекористування. У свою чергу, плани визначають, які аспекти слід покращити або змінити, а також які місцеві особливості слід зберегти для досягнення балансу між думкою мешканців і інтересами бізнесу та залученням інвестицій. Ефективність кожного проєкту оцінюється відповідно до цілей визначеного документа.

Для того, щоб планування та відновлення українських міст були комплексними, необхідно оновити та упорядкувати містобудівну документацію, а також, розглядати можливість розробки стратегії. Український контекст також потребує оцінки перспектив повернення людей в конкретні населені пункти та можливостей працевлаштування. Наприклад, відновлення під час Другої світової війни Варшави та Дрездена відбувалося з важливою участю громад цих міст.

Незважаючи на всі труднощі воєнного часу, вже зараз необхідно вирішувати проблему нестачі досвідчених кадрів та недостатньої доступності будівельних матеріалів, а також обирати сучасні підходи в умовах відбудови. Саме ці аспекти, із закінченням війни, стануть ще актуальнішими і матимуть прямий вплив на темпи та обсяги будівництва, а разом із тим на економічний розвиток країни..

Список використаних джерел

1. KSE Institute (аналітичний центр при Київській школі економіки) URL: <https://kse.ua/ua/about-the-school/news/kse-spilno-z-ministerstvom-ekonomiki-ta-ofisom-prezidenta-zapuskayesayt-dlya-zboru-danih-pro-zbitki-naneseni-ukrayini-u-viyni/> (дата звернення: 23.12.2023).

2. Коба О. Економічна безпека будівельної галузі в умовах викликів і загроз воєнного стану. Економіка та суспільство, 2022, 42. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1604> (дата звернення: 23.12.2023).

Солоїд О.В.

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва*

Обруч І.М., здобувач освіти
Вінницький кооперативний інститут

ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ: СУЧАСНІ ПІДХОДИ

Конфлікти є невід'ємною частиною діяльності будь-якої організації. У контексті воєнного стану, економічної нестабільності та підвищеного навантаження на персонал актуальність проблеми конфліктів зростає. Неефективне управління ними може призвести до втрат продуктивності, вигорання працівників, зниження мотивації та навіть руйнування організаційної структури. Тому розробка стратегій запобігання та конструктивного вирішення конфліктів є важливим завданням сучасної науки та практики менеджменту.

Конфлікти є складною, але керованою частиною організаційного життя. Їх запобігання та ефективне вирішення потребує системного підходу, що охоплює розвиток комунікативної культури, впровадження сучасних інструментів управління та інвестування в лідерські компетенції. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на розробку адаптивних моделей конфлікт-менеджменту для організацій, що функціонують в умовах нестабільності.

У науковій літературі виділяють кілька типів організаційних конфліктів: міжособистісні, міжгрупові, вертикальні (між рівнями управління) та горизонтальні (між співробітниками одного рівня). Дослідники наголошують, що передумовами виникнення конфліктів у сучасних організаціях часто є:

- недостатній рівень розвитку емоційного інтелекту керівного складу;
- низька якість внутрішньої комунікації;
- розмитість посадових обов'язків та зон відповідальності;
- вплив хронічного стресу та професійного вигорання.

Теоретичні підходи до вирішення управлінських конфліктів охоплюють як класичні моделі (зокрема, стратегії управління К. Томасом), так і сучасні інноваційні концепції.

Одним із ключових аспектів ефективного реагування на конфлікти є вибір відповідної стратегії управління ними. Відповідно до типології Томаса-Кілменна, виділяють п'ять стратегій:

1. Ухилення – застосовується, коли конфлікт не має суттєвого значення або потребує відстрочення.
2. Пристосування – перевага інтересів іншої сторони заради збереження відносин.
3. Конкуренція – доцільна в умовах жорсткої боротьби за ресурси чи термінового прийняття рішень.
4. Компроміс – передбачає взаємні поступки сторін.
5. Співпраця – найбільш ефективна стратегія, орієнтована на пошук спільного рішення, яке задовольняє інтереси всіх сторін.

Переваги та недоліки даних стратегій проаналізовані в таблиці 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки стратегії управління конфліктами

Стратегія	Переваги	Недоліки
Ухилення	Зниження напруги, виграш часу	Відсутність вирішення; може призвести до ескалації
Пристосування	Підтримка гармонії, зниження напруги	Втрата власних інтересів; накопичення незадоволення
Конкуренція	Швидке вирішення; захист принципової позиції	Погіршення відносин; ризик ескалації
Компроміс	Швидке вирішення; баланс інтересів	Жодна сторона не отримує повного задоволення
Співпраця	Найефективніше рішення; зміцнення довіри та відносин	Потребує часу, зусиль, відкритої комунікації та готовності до діалогу

Успішність застосування кожної зі стратегій залежить від контексту, характеру конфлікту, рівня довіри та корпоративної культури в організації. Підвищення ефективності управління конфліктами можливе завдяки:

- впровадженню системи зворотного зв'язку;
- створенню безпечного середовища для висловлення думок;
- розвитку лідерських та медіаційних навичок у менеджерів;
- застосуванню технологій фасилітації та групової динаміки.

Зокрема, у фокусі наукових досліджень останніх років опинилися: фасилітація командної взаємодії як інструмент зміцнення внутрішньої комунікації; підходи ненасильницької комунікації як культурна основа запобігання ескалації; медіація як форма професійного врегулювання конфліктів без втрати довіри; розвиток «soft skills» у менеджерів – емоційна грамотність, навички активного слухання, усвідомлене лідерство тощо.

Теоретичний аналіз свідчить про необхідність інтегрованого підходу до менеджменту конфліктів, що включає як організаційні, так і психологічні інструменти. Важливим аспектом сучасного управління є перехід від реагування на конфлікт до його превентивного попередження шляхом формування відповідної організаційної культури.

Конфлікти в управлінні організацією можна трансформувати з деструктивного явища у потенціал для розвитку. Інноваційні підходи – фасилітація, медіація, коучинг, впровадження практик ненасильницької комунікації – дозволяють будувати культуру взаємоповаги й відповідального лідерства.

Список використаних джерел

1. Поляк К. Конфліктологія як необхідна складова сучасного менеджменту. *Логос*, онлайн. 2020. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/4310>
2. Присяжнюк К. Конфлікти та успішний бізнес: чому варто навчити персонал управляти конфліктами. *Європейська Бізнес Асоціація*. 2023. URL: <https://eba.com.ua/konflikty-ta-uspishnyj-biznes-chomu-varto-navchyty-personal-upravlyaty-konflikty/>
3. Сорока О., Близнюк О. Управління конфліктними ситуаціями в сучасних організаціях. *Економіка і суспільство*. 2023. Випуск 56. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3073/2996>

**Солоїд О.В. к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва
Сухініна Є.І., здобувачка освіти
Вінницький кооперативний інститут**

ЕВОЛЮЦІЯ КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

У сучасному світі, де цифрові технології стали невід’ємною частиною повсякденного життя, підприємства стикаються з необхідністю адаптації своїх комунікаційних стратегій до нових реалій. Стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій змінює не лише засоби, але й саму сутність комунікації між суб’єктами господарювання, партнерами, клієнтами, працівниками та державними структурами. Цей процес значно прискорився в умовах пандемії COVID-19, а з 2022 року – набув ще більш гострої актуальності через повномасштабну війну Росії проти України.

Зростання інновацій та розвиток науки і технологій сприяли тому, що доступ до знань та інформації став можливим лише за допомогою цифрових технологій. Сучасні гаджети – смартфони, планшети, ноутбуки – перетворилися на багатофункціональні пристрої, що стали ключовими засобами у здійсненні бізнес-комунікації. Нові цифрові платформи дозволяють підприємствам

вибудовувати персоналізовану, інтерактивну та багаторівневу комунікацію зі своєю цільовою аудиторією. Комунікаційна політика перестає бути виключно інформаційною, і стає платформою для налагодження діалогу, формування репутації та створення цінності для споживача.

Війна в Україні стала стрес-тестом для всієї економічної системи. Бізнес опинився у складних умовах: фізичне знищення інфраструктури, релокація підприємств, втрата персоналу, нестача ресурсів, порушення логістичних ланцюгів. У таких умовах комунікаційна політика набула стратегічного значення – не лише як інструмент зовнішньої комунікації, а й як механізм збереження внутрішньої стійкості організації.

Одним із ключових аспектів стало оперативне інформування співробітників про безпекові ризики, зміни у графіках роботи, можливості релокації чи віддаленої праці. Значну роль почали відігравати внутрішні канали комунікації, які підтримували емоційний клімат у колективах, допомагали долати паніку, забезпечували взаємну підтримку. Зовнішня комунікація ж фокусувалася на зміцненні довіри до бренду, демонстрації соціальної відповідальності, залученні міжнародних партнерів до підтримки України.

У контексті війни надзвичайно важливою складовою комунікаційної політики стала інформаційна безпека. Бізнес повинен захищати свої інформаційні системи, попереджати витoki чутливих даних, уникати поширення фейків. Усе це потребує навчання персоналу, запровадження спеціалізованого програмного забезпечення, побудови стійких каналів зв'язку.

Водночас, підприємства, особливо великі бренди, стали активними учасниками інформаційного фронту: поширювали перевірену інформацію, долучалися до соціальних та волонтерських ініціатив, підтримували ЗСУ, що також стало частиною їхньої нової комунікаційної стратегії. Формування єдиного інформаційного простору в межах національного спротиву стало важливим чинником стійкості українського суспільства.

Значну роль у зміні комунікаційної політики відіграли соціальні мережі. Facebook, Instagram, Telegram, TikTok – стали не лише маркетинговими каналами, але й майданчиками для прямої комунікації з клієнтами, зворотного зв'язку, кризового реагування, формування публічного іміджу. Компанії все більше використовують інструменти таргетингу, аналітики, контент-маркетингу, щоб утримувати увагу аудиторії в умовах інформаційного шуму та конкуренції за увагу споживача.

Період війни змусив багато компаній переглянути свої цінності та місію. Комунікація вийшла за межі комерційної доцільності – вона стала питанням репутації, соціального капіталу та довгострокової стійкості. Підприємства, які підтримують своїх працівників, допомагають армії, залишаються в Україні попри ризики – здобувають довіру та лояльність споживачів.

Отже, комунікаційна політика підприємств зазнала глибокої трансформації під впливом цифрових технологій та екстраординарних умов війни в Україні. Сучасне підприємство вже не може обмежитися стандартними PR-інструментами: воно повинне активно працювати з різними аудиторіями через

цифрові канали, будувати внутрішню культуру довіри, гнучко реагувати на виклики та вміти комунікувати в умовах криз. У таких умовах саме комунікація стає не лише інструментом, а й ресурсом виживання та зростання.

Список використаних джерел

1. Дибчук Л.В. Вплив цифрової трансформації на стратегії маркетингових комунікацій: інноваційні підходи до створення сталого бізнесу. *Бізнес-моделі для сталого розвитку: виклики та цифрова трансформація: тези Міжнар. наук.-практ. конф.*, 15-16 лютого 2024 р.. Харків: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2024. С. 240 – 242

2. Іванченко Г. В. Ефективні комунікації у бізнесі: теоретичний підхід. *Регіональна економіка та управління*. № 2 (24). 2019. С. 112-116.

2. Курик І.А. Управління комунікативною політикою підприємства в сучасних умовах. *PhD Thesis*. Університет імені Альфреда Нобеля. 2020.С.52-54.

3. Машук С.М. Еволюція управління комунікативною політикою підприємств. 2024.
URL: https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/60777/1/Zbirka_Aktualni_pytannya_suchasnoho_sotsiohumanitarnoho_znannya_2024-21-22.pdf

Федорук С. В., здобувачка освіти

Колотій С. В. к.е.н.,

доцент кафедри гуманітарних,

економічних та фінансово-облікових дисциплін

Вінницький кооперативний інститут

УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРАЦІВНИКА

Сьогодні управління знаннями є необхідним атрибутом для побудови ефективної стратегії будь-якої організації. Тому дослідження теорії управління знаннями має ґрунтовне наукове підґрунтя. Система отримання й накопичення знань була центральним об'єктом досліджень багатьох учених упродовж усієї історії розвитку суспільства. Сучасні інноваційні компанії спрямовують значну частину своїх ресурсів на управління знаннями, які є частиною їхньої бізнес-стратегії, інформаційних технологій чи управління людськими ресурсами.

Як стверджує науковець Дяків О. П., «...успіх будь-якої організації багато в чому залежить від стратегії розвитку та інноваційного управління. Інновації у царині розвитку персоналу визначають роль людини в системі управління (HR-менеджмент)» [4].

Здатність організації своєчасно створювати, накопичувати і раціонально використовувати нові знання у процесі інноваційного виробництва стає її безперечною конкурентною перевагою на ринку. Найбільш успішними підприємствами нині є інтелектуальні організації, що безперервно розвивають

компетентність та компетенції своїх працівників, сформовані на нових знаннях. Знання – це перевірений практикою результат пізнання дійсності, правильне її відображення в мисленні людини [37].

Знання існує в різноманітних формах. Воно включає наукові (теорії, закони, принципи, категорії та поняття), прикладні професійні й повсякденні знання (життєвий досвід, факти), уміння, навички, переконання, моральні цінності, культурні та духовні надбання людини.

Об'єднання інформаційних та комунікаційних технологій з творчим потенціалом людини привело до виникнення економіки знань та її важливої складової – управління знаннями. Управління знаннями є частиною організаційного навчання, тим самим перетворюючи його на різновид інвестицій. Ця система дає змогу задовольнити працівника у його потребі до здобуття нових навиків та досвіду, які надалі стають активом для компанії.

Управління знаннями – це організація управлінських дій на основі всієї сукупності інтелектуальних, інформаційних і програмних ресурсів. Управління знаннями проходить наступні етапи трансформації: – створення – це пошук, узагальнення, фіксація, розвиток, осмислення, подання у новому вигляді знань; – збереження – це перетворення, кодування, накопичення і представлення знань на інформаційному носії, внесення до інформаційних баз; – передача знань – це процес перенесення знань між інформаційними базами, технічними засобами, людьми [1].

Управління знаннями, в першу чергу, пов'язане з управлінням і мотивацією кваліфікованих працівників, які створюють знання і відіграють важливу роль у їх розповсюдженні, що, в свою чергу, значно покращить навчання працівників на підприємстві та повинно стати однією з необхідних складових системи професійного розвитку інноваційних кадрів [3].

В умовах розвитку цифрових технологій організації вимушені постійно удосконалювати підходи до роботи з персоналом не лише в царині наймання нових ефективних працівників, а й, передусім, для утримання існуючих. Адже розвиток працівників сьогодні – це інвестиції підприємства в майбутнє. Особливої уваги заслуговують талановиті працівники, які мають високий рівень компетентності, бажання вчитися і розвиватися, застосовують таймменеджмент, прагнуть до інновацій. Талановитому працівникові здебільшого цікава захоплива робота, що передбачає впровадження інновацій, нових продуктів, безперервне навчання, постійну трансформацію та вдосконалення.

Також важливими є стійка позиція компанії на ринку, дружній колектив, корпоративний дух, ефективно налагоджена система менеджменту. Для талантів обов'язковим пунктом при виборі робочого місця є особисте самовдосконалення та можливість професійного зростання. Успішна діяльність компанії в умовах цифрової економіки залежатиме від здатності управляти власним розвитком, а знання співробітників є джерелом створення її конкурентних переваг на ринку. Саме стратегія постійного оновлення методів

навчання, управління кар'єрним переміщенням, стимулювання та мотивація працівників сприятимуть підвищенню ефективності всіх видів діяльності [2].

Результативне управління знаннями передбачає стимулювання обміну явними і прихованими знаннями, уміннями та практичними навичками між працівниками підприємства на всіх рівнях управління. Для обміну знаннями на підприємстві важливо сформувати електронну базу знань і систематично її наповнювати та оновлювати. Працівники навчальних центрів, корпоративних університетів, які здійснюють навчання персоналу, мають готувати в електронному вигляді лекційний матеріал і своєчасно заносити його в електронну базу знань підприємства для подальшого використання іншими працівниками в їх виробничій діяльності. Управління знаннями на підприємстві має бути спрямоване на формування культури взаємного обміну знаннями.

Обмін знаннями між працівниками вимагає формування корпоративної культури організації, що навчається, шляхом виховання персоналу в дусі поваги до інтелектуальної власності своїх колег і дотримання норм використання чужих ідей і знань. Для підвищення ефективності управління знаннями на підприємстві варто у ході оцінювання якості, складності та результатів праці працівника і визначення розміру його винагороди за працю враховувати участь працівника у створенні та обміні знаннями. Це дозволить більш повно враховувати творчий внесок кожного члена трудового колективу в інтелектуальний капітал організації. Важливе значення в обміні знаннями між працівниками мають відігравати наставництво, баддинг і коучинг.

Знання, побудовані на інтуїції або світовідчутті людини, цілком витягнути неможливо. Нереально також увести якісь єдині правила (як зі знаннями, побудованими на здоровому глузді), за якими працівники організації приймали рішення або діяли у нестандартних ситуаціях. Тому єдиний спосіб дістати приховані знання зазначеного виду – це спілкування з працівниками, які ними володіють.

Істотні результати під час передавання прихованих знань досягаються за використання таких форм навчання персоналу організації на робочому місці, як учнівство (копіювання), наставництво, баддинг і коучинг. Так, у процесі наставництва обмін прихованими знаннями відбувається тоді, коли досвідчений наставник навчає новачка на своєму прикладі, ділиться з ним своєю майстерністю під час спілкування тощо. Важливу роль мають також відігравати неформальне та інформальне навчання персоналу. Для того щоб форми і методи обміну прихованими знаннями в організації запрацювали, потрібно матеріально й нематеріально стимулювати компетентних працівників ділитися своїми оригінальними явними та прихованими знаннями з іншими співробітниками і самою організацією.

Деякі українські та багато зарубіжних компаній мають навчальні центри. У дедалі більшій кількості організацій починають усвідомлювати, що здатність управління знаннями стає стратегічним пріоритетом для успішного бізнесу. Дослідження показує, що компанії досягають найкращих результатів, якщо залучають усі ланки лідерів до розвитку талантів, особливо на ранніх стадіях

формулювання стратегії. Тому українським компаніям для того, щоб вижити або отримати нові можливості для розвитку, необхідно активніше використовувати талант-менеджмент, який дасть змогу швидше реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1. Дяків О., Микитюк М. Управління знаннями в організації. *Актуальні проблеми менеджменту та публічного управління в умовах інноваційного розвитку економіки*: зб. матеріалів Всеукр. наук. практ. інтернет-конф. з міжнар. уч. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. ЧІ. С. 50-52.
2. Дяків О., Пошелюжний В. Управління знаннями в організації у час цифрової економіки. Тернопіль: ТНЕУ, 2020. С.155-156.
3. Кузнецова Н.Б. Професійний розвиток людських ресурсів інноваційного типу в умовах глобалізації. ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2010. С. 415-423.
4. Ivanova N. et al. Peculiarities of the E-commerce Development in the Conditions of Digital Economy. *IJCSNS International Journal of Computer Science and Network Security*. VOL. 21. No 12. December 2021, 193–202 <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2021.21.12.28>

Чайка О.С.

***викладач кафедри фінансових, комерційно-технологічних
дисциплін та готельно-ресторанного господарства
Фаховий коледж економіки і права ВКІ***

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В ПІДПРИЄМНИЦТВІ

Сучасне підприємництво динамічно змінюється під впливом цифрових технологій, глобалізації та нових споживчих трендів. Інноваційні бізнес-моделі, автоматизація, використання штучного інтелекту та акцент на сталий розвиток стають основними чинниками успіху. Це дослідження аналізує ключові тенденції, що визначають розвиток підприємництва в сучасних умовах.

Метою дослідження є аналіз актуальних тенденцій у підприємстві, їхнього впливу на бізнес-моделі та конкурентоспроможність компаній, а також визначення стратегій для сталого розвитку підприємницької діяльності.

Сучасне підприємництво змінюється під впливом технологічних, економічних та соціальних факторів. Цифровізація, штучний інтелект, автоматизація, гнучкі бізнес-моделі та орієнтація на сталий розвиток створюють нові можливості для підприємців, одночасно висуваючи нові виклики. Розглянемо 5 основних тенденцій в підприємстві.

1. Цифровізація та автоматизація бізнес-процесів. Однією з головних тенденцій у підприємстві є цифровізація. Використання сучасних технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн та великі дані, значно змінює способи ведення бізнесу.

Автоматизація операцій. Впровадження ERP-систем, CRM-платформ і штучного інтелекту допомагає підприємствам покращити управління клієнтськими відносинами, фінансами та логістикою. Автоматизовані системи скорочують витрати, підвищують точність даних і дозволяють швидше приймати рішення [1].

Електронна комерція та мобільні платформи. Онлайн-магазини, маркетплейси та мобільні застосунки дозволяють підприємствам швидше охоплювати нові ринки та масштабувати свій бізнес. Завдяки аналітиці даних компанії можуть персоналізувати пропозиції та підвищувати рівень задоволеності клієнтів.

Фінансові технології (фінтех). Використання блокчейну, криптовалют, смарт-контрактів та електронних платежів сприяє розвитку фінансової прозорості та ефективності бізнес-операцій. Фінтех-рішення полегшують доступ до фінансування, особливо для малого та середнього бізнесу (МСБ) [2].

2. Гнучкі бізнес-моделі та стартап-культура. У сучасному підприємництві спостерігається перехід від традиційних бізнес-моделей до гнучких, адаптивних структур.

Lean- та Agile-методи управління. Гнучкі підходи до розробки продуктів та послуг дозволяють швидше тестувати бізнес-ідеї, мінімізувати витрати та уникати помилок.

Моделі підписки та сервісної економіки. Багато компаній переходять до надання послуг за передплатою (Netflix, Spotify, SaaS-платформи), що забезпечує стабільний дохід і довгострокові відносини з клієнтами.

Фріланс та економіка спільного використання. Розвиток платформ для віддаленої роботи (Upwork, Fiverr) та спільного використання ресурсів (Airbnb, Uber) відкриває нові можливості для підприємців, які прагнуть працювати без традиційних офісів [3].

3. Нові підходи до фінансування: венчурні інвестиції та краудфандинг. Фінансування підприємницьких ініціатив також зазнало значних змін завдяки розвитку альтернативних методів залучення капіталу.

Венчурне фінансування та бізнес-ангели. Стартапи все частіше залучають кошти через венчурні фонди та бізнес-ангелів. Це особливо важливо для інноваційних компаній у сферах технологій, біотехнологій та фінтеху.

Краудфандинг. Платформи на кшталт Kickstarter, Indiegogo дозволяють підприємцям отримувати фінансування безпосередньо від кінцевих споживачів, тестуючи ринок перед випуском продукту.

Державні та міжнародні гранти. Багато урядів та міжнародних організацій підтримують підприємців через грантові програми та спеціальні фонди для розвитку малого бізнесу [4].

4. Соціальне підприємництво та сталий розвиток. Підприємства все більше орієнтуються на соціальну відповідальність та екологічну стійкість.

ESG-принципи (Environmental, Social, Governance). Бізнеси впроваджують екологічно чисті технології, дотримуються принципів соціальної

відповідальності та прозорого управління, що позитивно впливає на їхню репутацію та залучення інвесторів.

Зелена економіка та циркулярні моделі. Використання відновлюваних ресурсів, мінімізація відходів та впровадження екологічно безпечних технологій допомагають підприємствам відповідати сучасним вимогам сталого розвитку.

Соціальні підприємства. Бізнеси, що вирішують соціальні проблеми (освіта, охорона здоров'я, підтримка вразливих верств населення), отримують підтримку держави, громадських організацій та міжнародних фондів [5].

5. Інклюзивність, різноманіття та розвиток людського капіталу. Людський капітал стає ключовим активом підприємств, що розвиваються.

Інклюзивність та рівність. Компанії впроваджують політики гендерної рівності, підтримки малозахищених груп та культурного різноманіття, що сприяє кращій командній роботі [6]. Гнучкі формати роботи. Віддалена та гібридна робота стають нормою, що вимагає нових підходів до корпоративного управління та взаємодії між командами.

Безперервне навчання та розвиток персоналу. Інвестиції в освіту та професійне зростання працівників підвищують їхню продуктивність та сприяють довгостроковому успіху підприємства. Корпоративні освітні платформи та партнерства з університетами дозволяють бізнесу розвивати талановиті кадри.

Отже, сучасне підприємництво характеризується цифровізацією, гнучкістю та інноваційними бізнес-моделями. Використання штучного інтелекту, автоматизація та стартап-культура сприяють зростанню конкурентоспроможності компаній. Важливу роль відіграють соціальне підприємництво, сталий розвиток та впровадження ESG-принципів. Підприємства, що швидко адаптуються до змін та впроваджують новітні технології, мають більше шансів на успіх у глобальному бізнес-середовищі.

Список використаних джерел

1. Дибчук Л., Гордійчук В. Сучасний бізнес у світі цифрових технологій: головні тренди. *Сучасні технології комерційної діяльності і логістики*: Зб. матеріалів IV Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., (м. Київ, 1 лист. 2024 р.). [Електронний ресурс]. Київ: КНЕУ, 2024. С.235–237.

2. Dybchuk L., Holovchuk Y., Nahorna O., Yashchenko M., Svyryd O., Kunets K. Optimising Content in the Distribution of Trade and Agro-Industrial Enterprises through Digital Content Marketing. *Pak. j. life soc. Sci.* (2024), 22(2):10415–10427

3. Дибчук Л.В. Оптимізація бізнес-процесів за допомогою штучного інтелекту. *Штучний інтелект у науці та освіті (AISE 2024)*. *Artificial intelligence in science and education*: збірник матеріалів міжнародної наукової конференції (Київ, 1-2 березня 2024 р.) [Електронний ресурс]. Київ: УкрІНТЕІ, 2024. С.450–453

4. Дибчук Л.В. Роль цифрового маркетингу у зміцненні економічного розвитку в Україні. *Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи*

мобілізації ресурсів: матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф. Одеса: ДЗ «Південноукр. нац. педагог. універ. ім. К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2024. С. 203–206.

5. Дибчук Л.В. Маркетинг і логістика в епоху електронної комерції. *Відновлення України та її регіонів в контексті глобальних трендів: управління, адміністрування, забезпечення: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Запоріжжя: НУ «Запорізька політехніка», 2024. С. 634–635.*

6. Дибчук Л. В. Гендерний підхід в управлінні персоналом. *Реалізація гендерної політики в умовах суспільних трансформацій: зб. матер. наук.-практ. конф. Черкаси: Східноєвропейський універ. Ім. Р. Аблязова, 2023. С.140–143*

Череватов А.В. аспірант

Басок О.С., к.е.н., доцент

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Мазур О.В., к.е.н., доцент

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА СОЦІАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Соціальне підприємництво – відносно нове явище у вітчизняній економіці, яке поєднує економічну діяльність із вирішенням соціально значущих проблем. Однією з головних відмінностей соціальних підприємств від традиційного бізнесу є пріоритет соціальних цілей над прибутком. У цьому контексті управління персоналом на соціальних підприємствах набуває особливої ваги, оскільки ефективність такої діяльності напряму залежить не лише від професійної компетентності працівників, а й від їхньої мотивації, ціннісних орієнтацій і залучення до соціальної місії підприємства.

Метою статті є дослідження теоретичних підходів до управління персоналом на соціальних підприємствах та окреслення ключових чинників, що впливають на ефективність цього процесу.

Соціальні підприємства, на відміну від класичних комерційних структур, орієнтовані на забезпечення суспільного добробуту. Це може включати інтеграцію вразливих груп населення до трудового процесу, сприяння екологічній стабільності чи підтримку громад. Відповідно, персонал таких підприємств виконує не лише функціональні обов'язки, а й бере участь у реалізації соціальної місії.

Основні особливості управління персоналом у цьому секторі включають: підвищену роль цінностей, ідентичності та культури організації; необхідність поєднання економічних та соціальних мотивацій; наявність працівників із різним рівнем соціальної адаптації (особи з інвалідністю, внутрішньо переміщені особи, ветерани тощо); акцент на командну роботу, гнучкість і розвиток лідерства на всіх рівнях.

Теоретичні підходи до управління персоналом у соціальному підприємстві досить багатогранні. Сучасні теорії управління персоналом, такі як поведінковий підхід, ресурсно-орієнтований підхід і мотиваційна теорія, можуть бути адаптовані до потреб соціального підприємства.

Поведінковий підхід акцентує увагу на міжособистісній взаємодії, організаційній культурі та лідерстві. Він актуальний у соціальних підприємствах, де важливо забезпечити емоційне залучення працівників до спільної мети.

Ресурсно-орієнтований підхід розглядає персонал як стратегічний ресурс, який формує конкурентні переваги підприємства. У соціальному секторі особливе значення має розвиток «м'яких» навичок – комунікації, емпатії, стресостійкості.

Теорії мотивації (Маслоу, Герцберг, Врум) вказують на важливість нематеріальних стимулів - визнання, участі у прийнятті рішень, самореалізації - що є критичними для соціальних підприємств.

Для забезпечення ефективного управління персоналом у соціальному підприємстві важливими є такі чинники:

- ціннісна відповідність персоналу місії підприємства. Працівники, які поділяють цілі організації, виявляють вищу мотивацію та відданість.

- інклюзивна кадрова політика. Створення умов для залучення соціально вразливих категорій населення до роботи, їх навчання та адаптація — ключовий аспект.

- системи гнучкого управління. Соціальні підприємства часто функціонують в умовах нестабільного фінансування, тому потребують адаптивних HR-підходів - крос-функціональності, ротації, горизонтальних команд.

- професійний розвиток персоналу. Інвестиції в навчання, коучинг і наставництво сприяють зростанню ефективності й утриманню працівників.

- моральний клімат та лідерство. Лідери соціальних підприємств мають бути носіями етичних норм, підтримувати відкриту комунікацію та взаємоповагу в колективі.

На соціальних підприємствах матеріальне стимулювання, як правило, є обмеженим. Тому першорядного значення набуває нематеріальна мотивація: відчуття важливості своєї праці; участь у вирішенні соціально значущих проблем; позитивний вплив на громаду.

Також важливу роль відіграє соціальний капітал організації – рівень довіри, солідарності та взаємної підтримки, що підвищує згуртованість персоналу та зменшує плинність кадрів.

Таким чином, ефективне управління персоналом на соціальних підприємствах ґрунтується на поєднанні класичних теорій HR-менеджменту та специфічних особливостей соціального підприємництва. Важливо враховувати не лише професійні якості працівників, але й їхні цінності, мотивацію та здатність до роботи в інклюзивному середовищі. Ключем до успіху є формування організаційної культури, що підтримує соціальну місію

підприємства, розвиток нематеріального стимулювання, постійне навчання персоналу та гнучке управління. Подальші дослідження у цій сфері сприятимуть створенню ефективних моделей HR-політик для соціальних підприємств в Україні та за її межами.

Список використаних джерел

1. Кравченко О. О. Управління системою маркетингових досліджень на підприємстві / О. О. Кравченко, О. В. Бараненко // Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія :Економічні науки. - 2020. - Вип. 3. - С. 78-84.209
2. Shreyas B.D., Susheela Devi B. Devaru (2023) Вплив цифрового маркетингу серед фермерів в агробізнесі з посиланням на Vivek Enterprises Holenarasipura Hassan. Міжнародний журнал для Мультидисциплінарні дослідження, №. 5. Електронний ресурс – Режим доступу: <https://www.ijfmr.com/papers/2023/5/6221.pdf>

Чорна З. Ф.
*спеціаліст другої категорії
циклової комісії фінансово-облікових
та економічних дисциплін ВСП
Вінницький фаховий коледж економіки та
підприємництва ЗУНУ*

МЕТОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Оптимізація витрат на промисловому підприємстві – це процес мінімізації витрат при збереженні або підвищенні якості продукції чи послуг. Цей процес передбачає визначення та аналіз усіх витрат підприємства, а потім пошук способів скоротити ці витрати без негативного впливу на бізнес-операції чи якість продуктів чи послуг. Зменшення витрат на підприємстві стосується процесу визначення та впровадження заходів для зменшення витрат, які компанія несе під час своєї діяльності.

Мета скорочення витрат полягає в тому, щоб підвищити прибутковість підприємства шляхом збільшення його доходу або зменшення його витрат, або обох. Зниження витрат може бути досягнуто за допомогою різноманітних заходів, таких як оптимізація виробничого процесу, контроль рівня запасів, впровадження енергоефективних практик, покращення контролю якості та переговори про кращі ціни з постачальниками, серед іншого. Впровадження заходів із економії витрат вимагає ретельного планування, моніторингу та оцінки, щоб забезпечити досягнення бажаних результатів без шкоди для якості продукції чи послуг, які пропонує підприємство.

До основних заходів, що впливають на зниження витрат на підприємстві, відносяться:

1. Оптимізація виробничих процесів і використання ресурсів для усунення неефективності та зменшення відходів.

2. Впровадження нових технологій та автоматизація виробничих процесів для підвищення ефективності та зниження трудовитрат.

3. Переговори про кращі ціни та умови з постачальниками для зниження вартості сировини та інших ресурсів.

4. Впровадження енергоефективних практик та використання відновлюваних джерел енергії для зменшення витрат на енергію.

5. Контроль рівня запасів і зменшення надлишкових запасів, щоб уникнути відходів і зменшити витрати на зберігання.

6. Удосконалення процесів контролю якості, щоб зменшити кількість бракованих продуктів і мінімізувати витрати на переробку або повернення.

7. Впровадження систем обліку та аналізу витрат для визначення областей, де витрати можна скоротити, і для моніторингу ефективності заходів зі скорочення витрат.

8. Навчання та розвиток персоналу для підвищення продуктивності та ефективності, а також для зменшення обороту та пов'язаних з ним витрат.

9. Впровадження ініціатив щодо економії витрат і програм стимулювання для заохочення працівників до визначення та впровадження заходів економії.

10. Постійний моніторинг і перегляд витрат для виявлення нових можливостей для скорочення та оптимізації витрат.

11. Аналіз і скорочення прямих витрат: передбачає аналіз і скорочення прямих витрат, пов'язаних із виробництвом товарів або послуг.

12. Виявлення та усунення непотрібних витрат: передбачає виявлення та усунення непотрібних витрат, які не є критичними для діяльності підприємства.

13. Підвищення продуктивності: передбачає підвищення ефективності та продуктивності робочої сили, що може допомогти зменшити витрати, пов'язані з оплатою праці.

14. Оптимізація ланцюга постачання: передбачає оптимізацію ланцюга постачання для зменшення витрат, пов'язаних з логістикою та транспортуванням. Оптимізація витрат необхідна для успіху будь-якого промислового підприємства. Оптимізуючи витрати, компанія може підвищити свою прибутковість, конкурентоспроможність і фінансову стабільність, забезпечити свою довгострокову життєздатність на ринку.

Методи оптимізації витрат на промисловому підприємстві [1]:

- Ощадливе виробництво (англ. Lean Production) – цей підхід спрямований на зменшення відходів і підвищення ефективності шляхом оптимізації процесів, усунення непотрібних етапів і мінімізації запасів.
- Загальне управління якістю (англ. Total Quality Management, TQM) – цей підхід наголошує на безперервному вдосконаленні шляхом виявлення та усунення дефектів, удосконалення процесів і підвищення рівня задоволеності клієнтів.
- Шість сигм (англ. Six Sigma) – це керований даними підхід до

вдосконалення процесу, який використовує статистичні методи для виявлення та усунення дефектів, помилок і варіацій у процесах.

- Розробка вартості (англ. Development of Value) – цей підхід зосереджений на виявленні можливостей зниження витрат шляхом аналізу вартості кожного компонента продукту чи послуги та визначення шляхів зниження витрат без шкоди для якості.
- Аутсорсинг (англ. Outsourcing) – це передбачає передачу неосновних функцій або послуг стороннім постачальникам або постачальникам для зменшення витрат, пов'язаних із оплатою праці, інфраструктурою та іншими накладними витратами.
- Автоматизація (англ. Automation) – це передбачає використання технологій і автоматизації для зменшення витрат на робочу силу, підвищення продуктивності та оптимізації процесів.
- Переговори з постачальниками (англ. Negotiations with Suppliers) – це включає переговори про кращі ціни та умови з постачальниками для зниження вартості сировини, компонентів або послуг.
- Енергоефективність (англ. Energy Efficiency) – це передбачає оптимізацію споживання енергії та використання енергоефективного обладнання та процесів для зменшення витрат на енергію.

Загалом методи оптимізації витрат можуть допомогти промисловим підприємствам знизити витрати, підвищити ефективність і конкурентоспроможність і, зрештою, досягти довгострокового успіху на ринку.

Вивчення методів оптимізації витрат на промисловому підприємстві є важливим, оскільки допомагає збільшити ефективність діяльності підприємства та покращити його фінансові результати. Зменшення витрат може допомогти знизити вартість продукції або послуг, що робить їх більш доступними для споживачів та підвищує конкурентоспроможність підприємства на ринку.

Крім того, оптимізація витрат дозволяє підприємству збільшити прибутковість та рентабельність, що є важливими показниками успішності підприємства. Це допомагає забезпечити фінансову стійкість та стабільність підприємства в довгостроковій перспективі.

Серед методів, які використовують можна виділити метод «Standard Costing» (стандарт-костинг). Метод нормативного обліку або стандарт-костингу (англ. Standard Costing) – це метод управління витратами, який використовує стандартні ціни для матеріалів, робочої сили та інших ресурсів, щоб визначити вартість виробництва продукції або надання послуг. За цим методом, вартість продукції розраховується шляхом визначення стандартних витрат на одиницю продукції, а потім порівняння їх з фактичними витратами. Якщо фактичні витрати відрізняються від стандартних, то підприємство може вжити заходів для зменшення цих відхилень. Використання методу Standard Costing дозволяє підприємствам більш ефективно контролювати витрати, зменшувати відхилення від плануваних показників та підвищувати ефективність виробничих процесів.

Серед традиційних методів управління витратами можна виділити метод обліку прямих витрат або директ-костингу (англ. Direct Costing), який використовується для розрахунку витрат на конкретний продукт або послугу. Він базується на принципі прямого віднесення витрат на конкретний продукт або послугу, що дає можливість точніше визначити вартість продукції та зменшити загальні витрати на підприємстві. При цьому витрати на операції, пов'язані з безпосередньою виробничою діяльністю, такі як заробітна плата виробничих працівників, витрати на сировину та матеріали, включаються в вартість продукції, а витрати на операції, не пов'язані з виробництвом конкретного продукту, наприклад, орендна плата за загальні приміщення, не включаються в вартість продукції. Проте в сучасних конкурентних умовах та стрімкого інноваційного розвитку економіки, застосування традиційних методів не принесе бажаних результатів.

Найбільш поширеним практичним методом в сучасних умовах є концепція стратегічного управління витратами (англ. Strategic Cost Management, SCM). Концепція стратегічного управління витратами є однією з найбільш сучасних стратегій управління витратами на підприємстві. SCM спрямована на забезпечення взаємозв'язку між стратегічними цілями підприємства і його витратами. Головна мета SCM полягає в тому, щоб зменшити загальні витрати підприємства і підвищити його ефективність, враховуючи його стратегічні цілі. SCM включає аналіз витрат і процесів виробництва, планування витрат, оцінку результативності і контроль за використанням ресурсів, а також використання інформаційних технологій для підтримки прийняття рішень.

Дієвим методом в управлінні витратами є аналіз постачальників або SVR-аналіз (англ. Supplier Value Analysis). SVR-аналіз, дійсно є ефективним методом управління витратами. Це системний підхід, який використовується для визначення та зниження витрат у ланцюзі поставок. Цей підхід передбачає аналіз вартості кожного продукту чи послуги, що надаються постачальником, і визначення того, чи є вони необхідними, чи можуть бути виключені чи замінені менш дорогою альтернативою. Основна перевага SVR-аналізу полягає в тому, що він допомагає зменшити витрати без шкоди для якості чи продуктивності. Виявляючи непотрібні або надмірні витрати, компанії можуть покращити свій прибуток, зберігаючи високий рівень задоволеності клієнтів. За допомогою SVR-аналізу можна виявити найбільш ефективних постачальників матеріалів, послуг та робіт, які забезпечують оптимальний баланс між вартістю та якістю продукції[2].

Впровадження заходів щодо зменшення споживання енергії у виробничому процесі, що призвело до зниження витрат на комунальні послуги та підвищення екологічності. Отже, використання методів управління витратами на промисловому підприємстві є важливим для підвищення його ефективності та прибутковості. При правильному застосуванні цих методів можна досягти значних економічних результатів, таких як зниження витрат на

виробництво, покращення якості продукції, збільшення конкурентоспроможності на ринку та підвищення прибутковості підприємства.

Список використаних джерел

1. Данілов О. Д., Кучеренко В. П. Методичні підходи до оцінки фінансово-економічної безпеки підприємства. Управління інвестиціями та фінансові інновації. 2018. Випуск 15 (4). С. 112–121.
2. Стефанишина Н. І. Управління витратами на підприємстві : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2018. 232 с.
3. Цал-Цалко Ю. С., Кожевникова О. В. Фінансова діагностика інвестиційної діяльності підприємств в умовах глобалізації економіки. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2018. Випуск 202. С. 82–86.

Чорна З. Ф.
спеціаліст другої категорії
циклової комісії фінансово-облікових
та економічних дисциплін ВСП
Вінницький фаховий коледж економіки та
підприємництва ЗУНУ

ОСОБЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективне управління бізнес-процесами має вирішальне значення для успіху будь-якого підприємства. Він передбачає систематичну ідентифікацію, документування, аналіз, оптимізацію та постійне вдосконалення бізнес-процесів організації для досягнення бажаних результатів і відповідності очікуванням клієнтів і зацікавлених сторін. Однак управління бізнес-процесами не є простим завданням і вимагає глибокого розуміння особливостей і нюансів кожного процесу в контексті завдань і цілей організації.

Управління бізнес-процесами на підприємстві передбачає проектування, впровадження, моніторинг та оптимізацію різноманітних бізнес-процесів для досягнення організаційних цілей і завдань. Він охоплює низку видів діяльності, включаючи картографування процесів, аналіз, вдосконалення та автоматизацію. Управління бізнес-процесами спрямоване на те, щоб бізнес-операції були ефективними, дієвими та відповідали стратегічним цілям організації. Це передбачає визначення ключових процесів, які керують діяльністю організації, і зосередження на вдосконаленні цих процесів для досягнення кращих результатів.

Ефективне управління бізнес-процесами потребує системного підходу, який включає визначення ключових показників ефективності (КРІ), встановлення контрольних показників і відстеження прогресу з часом. Це також передбачає співпрацю між різними відділами всередині організації для забезпечення оптимізації процесів у всьому підприємстві. Процес має бути чітко визначений і зрозумілий усім зацікавленим сторонам.

Впроваджуючи найкращі практики та оптимізуючи бізнес-процеси, організації можуть підвищити ефективність, зменшити витрати та підвищити рівень задоволеності клієнтів. Важливо відзначити, що ефективне управління процесами потребує постійного моніторингу та контролю, щоб гарантувати, що вдосконалення будуть стійкими з часом.

Управління бізнес-процесами на підприємстві включає деякі унікальні характеристики та виклики, які відрізняють його від управління іншими аспектами організації:

1. Складність. Бізнес-процеси можуть бути складними, охоплювати багато входів, виходів і зацікавлених сторін. Управління цими процесами вимагає глибокого розуміння того, як вони працюють і як вони сприяють загальному успіху організації.

2. Взаємозалежність. Бізнес-процеси взаємозалежні, тобто зміни в одному процесі можуть впливати на інші. Управління бізнес-процесами вимагає розуміння цих взаємозалежностей і того, як ними можна керувати для оптимізації загальної продуктивності організації.

3. Міжфункціональна співпраця. Бізнес-процеси часто перетинають кордони відділів, вимагаючи співпраці між різними відділами та зацікавленими сторонами. Управління цими процесами вимагає ефективної комунікації та співпраці, щоб гарантувати, що всі працюють над досягненням тих самих цілей.

4. Вимірювання продуктивності. Управління бізнес-процесами потребує ефективного вимірювання ефективності, щоб визначити сфери, які потребують покращення, і відстежувати прогрес з часом. Це вимагає розробки чітких показників і контрольних показників для оцінки ефективності процесів.

5. Технології та автоматизація. Технології та автоматизація стають все більш важливими в управлінні бізнес-процесами. Організаціям необхідно бути в курсі останніх технологій та інструментів, щоб забезпечити оптимізацію та ефективність своїх процесів.

6. Постійне вдосконалення. Управління бізнес-процесами є постійним процесом постійного вдосконалення. Організації повинні постійно аналізувати та вдосконалювати свої процеси, щоб залишатися конкурентоспроможними та досягати своїх стратегічних цілей.

Загалом ці процеси є критично важливими для забезпечення безперебійної роботи будь-якої організації. Розуміючи входи, результати та мету кожного процесу, компанії можуть визначати сфери для вдосконалення та впроваджувати стратегії для підвищення ефективності, зниження витрат і підвищення рівня задоволеності клієнтів і зацікавлених сторін.

Бізнес-процеси на підприємстві можуть зіткнутися з різними проблемами, які можуть вплинути на їх результативність і ефективність. Відсутність стандартизації: бізнес-процеси, які не стандартизовані, можуть бути неефективними та складними в управлінні. Це може призвести до неузгодженості в продуктивності та якості, а також до труднощів у вимірюванні та вдосконаленні процесів. Погана комунікація: перебої в комунікації можуть виникати між різними відділами або зацікавленими

сторонами, залученими до бізнес-процесу. Це може призвести до затримок, помилок і непорозумінь, які можуть вплинути на ефективність процесу. Неефективне використання ресурсів: бізнес-процеси, які не оптимізовані, можуть призвести до неефективного використання ресурсів, таких як час, матеріали або персонал. Це може призвести до збільшення витрат і зниження продуктивності.

Опір змінам може виникнути, коли організації намагаються запровадити нові або оновлені бізнес-процеси. Це може викликати тертя та опозицію серед зацікавлених сторін, перешкоджаючи впровадженню вдосконалених процесів. Відсутність автоматизації: бізнес-процеси, які значною мірою покладаються на ручні завдання, можуть забирати багато часу та бути схильними до помилок. Автоматизація може допомогти впорядкувати й оптимізувати ці процеси, але відсутність інвестицій у технології автоматизації може перешкодити організаціям реалізувати ці переваги.

Відсутність моніторингу та контролю: бізнес-процеси, які регулярно не відстежуються та не контролюються, можуть застаріти або стати неефективними. Організації повинні бути віддані постійному аналізу та вдосконаленню, щоб гарантувати, що їхні процеси залишаються оптимізованими та ефективними.

Отже, вирішення цих проблем вимагає відданості постійному вдосконаленню та співпраці між відділами та зацікавленими сторонами. Завдяки стандартизації, оптимізації та автоматизації бізнес-процесів організації можуть підвищити ефективність, зменшити витрати та покращити загальну ефективність. Бізнес-процеси на промислових підприємствах мають ряд унікальних особливостей, які відрізняють їх від інших видів бізнесу.

Управління ризиками безпеки є важливою частиною управління бізнеспроцесами на підприємствах такого типу.

Управління ланцюгом постачань: промислові підприємства часто покладаються на складні ланцюги поставок із кількома постачальниками та продавцями, які беруть участь у виробничому процесі. Управління цими відносинами та забезпечення своєчасної доставки матеріалів має вирішальне значення для дотримання виробничих графіків.

Відповідність нормативним вимогам: на промислові підприємства часто поширюється низка нормативних актів, пов'язаних із безпекою, впливом на навколишнє середовище та іншими сферами. Дотримання цих правил має вирішальне значення для уникнення штрафних санкцій і підтримки суспільної довіри.

Технічне обслуговування та ремонт: промислове обладнання часто вимагає регулярного технічного обслуговування та ремонту для забезпечення оптимальної продуктивності. Ефективні процеси технічного обслуговування та ремонту мають вирішальне значення для мінімізації простоїв і дотримання виробничих графіків. Важливо відмітити, що характеристики бізнес-процесів на промислових підприємствах відрізняються від інших видів бізнесу.

Промислові процеси часто складні та ресурсомісткі, передбачають координацію кількох відділів і функцій. Лінійність і повторюваність є загальними рисами промислових процесів, оскільки вони часто спрямовані на безперервне виробництво одного і того ж продукту. Технології автоматизації часто використовуються для підвищення ефективності та зниження трудових витрат.

Ефективне спілкування та співпраця мають вирішальне значення для забезпечення взаємозалежності різних підрозділів у промисловому процесі. Можна зробити висновок, що управління бізнес-процесами на промислових підприємствах вимагає глибокого розуміння унікальних проблем, пов'язаних із виробництвом і виробництвом. Ефективне управління ланцюгом постачання, управління безпекою, а також процеси технічного обслуговування та ремонту мають вирішальне значення для забезпечення дотримання графіків виробництва, підтримки якості та контролю витрат.

Список використаних джерел

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 384 с.
2. Вінничук О.Ю. Аналіз систем управління бізнес-процесами для малого і середнього бізнесу. *Науковий вісник Чернівецького університету. Економіка*. 2012. С. 311-317.
3. Косенко А.В., Ваніна Я.А. Удосконалення управління бізнеспроцесами на підприємствах України. *Актуальні проблеми державного управління*. 2020. № 2. С. 70-76.
4. Оптимізація бізнес-процесів на підприємстві: навч. посіб. / Мельник В. І. та ін.; Київ: Центр учбової літератури, 2018. 200 с.

Шевчук А.Л.
*д.ф., доцент кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва,
Вінницький кооперативний інститут*

ПРОПОЗИЦІЯ ЦІННОСТІ ТА МЕТОДИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Чому ваші клієнти обирають саме вас? Що змушує їх купувати ваші товари чи послуги серед безлічі альтернатив? У чому унікальність вашої компанії та продукції порівняно з конкурентами? Відповіді на ці запитання допоможуть сформулювати вашу ціннісну пропозицію.

Удосконаливши свою ціннісну пропозицію, ви зможете збільшити конверсію та зробити маркетингові кампанії ефективнішими. Вміння чітко й переконливо донести цінність вашого бізнесу та товарів є одним із ключових факторів успішного маркетингу.

Ціннісна пропозиція – це вигода, яку отримують ваші клієнти завдяки придбання вашого продукту чи послуги. Тут варто оцінити яким чином ми аналізуємо клієнта і яким чином ми розробляємо саму цінність пропозиції. Для цього ми використовуємо інструменти процесів мислення нашого покупця, а

також причинно-наслідкові зв'язки. Також в роботі використовують «дерево існуючої дійсності» для проведення аналізу поведінки наших клієнтів, розробляючи пропозицію цінності.

Пропозиція цінності має відповідати трьом головним критеріям:

1. Пропозиція цінності ніколи не заснована на зниженні ціни. Включає в себе усунення кореневих явищ небажаних для клієнтів.
2. Не може бути дуже швидко повторена конкурентом. При коректній побудові, завжди передбачає операційні зміни в компанії.
3. Надає фінансові вигоди як клієнту, так і постачальнику пропозиції цінності. Будується на принципі W2W. І передбачає збільшення продажів та маржі.

Ефективне залучення споживачів до продукту можливе за умови його розробки з урахуванням глибинних потреб цільової аудиторії. Для цього використовується концепція ощадливого стартапу, методологія формування ціннісної пропозиції та бізнес-модель Canvas. Такий підхід сприяє зниженню ймовірності ринкової невідповідності продукту, забезпечує поступовий розвиток бізнесу з мінімізацією ризиків і оптимізацією початкових ресурсних витрат. Крім того, дана стратегія є ефективною для розробки інноваційних рішень у сфері B2C (бізнес-споживач).

Якщо розглядати ці функції з точки зору Теорії обмежень (ТОС), можна помітити, що у більшості компаній маркетинг орієнтований лише на кінцевого споживача, не створюючи додаткової цінності для партнерів (дистриб'юторів, роздрібних мереж тощо). Основним інструментом маркетингових стратегій у таких випадках є ціноутворення та різноманітні бонуси для клієнтів, які найчастіше базуються на знижках. Проте мало хто усвідомлює, що покупці, орієнтовані на низьку ціну, є найбільш нелояльними: вони швидко переключаються на конкурента, який запропонує вигідніші умови.

Згідно з логікою маркетингу в рамках ТОС, ключовим фактором є здатність формувати цінність продукту чи послуги для споживача. Чим більше суттєвих і критичних проблем вирішує пропозиція, тим вищою буде її цінність для клієнта.

Для визначення цінності продукту для споживача та ідентифікації проблем, які він прагне вирішити, необхідно враховувати подвійне сприйняття цінності: з боку виробника (постачальника) та з боку кінцевого споживача.

З позиції виробника цінність формується на основі витрат, інвестицій у розробку, виробництво та маркетингове просування продукції, а також очікуваного рівня прибутку. Це визначає так звану «справедливу» ціну товару або послуги, за якою компанія прагне здійснювати продаж.

Однак споживач оцінює продукт через призму отриманих вигод і усунення наявних проблем (потреб). Саме ці фактори впливають на його суб'єктивне сприйняття справедливої вартості товару. Оскільки різні групи споживачів мають відмінні потреби та проблеми, їхня оцінка цінності однієї й тієї ж пропозиції може суттєво відрізнятися. Це свідчить про відсутність єдиної об'єктивної «справедливої ціни» та підтверджує сегментовану природу ринку,

де кожна група споживачів сприймає вартість продукту крізь призму власних потреб та очікувань.

Часто компанії стикаються з тим, що для клієнта цінність продукту є нижчою, ніж для них самих. Тому найголовнішим завданням маркетингу є невпинне її підвищення в очах та свідомості покупця.

Цінність – це суб'єктивне сприйняття споживачем корисності товару або послуги. Вона не завжди є життєво необхідною, оскільки багато речей, які людина вважає цінними, не є критично важливими для її існування. Проте саме це суб'єктивне відчуття корисності формує попит та визначає ринкову значущість продукту.

Бізнес-модель – це структурована система організації діяльності компанії, спрямована на створення та доставку цінності клієнту. Вона включає процеси виробництва, управління ресурсами та взаємодію із зацікавленими сторонами. Залежно від позиції у ланцюгу створення цінності, компанія може орієнтуватися як на кінцевих споживачів, так і на інші організації чи бізнес-структури, що беруть участь у цьому процесі.

«Модель ціноутворення» визначає спосіб встановлення грошової вартості пропонованої цінності. Вона базується на співвідношенні витрат на створення продукту чи послуги та їхньої суб'єктивної значущості для споживача. Таким чином, бізнес-модель визначає, як організована діяльність компанії для створення та реалізації цінності, а модель ціноутворення – як ця цінність монетизується через встановлення ринкової вартості.

Методологія «Шаблон ціннісної пропозиції», розроблена Івом Піньє, Алексом Остервальдером та їхніми співавторами, є ефективним інструментом аналізу та розробки бізнес-моделей. Ця методика широко доступна у відкритих джерелах, що дає змогу детально ознайомитися з її основними принципами та практичним застосуванням.

Структурно «Шаблон ціннісної пропозиції» складається з двох ключових компонентів:

1. «Профіль клієнта», який дозволяє систематизовано описати цільову аудиторію, її потреби, проблеми та очікування.

2. «Ціннісна карта», що відображає процес трансформації потреб клієнта у конкретні продукти або послуги, які компанія пропонує для задоволення цих потреб.

Даний підхід є ефективним інструментом для розуміння механізму створення цінності, а також дозволяє оцінити, яку саме цінність бізнес генерує для своїх клієнтів. Особливо актуальним його застосування є у сфері креативної економіки, де важливо не лише розробити конкурентоспроможний продукт, а й чітко визначити його унікальну пропозицію для ринку.

Список використаних джерел

1. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Hoboken: John Wiley & Sons, 2014. 320 p.

2. Малюта Н. Основи продажів. Ефективна комунікація з покупцями. Київ: Наш формат, 2024. 240 с.

3. Пасічник, М. Д., Соловйова, О. В. Ціннісна пропозиція підприємства як основа його конкурентоспроможності. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2020. №3. С. 23-35.

4. Раджаманнар Р. Квантовий маркетинг. Новий спосіб мислення / пер. з англ. Київ: Наш формат, 2023. 320 с.

Шкільнік А.В., здобувач освіти
Науковий керівник: к.е.н., в.о. зав. кафедри
менеджменту, маркетингу та підприємництва
Пиріжок С.Є.
Вінницький кооперативний інститут

ОБГРУНТУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ У СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності стратегічне планування передбачає запровадження реінжинірингу та бенчмаркінгу для врахування більш важливих критеріїв, які означають реорганізацію і поліпшення бізнес-процесів [1]. Таким чином, управлінська команда повинна своєчасно діагностувати ці процеси та здійснювати контроль за ходом їх реалізації, та прагнути до нововведень. Іноді, зрив процесів здійснення реінжинірингу та бенчмаркінгу відображається декількома несприятливими чинниками. А тому слід розглядати бізнес-процеси в контексті стратегічного планування діяльності, а також їх співвідношення до очікуваних результатів із визначеними довгостроковими цілями підприємства [2]. Але використання всіх конкурентних стратегій одночасно для підприємства слід вважати неефективним. Тому, управлінська команда повинна вирішити, які конкурентні переваги намітило отримати підприємство і які при цьому має ресурсні можливості для здійснення таких намірів.

Однією із методик стратегічного планування є SWOT-аналіз, який вважається доволі поширеним інструментом, оскільки досліджує можливості бізнес-процесів на підприємствах.

Тому для більш повного розуміння матриці SWOT-аналізу необхідно дослідити, які можливості та загрози існують при виборі напрямів реінжинірингу бізнес-процесів кожного підприємства (таблиця 1). А ті результати, які отримані шляхом проведення SWOT-аналізу, дозволяють скоригувати модель реінжинірингу бізнес-процесів підприємства, виходячи з дій конкурентів [3].

Тоді як бенчмаркінг проводиться шляхом оформлення угоди про співпрацю з використанням формальних механізмів взаємодії в процесі здійснення еталонного порівняння (партнерські угоди, співтовариства). Це означає, що процес бенчмаркінгу базований на поєднанні конкурентного аналізу діяльності підприємств-партнерів, а також їх маркетингової взаємодії.

Поєднання таких вищезазначених інструментів дозволяє не тільки провести динамічну оцінку поточного стану підприємства, але й передбачити якісні зміни з урахуванням його активної позиції по відношенню до власної стратегічної мети.

Це виходить із того, що ринок збуту взагалі – це те середовище, де здійснюються торгові операції та встановлюються контакти і відносини між виробниками і покупцями. Тому що на сучасному етапі розвитку економіки держав відбуваються глобальні зміни і перетворення, які надають істотний вплив на ринок товарів і послуг.

Таблиця 1

SWOT-аналіз як матриця взаємоузгоджень критеріїв при виборі напрямів реінжинірингу бізнес-процесів на підприємстві

	Можливості (1, 2, 3, ..., n)	Загрози (1, 2, 3, ..., n)
Сильні сторони (1, 2, 3, ..., n)	Стратегія використання сил для реалізації можливостей. Дана стратегія підходить для конкурентоспроможних швидкозростаючих підприємств, лідер свого сегменту ринку	Стратегія використання сил для нейтралізації загроз. Дана стратегія підходить для підприємств, чий поточний стан може розцінюватись як задовільний, однак існують несприятливі загрози
Результат реінжинірингу:	- отримання унікальних конкурентних переваг внаслідок зміни підходів до організації бізнес-процесів підприємства, вдосконалення продукції (товарів); - глибинне запровадження інформаційно-комунікаційних технологій у бізнес-процеси підприємства; - зростання кількості патентів та ліцензій на власні технології	- планування нових процесів з метою підвищення ефективності діяльності; - залучення високопрофесійних фахівців до участі у пілотних проектах; - зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій, SMART-технологій, цифровізації і нововведень автоматизації у бізнес-процесах підприємства
Слабкі сторони (1, 2, 3, ..., n)	Стратегія використання сил для усунення недоліків. Дану стратегію доцільно здійснювати з метою зменшення загрозливих упущень та перетворення їх у сильні сторони підприємства	Стратегія скорочення діяльності в даному сегменті ринку. Дана стратегія використовується підприємствами, котрі функціонують в умовах глибокої кризи
Результат реінжинірингу:	- скорочення тривалості виробничого (операційного) циклу; - залучення високопрофесійних фахівців для керування бізнес-процесами; - переведення контролю з метою розширення і удосконалення обсягів автоматизації управлінських процесів.	- використання захисних стратегій маркетингової політики; - оптимізація асортименту підприємства; - використання методів стимулювання збуту для підсилення обсягів реалізації продукції (товарів).

Звідси випливає, що кожне підприємство повинно підкорятися цим вищезазначеним змінам, які спонукають його до розвитку, укріплювати власний стратегічний потенціал, адаптуючи до сучасних умов конкуренції, які склалися на ринках.

Список використаних джерел

1. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation – A Manifesto for Business Revolution. New York: Harper Business, 1993. 223 p.

2. Жежуха В. Й. Сутність і значення реінжинірингу на підприємствах. *Проблеми економіки*. 2020. № 4. С. 155–163.

3. Сакун Л. М., Сухомлин Л. В, Різніченко Л. В, Велькін Б. О. Реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод управління стратегічними змінами на підприємстві. *Економіка і організація управління*. 2020. URL: <https://jeou.donnu.edu.ua/article/view/9382>

Шмагельська М. О.,
к.г.н., доцент,
в.о. декана факультету управління та права,
Вінницький кооперативний інститут
Кулик А.А.,
в.о. зав. кафедри природничих, правових
та суспільних дисциплін,
Вінницький кооперативний інститут

ВПЛИВ КОНЦЕПЦІЇ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ НА ЕКОНОМІКУ ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження принципів стійкого розвитку актуальне та необхідне як на міжнародному так і на державному рівні, а також на рівні корпорацій, окремих підприємств середнього та малого бізнесу. Зараз, під «стійким розвитком» розуміють економічне зростання, яке не завдає шкоди навколишньому середовищу та сприяє вирішенню соціальних проблем, знаходячи баланс між економічним, екологічним та соціальним розвитком. Виникає потреба використовувати сталий розвиток, в рамках стратегії впровадження принципів стійкий розвиток підприємств різних галузей промисловості, як інструмент управління якістю [1, с. 91].

На рис. 1. представлена графічна інтерпретація підходів стійкого розвитку, де кожна область є однією з трьох форм впливу.



Рис. 1. Концепція стійкого розвитку та форми впливу на її досягнення.

Термін «стійкий розвиток» набув широкого поширення після публікації доповіді, підготовленої 1987 р. Міжнародною комісією з навколишнього середовища та розвитку ООН (комісія Брундтланд), в якій була дана одна з найчастіше цитованих його трактувань – це «Розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, але не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти власні потреби» [2]. З моменту появи, концепція сталого розвитку розглядалася як основний підхід до вирішення однієї із найважливіших проблем сучасної цивілізації – усунення протиріччя між швидко зростаючими матеріальними потребами людства та обмеженими можливостями планети для їхнього задоволення. Нові ідеї досить швидко здобули широке визнання, оскільки вони органічно поєднували у собі традиційні цінності більшості світових культур, ґрунтуючись на таких поняттях, як справедливість, повага прав людини, відповідальність перед майбутніми поколіннями і, також час, спиралися на досягнення науково-технічного прогресу.

Прихильники ідей стійкого розвитку не лише ставлять під сумнів раніше широко використовувані поняття економічного зростання, а й пропонують принципово змінити характер виробництва та споживання відповідно до істинних потреб людства. На сьогодні, у рамках цієї концепції, сформульовано теоретичні підходи до проблеми забезпечення економічного зростання в межах прийнятних соціальних та екологічних наслідків. Запропоновано ряд моделей, що розвивають та розширюють традиційні підходи [3]. Більшість цих моделей ґрунтується на введеному ще у роботах Г. Дейлі понятті «економіка стійкого стану», що інтегрувало положення ранньої концепції «меж зростання», теорію економіки добробуту, принципи екологічно орієнтованого господарювання та філософію сталого розвитку.

Інтегральна модель можлива для будь-якого розміру економіки з відносно стабільними головними показниками, які підтримуються на «деякому бажаному рівні достатності за рахунок мінімально можливого рівня допоміжної активності, тобто, при найменших можливих переміщеннях матерії та енергії від першої стадії виробництва до кінцевої стадії споживання» [2]. Вона призначена для пошуку оптимально стійкого стану економіки, за якого її масштаби не перевищують екологічних обмежень, а добробут її членів, як мінімум, не зменшується. Вважається, що в рамках цього ідеального стану будь-які нематеріальні блага (наприклад, соціальний та інтелектуальний капітал) можуть зростати нескінченно, але при цьому, всі компоненти фізичного капіталу (наприклад, запаси природних ресурсів, земля) обмежені, їх обсяг і структура визначаються внутрішніми властивостями системи.

Важливим питанням, що виникає у процесі практичної реалізації концепції сталого розвитку, є вибір методів та інструментів виміру стійкості. Такі прикладні методики повинні пов'язувати воедино всі три компоненти стійкості та містити не лише набори індикаторів (критеріїв) екологічної, економічної та

соціальної стійкості, а й набір комплексних показників, що характеризують загальний стан досліджуваної системи з погляду її впливу на суспільний добробут. Причому ці методики повинні охоплювати всі рівні – від планетарного, що характеризує вплив компанії на стійкість розвитку всього людства у цілому, до локального – оцінює стійкість розвитку окремо взятої компанії (бізнесу).

Отже, стійкий розвиток поступово стає провідним завданням бізнесу. Для того, щоб підтримувати свою конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі, бізнес повинен вміти оцінювати результати впровадження принципів стійкості та здійснювати їх на практиці. Для вирішення цього завдання необхідна не лише адекватна методологічна база, а й нове мислення, відмінне від традиційного, вартісного підходу.

Список використаних джерел

1. Горшков Л. І. Інтегровані системи менеджменту для стійкого розвитку підприємств. *Екологічні науки: науково-практичний журнал*. 2023. №3. С. 90-98. URL: <http://ecoj.dea.gov.ua/wp-content/uploads/2013/02/gorshkov.pdf>.
2. Аналіз середовища в прийнятті стратегічних рішень. Навчально-інформаційний портал НУБіП України. URL: <https://elearn.nubip.edu.ua/mod>.
3. Дробот Є. В., Макаров І. М., Почепасєв І. А. Концептуальні основи сталого розвитку у ХХІ столітті: принцип триєдності та підходи до оцінки впливу бізнесу. *Лідерство та менеджмент*. 2020. № 4. с. 643-658.

Шмагельська М. О.,

к.г.н., доцент

Чорний О.Ю.,

бакалавр, спеціальність 073 «Менеджмент»,

Вінницький кооперативний інститут

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Аналіз середовища – це складний процес, який вимагає ретельного аналізу процесів, які відбуваються, оцінка факторів та встановлення відносин разом з ними, враховуючи потенційні загрози впливу на діяльність організації, а також її переваги та недоліки. Статус факторів зовнішнього середовища є особливо важливим. Для функціонування та розвитку сучасні компанії повинні адаптуватися до змін, що відбуваються в умовах дуже динамічного та нестабільного зовнішнього середовища. Тому, своєчасний його аналіз відіграє ключову роль у формуванні ефективних методів управління для підприємства в нестабільних умовах зовнішнього середовища.

На сучасній стадії розвитку всі компанії мають конкретні уявлення про основні фактори зовнішнього середовища. У цьому випадку кроки для

збору, аналізу та надсилання інформації про неї здебільшого здійснюються ненавмисно, добровільно та випадково. Як результат, помилкові уявлення про необхідність використання конкретних методів управління в різних діях діяльності компанії.

Зовнішнє середовище підприємства поділяють на:

- мікросередовище: постачальники ресурсів, споживачі продукції (послуг), торгові та маркетингові посередники, конкуренти, фінансово-кредитні установи, страхові компанії, державні органи;

- макросередовище, що включає природне, демографічне, науково-технічне, економічне, екологічне, міжнародне середовище та політичне [1].

Сучасний аналіз управління підприємством включає також аналіз та вивчення впливу факторів зовнішнього середовища. Різкі політичні та економічні зміни на ринку виявили, що проблема залишається малодослідженою, а особливо такі її складові, як: значення середовища для управління; визначення середовища; взаємозв'язок чинників середовища; складність середовища; рухливість середовища; невизначеність середовища; середовище прямого впливу; середовище непрямого впливу; міжнародне середовище.

Факторами зовнішнього середовища фактично є дія, з якою зміни одного чинника впливають на інші чинники. Слід зазначити, що в організації управління підприємством необхідно максимально враховувати фактори зовнішнього впливу та розглядати конкретну організацію як цілісну систему, що складається з взаємопов'язаних частин [2].

Основними методами, що враховують стан зовнішнього середовища та, головним чином, ступінь його нестабільності є:

Перша група – методи управлінського контролю: використання довідкових та методичних матеріалів, інструкцій; ведення фінансового контролю.

Друга група – методи прогнозування: проведення довгострокового планування; прийняття бюджету поточних видатків та капітальних вкладень; цільове керування.

Третя група - методи стратегічного аналізу: здійснення стратегічного планування; визначення стратегічних позицій.

Четверта група – методи, засновані на ухваленні гнучких екстрених рішень: проведення ранжирування всіх стратегічних завдань; керування за слабкими сигналами; екстрене керування в умовах несподіваних подій.

Вибір оптимального методу управління підприємством для його ефективного довгострокового функціонування та успішного розвитку можливий лише за допомогою здійснення аналізу зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Чечель А. О. Розвиток соціального підприємництва в Україні в умовах підвищення турбулентності зовнішнього середовища. *Наукові перспективи*. 2024. № 3(45). С. 454-465.

2. Манулов О. В. Формування стратегії сталого розвитку підприємств в умовах невизначеності. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2024. Том 9. № 2. С. 60 – 64.

Яремчук О.А., аспірант

Яремчук В.А., аспірант

ВНЗ Міжнародний університет бізнесу і права

Галаченко О.О., д.е.н. професор

Глінська Р.В. асистент

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Витрати і собівартість продукції – це фундаментальні економічні категорії, які визначають ефективність функціонування як національної економіки загалом, так і окремих підприємств. У ринковому середовищі рівень собівартості слугує своєрідною межею доцільності для виробника, що дозволяє оцінити життєздатність його виробничо-господарської діяльності. Зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції при одночасному підвищенні її якості – це основа конкурентоспроможності підприємства, запорука його стабільного економічного зростання та соціального розвитку.

У міру просування продукції від сировини до кінцевого переробленого продукту змінюється і структура витрат: в кожній наступній стадії виробництва первісна вартість сировини набуває форми виробничих витрат, а собівартість на кожному етапі визначає нижню межу ринкової ціни.

Наукове підґрунтя і актуальність досліджень. Питання формування та аналізу витрат завжди мали високу практичну цінність – як у планово-адміністративній економіці, так і в умовах ринкової трансформації. Цій тематиці приділяють увагу провідні наукові інституції: Інститут економіки та прогнозування НАН України, Інститут аграрної економіки, Всеросійський науково-дослідний інститут економіки сільського господарства, НУБіП України, КНЕУ ім. В. Гетьмана та інші. Значний внесок у вивчення проблематики зробили такі визнані фахівці, як В. Г. Андрійчук, П. С. Безруких, В. Р. Боев, М. О. Борхунов, Ф. Ф. Бутинець, С. І. Дем'яненко, Ю. О. Лупенко, П. Т. Саблук, О. М. Шпичак та багато інших.

Сучасні зміни у структурі витрат. Сьогодні спостерігається тенденція до зростання питомої ваги матеріальних витрат, що пов'язано зі значним подорожчанням мінеральних добрив, паливно-мастильних матеріалів і посівного матеріалу. Ці компоненти піддаються потужному впливу інфляційно-девальваційних чинників, що ускладнює прогнозування витратної частини та ефективне фінансове планування.

Особливо показовим є п'ятикратне зростання витрат на оплату робіт і послуг, що надаються сторонніми організаціями. У цю категорію входять

витрати на орендовану техніку, амортизацію, оплату праці, ПММ під час обробітку ґрунту, збирання врожаю, післяурожайної доробки зернових тощо. У ряді випадків така модель є економічно доцільнішою для сільськогосподарських підприємств, ніж утримання власного технічного парку. Водночас це ускладнює проведення порівняльного аналізу витрат між господарствами і у часовому розрізі, оскільки стаття витрат стає агрегованою та часто використовується для покриття не лише виробничих, а й управлінських витрат.

Амортизація як проблемна зона агросектору. Окремо варто виділити критично низький рівень амортизаційних відрахувань у сільському господарстві. Основними причинами цього є:

1) Обмежені фінансові ресурси, що не дозволяють підприємствам оновлювати техніку й обладнання.

2) Спрощена система оподаткування, яка звільняє від сплати податку на прибуток і не стимулює повноцінне облікове відображення амортизаційних витрат.

У результаті підприємства не мають економічного стимулу до переоцінки основних засобів, що призводить до заниження амортизаційної складової у собівартості й, як наслідок, до штучного завищення показників рентабельності. Це створює ілюзію фінансового благополуччя, що може впливати на політику державної підтримки галузі – на шкоду її реальним потребам.

Невирішеність проблеми в умовах ринку. Попри загальне переконання в ефективності ринкового саморегулювання, проблемам обліку витрат і собівартості в нових умовах приділяється недостатньо уваги. Водночас з переходом до ринкових відносин процес формування витрат у сільському господарстві ускладнився через нові форми господарювання, цінову нестабільність, податкові зміни, а також значні просторові та структурні зміни у виробництві.

Це актуалізує потребу в розробці нових підходів до обліку та аналізу витрат, здатних враховувати ці зміни й забезпечувати своєчасну та об'єктивну оцінку собівартості продукції. Саме ця проблема стала основою вибору теми дослідження, оскільки від її вирішення залежить економічна стійкість сільськогосподарських підприємств в умовах сучасних викликів.

Список використаних джерел

1. Войтко Н.М. Особливості застосування методу нарахування доходів в бюджетних установах // Вісник ЖІТІ. – 2022 № 7. – С.231-233

2. Цап В. Д. Трансакційні витрати при формуванні витрат виробництва сільськогосподарської продукції / В. Д. Цап // Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи: Х Міжнародна науково-практична конференція, м. Одеса, 29–30 квітня, 2015 року: тези доповіді. – Одеса, 2019. – С. 105–108.

УДК 005.32

**Ящук Н. О., здобувачка освіти,
Вінницький кооперативний інститут
Ставнича Н. О.
доктор філософії (PhD) в галузі освіти**

ТИПОЛОГІЯ ЛІДЕРІВ ОРГАНІЗАЦІЙ: КЛАСИФІКАЦІЯ, ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ВПЛИВ

Лідерство – це ключовий фактор успішного функціонування організації. Від типу лідера залежить не лише стиль управління, а й рівень залученості персоналу, інноваційність, швидкість прийняття рішень і здатність команди адаптуватися до змін. Актуальність дослідження зумовлена потребою організацій визначати та розвивати ефективні форми управлінської поведінки в умовах постійних трансформацій.

Розуміння типології лідерства має практичну цінність для всіх рівнів управління, адже вибір стилю управління відповідно до ситуації підвищує ефективність командної роботи та сприяє досягненню стратегічних цілей і зниженню внутрішніх ризиків. Окрім того тип лідера безпосередньо впливає на мотивацію, залученість і психологічний комфорт працівників [5, с. 325].

Таким чином, вивчення типології лідерів є ключовим елементом ефективного організаційного розвитку.

Розглянемо класичні стилі лідерства. Одна з перших класифікацій стилів лідерства була запропонована Куртом Левіном [1, с. 158]. Вона включає три основні типи:

1. Авторитарний стиль – передбачає централізацію влади в руках керівника, чітке структурування задач і мінімальну участь підлеглих у прийнятті рішень. Такий стиль ефективний у кризових ситуаціях, але може спричиняти зниження мотивації.

2. Демократичний стиль – ґрунтується на колективному обговоренні та залученні працівників до процесів прийняття рішень. Перевагами є підвищення ініціативності та креативності, хоча можливе уповільнення прийняття рішень.

3. Ліберальний стиль – характеризується делегуванням повноважень і високим рівнем автономії працівників. Він доцільний у колективах із високим рівнем професіоналізму, проте може призвести до нестачі координації [1, с. 180].

Окрім поведінкових стилів, актуальним є аналіз лідерів за особистісними характеристиками та управлінською мотивацією. Виділяють такі типи:

1. Візіонер – орієнтований на стратегічне бачення та майбутнє. Створює загальну ідею, навколо якої об'єднується команда.

2. Коуч (ментор) – фокусується на розвитку потенціалу підлеглих. Створює середовище підтримки, але іноді уникає жорстких управлінських рішень [4, с. 46].

3. Оператор – прагматичний, організований, орієнтований на процеси. Ефективний у стабільних умовах, однак схильний до ригідності.

4. Харизматик – впливає завдяки особистій привабливості та емоційності. Може бути нестабільним або фокусуватися на те, щоб справити враження, а не на результаті.

5. Служитель (servant-leader) – ставить потреби команди на перше місце. Формує довіру, проте ризикує втратити авторитет при недостатній твердості [2, с. 257].

У сучасних організаціях дедалі частіше спостерігається комбінування типів лідерства. Наприклад, керівник може бути одночасно стратегічним візіонером і операційним менеджером. Це вимагає високого рівня емоційного інтелекту та здатності адаптувати поведінку до ситуації. Лідер, який ефективно перемикається між стилями, краще справляється з викликами складного середовища [6, с. 180].

Типологія лідерства є інструментом аналізу управлінської поведінки в організаціях. Жоден тип не є універсально ефективним. Оптимальним є гнучкий, адаптивний підхід, який враховує потреби команди, цілі організації та зовнішній контекст [3, с. 175]. Підвищення уваги до розвитку м'яких навичок лідера, зокрема емоційного інтелекту, стає критично важливим для формування стійких і результативних команд.

Список використаних джерел

1. Левін К. Психологія та особистість / К. Левін. - К.: Основи, 2000. - 256 с.
2. Робертс К. Управлінське лідерство: сучасні підходи / К. Робертс ; пер. з англ. - Х.: Видавництво «Ранок», 2012. - 304 с.
3. Глущенко В. В. Теорія та практика лідерства в менеджменті / В. В. Глущенко. - К.: Центр учбової літератури, 2010. - 212 с.
4. Кузнецова С. О. Лідерство в організації: психологічні аспекти / С. О. Кузнецова // Вісник психології і соціальної педагогіки. - 2015. - № 17. - С. 45-50.
5. Northouse P. G. Leadership: Theory and Practice / P. G. Northouse. - 7th ed. - Thousand Oaks: SAGE Publications, 2016. - 495 p.
6. Greenleaf R. K. Servant Leadership: A Journey into the Nature of Legitimate Power and Greatness / R. K. Greenleaf. - New York: Paulist Press, 2002. - 370 p.

**Морозова О.М., к.ю.н.,
доцент кафедри права та суспільних дисциплін
ПВНЗ «Вінницький фінансово – економічний університет»
Морозова Л.П., д.ф.н.,
професор, кафедри гуманітарних,
економічних та фінансово – облікових дисциплін
Вінницький кооперативний інститут**

ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ЮРИДИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність дослідження зумовлена стрімким впровадженням цифрових технологій у сферу права, що кардинально змінює уявлення про юридичну працю. Внаслідок цього виникають нові виклики для правотворців, суддів, адвокатів і правників загалом. Штучний інтелект (далі – ШІ) може підвищити швидкість і точність юридичних рішень, однак при цьому існує ризик втрати прозорості процедур, порушення права на приватність і розмивання меж юридичної відповідальності. Саме тому необхідність у науковому осмисленні етичних та правових аспектів функціонування ШІ є вкрай нагальною.

Інтеграція штучного інтелекту у правову сферу поступово перетворюється з інноваційної ініціативи на невід’ємний елемент сучасної юридичної практики. Системи ШІ вже сьогодні здатні оптимізувати численні процеси: від аналізу великого масиву правової інформації до автоматичного формулювання висновків на основі нормативних актів і судової практики. Проте разом із такими перспективами постає низка етичних та правових викликів, які потребують глибокого аналізу, критичного осмислення та належного нормативного врегулювання [1].

Штучний інтелект відкриває перед юридичною спільнотою широкі перспективи. Зокрема, інтелектуальні системи здатні оперативно аналізувати великі обсяги правової інформації; знаходити релевантні судові прецеденти; надавати первинні правові консультації; підтримувати прийняття рішень у складних справах.

Попри ці переваги, впровадження ШІ породжує низку проблем, пов’язаних з автономністю систем, складністю алгоритмів, труднощами в поясненні рішень і відповідальністю за дії таких систем. Виникає необхідність у створенні механізмів контролю, які б дозволяли ефективно регулювати діяльність ШІ в юридичній сфері [2].

Одним із центральних викликів є визначення відповідальності за дії автономних систем ШІ, які можуть самостійно приймати рішення на основі алгоритмічного аналізу даних. У зв’язку з цим важливо дати чітке визначення автономності ШІ, зокрема рівня незалежності таких систем від втручання людини і розробити нормативну базу, яка передбачатиме юридичну

відповідальність для різних суб'єктів – розробників, операторів, власників і користувачів ШІ.

Також є необхідність забезпечити алгоритмічну прозорість, шляхом створення пояснювальних механізмів, які дозволяють зрозуміти логіку дій ШІ та створити інституційні механізми моніторингу та аудиту дій систем, що використовуються в юридичній практиці.

Без належного врегулювання цих аспектів існує ризик серйозних зловживань, а також виникнення прогалин у правовій системі.

Юридична діяльність за своєю природою передбачає роботу з чутливою інформацією. Використання ШІ для її обробки вимагає дотримання високих стандартів конфіденційності. Необхідними є впровадження сучасних засобів захисту, включаючи шифрування, багаторівневу автентифікацію та обмеження доступу, розробка нормативів прозорості, що регламентують, як саме дані обробляються системами ШІ, проведення навчання для юридичних працівників щодо етичних стандартів, пов'язаних із обробкою даних за допомогою ШІ [3]. Тільки поєднання технічних, правових і освітніх заходів дозволить забезпечити збереження прав осіб на приватність та захист персональних даних.

Одним із найпомітніших напрямів використання ШІ є надання первинних правових консультацій. Такі системи можуть аналізувати договори та інші юридичні документи та генерувати відповіді на стандартні правові запити. До того ж, пропонувати варіанти правових дій та оптимізувати комунікацію з клієнтами [4].

Це сприяє розширенню доступу громадян до правової допомоги, особливо в регіонах із обмеженим доступом до юристів. Проте залишаються питання щодо юридичної сили таких консультацій, а також відповідальності за наслідки їх використання.

Узагальнюючи викладене, можна стверджувати, що використання ШІ у юридичній практиці є неминучим етапом еволюції правової системи. Проте його ефективне застосування можливе лише за умови дотримання балансу між технологічними досягненнями та етичними, правовими стандартами. Зокрема, необхідно розробити чіткі правила юридичної відповідальності за дії автономних систем, забезпечити захист конфіденційної інформації, гарантувати прозорість і зрозумілість рішень, прийнятих ШІ, впроваджувати освітні програми з юридичної етики в контексті ШІ [5].

Таким чином, подальше впровадження ШІ у правову сферу має супроводжуватися адаптивним та комплексним правовим регулюванням, що враховує інтереси як правників, так і суспільства в цілому.

Список використаних джерел

1. Єфремов М. Штучний інтелект, історія та перспективи розвитку / М. Єфремов. URL: <http://vtn.ztu.edu.ua/article/view/81625/79214>
2. Штучний інтелект як технологія створення автоматизованих інтелектуальних систем. URL:

https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/5044/1/20160428-29_TAZY_V3_P349.pdf

3. Поняття штучного інтелекту. URL: http://megalib.com.ua/content/1956_71_Ponyattya_shtychnogo_intelektu.html

4. Штучний інтелект. Підходи і напрямки до розуміння штучного інтелекту. URL: <http://referat-ok.com.ua/informatika/shtuchnii-intelekt>

5. Переваги та недоліки застосування штучного інтелекту у сферах управління. URL: http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/25207/2/MSNK_2018v2_Pelcher_M-Advantages_and_lack_of_application_72-73.pdf

Петренко В.І.
к.і.н., завідувач кафедри права
Вінницький кооперативний інститут

КОЛЕКТИВІЗАЦІЯ ТА РОЗКУРКУЛЕННЯ (1929-1933 рр.): ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Більшовицько-комуністичний режим з 1917 р. став втілювати в життя ідеї світової комуністичної революції, зокрема, проголосив війну приватній власності. Після здійснення експропріації у дворянства, буржуазії, поміщиків, більшовицьке керівництво прагнуло змін статусу і соціальних верств, кого називали «дрібною буржуазією». Це стосувалося, насамперед, селян-одноосібників, яких влада прагнула колективізувати.

Офіційне рішення про початок примусової суцільної колективізації (суцільна – експропріація селянської власності: землі, реманенту, худоби, птиці)⁵ було прийняте на листопадовому пленумі ЦК ВКП(б) 1929 р. Пленум закликав усі партійні організації направити зусилля на те, щоб вже протягом найближчих двох років в основному завершити колективізацію сільського господарства в країні [1с. 347].

Партійне керівництво України на чолі з генеральним секретарем ЦК КП(б)У С. Косіором не тільки підтримало дане рішення, але й визначило ще більш стислі строки: суцільну колективізацію в Україні провести впродовж одного року [2, с. 351, 352].

Саме штурмовщина проведення колективізації та вимога Сталіна і його оточення організовувати в основному комуни як найвищу форму «колгоспного руху» [2, с. 368], з усуспільненням практично всієї власності селянина та ліквідація ринкових відносин призвели до великомасштабної руйнації сільського господарства та селянських повстань.

У ситуації, коли колективізація насаджувалася силоміць «зверху», а куркуля не можна було «підпускати до колгоспу на відстань гарматного пострілу» [3, с. 72], вже наприкінці 1929 р. селянський опір в Україні зріс у порівнянні з 1927 р. в чотири рази [3, с. 73].

Супротив примусовій колективізації мав різні форми боротьби: збройні повстання; терористичні акти; масовий вихід з колгоспів та розбирання, псування, підпали колгоспного майна; ігнорування заходів влади; зрив заготівлі продовольства; протести: «волинки», пасивний спротив та ін. Він не завжди був організованим, але потужний масовістю. Вона допомагала селянам долати страх перед владою і розкуркуленням. Особливо дошкуляли владі «волинки» та «жіночі бунти»: селянки розуміли, що з втратою власності наступить реальна загроза голоду для їх сімей, тому відстоювали своє право на власну худобу, птицю тощо.

Найбільш потужний збройний опір стався в перші місяці 1930 р. Так, лише в одному Вінницькому окрузі впродовж січня-березня відбулося 416 антирадянських виступів селян [4, ф. п-29, оп.1, спр.609, арк. 35].

У другій половині лютого-березні 1930 р. став мінятися характер масових селянських виступів. Вони стали організованішими і більш тривалими в часі, набули відкритого опору окупаційній більшовицькій владі. А події в Бердичівському, Вінницькому, Кам'янець-Подільському, Могилів-Подільському, Тульчинському округах Поділля, де антирадянські збройні виступи тривали тижнями, набувши характеру бойових дій (більшовики були змушені кинути проти повсталих війська ДПУ), стали підтвердженням наростаючого кровопролиття в ході війни з українським народом [3, с.58-66].

Взимку-навесні 1930 р. практично вся територія України була охоплена полум'ям селянських збройних повстань. Так, з 20 лютого до 2 квітня 1930 р. в 41 окрузі республіки було зафіксовано 1718 масових виступів селян: з них 25 у Кам'янець-Подільському, 41 – Могилів-Подільському, 68 – Вінницькому, 146 – Тульчинському, 251 – Шепетівському округах [5, с. 76].

У кровопролитному протистоянні з військами ДПУ (тільки наприкінці січня 1930 р. в українське село було мобілізовано додатково 29 939 співробітників ДПУ) [2, с. 415], міліцією, озброєними партійно-комсомольськими загонами загинули сотні українських селян. Г. Орджонікідзе, який у цей час перебував в Україні з місією «виправити становище», у своїх записах констатував: «В трьох округах: Тульчинському, Шепетівському і Могилівському справжні повстання селян. Повстання придушено зброєю, застосовувавши кулемети, а в окремих місцях, і гармати. Убитих і розстріляних – 100, поранено декілька сотень. Ці райони переважно з бідняцьким населенням...» [5, с. 76].

Масовість і тривалість антирадянських селянських виступів в Україні не могла не хвилювати комуністів, адже зростала загроза непокори владі серед територіальних частин червоної армії, в основному – селянської. Усвідомивши величезну небезпеку для свого існування, тоталітарний режим вирішив пришвидшити акцію з масового розкуркулення та депортацій селянства як один із засобів придушення їхнього опору.

До цього спонукала більшовицьку владу також і криза будівництва колгоспного ладу. Так, в Україні кількість колективізованих господарств

навесні 1930 р. становила 27% [3, с. 89]. В деяких районах Поділля – 15% [4, ф. П-33, оп.1, спр.938, арк.11].

Офіційно реалізація більшовиками масової акції «ліквідація куркуля як класу» розпочалася у січні 1930 р., відповідно до постанови ЦК ВКП(б) від 5 січня «Про темп колективізації і заходи допомоги держави колгоспному будівництву». Більшовицька тоталітарна держава, прийнявши постанову, перейшла від політики економічного визискування та ізоляції так званих «куркулів» до політики їх фізичного знищення [1, с. 366-369].

У наукових працях серед причин «ліквідації куркульства як класу» більшовиками визначені такі: економічна – експропріація селянських коштів у державну казну, а також на колгоспне будівництво (будівлі, майно та реманент); соціальна – ізоляція «куркулів» від основної частини селянства; політична – ліквідація «дрібного сільського буржуа» на селі стала необхідністю у зв'язку з неможливістю його використання для побудови комуністичного суспільства, а також прискорювалася перспектива масового втягнення значної частини колгоспного селянства в майбутні більшовицькі акції; психологічна – формування у свідомості населення образу «ворога народу» в особі «куркулів» та «підкуркульників» [6, с. 13].

Загалом усі ці причини слугували для селянства, яке ще не зазнало репресій, застереженням і не залишало для них вибору: якщо не в колгосп, то – на виселення.

До 1917 р. куркулями називали нечесних, скупих сільських багатіїв, які наживали свої кошти лихварством, контрабандною торгівлею, найманою працею, їхня кількість була незначною. Після революцій 1917 р., з подачі більшовицької партійної пропаганди про необхідність боротьби з «дрібнобуржуазною стихією», куркулями стали називати всіх більш-менш заможних селян, причому, ненависть до цього трудолюбивого селянства, справжнього господаря, постійно нагніталася і зростала.

Прошло всього 10 років як земля була поділена практично порівно, за кількістю членів сімей, і вже від завзятості кожного окремого селянина залежала рентабельність його господарства, хтось неодмінно мав стати багатшим, а хтось – біднішим. Більшовики ж використали процес розшарування села у своїх цілях, назвавши його класовим, а заможніших селян – «куркулями».

Настав час «класової революції на селі», нового протистояння: «куркуль» – бідняк. Озброєні, втративши людяність, партійні уповноважені разом з частиною бідняцького люмпену за підтримки військ ДПУ розпочали терор проти кращих хліборобів країни: разом з сім'ями, майже без майна і продовольчих запасів, відправляти їх взимку, в лютий холод 1930 р., на Крайню Північ.

Державний терор проти «куркулів» здійснювався більшовиками за класовим мотивом. Так зазначено і в Законі України «Про реабілітацію жертв репресій комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років» № 2325-VIII від 13.03.2018 р.

Щодо важливих термінів, що використані у статті, в Законі вказується на їхнє значення, зокрема:

розкуркулення – примусове вилучення майна у селян, господарство яких визнано заможним;

вислання – примусове виселення особи з місця її проживання з встановленням заборони на проживання у визначеній місцевості або примусове виселення чи переселення особи з місця її проживання в іншу місцевість або за межі СРСР;

заслання – примусове переміщення особи з місця її проживання з обов'язковим поселенням у певній місцевості, спецпоселенні, встановленням обмеження на право пересування та заборони виїзду з місця спецпоселення;

депортація – примусове виселення народів, етнічних, етноконфесійних, соціальних або інших груп населення з місць їхнього постійного проживання з політичних, класових, соціальних, релігійних, національних мотивів [7].

Кремлівські окупанти домагалися звільнення українських сіл від селян, які чинили опір колективізації. Хто не розумів «чарівностей» колективного життя з його вдаваною рівністю й ледарством і не бажав вступати в колгоспи. І навіть тим «куркулям», які готові були пожертвувати своїм, важкою працею нажитим, майном – владою було оголошено табу. ЦК ВКП(б) підтримав «Зразковий Статут сільськогосподарської артіль» 1929 р., заборонивши «куркулям» участь у колгоспному виробництві. Зокрема, в Статуті йшлося: «До артілі не приймають куркулів і всіх позбавлених виборного права» [4, ф. П-29, оп.1, спр.577, арк. 235]. Це рішення більшовицького найвищого партійного органу стало остаточним вироком для хліборобів, вони були приречені на переслідування з боку силових структур тоталітарної держави.

Більшовицькому режиму потрібно було звільнитися і від тих селян, в тому числі і небагатих, які за свою завзятість, фізичну силу, рішучість, прагнення до справедливості були шанованими в українських селах, а своєю незалежністю – небезпечними для партактиву сіл (після систематичних партійних чисток переважна більшість сільського партактиву слухняно виконувала вказівки «зверху» і не відзначалася моральністю). Саме таким, незалежним незаможникам, влада дала прізвисько «підкуркульник», тобто – практично «куркуль» – союзник запеклого ворога.

Таким чином, більшовицько-комуністичним тоталітарним режимом було прийнято безпрецедентне в світовій історії рішення: в мирний час здійснити фізичне знищення кращих хліборобів. Сталася політична репресія – ліквідація селянина-власника та знищення приватної власності як такої і переведення усіх ресурсів, засобів виробництва та матеріальних цінностей під прямий контроль керованої компартією тоталітарної держави.

Сотні тисяч кращих представників українського етносу більшовицька окупаційна влада ліквідувала розстрілами, запроторенням у концтабори та депортаціями на Крайню Північ, до Сибіру, на Урал. Після масового розкуркулення, суцільна колективізація була проведена, а селяни стали рабами колгоспної системи господарювання.

Список використаних джерел

1. КПРС в резолюціях і рішеннях з'їздів, конференцій і пленумів ЦК. 1898-1970. Пер. з 8-го рос. вид./За заг. ред. *П.М. Федосєєва*. К., 1980. Т. 4. 1927-1931. 557 с.
2. Голод 1932-1933 років в Україні: причини та наслідки / Голова редакц. ради – *В.А. Смолій*. Відпов. ред. *В.М. Литвин*. Керівн. автор. кол-ву *В.І. Марочко*. К.: Наукова думка, 2003. 888 с.
3. *Васильєв В.Ю, Віола Л.* Колективізація і селянський опір на Україні (листопад 1929-березень 1930 рр.). Вінниця, 1997. 536 с.
4. Державний архів Вінницької області (ДАВО).
5. *Рибак І., Матвєєв А.* Трагічний перелом. Колективізація і розкуркулення на Поділлі та Південно-Східній Волині. Кам'янець-Подільський: Абетка, 2001. 140 с.
6. Політбюро і селянство: вислання, спецпоселення. 1930-1940: В 2 кн. Кн.1. / Відп.. ред. *Н.Н. Покровський*. М., 2005. 568 с.
7. Закон України. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо удосконалення процедури реабілітації жертв репресій комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років. № 2325-VIII від 13.03.2018 р. (Відомості Верховної Ради, 2018, № 20, ст.189). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-19#Text>.

Собчук А. О.

викладачка кафедри права

Сідак С.П., к.ю.н., доцент кафедри права

Вінницький кооперативний інститут

СХИЛЯННЯ НЕПОВНОЛІТНІХ ДО ВЧИНЕННЯ СУСПІЛЬНО НЕБЕЗПЕЧНИХ ДІЯНЬ ЯК ЗАГРОЗА СЬОГОДЕННЯ

Схиляння неповнолітніх до вчинення суспільно небезпечних діянь – це одна із найбільших загроз сьогодення, особливо в період воєнного стану, коли російські спецслужби вербують підлітків для здійснення ними диверсійної діяльності. Це явище становить значну загрозу для суспільства, оскільки завдає шкоди не тільки самим дітям, але й їхнім сім'ям, а також підриває основи правопорядку та національної безпеки. Тому захист дітей та їхньої безпеки завжди був і є пріоритетним напрямком внутрішньої політики держави. Тому, на нашу думку, це питання є актуальним поза часовими рамками.

Неповнолітні особи вкрай вразливі та, на жаль, легко піддаються маніпуляціям, залякуванням та погрозам. Протиправна діяльність неповнолітніх в умовах війни має особливий характер. Війна створює середовище, яке сприяє збільшенню асоціальної поведінки серед неповнолітніх дітей. Причини залучення неповнолітніх у суспільно небезпечну діяльність можуть бути різноманітні: проблеми в родині, відсутність належної уваги з

боку дорослих, негативне середовище, вплив «поганих» компаній чи соціального оточення.

Конституція України у ст. 52 проголошує, що будь-яке насильство над дитиною та її експлуатація переслідуються за законом [1]. Відповідно до ст. 1 Конвенції про права дитини, «дитиною є кожна людська істота до досягнення 18-річного віку, якщо за законом, застосовуваним до даної особи, вона не досягає повноліття раніше» [2]. Покарання за втягнення неповнолітньої особи до протиправної поведінки зазначається у ст. 304 Кримінального Кодексу України, а саме: втягнення неповнолітніх у протиправну діяльність, у пияцтво, у заняття жебрацтвом, азартними іграми – карається позбавленням волі на строк від трьох до семи років. Ті самі дії, вчинені щодо малолітньої особи або батьком, матір'ю, вітчимою, мачухою, опікуном чи піклувальником, або особою, на яку покладено обов'язки щодо виховання потерпілого чи піклування про нього, – караються позбавленням волі на строк від чотирьох до десяти років [3].

Національна поліція України постійно повідомляє про зростання випадків вербування підлітків для скоєння диверсій російськими спецслужбами через Інтернет та соціальні мережі. Зазначається, що за статистикою, кожна друга дитина в Україні активно користується інтернетом, однак підлітки часто не усвідомлюють небезпеки, пов'язані з діяльністю сумнівних онлайн-груп, кібербулінгом та цілеспрямованими маніпуляціями.

Правоохоронці виділяють кілька поширених тактик росіян:

- соціальні мережі та месенджери: використання фейкових акаунтів, поширення «цікавих вакансій» з високою оплатою за прості завдання, запрошення до закритих груп;
- фейкові пропозиції роботи: оголошення з високою оплатою за збір інформації про стратегічні об'єкти;
- шантаж та залякування: використання особистої інформації для примусу до співпраці;
- ідеологічна обробка: поширення пропагандистських матеріалів [4].

Згідно зі статтею 113 Кримінального кодексу України, диверсія — це умисні дії, спрямовані на:

- руйнування об'єктів інфраструктури (мости, електростанції, залізничні шляхи, підприємства тощо).
- пошкодження військових об'єктів або майна.
- вчинення вибухів, підпалів, знищення чи псування матеріальних цінностей.
- інші дії, що мають на меті послабити державу, створити небезпеку для життя людей чи дестабілізувати ситуацію в країні [1].

Диверсія є тяжким кримінальним правопорушенням, навіть якщо її скоїв підліток. За вчинення диверсії передбачено:

- позбавлення волі на строк від 10 до 15 років.

- у разі, якщо диверсія спричинила загибель людей або тяжкі наслідки, можливе довічне позбавлення волі [1].

Відповідальність для неповнолітніх:

- згідно зі статтею 22 ККУ, підлітки віком від 14 років можуть нести кримінальну відповідальність за тяжкі кримінальні правопорушення, зокрема за диверсії [1].

Це означає, що навіть якщо дитина вчинила кримінальне правопорушення під тиском або за обіцянку винагороди, вона може отримати суворе покарання. Але може бути пом'якшення відповідальності, якщо суд врахує, що дитина була залучена до кримінального правопорушення через обман, шантаж чи примус, але це не звільняє від покарання.

Дуже важливим є попередження втягнення неповнолітніх до суспільно небезпечних діянь, тому спільні зусилля батьків, школи та правоохоронців допоможуть запобігти таким випадкам. Знання про кримінальну відповідальність та ризики – це перший крок до уникнення проблем. Дитина має знати, що звернутися до батьків, учителів, викладачів або правоохоронців – це правильно, навіть якщо її залучають через погрози чи обман. Тому, на нашу думку, потрібно пояснити підлітку, що потрібно бути обережними в інтернеті та соціальних мережах; бути обачними із пропозиціями від незнайомих людей (повідомляти батькам); поширювати інформацію тільки з офіційних ресурсів; звертати увагу на ознаки обману (наприклад пропозиції щодо швидкого збагачення) [5]. А батькам у свою чергу, потрібно підтримувати дитину (батьки повинні брати активну участь в житті своїх дітей); контролювати за вільним часом та впливом оточення (діти мають мати чітко визначений розпорядок дня, зокрема особливий контроль з ким вони спілкуються в інтернеті та поза ним); залучати до позашкільної роботи (залучення дітей до гуртків, спортивних секцій та культурологічних заходів може допомогти відвернути їх від впливу вулиці чи небезпечної компанії); підтримувати/допомагати (психологічна допомога для дітей що пережили травми війни, звернення за психологічною допомогою у випадку агресії, труднощів у спілкуванні); встановити довірливі стосунки [5]. І остеронь не повинні стояти вчителі, викладачі та адміністрація закладів освіти, на яких в основному покладено завдання проведення профілактично-просвітницьких заходів.

Сьогодні, як ніколи, втягнення неповнолітніх до суспільно небезпечних діянь є досить гострою проблемою суспільства, особливо в умовах збройної агресії рф. Тому потрібно вживати заходів, для запобігання даного виду правопорушень, так як це є сумним прикладом для підростаючого покоління та для самих дітей.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 22.04.2025 р.).

2. Конвенції про права дитини: Конвенцію ратифіковано Постановою ВР № 789-XII від 27.02.91. № 72/14-612-138441 від 16.11.2023. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_021#Text (дата звернення: 22.04.2025 р.).

3. Кримінальний Кодекс України / Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25-26, ст.131. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14/conv#n2108> (дата звернення: 22.04.2025 р.).

4. Грава Медіа. В Україні зросли випадки вербування підлітків для скоєння диверсій. URL: <https://gwaramedia.com/chim-zavershilasya-zustrich-predstavnikiv-rosiyi-ta-ssha-shhodo-vijni-v-ukrayini/> (дата звернення: 22.04.2025 р.).

5. КЗ "Міський центр соціальних служб" Івано-Франківської міської ради. Профілактика втягнення неповнолітніх у злочинну діяльність. URL: https://www.facebook.com/permalink.php/?story_fbid=1024080166409337&id=100064220884738 (дата звернення: 22.04.2025 р.).

Яковець О. В.

директорка Фахового коледжу економіки і права ВКІ

Жиловський В.М., викладач,

Фаховий коледж економіки і права ВКІ

ОБОРОННА ФУНКЦІЯ ДЕРЖАВИ

Діяльність кожної держави направлена на вирішення ряду завдань для забезпечення добробуту населення, збереження конституційного ладу та територіальної цілісності, що вимагає витрати значних матеріальних ресурсів і концентрації політичних зусиль.

Основні напрями діяльності держави, що виражають її сутність і соціальне призначення, цілі й завдання з управління суспільством у властивих їй формах і притаманними їй методами називають функціями держави. [1, С. 19]

Уявлення про діяльність держави поза її межами, характеристику напрямів роботи на міжнародній арені в галузі встановлення і підтримування відносин з іншими державами (захист країни, забезпечення інтеграції у світову економіку, підтримка світового порядку та ін.) дають зовнішні функції держави. [2, С. 9] Серед яких можна виділити оборонну, зовнішньополітичну, зовнішньоекономічну, зовнішньокультурну (гуманітарну).

В різні історичні періоди і на сучасному етапі світового розвитку питання поділу територій, загострення міжнародних відносин та неможливість вирішення міжнародно-правових конфліктів дипломатичним шляхом визначають одним з найпріоритетніших завдань у діяльності державних установ забезпечення безпеки населення та ефективний захист державних кордонів, а отже, здійснення оборонної функції. Для України питання захисту національних інтересів було актуальним протягом багатьох століть, а в сучасних умовах повномасштабного вторгнення військ російської федерації реалізація даної функції набула ще більшого значення, адже забезпечує

збереження державності. Стало цілком зрозуміло, що оборонна політика держави – це основа для всіх подальших змін, тому що тільки обороноздатна країна, де питанням захисту кордонів та усіх соціальних цінностей приділяється значна увага, може існувати та вийти на вищі рівні економічного, соціального та культурного розвитку.

Процес виконання функцій держави здійснюється через діяльність державних органів та їхніх посадових осіб у різних формах, які доцільно розмежувати на правові та організаційні форми. Правові форми – це діяльність органів держави, яка пов'язана з ухваленням і виданням правових актів, а саме: правотворча, правозастосовча, правоохоронна, правоінтерпретаційна. Організаційні форми здійснення функцій держави – це поточна технічна, господарська, статистична діяльність, спрямована на розв'язання конкретних завдань. Кожна функція держави здійснюється одночасно і в правових, і в організаційних формах, у тому числі і функція оборони держави. [3, С. 37]

Реалізація оборонної функції з допомогою правової форми пов'язана з закріпленням на законодавчому рівні поняття та обов'язку за відповідними структурами її здійснення. Обов'язок щодо захисту суверенітету, територіальної цілісності України, економічної та інформаційної безпеки визначається Конституцією найважливішою функцією української держави і покладається на Збройні сили України, відповідні військові формування та правоохоронні органи держави [4].

Слід відзначити, що оборонна функція тісно пов'язана з правоохоронною функцією, адже остання направлена на попередження та стримування внутрішньодержавних загроз, а оборонна – від зовнішніх посягань. Проте їх об'єднує мета – забезпечення та утвердження прав людини та громадянина, не допущення порушення державних кордонів, уникнення будь-яких ворожих зовнішніх дій стосовно України.

Відповідно до Закону України «Про оборону України», оборона України – система політичних, економічних, соціальних, воєнних, наукових, науково-технічних, інформаційних, правових, організаційних, інших заходів держави щодо підготовки до збройного захисту та її захист у разі збройної агресії або збройного конфлікту. Оборона України базується на готовності та здатності органів державної влади, усіх складових сектору безпеки і оборони України, органів місцевого самоврядування, єдиної державної системи цивільного захисту, національної економіки до переведення, при необхідності, з мирного на воєнний стан та відсічі збройній агресії, ліквідації збройного конфлікту, а також готовності населення і території держави до оборони. З метою запобігання збройній агресії та збройному конфлікту, забезпечення національних інтересів і реалізації власної воєнної політики Україна, дотримуючись норм відповідальної і заснованої на співробітництві поведінки в галузі безпеки, бере участь у міжнародних системах безпеки та міжнародному співробітництві у сфері оборони на підставі міжнародних договорів України та в порядку і на умовах, визначених законодавством України.

Визначаючи способи забезпечення власної безпеки у процесі підготовки держави до оборони та під час воєнних дій, Україна додержується принципів і норм міжнародного права, враховує законні інтереси безпеки інших держав. [5]

Організаційні форми здійснення оборонної функції держави пов'язані з реалізацією таких заходів як захист від зовнішньої агресії і ведення війн; зміцнення і модернізація збройних сил; створення військових баз; купівля та продаж озброєнь; участь у міжнародних акціях з підтримки миру або припинення агресії; проведення військової розвідки, розвиток оборонної промисловості; охорона державних кордонів; організація цивільної оборони; підготовка мобілізаційних резервів; військовому співробітництві з іншими державами.

З метою ефективного здійснення оборони та безперешкодного подальшого розвитку, Україна повинна здійснювати системний комплексний аналіз загроз національній безпеці, удосконалити власні військові потужності, швидко реагувати на зміни безпекового середовища, протистояти воєнним загрозам, безперебійно функціонувати до і під час воєнного конфлікту, а також у короткі строки відновлюватися після його завершення. Тому для реалізації оборонної функції розроблено Стратегію національної безпеки України, яка ґрунтується на засадах стримування, стійкості та взаємодії.

Зовнішньополітична діяльність держави відповідно до Стратегії спрямована передусім на забезпечення незалежності і державного суверенітету, відновлення територіальної цілісності України, тобто реалізацію складових оборонної функції держави.

Основним завданням у сфері воєнної безпеки є розвиток потенціалу стримування. Безумовним пріоритетом є боездатні Збройні Сили України, підготовлений і вмотивований військовий резерв та ефективна територіальна оборона, які у поєднанні зі спроможностями інших органів сектору безпеки і оборони здатні завдати таких неприйнятних для противника втрат на землі, у повітрі, на морі та у кіберпросторі, що унеможливить реалізацію його агресивних намірів. Держава врахує уроки гібридної агресії проти України, бойових дій на Близькому Сході у нових доктринальних підходах до забезпечення воєнної безпеки та підвищення обороноздатності. [6]

Отже, невід'ємною функцією держави, особливо в умовах зовнішньої агресії, реалізація якої є запорукою існування держави та життя її народу, виступає оборонна функція. Саме розвиток обороноздатності України є одним з основних важелів безпекової складової при формуванні демократичної держави та збереженні територіальної цілісності.

Список використаних джерел

1. Марущак О.А. Функції держави: визначення поняття. Держава та регіони. Серія: Право. 2019. №3. С. 17-21.
2. Дубинський І.Ю. Класифікаційні особливості функцій держави. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: юридичні науки. 2019. №4. С. 7-11.

3. Щербюк М., Щербюк М. Особливості та шляхи реалізації функції оборони держави. Історико-правовий часопис. 2015. №2 (6). С. 36-40.

4. Конституція України : Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. Відомості Верховної Ради України. 1996. № 30. Ст. 141.

5. Закон України «Про оборону України». Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992. № 9. Ст. 106. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1932-12#Text>.

6. Рішення Ради національної безпеки і оборони України «Про Стратегію національної безпеки України» : Указ Президента України № 392/2020 від 14.09.2020 р. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/3922020-35037> .

СЕКЦІЯ 26. Легка промисловість

Нахайчук О.В., д.е.н., професор

Горобчишина В.В., к.т.н, доцент

Захарова Е.А., викладач

Христюк О.І., викладач

ПВНЗ Вінницький інститут конструювання одягу та підприємництва

ПЕРСПЕКТИВИ СУЧАСНОГО РОЗВИТКУ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Легка промисловість України є важливою складовою національної економіки, охоплюючи виробництво товарів широкого вжитку (тканини, одяг, взуття, галантерея) та продукції технічного призначення (корд, канати, штучна шкіра). До галузі входять текстильна, швейна, взуттєва, хутрова та інші підгалузі. Виробництво базується як на вітчизняній (льон, вовна, шкіра), так і імпортній сировині (бавовна, текстиль).

Історично ця галузь має глибоке коріння – від ручного ткацтва до промислового виробництва. Розвиток легкої промисловості в Україні почався у ХІХ столітті, а до кінця ХХ століття вона забезпечувала близько 12% обсягу промислового виробництва. Однак згодом частка скоротилася до 1% (2013 рік), що вказує на кризові явища в галузі.

Причинами занепаду стали як внутрішні економічні труднощі, так і зовнішня конкуренція з боку імпоротної продукції, часто дешевшої та масової. Значну роль у погіршенні ситуації відіграли також розриви у виробничо-логістичних ланцюгах та втрата традиційних ринків збуту.

Попри це, легка промисловість зберігає високий виробничий потенціал. Сьогодні вона налічує 25 підгалузей і здатна виготовляти значні обсяги продукції. У галузі працюють як великі, так і малі підприємства. Перші орієнтовані переважно на експорт, другі – на внутрішній ринок, де вони демонструють гнучкість і адаптивність, компенсуючи відсутність ефективної інфраструктури збуту.

Деякі малі підприємства успішно впроваджують нові технології, працюють з локальними брендами та підтримують розвиток креативної індустрії. Це свідчить про здатність галузі до самовідновлення навіть за обмежених ресурсів.

Проте значною перешкодою для розвитку галузі залишаються недосконалість законодавчого регулювання, нестабільність податкового поля та брак державної підтримки. Існуючі податкові преференції для малих підприємств створюють асиметрію умов конкуренції, що ускладнює рівноправне функціонування великих виробництв. Крім того, системна державна політика щодо розвитку внутрішнього ринку товарів легкої промисловості поки що відсутня.

Брак скоординованих дій між органами влади, бізнесом і освітніми закладами призводить до дефіциту кваліфікованої робочої сили та зниження конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

З огляду на трудомісткість галузі, легка промисловість здатна забезпечити роботою до 500 тисяч осіб безпосередньо, а з урахуванням суміжних галузей — ще близько мільйона працівників у хімічній, машинобудівній, аграрній сферах, торгівлі та сервісі. Таким чином, відновлення потенціалу легкої промисловості має не лише економічне, а й соціальне значення.

Це дозволить не лише зменшити рівень безробіття, а й активізувати економічну діяльність у депресивних регіонах країни.

У країнах з розвинутою економікою виробництво товарів непродовольчого призначення розглядається як одна з базових складових промислової політики. Такі держави не лише повністю забезпечують внутрішній попит, а й формують потужну експортну індустрію, створюють тисячі робочих місць, розвивають інфраструктуру та забезпечують понад половину бюджетних надходжень за рахунок цього сектору.

Цей досвід може стати корисним для України під час формування нової індустріальної стратегії з урахуванням національних особливостей.

Українська легка промисловість має потенціал стати джерелом стабільних державних доходів, швидкого повернення інвестицій, розширення внутрішнього споживчого ринку, зміцнення національного виробника й розвитку суміжних галузей. Галузь не потребує високих енергетичних витрат, є екологічно безпечною і може бути відновлена в короткі строки.

Особливо перспективним є розвиток власного брендингу та вихід на нішеві міжнародні ринки завдяки унікальному дизайну, якості та локальній ідентичності.

Відродження легкої промисловості України можливе лише за умови впровадження системної та комплексної державної політики: розробки стимулюючого законодавства, впровадження фінансових програм підтримки, розвитку інфраструктури збуту, а також підвищення кваліфікації кадрів. Необхідно терміново сформувати передумови для виходу галузі на режим стійкого функціонування, самофінансування та подальшого інноваційного розвитку. Без цього важко уявити стабільну, самодостатню і соціально орієнтовану економіку України.

Список використаних джерел

1. Кузьмін О.Є. Місце кооперування в системі креативно–інноваційного розвитку підприємства / О.Є. Кузьмін, М.П. Офік, О.Л. Коломієць // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20. 11. – С. 91–97.
2. Литвин І.В. Особливості пошуку інноваційних ідей у системі креативного менеджменту / І.В. Литвин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. – С. 360–364.
3. Мазаракі А. Легка промисловість України: стан, проблеми експорту та імпорту товарів / А. Мазаракі, Т. Мельник, В. Ізовіт // Вісник Київського Національного торговельно–економічного університету. – 2011. – № 3. – С. 5–13.
4. Павлов В.В. Застосування креативних технологій в процесі стратегічного управління підприємствами легкої промисловості / В.В. Павлов // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – № 2. – Т. 1. – С. 54–59

СЕКЦІЯ 27. Харчові технології

Морозова Л.П.,
к.хім.н., старший викладач кафедри
технології розведення, виробництва
та переробки продукції дрібних тварин
Вінницький національний аграрний університет

СВИНЯЧЕ САЛО – ЦІННИЙ ХАРЧОВИЙ ПРОДУКТ

Сало – це тваринний підшкірний жир, найчастіше свинячий. До яловичого сала раніше застосовували назву «лій», яка зараз вийшла з ужитку. Інколи, для назви солоного або копченого сала, використовують слово «шпик».

В Україні та багатьох інших країнах сало є частиною традиційної національної кухні. У минулі часи сало було дуже важливим елементом харчування завдяки своїй дуже високій харчовій цінності (900 ккал на 100 г), а також здатності зберігати свої властивості протягом тривалого часу без охолодження. Для цього сало для тривалого зберігання засолюють. З сала витоплюють смалець та виробляють шкварки. В українській кухні сало набуло надзвичайної популярності. За частотою ужитку його можна порівняти з такими відомими національними стравами, як борщ, вареники, голубці, галушки. Сало є неповторною закускою в тому сенсі, що більшість народів вживає його переважно у вигляді смальцю, а українці їдять його шматками, часто з хлібом, часником та солоними овочами (рис.1).



Рис.1. Сало зі спеціями

Сьогодні, коли поширюється здорове харчування з невеликим вмістом жирів, сало стає більше традиційною закускою на національному столі, ніж основною стравою [1].

Сало здавна було особливо популярним в українців. Йому віддавали перевагу, навіть не підозрюючи, що воно містить багато корисних речовин, необхідних людському організму. І, насамперед, – арахідонову кислоту, яка належить до цінних ненасичених жирів і бере участь в утворенні багатьох гормонів, а, отже, в холестериновому обміні, побудові клітинних мембран, допомагає роботі серцевого м'яза й знижує рівень холестерину. Навіть масло за своєю біологічною властивістю та вмістом жирних кислот поступається салу. Сало в залежності від способу відгодовівлі містить 88-94 відсотки чистого жиру, який за рівнем засвоюваності йде нарівні з молочним і риба́чим жирами. Біологічна активність сала в п'ять разів вища, ніж яловичого жиру. За вмістом інших незамінних жирних кислот (близько 10 %) свиняче сало переважає вершкове масло. Окрім того, сучасна наука стверджує, що якість свинячого сала поліпшується при топленні. А його споживання в поєднанні з овочевими салатами попередить розвиток атеросклерозу [2].

В останні роки стверджують, що сало свиней не має попиту, оскільки містить у собі багато холестерину, який відкладається в організмі людини. При цьому слід нагадати: за результатами спеціальних досліджень виявлено, що в 100 грамах свинини міститься 60 міліграмів холестерину, яловичини – 67, телятини – 87, м'яса птиці – 113, маргарину – 186, вершкового масла – 244, білків курячого яйця – 1560, риба́чого жиру – 5700. Тоді, як у свинячому салі є тільки сліди холестерину. Водночас воно містить у собі всі незамінні аміно- і жирні кислоти. Свіже сало зберігає всі свої біологічно цінні якості, не пошкоджені й не знищені грубою переробкою. Сучасною медициною встановлено, що сало сприяє виведенню з організму радіонуклідів і тому рекомендується з профілактичною метою, особливо в екологічно несприятливих зонах, щоденно його споживати жінкам по 45-50, а чоловікам – по 65-70 грамів [3].

Свиняче сало у предків українців вважалося незамінним при лікуванні багатьох захворювань, зокрема, зубного болю, болю у п'ятковій шпорі, суглобах.

Сало – національний український продукт і багато хто думає, що сало має українське походження. Але це не так. Історики вважають батьківщиною сала Італію, де ще 3000 років тому салом годували рабів. Невелика кількість

продукту забезпечувала енергією і давала сили для важкої праці у мармурових каменоломнях. Дотепер найкращим вважають «Lardo Collonata» (італ. *Lardo* – свиняче сало) – страва італійської кухні, свиняче сало, засолене зі спеціями, яке походить з маленького гірського містечка Колонната, що знаходиться поблизу мармурових копалень, і зберігається там у мармурових ящиках. В історії Київської Русі, серед інших факторів, сало відіграло важливу роль при виборі релігії: християнство чи іслам? За повідомленням літописців вимога відмовитися від вживання свинини (а відтак – і сала), була одним з приводів відмови князя Володимира Великого в запровадженні на Русі ісламу (мусульмани гребували «нечистими» тваринами) [4].

У ХХ ст. дієтологами, гастроентерологами та іншими лікарями всього світу проти сала була розгорнута масштабна інформаційна кампанія. Наукові дослідження, що доводили шкідливість (ожиріння, атеросклероз) свинячого жиру створювали продукту скандальну репутацію в споживачів. Споживання сала скоротилося і лише наприкінці сторіччя, з появою нових наукових даних зі складу та властивостей компонентів сала, його почали поступово «реабілітувати» – насамперед як цінний харчовий продукт. Окрім всього, сало підвищує рівень «хорошого» холестерину у організмі за рахунок арахідонової кислоти. Воно володіє жовчогінними властивостями, що допомагає процесу травлення. Сало є висококалорійним продуктом (900 ккал на 100 г) і може приводити до ожиріння, якщо його з'їдати 100-200 г у день. Рекомендовано його вживати помірно, кілька шматків у день, не більше 70 г. Використання у харчуванні 30–70 г свинячого жиру забезпечує добову норму в незамінних поліненасичених жирних кислотах, що становить 3–6 грамів [5].

Хімічний склад сала багато у чому визначає його корисні властивості. Основу сала складають жири (тригліцериди, фосфоліпіди), до складу яких входять залишки як насичених вищих жирних кислот (стеаринова, пальмітинова) так і мононенасичених (олеїнова) та поліненасичених (лінолева, ліноленова, арахідонова). Причому, сало містить менше насичених кислот, більше поліненасичених і майже вдвічі більше від вершкового масла мононенасиченої олеїнової кислоти. Доведено, що сало, хоч і є твердим жиром, але за своїм хімічним складом близьке до рослинних олій і має низьку атеросклеротичну дію. Сало, на відміну від олій у складі яких переважають омега-6 карбонові кислоти, має збалансований вміст омега-3 та омега-6 залишків ненасичених жирних кислот (приблизно 3:1), що відповідає встановленому співвідношенню для нормального функціонування організму. Найціннішою серед поліненасичених жирних кислот у складі сала є арахідонова кислота, яка володіє широким спектром корисних властивостей – покращує роботу головного мозку, впливає на роботу нирок і поліпшує склад крові, виводячи з неї холестерин. Сало також містить жиророзчинні вітаміни А, D, Е, вітаміни В1, В2, В3, В6, В12 тощо. У його складі знайдені мікроелементи: марганець, цинк, фосфор, залізо, магній та селен – відомий антиоксидант. Воно містить також лецитини, які добре впливають на судини та клітинні мембрани,

запобігаючи виникненню атеросклерозу і холін, який допомагає обміну жирів, а разом з тим і загальному метаболізму [6].

Арахідонова (цис-5,8,11,14-ейкозатетраєнова) кислота – одноосновна полієнова вища жирна кислота з ланцюгом із 20-ти атомів Карбону, який містить чотири подвійні зв'язки (всі у цис-формі). Разом з іншими полієновими кислотами (лінолева, ліноленова) утворює групу вітаміноподібних речовин – вітамін F. Арахідонова кислота відноситься до омега-6 жирних кислот (перший подвійний зв'язок починається з 6-го атома карбону з омега кінця) і вважається однією з найважливіших у цій групі (рис. 2).

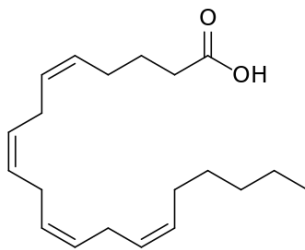


Рис. 2. Структурна формула арахідонової кислоти

Вона відноситься до незамінних жирних кислот, тобто організм людини виробляє недостатню її кількість, тому необхідно поповнювати її вміст у організмі з продуктами харчування, у яких вона міститься. Чи не найважливіше значення арахідонової кислоти полягає у тому, що вона швидко метаболізується з утворенням сполук із високою фізіологічною активністю – простагландинів, тромбоксанів та лейкотриєнів під дією ферментів циклооксигеназ і ліпоксигеназ. Ці продукти відіграють важливу роль у життєдіяльності організму людини. Арахідонова кислота є одним із ключових будівельних блоків клітинних мембран у мозку і сітківці. Вона міститься у фосфоліпідах головного мозку і впливає на передачу сигналу між нервовими клітинами через синапси. Вона також потрібна для роботи мозку, печінки та наднирників; впливає на обмін холестерину в організмі і за її участю синтезуються статеві гормони. Метаболіти арахідонової кислоти є ендogenousними лігандами канабіноїдних рецепторів. Найбільш важливі з них – продукти її неокиснювального метаболізму арахідонілетаноламід (анандамід) та 2-арахідоноїлгліцерин (2-AG). Обидві сполуки виконують функції нейромедіатора та нейромодулятора і є ендogenousними канабіноїдами. Біосинтез арахідонової кислоти відбувається як шляхом ферментативного перетворення лінолевої кислоти в арахідонову (лінолева → гама- ліноленова → дигомо-гама- ліноленова → арахідонова кислоти), так і ферментативним гідролізом фосфоліпідів, які містять залишки арахідонової кислоти. Вміст арахідонової кислоти в декотрих продуктах, %: яловичий, свинячий та баранячий жири – 0,5, нирки – 0,3-0,5, сире яйце – 0,2-0,5, жири лосося й оселедця – 0,3-1,0, жир тріски 1,0-4,0. Оскільки сало свиняче є найбільш вживаним продуктом, який складається переважно з жиру, то, мабуть, його можна віднести до найбільш важливого джерела надходження арахідонової кислоти в організм людини. І так, арахідонова кислота вже в організмі, який її подальший рух? Існують два

основні шляхи її метаболізму: циклооксигеназний – до простагландинів (PG) і тромбосанів (TX) (простаноїди) та ліпоксигеназний – до лейкотриєнів (LT) і ліпоксинів (LX). Разом з іншими реакціями окиснення вони входять у загальний набір процесів метаболізму, який називають «каскадом арахідонової кислоти» [7].

Лейкотрієни (LT) – ліпідні біорегулятори, які утворюються з ейкозаполієнових кислот у результаті їх окиснення ліпоксигеназами. Походження назви «лейкотрієн» (LT) пов'язано з тим, що вони вперше були виявлені в лейкоцитах (1979р.), а також з тим, що в їх молекулах є характерна система з трьох спряжених подвійних зв'язків. Як і простагландини, лейкотрієни володіють високою фізіологічною активністю. Існує шість типів лейкотрієнів (A, B, C, D, E, F), причому чотири з них (C-F) містять залишки цистеїну або цистеїнілпептиду. Окрім того, виявлені ізомери лейкотрієнів, які містять кисневмісні замісники у положеннях 14 і 15. Вони отримали назву ліпотрієни. В 1984 році відкрита нова серія метаболітів арахідонової кислоти в лейкоцитах організму людини. Ці сполуки названі ліпоксинами (LX), і містять у своєму складі чотири спряжені подвійні зв'язки. Сьогодні розроблено методи синтезу цих сполук і вони стали доступними для широких біологічних досліджень. За біологічною активністю лейкотрієни значно перевищують інші відомі біорегулятори, наприклад, гістамін [7].

Як же правильно обрати свіже якісне сало? Є певні ознаки, які допоможуть при купівлі сала:

1) колір і текстура продукту. Це перше, на що треба орієнтуватися. У свіжого продукту текстура ніби «жива» і має білу глянцевою консистенцію. У самому салі можуть траплятися кров'яні капіляри, що також свідчить про його свіжість, тому цього не варто боятися. Якщо ви купуєте вже солоне сало, тоді не треба брати те, що має жовтуватий колір і зернисту текстуру. Також не варто купувати сало у спеціях, тому що продавець у такий спосіб часто маскує його неприємний запах. Якщо аромат характерний для сала і чистий, отже, продукт можна сміливо брати, він свіжий;

2) наявність м'ясного прошарку. Таке сало з черевної частини свині добре купувати для запікання чи смаження, але не рекомендовано їсти в сирому вигляді, оскільки в цьому м'ясі можуть залишатися бактерії й паразити, тоді як у просолоному салі вони не виживають.

3) яке сало смачніше? Найсмачнішими вважаються шматки сала з бокової частини або зі спини. Таке сало буде ніжним, у міру товстим з тонкою шкіркою. Його добре їсти сирим, смаженим, солоним, тушкованим і копченим. Якщо ви любите жорстке сало, тоді варто вибирати зі щоби та шиї. Воно буде чудовим для запікання і копчення;

4) товщина шкірки на салі. Від цього залежить, наскільки продукт буде м'яким. Чим тонша шкірка на салі, тим воно буде м'якшим. А найкраща товщина для самого сала – це 3-6 сантиметрів. Також треба обов'язково звертати увагу на наявність волосків на шкірці. Краще, щоб сало не мало щетини, бо це може бути небезпечним для здоров'я.

Список використаних джерел

- 1) Денисенко Л. П. Українські страви. Київ: Державне видавництво технічної літератури УРСР. 1961. 454 с.
- 2) Шалімов С. А., Шадура О. А. Сучасна українська кухня. Київ: Техніка. 4-те вид., стереотип. 1981. 271 с.
- 3) Бі Вілсон. Що ми їмо? Як харчова революція змінює наші життя і світ навколо. 2022. Київ: Видавництво «Наш Формат» (перекл.). 256 с.
- 4) Кузмічов Є. С., Хіменко І. С., Скробанський Г. Г. Українські страви. Київ: Державне видавництво технічної літератури УРСР. 1957. 456 с.
- 5) Mozaffarian N., Katan M. B., Ascherio A. et al. Trans fatty acids and cardiovascular disease. *N. Eng. J. Med.* 2006. Vol. 354. p. 1601-1613.
- 6) Губський Ю. І. Біологічна хімія: підручник. Київ-Тернопіль: Укрмедкнига. 2000. 508 с.
- 7) Губський Ю. І., Ніженковська І. В., Корда М. М. та ін. Біологічна і біоорганічна хімія: підручник для студентів медичних (фармацевтичних) закладів вищої освіти. У 2-х книгах. Книга 2-га. Біологічна хімія. За редакцією Ю. І. Губського, І. В. Ніженковської. Київ: Всеукраїнське спеціалізоване видавництво «Медицина». 2021. 3-є видання (стереотипне). 544 с.

Собчук І. С.

викладач загальнотехнічних дисциплін

ВСП «Могилів-Подільський технолого-економічний
фаховий коледж Вінницького НАУ»

СТАН, ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА ЕКОПРОДУКТІВ, ВИГОТОВЛЕНИХ ІЗ ЗЕРНОВИХ КУЛЬТУР

Якість і безпека харчових продуктів залишаються однією з ключових проблем сучасного людства, оскільки тісно пов'язані з рівнем науково-технічного розвитку в галузях сільського господарства, торгівлі, харчової промисловості та системі харчування. Безпечність їжі безпосередньо залежить від вивчення джерел забруднення сировини і готової продукції шкідливими домішками та мутагенними речовинами.

Зі зростанням обсягів виробництва сільськогосподарської продукції зростає і потреба у гарантуванні її якості. Все більше значення надається оцінці споживчих властивостей екологічно чистої продукції, насамперед зернових культур, які відіграють провідну роль у сільськогосподарському виробництві.

З метою покращення харчової цінності продуктів, виготовлених із зерна, здійснюються дослідження щодо впливу якості зерна, ефективності використання його компонентів та взаємозв'язку між структурними складовими й характеристиками кінцевого продукту. На основі складників злакових культур розробляються функціональні, профілактичні й навіть лікувальні засоби.

У різних країнах світу в останні роки активно проводяться наукові дослідження, метою яких є підвищення якості зерна та продуктів його переробки. Це, у свою чергу, сприяє розширенню асортименту відповідних харчових товарів. Сучасний розвиток харчових технологій направлений на загальне «оздоровлення» продуктів, тобто зниження небажаного впливу окремих продуктів харчування на споживачів відповідних категорій.

Новітні технології та сучасні розробки дозволяють змінювати властивості продуктів завдяки спеціальним добавкам: ферментам-модифікаторам, антиоксидантам, біокатализаторам, пробіотикам, антибіотикам тощо.

Упродовж останніх десятиліть у світі спостерігається зростання попиту на біопродукти. Наприклад, у Північній Америці та Західній Європі обсяг річного обігу біотоварів досягнув 22 мільярдів доларів США. Щорічний приріст цього ринку становить 18%, що свідчить про вагомий потенціал якісної органічної продукції.

Постановою Ради ЄС № 2018/848 передбачено низку вимог до екологічних продуктів, зокрема:

- заборонено використання хімічно синтезованих засобів захисту рослин;
- заборона на опромінення біопродуктів;
- зменшено кількість дозволених до використання добавок (36 добавок у біопродуктах проти 300 у звичайних);
- повна заборона використання генної інженерії в будь-якій формі.

Європейське законодавство захищає позначення на упаковках, як-от: «БІО», «ЕКО», «біологічний/екологічний», «контрольований біологічний», «біологічне землеробство», «біологічно-органічний». Такі маркування дозволено лише у випадку, коли щонайменше 95% інгредієнтів продукту отримано в умовах органічного землеробства.

Ще у далекому 2001 році в ЄС було введено маркування екологічних/біологічних продуктів спеціальними знаками (рис 1).



Рисунок 1 – Спеціальні знаки маркування екологічних/біологічних продуктів

Серед лідерів ринку органічної продукції в Європі – Німеччина, а далі – Швейцарія, Австрія, Франція та Велика Британія.

Основну частку на ринку займають продукти зернопереробки: крупи, борошняні вироби, макарони з цільного зерна. Популярністю користуються також мюслі, зернові хлібці, екструдовані продукти. Уся сировина проходить ретельний контроль на всіх етапах виробництва.

Свіжі біопродукти зернопереробної галузі виробляє 2540 підприємств Німеччини з часткою 32%. У групі хліб і хлібобулочні вироби кількість продуктів зі знаком «БІО» досягає 3709; у групі зерно, борошно і крупи виділено 1786 продуктів із знаком «БІО».

У Швейцарії ринок органічної продукції також активно зростає. Середньорічні витрати однієї родини на біопродукти складають 170 швейцарських франків – це значно більше, ніж у Німеччині (42 євро) та США (34 долари). Основними каналами збуту виступають біосупермаркети: COOP (51%) і Migros (24%).

Споживачі Європейських країн взагалі проявляють підвищену увагу до органічної продукції: 20% опитаних віддають перевагу саме «еко» продуктам, хоча 22% не купують їх взагалі.

Щодо українського ринку органічної продукції, слід відзначити, що його розвиток стримується через політичну та економічну нестабільність, а також війну. За даними виробників, продажі біопродуктів за останній рік знизились більш ніж на 30%. Однак до цього попит був стабільно високим. Через скорочення продажів всередині країни виробники почали активніше шукати експортні можливості.

Підписання Угоди про асоціацію з ЄС та створення зони вільної торгівлі відкриває нові можливості для експорту української органічної продукції.

На сьогодні в країні діє близько 220 підприємств, які виробляють органіку, і приблизно половина з них вже експортує свою продукцію за кордон.

В Україні поки що виробляють небагато багатокomпонентних органічних продуктів – здебільшого це хліб. На ринку відчувається дефіцит органічних йогуртів, овочів, фруктів та ягід. За даними сертифікаційного органу "Органік-стандарт", сьогодні в країні налічується близько 220 компаній, що займаються органічним виробництвом, і половина з них уже здійснює експорт.

Фахівці вважають, що Угода про асоціацію з ЄС може частково компенсувати втрати, пов'язані зі зменшенням внутрішнього попиту. Водночас це не призведе до згортання ринку, а навпаки – стане стимулом для пошуку нових можливостей.

Підсумовуючи вищевикладене, варто зауважити, що важливими критеріями продовольчої безпеки держави залишаються стан і якість зернового виробництва. Прогнозування якості готової продукції, виготовленої на основі сільськогосподарської сировини, є складним багаторівневим процесом, що включає низку важливих чинників. Воно починається з правильного добору сортів насіннєвого матеріалу, який має відповідати сучасним вимогам щодо

харчової цінності, стійкості до хвороб і шкідників. Також важливим аспектом є селекційна робота, внесення добрив і засобів захисту рослин, адже їх правильне використання забезпечують формування якісного врожаю. Додатково, якість кінцевої продукції залежить від умов збору врожаю, дотримання термінів та технологій зберігання, а також ефективності переробки сировини на всіх етапах технологічного процесу. Усі ці складові взаємопов'язані та визначають кінцеві показники якості продукту, який надходить до споживача.

Список використаних джерел

1. Сирохман І.В., Лозова Т.М. Якість і безпечність зерноборошняних продуктів. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.
2. Джигирей В.С. Екологія та охорона навколишнього природного середовища: навчальний посібник. Київ: Знання, 2007. 422 с.
3. <http://surl.li/diyuk>
4. http://puet.edu.ua/sites/default/files/haccp_posibnik.pdf
5. <http://surl.li/diywh>



Наукове видання

**ОСВІТА, НАУКА І ПРАКТИКА: ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО
ВИРІШЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ**

**Тези доповідей учасників
Міжнародної науково-практичної конференції
30 квітня 2025 р.**

Відповідальні за випуск: д.е.н. Драбовський А.Г.
к.і.н., доцент Дибчук Л.В.

Верстка: Рябченко Г.В.

Гарнітура Times New Roman
Друк.аркушів - 17

Адреса видавництва:
Вінницький кооперативний інститут
Вул. Академіка Янгеля, 59, м. Вінниця, Вінницька область, 21009
Електронна адреса: admin@vki.vin.ua
Телефон (0432) 61-29-68